

ABSTRAK

Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap (PPSC) memiliki sumberdaya perikanan yang melimpah salah satunya adalah ikan gulamah (*Johnius trachycephalus*). Rantai distribusi pemasaran dalam perikanan memiliki rantai pemasaran yang panjang dari jalur distribusi pemasaran yang terlibat di dalamnya, seperti: nelayan, TPI, pedangang atau pengumpul, pedagang besar, pengecer, hingga ke konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui produksi hasil tangkapan ikan gulamah dan saluran distribusi pemasaran di PPSC. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah observasi dan wawancara mengenai pola distribusi. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, *Fisherman's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan, pola distribusi hasil tangkapan ikan gulamah yang didaratkan di PPSC dalam pendistribusiannya melibatkan beberapa pelaku pemasaran yaitu nelayan, pedagang/pengumpul dan pedagang pasar. Terdapat 4 saluran pemasaran. Volume Produksi hasil tangkapan ikan gulamah selama penelitian yang didaratkan di PPSC yaitu sebesar 2746 Kg dengan menggunakan alat tangkap Arad, Gill Net, Sirang, dan Payang. Ikan gulamah di pasarkan bentuk penjualan berupa ikan segar dan ikan beku. Nilai margin pada saluran pemasaran dari Rp. 3000/Kg - Rp. 7000/Kg. Presentase *Fisherman's share* adalah sebesar 65,22-75% yang berarti sudah efisien karena >50%. Nilai efisiensi pemasaran saluran I - IV <5% yang berarti semua saluran yang ada sudah efisien. Saluran pemasaran yang paling efektif yaitu pada saluran pemasaran II.

Kata kunci : Pola distribusi; Efisiensi Pemasaran; ikan gulamah; PPSC

ABSTRACT

The Cilacap Ocean Fisheries Port (PPSC) has abundant fishery resources, one of which is the gulamah fish (*Johnius trachycephalus*). The marketing distribution chain in fisheries has a long marketing chain from the marketing distribution channels involved in it, such as: fishermen, TPI, traders or collectors, wholesalers, retailers, to consumers. The purpose of this study was to determine the production of gulamah fish catches and marketing distribution channels in PPSC. The method used is descriptive method. The sampling technique used is observation and interviews regarding distribution patterns. The data analysis used is marketing channel analysis, marketing margin analysis, Fisherman's share and marketing efficiency. The results of this study indicate that the distribution pattern of the catch of gulamah landed at PPSC involves several marketing actors, namely fishermen, traders/collectors and market traders. There are 4 marketing channels. The production volume of gulamah caught during the research landed at PPSC was 2746 kg using Arad, Gill Net, Sirang and Payang fishing gear. Gulamah fish is marketed in the form of sales in the form of fresh fish and frozen fish. Margin value on the marketing channel from Rp. 3000/Kg - Rp. 7000/Kg. Fisherman's share percentage is 65.22-75%, which means it is efficient because it is > 50%. The marketing efficiency value of channels I - IV <5%, which means that all existing channels are efficient. The most effective marketing channel is on marketing channel II.

Keywords: Distribution pattern; Marketing Efficiency; goulash fish; PPSC

