

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN ABON IKAN CAKALANG  
UD. TRIKORA MANADO**

**SKRIPSI**

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA  
13021002**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE  
MANADO  
2019**

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN ABON IKAN CAKALANG  
UD. TRIKORA MANADO**

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA  
13021002**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas De La Salle Manado

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE  
MANADO  
2019**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN ABON IKAN CAKALANG**

**UD. TRIKORA MANADO**

Disusun oleh:

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA  
13021002**

Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima oleh Komisi Pembimbing

Ketua

**Dr. Ir. Charles Ngangi., M.S**

Anggota

**Elia A. Manuhutu, STP., M.Si**

Manado, 8 Juli 2019

Fakultas Pertanian

Program Studi Agribisnis

Universitas Katolik De La Salle Manado

Dekan

Ketua Program Studi

**Dino Rahardiyanto, STP., M.Sc**

**Mario V. Poluakan, M.Sc**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN ABON IKAN CAKALANG**

**UD. TRIKORA MANADO**

Anastasya Ailin Mamarodia

13021002

Telah diuji dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif di hadapan Komisi Ujian Akhir pada tanggal 10 Juni 2019

Komisi Ujian Akhir,

Pembimbing

Penguji

**Dr. Ir. Charles Ngangi., M.S**

**Mario V. Poluakan, M.Sc**

**Elia A. Manuhutu, STP., M.Si**

Skripsi ini telah diterima sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada tanggal 10 Juni 2019

Fakultas Pertanian,

Ketua Program Studi

Dekan

**Mario V. Poluakan, M.Sc**

**Dino Rahardiyana, STP., M.Sc**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN ABON IKAN CAKALANG**

**UD. TRIKORA MANADO**

Disusun oleh:

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA  
13021002**

Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima oleh Komisi Pembimbing

Ketua



**Dr. Ir. Charles Ngangi, M.S**

Anggota



**Elia A. Manuhutu, STP., M.Si**

Manado, 8 Juli 2019

Program Studi Agribisnis

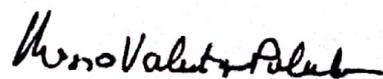
Fakultas Pertanian

Universitas Katolik De La Salle Manado



**Dina Riana Divan, STP., M.Sc**

Ketua Program Studi



**Mario V. Poluakan, M.Sc**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Margin Pemasaran Abon Ikan Cakalang UD. Trikora Manado”.

Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan Mata Kuliah Skripsi sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Katolik De La Salle Manado. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pemilik usaha yang akan menjadi tempat penelitian.

Patut disadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Johanis Ohoitumur, MSC sebagai Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado.
2. Dino Rahardiyana, S.T.P., M.Sc selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Katolik De La Salle Manado.
3. Mario V. Poluakan, M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Katolik De La Salle Manado dan sekaligus sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan bantuan serta saran yang sangat membantu penulis dalam memperbaiki kesalahan dalam penelitian ini.
4. Dr. Ir. Charles Ngangi., M.S selaku Ketua Komisi Pembimbing yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan memberikan motivasi, menyemangati serta refrensi mulai dari penelitian sampai selesai penelitian ini.
5. Elia A. Manuhutu, S.T.P., M.Si sebagai Anggota Komisi Pembimbing yang telah sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini serta selalu memberikan motivasi dan masukan kepada penulis.
6. Ir. Maya Magdalena Ludong, M.Si dan Yulinda Maria Lengkey, S.E selaku pimpinan UD. Trikora serta para karyawan UD. Trikora, terima kasih karena telah membantu penulis selama penulis melakukan penelitian di tempat penelitian.

7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Pertanian Universitas Katolik De La Salle Manado yang telah mau membantu penulis dalam memberikan dukungan dan arahan bagi penulis.
8. Keluarga besar penulis terlebih khusus untuk Mama, Papa, Ma Ola dan Gabby, yang selalu setia mendoakan dan memberikan dukungan baik materi maupun non materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan hasil penelitian ini dan maaf telah membuat kalian menunggu terlalu lama.
9. Sahabat-sahabat penulis, *Byuntae* (Ray, Egi, Edys, Bels, Lee dan Nenchan) *thank you so much girls*, terima kasih selalu membantu, menemani serta menyemangati sampai saat ini. *I Love You*.
10. Teman-teman kuliah secara khusus Agribisnis 2013 (Arfi, Vero, Sela, Nancy, Echa, Yuppy, Tika, Andre, Iin, Bram, Riccy, Nata, Motto, Ka Agil) terima kasih atas doa-doa serta bantuan kalian selama ini.

