

## ANALISIS RANTAI PASOK KOMODITAS IKAN LAUT TENGGIRI DI KOTA BANDAR LAMPUNG

**Mega Widi Astuti<sup>1</sup>, Afferdhy Ariffien<sup>2</sup>**

Fakultas Logistik, Teknologi dan Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Correspondence		
Email: <a href="mailto:Megawidya731@gmail.com">Megawidya731@gmail.com</a>	No. Telp:	
Submitted 25 Desember 2023	Accepted 1 Januari 2024	Published 2 Januari 2024

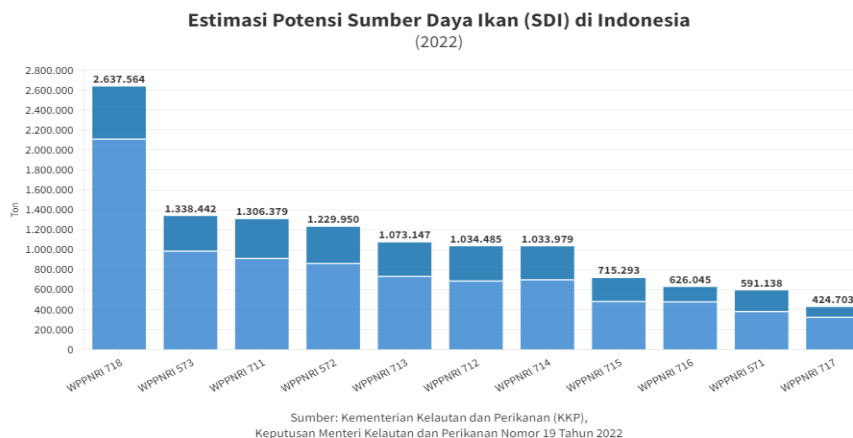
### Abstrak

Analisis rantai pasok komoditas ikan tenggiri di Bandar Lampung melibatkan empat tahap distribusi: nelayan, Tempat Pelelangan Ikan (TPI), pedagang besar, dan pedagang eceran. Tahap awal adalah trust building untuk menentukan harga dan kualitas. Rantai pasok pertama melibatkan nelayan, TPI, pedagang besar, pedagang eceran, dan konsumen, dengan sebagian besar hasil tangkapan diarahkan ke TPI. Rantai kedua melibatkan nelayan, pedagang besar, dan pedagang eceran, dengan sebagian hasil langsung dialokasikan ke pedagang besar. Margin terdiri dari margin penjualan dan margin keuntungan. Rantai pasok pertama memiliki margin penjualan total Rp 24.000 dan margin keuntungan Rp 19.900, sementara rantai kedua memiliki margin penjualan Rp 22.000 dan margin keuntungan Rp 17.900, dengan selisih Rp 2.000. Margin tertinggi di rantai pertama adalah nelayan (Rp 16.000), diikuti TPI (Rp 4.000), pedagang eceran (Rp 2.250), dan pedagang besar (Rp 1.750). Di rantai kedua, margin tertinggi juga nelayan (Rp 14.000), diikuti TPI (Rp 4.000), pedagang eceran (Rp 2.250), dan pedagang besar (Rp 1.750). Perpindahan antar tahap distribusi menunjukkan penurunan margin, mencerminkan distribusi nilai ekonomi. Keberhasilan TPI dan pedagang dalam meningkatkan margin tergantung pada pemasaran dan efisiensi operasional. Hasil analisis fisherman share menunjukkan nilai 90% untuk rantai pasok pertama dan 87% untuk yang kedua, menandakan optimasi penjualan lebih tinggi pada rantai pertama. Sebaliknya, nilai margin menunjukkan efisiensi harga lebih baik pada rantai kedua, dengan total margin Rp 22.000 dibandingkan Rp 24.000 pada rantai pertama, karena melibatkan lebih sedikit pelaku.

