

ABSTRAK

Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Kejawan Cirebon memiliki kontribusi signifikan terhadap sektor perikanan tangkap di Jawa Barat dan potensi perikanan yang ada dapat mendukung ketahanan pangan serta perekonomian lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui produksi hasil tangkapan ikan Tenggiri dan saluran distribusi pemasaran di PPN Kejawan. Metode yang digunakan yaitu metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, *Fisherman's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan, terdapat 2 saluran pemasaran melibatkan beberapa pelaku pemasaran yaitu nelayan, pedagang besar dan kecil. Ikan Tenggiri di pasarkan bentuk penjualan berupa ikan segar dan ikan beku. Produksi Ikan Tenggiri di PPN Kejawan menunjukkan fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, produksi mencapai 117.297 kg. Kemudian pada tahun 2020 produksi mengalami kenaikan menjadi 180.718 kg. Produksi meningkat menjadi 254.994 kg pada tahun 2021, namun mengalami penurunan signifikan pada tahun 2022 menjadi 153.114 kg. Pada tahun 2023, produksi kembali meningkat menjadi 193.474 kg. Nilai margin pada saluran pemasaran dari Rp. 3000/Kg - Rp. 14.000/Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan yaitu dari Rp. 35/Kg - Rp. 1.316/Kg. Presentase *Fisherman's share* adalah sebesar 76 - 95% yang berarti sudah tinggi karena >50%. Nilai efisiensi pemasaran saluran I dan saluran II < 5% yang berarti semua saluran sudah efisien. Produksi Ikan Tenggiri di PPN Kejawan menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu pada saluran pemasaran II.

Kata kunci: Produksi tangkapan; pola distribusi; ikan tenggiri; *fisherman's share* ; PPN Kejawan

ABSTRACT

Kejawanan fishing port Cirebon has a significant contribution to the capture fisheries sector in West Java and the existing fisheries potential can support food security and the local economy. The purpose of this study was to determine the production of *S. commerson* catch and marketing distribution channels in Kejawanan fishery port. The method used was the survey method and *purposive sampling*. The data analysis used were marketing channel applied, marketing margin analysis, *Fisherman's share* and marketing efficiency. The results indicated that there were two marketing channels that involved several marketing actors, namely fishermen, large and small traders. *S. commerson* is marketed in the form of fresh fish and frozen fish. *S. commerson* production at Kejawanan fishery port shows fluctuations from year to year. In 2019, production reached 117,297 kg. Then in 2020 production increased to 180,718 kg. Production increased to 254,994 kg in 2021, but decreased significantly in 2022 to 153,114 kg. In 2023, production increased again to 193,474 kg. The margin value in the marketing channel is from Rp. 3000/Kg - Rp. 14,000/Kg. The marketing costs range from Rp. 35/Kg - Rp. 1,316/Kg. Fisherman's share percentage was considered efficient 76 - 95% higher from >50%. The marketing efficiency value of channels I and II was <5%, all channels were considered efficient *S. commerson*. The most efficient marketing channel is marketing channel II.

Keywords: Catch production; distribution pattern; mackerel fish; fisherman's share; Kejawanan fishing port