Apabila ada kesalahan atau kekeliruan dalam penulisan Hasil Penelitian ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan dari semua pihak. Akhirnya, penulis mengucapkan selamat membaca.

Manado, 8 Juli 2019

Penulis

## **ABSTRAK**

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA, Analisis Margin Pemasaran Abon Ikan Cakalang UD. Trikora Manado. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Katolik De La Salle Manado. Penelitian ini dibimbing oleh Charles Ngangi sebagai Ketua dan Elia A. Manuhutu sebagai Anggota.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis margin pemasaran serta saluran pemasaran pada UD. Trikora Manado serta untuk mengetahui keuntungan yang didapatkan dalam setiap saluran pemasaran yang ada. Adapun masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana margin pemasaran abon ikan cakalang UD. Trikora. Metode penelitian yang digunakan adalah metode margin pemasaran dengan memperhitungkan harga ditingkat produsen dan di tingkat konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran abon ikan cakalang UD. Trikora Manado, yaitu: Saluran pemasaran I: Produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir, dan saluran pemasaran II: Produsen ke agen kemudian ke pedagang pengecer dan selanjutnya ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang lebih menguntungkan bagi produsen adalah saluran pemasaran I karena permintaan abon ikan cakalang pada saluran pemasaran I sangat tinggi dibandingkan saluran pemasaran II, sehingga total keuntungan yang didapatkan oleh produsen lebih besar walaupun harga jual yang sangat rendah untuk saluran pemasaran I.

*Kata Kunci: Abon Ikan Cakalang, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Share Harga, UD. Trikora.*

## ABSTRACT

**ANASTASYA AILIN MAMARODIA, A Marketing Margin Analysis of UD. Trikora Manado's Jackfish Floss. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, De La Salle University of Manado. This research was guided by Charles Ngangi as Chairman and Elia A. Manuhutu as Member.**

This study aimed to analyze marketing margins and marketing channels at UD. Trikora Manado also to find out the benefits obtained in every marketing channel that exists. The problem in this study is how the marketing margins of UD. Trikora's jackfish floss. The research method used is the marketing margin method by calculating prices at the producer level and the consumer level. Based on the research, there were two marketing channels of UD. Trikora Manado's jackfish floss, Channel 1: The producer to the retailers and then to the final consumer, and Channel 2: The producer to the agent then to the retailer and then to the final consumer. The marketing channel that is more profitable for producer is Channel 1 because demand for jackfish floss in Channel 1 is very high compared to Channel 2, so the total profit obtained by producer is higher even though the selling price is very low for Channel 1.

*Keywords: Jackfish Floss, Marketing Channel, Marketing Margin, Share Price UD. Trikora.*

## RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Ujung Pandang pada tanggal 31 Juli 1995, putri pertama dari dua bersaudara, orang tua penulis Ayah Vencentius Mamarodia dan Ibu Sjenny Mangundap.

Pendidikan pertama di Taman Kanak-Kanak Sta. Theresia Tomohon, pada tahun 2000. Pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah Dasar Katolik 02 Sta. Theresia Manado dari tahun 2001 sampai tahun 2007. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Sekolah Menengah Pertama Pax Christi Manado dari tahun 2007 sampai tahun 2010. Pendidikan Sekolah Menengah Atas di Sekolah Menengah Atas Rex Mundi Manado dari tahun 2010 sampai tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 pada tahun 2013 ke Universitas Katolik De La Salle Manado, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis dan telah menyelesaikan perkuliahan pada tanggal 10 Juni 2019. Selama berkuliah di Universitas Katolik De La Salle Manado penulis pernah menjabat sebagai anggota organisasi kemahasiswaan Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Pertanian periode 2016 sampai 2017 dan pernah ikut serta dalam Market Place pada tahun 2015.