**Kata kunci :** Rantai Pasok Komoditas Ikan Laut Tenggiri

### PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki potensi perikanan yang sangat besar. Dengan lebih dari 17.000 pulau dan garis pantai yang luas, sekitar 70% dari wilayahnya adalah perairan. Data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menunjukkan bahwa Indonesia memproduksi lebih dari 12 juta ton ikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan urgensi untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya ini secara berkelanjutan. Menurut survei Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) tahun 2022, Indonesia memproduksi 12,01 juta ton ikan setiap tahun di 11 Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) dari Sabang hingga Merauke. Dari potensi tersebut, jumlah tangkapan yang diperbolehkan mencapai 8,64 juta ton. Penangkapan ikan yang terkendali dan proporsional sangat penting, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2023 tentang Penangkapan Ikan yang Terukur. Zona penangkapan ikan ini beroperasi berdasarkan kuota yang dialokasikan untuk melestarikan sumber daya ikan, melindungi lingkungan, dan mendorong pembangunan ekonomi. Contoh zona ini termasuk Laut Lepas dan Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia (WPPNRI), yang mencakup perairan Indonesia, zona ekonomi eksklusif, serta sungai, danau, dan lahan basah lainnya.



**Gambar 1. 1** Estimasi Potensi Sumber Daya Ikan (SDI) di Indonesia  
Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 19 Tahun 2022

Berdasarkan data dari Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung, konsumsi ikan di Provinsi Lampung pada tahun 2021 termasuk dalam kategori hijau, dengan rata-rata 34,93 kg per kapita, meningkat sebesar 0,46% dari tahun sebelumnya (34,77 kg per kapita). Kota Bandar Lampung memiliki tingkat konsumsi Ikan Tenggiri sekitar 43,82 kg per kapita. Secara keseluruhan, tingkat konsumsi ikan di kabupaten/kota di Provinsi Lampung tergolong tinggi, di atas 31,4 kg per kapita, kecuali Kabupaten Pringsewu. Kota Bandar Lampung, dengan luas perairan laut sebesar 48,72 km<sup>2</sup> dan garis pantai 27,01 km, memiliki potensi perikanan yang baik. Produksi perikanan di Lampung pada tahun 2022 mencapai 329 ribu ton, meningkat 1,5% (5 ribu ton) dari produksi tahun 2021 yang mencapai 324 ribu ton.

**Tabel 1. 1** Produksi Ikan Laut Basah dan Ikan Air Tawar di Kota Bandar Lampung, 2018-2022 (Ton)

Produksi Ikan Laut Basah dan Ikan Air Tawar di Kota Bandar Lampung		
Tahun	Ikan Laut Basah	Ikan Air Tawar
2022	3.270,00	155,24
2021	3.265,80	153,56
2020	3.232,02	131,4
2019	3.403,69	115,55
2018	3.349,00	116,87

Sumber: bandarlampungkota.go.id

Dilihat dari tabel di atas, jumlah produksi ikan laut basah di Bandar Lampung masih menjadi sektor ekonomi yang menjanjikan bagi warga Bandar Lampung, terutama jenis Ikan Tenggiri yang menurut BPS Bandar Lampung memiliki rata-rata produksi pertahunnya sebesar 962,28 ton dengan tangkapan perhari sekita 3-4 kg menempati posisi terbanyak diikuti oleh produksi ikan Simba 406,31 ton, dan ikan Tongkol 339,35 ton. Pendapatan kelompok Nelayan dalam kegiatan penjualan Ikan Tenggiri relatif tinggi, dikarenakan jumlah produksi yang tinggi ini pula, terutama fakta bahwa Ikan Tenggiri bukan ikan yang dipanen musiman. Namun dalam realitanya ada beberapa kelompok yang dari hasil penjualan Ikan Tenggiri ini masih mendapatkan nilai pendapatan yang relatif rendah, khususnya para Nelayan. Berikut merupakan data produksi ikan laut Kota Bandar Lampung oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung.

