

ABSTRAK

Udang Dogol (*Metapenaeus monoceros*) merupakan sumber perikanan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dalam distribusi Udang Dogol dalam kegiatan pemasaran dijumpai adanya pola distribusi yang berperan penting dalam penjualan produk hasil tangkapan sampai hingga ketangan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis mutu, pola distribusi, margin pemasaran hasil tangkap Udang Dogol (*Metapenaeus monoceros*) di TPI Pelabuhan Perikanan Samudra Cilacap. Metode yang digunakan adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, mutu Uji Organoleptik dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukan, Pola distribusi udang Dogol hasil tangkap Udang Dogol (*Metapenaeus monoceros*) di TPI Pelabuhan Perikanan Samudra Cilacap dalam pendistribusianya melibatkan beberapa pelaku pemasaran yaitu nelayan, pedagang besar, pedagang pengecer/bakul dan pelaku pemasaran lain. Terdapat 3 saluran pemasaran. Penanganan udang dilakukan oleh nelayan pasca penangkapan sampai pendistribusian sudah baik dari turun kapal memakai es balok untuk menjaga kualitas hasil tangkapan udang tetap terjaga. Nilai uji organoleptik Udang Dogol di TPI PPS Cilacap memiliki nilai rata-rata parameter kenampakan sebesar 7,37; Bau sebesar 7,6; dan tekstur sebesar 7,63 sehingga memenuhi batas standar kelayakan kualitas udang segar (SNI 2346 : 2006). Total nilai margin dari saluran I sampai saluran III adalah sebesar Rp. 5000/kg – Rp. 15000/kg dan margin tertinggi pada saluran III. Nilai efisiensi pemasaran saluran I - III <5% maka semua saluran yang ada sudah efisien. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitupada saluran pemasaran II.

Kata kunci : Mutu; Pola Distribusi; Margin Pemasaran; Udang Dogol; Cilacap

ABSTRACT

Dogol shrimp (*Metapenaeus monoceros*) is a source of fishery that continues to increase from year to year. In the distribution of Dogol Shrimp in marketing activities, it is found that there is a distribution pattern that plays an important role in selling the caught product until it reaches the consumer. The purpose of this study was to analyze the quality, distribution pattern, marketing margin of the catch of Dogol Shrimp (*Metapenaeus monoceros*) at TPI Pelabuhan Perikanan Samudra Cilacap (PPS Cilacap). The method used is survey method. The sampling technique used is purposive random sampling. The data analysis used is marketing channel analysis, marketing margin analysis, organoleptic test quality and marketing efficiency. The results of this study indicate, the distribution pattern of Dogol shrimp caught by Dogol Shrimp (*Metapenaeus monoceros*) at TPI Ocean Fishery Port Cilacap in its distribution includes several marketing actors, namely fishermen, wholesalers, retailer and other marketing actors. There are 3 marketing chains. Handling of shrimp is carried out by fishermen after catching until good distribution starting from getting off the ship using ice blocks to maintain the quality of the shrimp catch. The organoleptic test value of Dogol Shrimp at TPI PPS Cilacap has an average form parameter value of 7.37; Smell of 7.6; and texture of 7.63 so that it meets the feasibility standard for the quality of fresh shrimp (SNI 2346 : 2006). The total value of the margin from the marketing chain I to III is Rp. 5.000/kg - Rp. 15.000/kg and the highest margin is in the third cycle. The value of marketing efficiency I - III <5% then all existing channels are efficient. The most efficient marketing channel is in marketing II.

Keywords: Quality; Distribution Pattern; Marketing Margin; Dogol shrimp; Cilacap