

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN TUNA DI DESA PELEHU
KECAMATAN BILATO KABUPATEN GORONTALO**

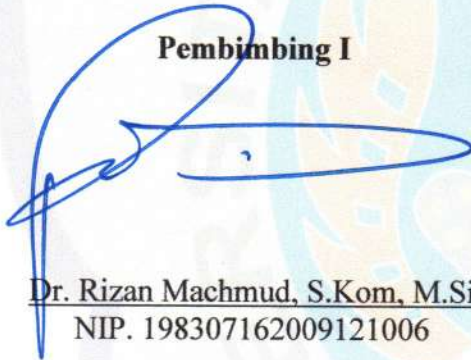
SKRIPSI

Oleh : Ita Purnamasari

931417149


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

Pembimbing II



Zulfia Abdussamad, S.E., M.Si
NIP. 197909252005012001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN TUNA DI DESA PELEHU
KECAMATAN BILATO KABUPATEN GORONTALO**

SKRIPSI

Oleh:

**ITA PURNAMASARI
NIM : 931417149**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

**Hari/Tanggal : Senin, 13 September 2021
Waktu : 13.00 s/d selesai**

Penguji:

**1. Dr. ABD RAHMAN PAKAYA, M.Si
NIP.195812201986031001**

1.

**2. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002**

2.

**3. Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si
NIP.198307162009121006**

3.

**4. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001**

4.

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo**



**Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
NIP. 197207252006041002**

ABSTRAK

Ita Purnamasari. NIM. 931 417 149. Analisis Margin Pemasaran Ikan Tuna di Desa Pelehu Kecamatan Bilato Kabupaten Gorontalo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si dan Ibu Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mengkaji dan mengetahui mengenai berapa besar margin pemasaran ikan tuna yang ada di Desa Pelehu Kecamatan Bilato Kabupaten Gorontalo. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 14 orang diantaranya, Nelayan 10 orang, Pedagang pengumpul 1 orang dan Pedagang pengecer 3 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi, wawancara dan dokumentasi sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Analisis data dengan menggunakan Rumus Margin Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang relative paling efisien dari saluran I, II dan III adalah saluran pemasaran I, namun saluran II dan III juga merupakan saluran pemasaran yang tergolong efisien karena pada saluran pemasaran II memiliki persen margin / nilai margin rendah yaitu sebesar Rp. 0,29% dibandingkan dengan farmer's share yaitu 0,71% jdi $FS > MP$. Sedangkan untuk nilai margin dari saluran pemasaran III lebih besar yaitu 0,89% dibandingkan dengan farmer's share yang lebih tinggi yaitu sebesar 1,11% jdi $FS > MP$.

Kata Kunci: Margin Pemasaran.

ABSTRACT

Ita Purnamasari. Student ID Number. 931 417 149. Marketing Margin Analysis of Tuna Fish in Pelehu Village, Bilato Subdistrict, Gorontalo District. Undergraduate Thesis, Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si, and the co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE., M.Si.

The research aims at analysing, examining, and determining to what extent the marketing margin of tuna fish in Pelehu Village, Bilato Subdistrict, Gorontalo District. The research samples are 14 people, including ten fishermen, a collector-trader, and three retailers. The data collection technique is done through observation, interview, and documentation; thus, this research's data are primary and secondary. At the same time, data analysis employs the Marketing Margin Formula.

The finding denotes that the most efficient marketing channel out of channels I, II, and III is the channel I. Still, channels II and III are also efficient marketing channel because marketing channel II has a low margin percentage/margin value of 0.29 % compared to the farmer's share of 0.71%. In other words, the farmer's share is higher than the marketing channel (FS > MC). On the other hand, marketing channel III has a high margin value of 0.89% which is lower than the high value of the farmer's share of 1.11%. Thus, the farmer's share is higher than the marketing channel (FS > MC).

Keywords: Marketing Margin.