Tabel 1. 2 Hasil Ikan Tangkap Ikan Laut Menurut Jenisnya di Kota Bandar Lampung 2020

Jenis Ikan Kind of Fish+A4:D29	Hasil (ton) Production (ton)	Jenis Ikan Kind of Fish	Hasil (ton) Production (ton)
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Simba	406,31	25. Manyung	6,57
2. Bentong	37,59	26. Layur	3,63
3. Kembung	40,12	27. Kiter	29,65
4. Ekor Kuning	42,35	28. Talang	-
5. Selar	30,69	29. Bakre	19,70
6. Cucut	2,69	30. Pisang-pisang	0,78
7. Tongkol	339,35	31. Kurisi	32,71
8. Pe' (Pari)	2,24	32. Taji-taji	0,78
9. Kakap Merah	6,04	33. Jolot	17,63
10. Kakap Putih	15,80	34. Teri	257,36
11. Kuniran	58,67	35. Petek	30,34
12. Sebelah	4,48	36. Bleberan	0,21
13. Kacangan	2,76	37. Tanjan	86,93
14. Tenggiri	962,28	38. Lemuru	1,63
15. Wailul	-	39. Bawal	2,30
16. Semadar	0,11	40. Layang	26,84
17. Lemadang	-	41. Cumi-cumi	591,54
18. Bandeng	3,95	42. Kampakan	0,40
19. Waliran	10,52	43. Raja Gantang	52,29
20. Salem	0,49	44. Kerapu Lodi	-
21. Layaran	0,33	45. Sotong	90,65
22. Baronang	4,79	46 Kerapu Bebek	1,19
23. Belida	7,03	47 Kerapu Karet	0,30
24 Remang	-		

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Bandar Lampung

Berdasarkan tabel tersebut produksi Ikan Tenggiri di Kota Bandar Lampung pada tahun 2020 mencapai 962,28 ton. Ikan Tenggiri menjadi salah satu jenis ikan yang memiliki produksi cukup signifikan dan memiliki nilai komersial tinggi. Jumlah produksi yang tinggi ini dapat mengindikasikan bahwa Ikan Tenggiri memiliki potensi ekonomi yang penting dalam industri perikanan di Kota Bandar Lampung. Proses penangkapan ikan di daerah tersebut melibatkan tiga kelompok nelayan: nelayan dengan kapal kecil yang beroperasi di perairan dangkal, nelayan menggunakan kapal Pukat Hela di kedalaman sedang hingga dalam, dan nelayan kapal besar yang menangkap ikan di perairan jauh. Keterlibatan ketiga kelompok ini mencerminkan kompleksitas industri perikanan dan kontribusi masing-masing dalam pasokan ikan lokal.

Dalam rantai pasokan, pemasaran merupakan bagian penting dari distribusi yang mempengaruhi margin yang diterima produsen dan mutu barang. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima produsen (Ariffien et al., 2021). Proses pemasaran mencakup perbedaan harga dari nelayan hingga konsumen, yang dipengaruhi oleh biaya transportasi dan bahan seperti es batu dan garam. Penjualan ikan dilakukan melalui dua metode utama: Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan penjualan langsung dari nelayan kepada konsumen. Ikan tenggiri yang memenuhi kriteria kualitas tertentu dijual melalui lelang di TPI, sedangkan yang tidak lolos klasifikasi dijual langsung. Kriteria kualitas

meliputi ukuran, kondisi fisik, kebersihan, dan kesegaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis rantai pasokan ikan tenggiri di Kota Bandar Lampung, di mana margin penjualan yang lebih besar mengakibatkan semakin kecilnya bagian yang diterima nelayan. Rumusan masalah mencakup analisis tahapan rantai pasok dari nelayan hingga konsumen, besaran margin yang diperoleh pelaku pemasaran, dan efisiensi nilai margin serta fisherman's share untuk menilai keberlanjutan nelayan. Dengan tujuan yang jelas—mengidentifikasi distribusi, mengukur margin, dan menganalisis selisih harga—penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan industri perikanan lokal di Bandar Lampung.

