

ABSTRACT

Goldfish is a fish with a fairly high price in Purbalingga Regency, of course it will be very beneficial for the welfare of farmers, but the problem in goldfish cultivation arises from the existence of institutions and marketing channels because of the differences of prices and profits in each different institution. The longer the marketing channel, the lower the selling price received by farmers and the higher the purchase price at the consumer level. Since farmers are the recipients of prices, this results in reduced profits. The purpose of this research is to measure the income of goldfish farmers, marketing margins, farmer share and to find out the efficiency of distribution channels.

The data collected includes personal data, fixed costs, variable costs and income. The sample consists of farmers and traders. As for farmers, there are 19 goldfish farmers including 8 nursery farmers and 11 enlargement farmers and for traders selected through snowball sampling, in nursery there are 2 wholesalers and in enlargement there are 5 retail traders and 4 wholesalers.

The analytical methods used in this study are revenue analysis, marketing margin and marketing efficiency. Through this research, we can find out how much income, marketing margins and marketing channels are efficient for goldfish farmers.

The conclusion of this study is that the seeding farmer has an income of Rp13,282,050.00 with a profit of Rp8,427,550.00, a marketing margin of Rp138.00, and a farmer share of 83%, so that the marketing of nursery is efficient, while in enlargement has an income of Rp26.047.500.00 with a profit of Rp15,495,621.00, marketing margin of Rp7,500.00 and farmer's share 25%, so the marketing of enlargement is inefficient.

Keyword: *goldfish, marketing channel, marketing margin and farmer share*

ABSTRAK

Ikan koki merupakan ikan dengan harga yang cukup tinggi di Kabupaten Purbalingga, tentunya akan sangat bermanfaat bagi kesejahteraan petani, namun masalah budidaya ikan koki muncul dari keberadaan lembaga dan saluran pemasaran karena perbedaan harga dan keuntungan di masing-masing lembaga yang berbeda. Semakin lama saluran pemasaran, semakin rendah harga jual yang diterima petani dan semakin tinggi harga beli di tingkat konsumen. Karena petani adalah penerima harga, ini menghasilkan keuntungan yang berkurang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pendapatan petani ikan koki, margin pemasaran, pembagian petani dan untuk mengetahui efisiensi saluran distribusi.

Data yang dikumpulkan termasuk data pribadi, biaya tetap, biaya variabel dan pendapatan. Sampel terdiri dari farmers dan pedagang. Sedangkan untuk petani, ada 19 petani ikan mas termasuk 8 petani pembibitan dan 11 petani pembesaran dan untuk pedagang yang dipilih melalui pengambilan sampel bola salju, di pembibitan terdapat 2 pedagang grosir dan dalam pembesaran terdapat 5 pedagang eceran dan 4 pedagang grosir.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Melalui penelitian ini, kita dapat mengetahui berapa banyak pendapatan, margin pemasaran dan saluran pemasaran yang efisien bagi petani ikan koki.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa petani penyemaian memiliki pendapatan sebesar Rp13.282.050,00 dengan keuntungan Rp8.427.550,00, margin pemasaran sebesar Rp138.00, dan bagian petani sebesar 83%, sehingga pemasaran pembibitan efisien, sedangkan dalam pembesaran memiliki pendapatan sebesar Rp26.047.500,00 dengan keuntungan Rp15.495.621,00, margin pemasaran sebesar Rp7.500,00 dan bagian petani 25%, sehingga pemasaran pembesaran tidak efisien.

Kata kunci: *ikan koki, saluran pemasaran, margin pemasaran, dan pembagian petani*