## DAFTAR ISI

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | i   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....      | iii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....    | v   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | vi  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> ..... | vii |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....     | 1 |
| 1.1 Rumusan Masalah .....    | 3 |
| 1.2 Tujuan Penelitian .....  | 3 |
| 1.3 Manfaat Penelitian ..... | 3 |

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Pemasaran .....                       | 4  |
| 2.1.1 Konsep Pemasaran .....              | 4  |
| 2.2 Saluran Pemasaran .....               | 6  |
| 2.2.1 Jenis-jenis Saluran Pemasaran ..... | 6  |
| 2.2.2 Fungsi Saluran Pemasaran .....      | 8  |
| 2.3 Margin Pemasaran .....                | 10 |
| 2.4 Studi Empiris .....                   | 11 |

### **BAB III METODA PENELITIAN**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian ..... | 12 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data .....     | 12 |
| 3.3 Prosedur Penelitian .....         | 12 |
| 3.4 Variabel Penelitian .....         | 13 |
| 3.5 Analisis Data .....               | 13 |

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan ..... | 16 |
|------------------------------------|----|

|     |                                  |    |
|-----|----------------------------------|----|
| 4.2 | Saluran Pemasaran .....          | 17 |
| 4.3 | Biaya Pemasaran .....            | 19 |
| 4.4 | <i>Share</i> Harga .....         | 20 |
|     | 4.4.1 Saluran Pemasaran I .....  | 20 |
|     | 4.4.2 Saluran Pemasaran II ..... | 21 |
| 4.5 | Margin Pemasaran .....           | 22 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|     |                  |    |
|-----|------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan ..... | 24 |
| 5.2 | Saran .....      | 24 |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 25 |
|-----------------------------|----|

|                       |    |
|-----------------------|----|
| <b>LAMPIRAN</b> ..... | 27 |
|-----------------------|----|

**DAFTAR GAMBAR**

| <b>No.</b> | <b>Nama</b>                                   | <b>Hal</b> |
|------------|---|------------|
| 1.         | Peranan Pemasaran dalam Kegiatan Bisnis ..... | 4          |
| 2.         | Struktur Organisasi Perusahaan .....          | 17         |
| 3.         | Saluran Pemasaran I .....                     | 17         |
| 4.         | Saluran Pemasaran II .....                    | 18         |

**DAFTAR TABEL**

| <b>No.</b> | <b>Nama</b>  | <b>Hal</b> |
|------------|--|------------|
| 1.         | Produksi Hasil Tangkap Ikan Cakalang.....  | 1          |
| 2.         | Studi Empiris .....  | 11         |
| 3.         | Perincian Margin Pemasaran.....  | 15         |
| 4.         | Biaya Pemasaran yang dikeluarkan Pedagang Pengantara<br>pada berbagai Saluran Pemasaran.....             | 19         |
| 5.         | <i>Share</i> Harga Abon Ikan Cakalang Saluran I.....   | 20         |
| 6.         | <i>Share</i> Harga Abon Ikan Cakalang Saluran II.....  | 21         |
| 7.         | Margin Pemasaran Pedagang Pengumpul pada Berbagai<br>Saluran Pemasaran Abon Ikan Cakalang per Botol..... | 22         |

**DAFTAR LAMPIRAN**

| <b>No.</b> | <b>Nama</b>   | <b>Hal</b> |
|------------|---|------------|
| 1.         | Kuisisioner Penelitian.....                             | 27         |
| 2.         | Penyusutan Alat selama 3 bulan.....                     | 29         |
| 3.         | Hasil Produksi Abon selama 3 Bulan.....                 | 30         |
| 4.         | Penggunaan Bahan Baku Ikan Cakalang selama 3 Bulan..... | 31         |
| 5.         | Hasil Pengemasan Abon selama 3 Bulan.....               | 32         |
| 6.         | Biaya Pembelian Ikan Cakalang selama 3 Bulan.....       | 33         |
| 7.         | Biaya Pembelian Bumbu dan Gas selama 3 Bulan.....       | 34         |
| 8.         | Biaya Pembelian Botol Kemasan selama 3 Bulan.....       | 35         |
| 9.         | Biaya Labeling selama 3 Bulan.....                      | 36         |
| 10.        | Upah Tenaga Kerja selama 3 Bulan.....                   | 37         |
| 11.        | Biaya Variabel selama 3 Bulan.....                      | 38         |
| 12.        | Biaya Tetap selama 3 Bulan.....                         | 38         |
| 13.        | Total Biaya selama 3 Bulan.....                         | 39         |
| 14.        | Saluran Pemasaran I.....                                | 40         |
| 15.        | Saluran Pemasaran II.....                               | 41         |
| 16.        | Dokumentasi.....  | 42         |
| 17.        | Riwayat Hidup.....                                      | 45         |