## METODE PELAKSANAAN

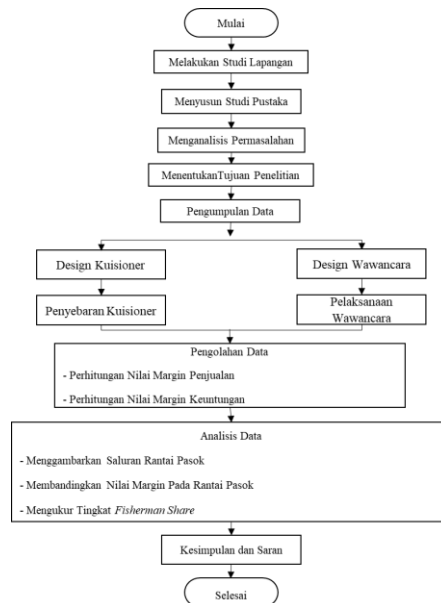
Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, bertujuan untuk mendokumentasikan nilai margin pemasaran yang diperoleh oleh masing-masing peserta dalam sistem perdagangan komoditas Ikan Tenggiri serta pola distribusinya. Data yang digunakan terdiri dari data primer, yang diperoleh dari nelayan dan pelaku pemasaran, serta data sekunder dari Badan Pusat Statistik, Dinas Perikanan, dan organisasi terkait. Populasi dalam penelitian ini meliputi lima kelompok di Kota Bandar Lampung: nelayan di Jl. Ikan Bawal, Tempat Pelelangan Ikan (TPI) di lokasi yang sama, pedagang besar di Pasar Kangkung, pedagang eceran di Pasar Panjang dan Pasar Kangkung, serta konsumen yang bertransaksi di kedua pasar tersebut. Sampel adalah sebagian dari ukuran dan susunan populasi (Sugiyono, 2010). Adapun dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan Rumus Slovin (Slovin, 1960). Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, yang dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

- $n$  = Jumlah sampel  
 $N$  = Ukuran populasi  
 $e$  = Tingkat error

Dengan tujuan mendapatkan sampel ideal sebesar 10% dari populasi, hasil perhitungan menunjukkan bahwa dari 25 nelayan, diambil 20 nelayan; untuk TPI, hanya 1 sampel yang digunakan; dari 7 pedagang besar, diambil 5; dari 15 pedagang eceran, diambil 10; dan dari 18 konsumen, diambil 10. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami alur pemasaran produk serta perbedaan harga yang ditetapkan oleh setiap pelaku ekonomi dalam proses pemasarannya. Observasi juga dilakukan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi harga ikan, volume pembelian, dan harga jual kembali.

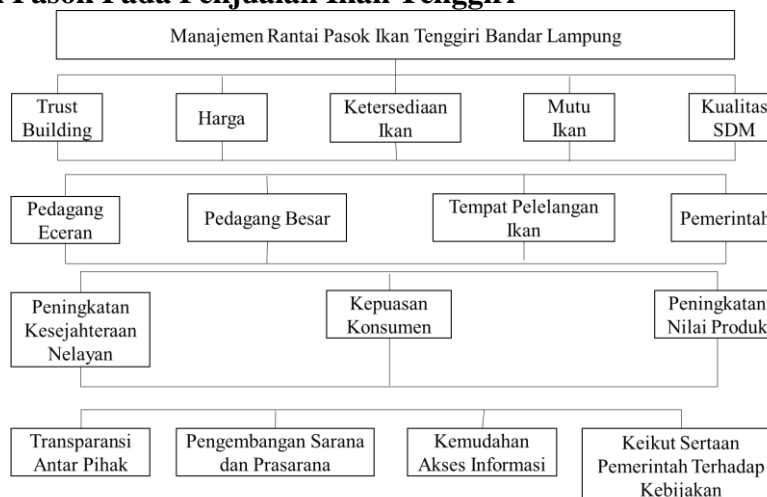


Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian

Pengamatan ini membantu mengidentifikasi permasalahan terkait rantai pasok dan harga jual. Selanjutnya, studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan referensi yang mendukung analisis, termasuk teori tentang pemasaran, produksi, dan margin penjualan. Setelah itu, peneliti mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan proses rantai pasok ikan tenggiri, bertujuan untuk memahami nilai margin dan memberikan transparansi harga bagi nelayan. Dalam tahap pengumpulan data, peneliti mengumpulkan informasi tentang harga jual, harga beli, dan volume transaksi melalui kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Langkah-langkah ini secara keseluruhan mendukung analisis sistematis terhadap rantai pasok komoditas Ikan Tenggiri.

