

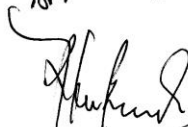
PERSETUJUAN PEMBIMBING  
SKRIPSI

ANALISIS PEMASARAN IKAN LAYANG  
DI KECAMATAN KABILA BONE KABUPATEN  
BONE BOLANGO

YUSUF RADJAK  
614415116

Disetujui  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si

NIP: 196207061994032001

Pembimbing II



Yuriko Boekoesoe, S.P., M.Si

NIP: 197103262003122001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Agribisnis



Amelia Murtisari, S.P., M.Sc

NIP: 198607282010122007


**PENGESAHAN SKRIPSI**  
**ANALISIS PEMASARAN IKAN LAYANG**  
**DI KECAMATAN KABILA BONE**  
**KABUPATEN BONE BOLANGO**

**OLEH**


**YUSUF RADJAK**  
**614 415 116**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Komisi Pembimbing

**Pembimbing I**

  
**Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si**  
**NIP. 196207061994032001**

**Pembimbing II**

  
**Yuriko Boekoesoe, SP, M.Si**  
**NIP. 197103262003122001**

**Mengetahui,**

**Dekan**  
**Fakultas Pertanian**

  
**Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si**  
**NIP. 197204252001121003**

**Ketua**  
**Jurusan Agribisnis**

  
**Amelia Murtisari, SP, M.Sc**  
**NIP. 19860728201010122007**

**Tanggal Ujian : 15 Juli 2019**

**Tanggal Lulus : 15 Juli 2019**

## ABSTRAK

**Yusuf Radjak. 2019.** *Analisis Pemasaran Ikan Layang di Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango.* Skripsi Program Studi S1 Agribisnis, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Asda Rauf (Pembimbing I ) dan Yuriko Boekoesoe (Pembimbing II)

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi pemasaran terhadap ikan layang di Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. (2) menghitung margin pemasaran pengecer dan pengumpul ikan layang yang berada di Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada responden atau nelayan yang memenuhi kriteria pengambilan sampel. Adapun tehnik analisis data menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Saluran Pemasaran ikan layang dapat dilakukan dengan 2 cara yakni pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Kedua jenis saluran pemasaran memiliki nilai positif dan negative, dimana pemasaran tidak langsung lebih dipilih karena nelayan lebih tersita waktunya untuk kegiatan penangkapan. (2) Margin Pemasaran yang diterima oleh pedagang pengecer/pengumpul dengan Konsumen akhir sebesar 32,17 %.

**Kata Kunci:** *Margin Pemasaran Nelayan, Ikan Layang*

## ABSTRACT

**Radjak, Yusuf. 2019.** *Marketing Analysis of Fish Float in Kabila Bone Sub-district, Bone Bolango Regency.* Undergraduate Thesis. Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Negeri Gorontalo. Principal Supervisor: Asda Rauf. Co-supervisor: Yuriko Boekoesoe

The objectives of this study are (1) to identify the marketing of fish float in Kabila Bone Sub-district, Bone Bolango Regency; (2) to calculate the marketing margin of retailers and fish float collectors in the aforementioned area. The data in this study used primary data obtained from the distribution of questionnaires to respondents or fishermen who met the sampling criteria. The data analysis technique employed descriptive analysis.

The results indicate that (1) the fish float marketing channel can be done in two ways, i.e. direct marketing and indirect marketing. Both types of marketing channels have positive and negative values. Indirect marketing is preferred as the fishing because more time-consuming. (2) Marketing Margin received by retailers/collectors with end consumers is 32.17%.

**Keywords:** *Fisherman Marketing Margin, Fish Float*

