

PEMASARAN IKAN NILA DI KECAMATAN NGEMPLAK, KABUPATEN SLEMAN

Suprayogie

Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P. / Dr. Ir. Sriyadi, M.P.

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

INTISARI

Ikan nila merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Sleman. Hal tersebut dipengaruhi oleh antusiasme yang tinggi dalam membudidayakan ikan nila dan pemanfaatan lahan yang maksimal seluas 874,75 ha. Produksi tinggi tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya DIY dan sebagai tambahan asupan gizi bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk (1) mengetahui saluran pemasaran ikan nila di Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, (2) biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share* di Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, (3) efisiensi pemasaran di Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Responden petani diambil secara sensus sebanyak 49 orang dan responden lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* sebanyak 12 orang. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan data primer (wawancara dengan bantuan kuesioner) dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran (1) produsen – pedagang besar – konsumen, (2) produsen – pedagang besar – rumah makan. (3) produsen – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, (4) produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar - pedagang pengecer – konsumen, Biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp 731,82/kg, margin pemasaran Rp 6.793/kg, dan keuntungan Rp 5.561,18/kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II sebesar Rp 1.198,37/kg, margin pemasaran Rp 5.293/kg, dan keuntungan pemasaran Rp 4.094,01/kg. Biaya pemaaran pada saluran III sebesar Rp 1.865,86/kg, margin pemasaran Rp 7.936/kg, dan keuntungan pemasaran Rp 6.070,14/kg. Biaya pemasaran pada saluran IV sebesar Rp 1.635,72/kg, margin pemasaran sebesar Rp 8.000/kg dan Keuntungan pemasaran Rp 6.364,28/kg. *Farmer's share* pada saluran II 82,05% atau yang paling efisien, saluran I 78,08%, saluran III 75,31%, saluran IV 75,75%. Kemudian, IET pada saluran IV dengan nilai 69,90 paling efisien, saluran I sebesar 113,46, saluran II sebesar 117,48, dan saluran III sebesar 129,12. Sedangkan IEE pada saluran III dengan nilai 3,25 paling efisien, saluran II 3,41, saluran IV 3,89 dan saluran I 7,59.

Kata kunci: Pemasaran, Margin, Keuntungan, Biaya, Efisiensi

**MARKETING OF NILE TILAPIA IN NGEMPLAK DISTRICT,
SLEMAN REGENCY**

Suprayogie

Ir. Diah Rina Kamardiani, M.P. / Dr. Ir. Sriyadi, M.P.

Agribuisness Study Program, Faculty of Agriculture

Muhammadiyah University of Yogyakarta

ABSTRACT

Nile Tilapia is a superior commodity in Sleman Regency. This is influenced by high enthusiasm in cultivating tilapia and the use of land that has a maximum area of 874.75 ha. The high production is expected to meet the needs of the community, especially DIY and as an additional nutrient intake for the community. The purpose of this study was to (1) find out the marketing channels of tilapia in Ngemplak Subdistrict, Sleman Regency, (2) marketing costs, marketing benefits, marketing margins, and farmer's share in Ngemplak District, Sleman Regency, (3) marketing efficiency in Ngemplak District, Sleman Regency. The basic method used in this research is descriptive. Respondents from farmers were taken by census as many as 49 people and respondents from marketing institutions used snowball sampling as many as 12 people. Data collection is done using primary data (interviews with the help of questionnaires) and secondary data. The results showed that there were four marketing channels (1) producers - large traders - consumers, (2) producers - wholesalers – restaurants, (3) producers - wholesalers - retailers - consumers, (4) producers - traders - wholesalers - retailers - consumers, marketing costs on channel I of IDR 731,82/kg, marketing margins of IDR 6,793/kg, and profit of IDR 5.561,18/kg. The marketing costs incurred in channel II amounted to IDR 1.198,37/kg, marketing margins of IDR 5.293/kg, and marketing profits of IDR 4.094,01/kg. The cost of shipping on channel III is IDR 1.865,86/kg, marketing margin is IDR 7.936/kg, and marketing profit is IDR 6.070,14/kg. The marketing cost in channel IV is IDR 1.635,72/kg, the marketing margin is IDR 8.000/kg and the marketing profit is IDR 6.364,28/kg. Farmer's share on channel II 82,05% or the most efficient, channel I 78,08%, channel III 75,31%, channel IV 75,75%. Then, IET on channel IV with the most efficient value of 69,90, channel I at 113.46, channel II at 117,48, and channel III at 129,12. While IEE on channel III with the most efficient value of 3,25, channel II 3,41, channel IV 3,89 and channel I 7,59.

Keywords: *Marketing, Margin, Profit, Cost, Efficiency*