**HASIL PEMBAHASAN**

**Analisis Rantai Pasok Pada Penjualan Ikan Tenggiri**



Gambar 5. 1 Mapping Rantai Pasok Ikan Tenggiri di Bandar Lampung

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Rantai pasok penjualan ikan tenggiri terdiri dari empat tahap. Tahap pertama adalah *trust building* di mana penjual membangun kepercayaan konsumen terkait harga, mutu ikan, dan kualitas SDM. Ini juga mencakup pengaturan ketersediaan ikan berdasarkan pola pembelian. Pada tahap kedua, pelaku yang terlibat setelah penangkapan adalah Tempat Pelelangan Ikan, Pedagang Besar, dan Pedagang Eceran, dengan pengawasan pemerintah. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada TPI Ikan Bawal, sedangkan TPI Lempasing



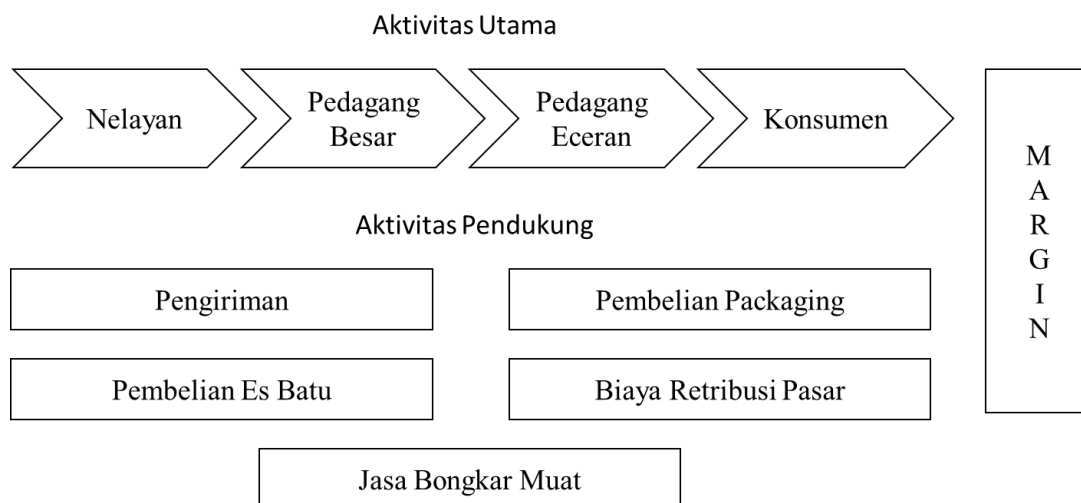
tidak termasuk wilayah penelitian. Tahap ketiga menekankan kepuasan konsumen, peningkatan nilai produk, dan kesejahteraan nelayan. Tahap terakhir bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja dan kualitas, termasuk transparansi, pengembangan sarana, akses informasi, dan partisipasi pemerintah dalam kebijakan. Saluran distribusi merupakan salah satu bagian dari rantai pasok dalam rangka penjualan ikan tenggiri, hasil analisis didapatkan bahwa terdapat dua macam rantai pasok yang dapat dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 5. 2 Rantai Pasok Tingkat Pertama  
Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar di atas menunjukkan rantai pasok ikan tenggiri, dimulai dari Nelayan – TPI – Pedagang Besar – Pedagang Eceran – Konsumen. Sebanyak 80% hasil tangkapan nelayan didistribusikan ke TPI, di mana 100% hasil lelang TPI dijual kepada pedagang besar, pedagang eceran, dan konsumen. TPI berperan sebagai tempat lelang, dengan pedagang besar bersaing untuk membeli ikan tenggiri dengan harga tertinggi. Setelah itu, pedagang besar menjual ikan kepada pedagang eceran, yang bertindak sebagai perantara ke konsumen.

