

RINGKASAN

RAMADHANI, 2018 Analisis Pemasaran Kerang Tiram Di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa di bawah bimbingan ibu Siti Balqies Indra SP.,MP sebagai pembimbing utama dan ibu Thursina Mahyuddin S,Sos. MSP sebagai pembimbing anggota.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana saluran, besaran biaya, marjin serta efisiensi pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan April Tahun 2018. Metode penelitian ini adalah menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuisioner dan melakukan wawancara.

Ruang lingkup penelitian ini meliputi saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran Kerang Tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa. Populasi dipilih secara random (acak), peneliti langsung mengacak untuk ukuran sampel yang diinginkan. Untuk pengambilan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan metode secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*).

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 macam saluran pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa yaitu:

Saluran pemasaran I dimulai dari Nelayan – Agen Desa – Pedagang Pengecer – Konsumen, sementara untuk saluran pemasaran II dimulai dari Nelayan – Pedagang Pengecer – konsumen. Rata-rata biaya pemasaran Kerang Tiram yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp.4.638,-/Kg, dan saluran pemasaran II sebesar Rp.2.300,-/Kg. Rata-rata jumlah total margin pemasaran yang diterima oleh saluran pemasaran I adalah sebesar Rp.7.824,-/Kg dan untuk saluran II sebesar Rp.6.462,-/Kg. Berdasarkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran kerang tiram di Desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa pada saluran I sebesar 21 % dan nilai efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar 10 %.

Kata Kunci: analisis, deskripsi, pemasaran, nelayan, kerang tiram