Biaya pendukung dalam saluran distribusi terdiri dari Rp 850/kg di TPI, Rp 750/kg oleh pedagang besar, dan Rp 500/kg oleh pedagang eceran. Konsumen membeli ikan tenggiri dengan harga Rp 77.000/kg, dengan fleksibilitas pembelian antara 1 hingga 7 kilogram per transaksi. Biaya aktivitas pendukung yang dikeluarkan adalah Rp 2.000/kg oleh nelayan, Rp 850/kg di TPI, Rp 750/kg oleh pedagang besar, dan Rp 500/kg oleh pedagang eceran.



Gambar 5. 3 Rantai Pasok Tingkat Kedua  
Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar di atas menunjukkan rantai pasok kedua ikan tenggiri dengan urutan Nelayan – Pedagang Besar – Pedagang Eceran – Konsumen. Dalam rantai ini, nelayan mendistribusikan 20% hasil tangkapan kepada pedagang besar, yang kemudian menjual 100% produknya ke pedagang eceran dan konsumen. Biaya aktivitas pendukung adalah Rp 2.000/kg oleh nelayan, Rp 750/kg oleh pedagang besar, dan Rp 500/kg oleh pedagang eceran. Berbagai kendala dihadapi dalam proses distribusi ini. Nelayan sering mengalami biaya produksi yang tinggi, fluktuasi harga, dan pembayaran tertunda dari TPI, yang berdampak pada kestabilan ekonomi mereka. TPI menghadapi tantangan harga lelang yang tidak menentu, sementara pedagang besar harus mengelola harga jual yang berubah-ubah saat persediaan menipis. Pedagang eceran dan konsumen juga merasakan dampak fluktuasi harga, yang menyulitkan perencanaan anggaran. Kendala-kendala ini menciptakan tantangan kompleks yang memerlukan kerjasama antarpihak, manajemen yang bijaksana, dan inovasi untuk meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan distribusi ikan tenggiri di pasar lokal.

### Analisis Margin Penjualan dan Margin Keuntungan

Diketahui bahwa terdapat dua saluran distribusi yang terjadi dalam rantai pasok penjualan ikan tenggiri. Dari hasil analisis peneliti, aktivitas pendukung rantai pasok berpengaruh besar pada nilai margin, aktivitas tersebut diantaranya adalah biaya pengiriman, kotak styrofoam, es batu, upah bongkar muat, dan retribusi pasar.

Maka diketahui pada rantai pasok pertama yaitu Nelayan – TPI – Pedagang Besar – Pedagang Eceran – Konsumen memiliki total margin penjualan sebesar Rp 24.000 dengan nilai margin penjualan terurut dari yang tertinggi pada produsen/ nelayan sebesar Rp 16.000, nilai margin TPI sebesar Rp 4.000, nilai margin pedagang eceran sebesar Rp 2.250, dan nilai margin terendah yaitu pedagang besar sebesar Rp 1.750. Selanjutnya pada rantai pasok pertama ini memiliki total margin keuntungan sebesar Rp 19.900 dengan nilai margin keuntungan dimulai dari yang tertinggi sebesar Rp 14.000 oleh produsen/ nelayan, Rp 3.150 oleh TPI, Rp. 1.750 oleh pedagang eceran, dan terendah oleh pedagang besar sebesar Rp 1.000.

Tabel 5. 1 Margin Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Pertama

Pelaku Rantai Pasok	Margin Penjualan	Margin Keuntungan
Nelayan	Rp 16.000	Rp 14.000
Tempat Pelelangan Ikan (TPI)	Rp 4.000	Rp 3.150
Pedagang Besar	Rp 1.750	Rp 1.000
Pedagang Eceran	Rp 2.250	Rp 1.750
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 24.000</b>	<b>Rp 19.900</b>

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Sedangkan pada rantai pasok kedua yaitu Nelayan – Pedagang Besar – Pedagang Eceran – Konsumen memiliki margin penjualan dan margin keuntungan sebagai berikut:

Tabel 5. 2 Margin Saluran Distribusi Dalam Rantai Pasok Kedua

Pelaku Rantai Pasok	Margin Penjualan	Margin Keuntungan
Nelayan	Rp 14.000	Rp 12.000
Tempat Pelelangan Ikan (TPI)	Rp 4.000	Rp 3.150
Pedagang Besar	Rp 1.750	Rp 1.000
Pedagang Eceran	Rp 2.250	Rp 1.750
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 22.000</b>	<b>Rp 17.900</b>

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Rantai pasok kedua ikan tenggiri memiliki total margin penjualan sebesar Rp 22.000, dengan margin tertinggi pada nelayan (Rp 14.000), disusul TPI (Rp 4.000), pedagang eceran (Rp 2.250), dan pedagang besar (Rp 1.750). Total margin keuntungan mencapai Rp 17.900, dengan nelayan memperoleh keuntungan tertinggi (Rp 12.000), diikuti TPI (Rp 3.150),

pedagang eceran (Rp 1.750), dan pedagang besar (Rp 1.000). Margin penjualan dari nelayan ke TPI adalah Rp 16.000/kg, dengan persentase margin penjualan (Mp%) sebesar 23%, menunjukkan nelayan memperoleh tambahan pendapatan 23% dari harga jual setelah biaya produksi. Margin dari nelayan ke pedagang besar adalah Rp 14.000/kg, dengan Mp% 21%, mencerminkan profitabilitas nelayan. TPI ke pedagang besar menghasilkan margin Rp 4.000/kg dan Mp% 5%, menunjukkan keuntungan TPI. Margin dari pedagang besar ke pedagang eceran sebesar Rp 1.750/kg dan Mp% 2%, menunjukkan keuntungan minimal bagi pedagang besar. Sementara itu, margin dari pedagang eceran ke konsumen adalah Rp 2.250/kg dengan Mp% 3%, menunjukkan profitabilitas pedagang eceran.

Secara keseluruhan, nelayan mendapatkan margin keuntungan tertinggi, diikuti pedagang besar, TPI, pedagang eceran, dan konsumen. Perpindahan margin dari pedagang besar ke pedagang eceran menunjukkan penurunan keuntungan, mencerminkan variasi profitabilitas di setiap level distribusi. Keberhasilan dalam mempertahankan atau meningkatkan margin tergantung pada strategi pemasaran dan efisiensi operasional masing-masing pelaku industri.

### Analisis Fisherman Share

Fisherman share dihitung guna melihat optimalnya penjualan dari ikan tenggiri dengan perbandingan harga jual awal dan akhir. Perhitungan fisherman share dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 5. 3 *Fisherman Share* Penjualan Ikan Tenggiri

<i>Fisherman Share</i>			
Harga jual tingkat produsen/ nelayan	Harga jual untuk konsumen akhir	Nilai	Tingkat Rantai Pasok
A (Rp)	B (Rp)	A/B (%)	
Rp 69.000	Rp 77.000	90%	Pertama
Rp 67.000	Rp 77.000	87%	Kedua

Sumber: Hasil Analisis, 2023

Pada tingkat pertama rantai pasok, nelayan menjual ikan seharga Rp 69.000 dan harga jual konsumen akhir sebesar Rp 77.000, menghasilkan fisherman share sebesar 90%. Di tingkat kedua, harga jual nelayan adalah Rp 67.000 dengan harga konsumen tetap Rp 77.000, menghasilkan fisherman share sebesar 87%. Ini menunjukkan bahwa nilai fisherman share paling optimal terdapat pada tingkat pertama, yaitu 90%. Analisis ini menggambarkan distribusi pendapatan dari penjualan ikan tenggiri kepada nelayan dan pelaku lain dalam saluran distribusi. Fisherman share yang lebih tinggi menunjukkan bahwa nelayan menerima porsi pendapatan yang lebih besar, indikasi positif untuk keberlanjutan dan pemerataan manfaat dalam industri perikanan.

### KESIMPULAN

1. Analisis rantai pasok komoditas ikan tenggiri di Bandar Lampung melibatkan empat tahap distribusi: nelayan, Tempat Pelelangan Ikan (TPI), pedagang besar, dan pedagang eceran. Tahap awal adalah trust building untuk menentukan harga dan kualitas. Rantai pasok pertama melibatkan nelayan, TPI, pedagang besar, pedagang eceran, dan konsumen, dengan sebagian besar hasil tangkapan diarahkan ke TPI. Rantai kedua melibatkan nelayan, pedagang besar, dan pedagang eceran, dengan sebagian hasil langsung dialokasikan ke pedagang besar.

2. Margin terdiri dari margin penjualan dan margin keuntungan. Rantai pasok pertama memiliki margin penjualan total Rp 24.000 dan margin keuntungan Rp 19.900, sementara rantai kedua memiliki margin penjualan Rp 22.000 dan margin keuntungan Rp 17.900, dengan selisih Rp 2.000. Margin tertinggi di rantai pertama adalah nelayan (Rp 16.000), diikuti TPI (Rp 4.000), pedagang eceran (Rp 2.250), dan pedagang besar (Rp 1.750). Di rantai kedua, margin tertinggi juga nelayan (Rp 14.000), diikuti TPI (Rp 4.000), pedagang eceran (Rp 2.250), dan pedagang besar (Rp 1.750). Perpindahan antar tahap distribusi menunjukkan penurunan margin, mencerminkan distribusi nilai ekonomi. Keberhasilan TPI dan pedagang dalam meningkatkan margin tergantung pada pemasaran dan efisiensi operasional.
3. Hasil analisis fisherman share menunjukkan nilai 90% untuk rantai pasok pertama dan 87% untuk yang kedua, menandakan optimasi penjualan lebih tinggi pada rantai pertama. Sebaliknya, nilai margin menunjukkan efisiensi harga lebih baik pada rantai kedua, dengan total margin Rp 22.000 dibandingkan Rp 24.000 pada rantai pertama, karena melibatkan lebih sedikit pelaku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, J. (2022). *Bunga Rampai Manajemen Pemasaran* (Cetakan p). PT. Chiski NiHikari Indonesia.
- Arif, M. (2018). *Supply Chain Management: Konsep dan Pelaksanaan SCM, Fungsi SCM Bagi Perusahaan, Pengembangan dari SCM, Distribusi dalam SCM, Analisis Inventori, Pembelian dalam SCM, Procurement dalam SCM*. : Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Ariffien, A., Dewi, N. K., & Hafiza, L. (2021). Analisis Value Chain Komoditas Ikan Tangkap Pelabuhan Samudra Bungus. *Jurnal Manajemen Logistik Dan Transportasi (ISSN 2442-9341)*, 7(3), 141–148.
- Dharmmesta, Swastha, B., Handoko, & T.Hani. (2019). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*.
- Gischa, S. (2020). *Kapal Perikanan: Pengertian dan Jenis Kapal Penangkap Ikan*. Kompas. [https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/07/060000969/kapal-perikanan-pengertian-dan-jenis-kapal-penangkap-ikan?page=all#google\\_vignette](https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/07/060000969/kapal-perikanan-pengertian-dan-jenis-kapal-penangkap-ikan?page=all#google_vignette)
- Gitosudarmo, & Indriyo. (1999). *Manajemen Pemasaran* (Pertama). BPFE.
- Jhon, A. P. I. J., & Robinson Jr, R. B. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (T. N. P. Sari (ed.)). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (ke 12 Maha). PT. Prenhallindo.
- Mohan, B. (2005). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Jilid I).
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Nafarin, M. (2015). *Penganggaran Perusahaan* (3rd ed.). Salemba Empat Noor.
- Ngabalin, & Maria, A. (2013). *Analisis Value Chain System dan Strategi Pemasaran Rumput Laut di Kabupaten Maluku Tenggara Provinsi Maluku*. IPB Bogor.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*. The Free Press.
- Putradi, C. (2017). *Manajemen Rantai Pasok, dan Contoh Proses*. <https://doi.org/https://mgt-logistik.com/supply-chainadalah/>
- Radhi, F., & Hatiningsih, E. (2019). *Analisis Penerapan Supply Chain Management Studi*

- Kasus Pada Perusahaan Retailer* (6 (1), pp. 33–44). JBTI.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Cetakan Ke). PT. Buku Seru.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. In *Pemasaran* (1st ed.). Andi.  
<https://doi.org/https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=40067>
- Tomek, & Robinson. (1972). *Agricultural Product Prices* (Firs editi). Cornell university press.