

ANALISIS DISTRIBUSI PEMASARAN IKAN CAKALANG ASAP DI KELURAHAN GIRIAN ATAS KECAMATAN GIRIAN KOTA BITUNG PROVINSI SULAWESI UTARA

Reka D. Onu¹; Lexy K. Rarung²; Olie V. Kotambunan²

¹) Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi, Manado.

²) Staff Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Koresponden email: rekaonu13@gmail.com

Abstract

Distribution is a delivery of goods or services from producers to consumers and users, when and where the goods or services are required. The distribution process of creating the time, place and transfer of property rights (priest Vitasari 2010).

The purpose of this study was to mengetahui marketing channel efficiency skipjack smoked in District Girian Bitung North Sulawesi and to calculate and explain the amount of margin on each product chain skipjack.

The method used in this study is a survey method, data collected consist of primary data and secondary data. The population in this study were all smoked tuna producers, retailers and consumers of smoked tuna that are Girian Upper Bitung. The sample that is by purposive sampling was continued to snowball sampling. So, purposive sampling in this study means that sample as a data source with a certain consideration, namely the criteria attached to the sample that is the criteria as manufacturers, retailers and consumers.

The survey results revealed that in Sub Girian Over 40 businesses are smoked tuna, Every business has its own marketing channels but there are only two kinds of smoked tuna fish marketing channels in the village of Upper Girian. First of producers directly to consumers both from producers through retailers in traditional markets and then to the final consumer. As for the most good that I channel because it has a margin equal to zero, because manufacturers directly to consumers so received by producers similar to those paid by consumers. The channel II manufacturers sell to retailers with a size of 500 grams 35,000 / flops and sizes of 900 grams of Rp 70.000/flops while retailers sell back to the end consumer with a size of 500 grams Rp. 50,000 / flops and Rp. 80,000/flops From both marketing channels that exist in the village of Upper best Girian marketing is channel 1, for manufacturers to market directly to the consumer so that the margin is equal to zero, Although retailers set higher selling prices compared with prices at the producer level.

Keywords: *smoke fish, marketing, wholesaler, consumer*

Abstrak

Distribusi merupakan suatu penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut menciptakan waktu, tempat, dan pengalihan hak milik (Vitasari imam 2010).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran ikan cakalang asap di Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara dan untuk menghitung dan menjelaskan besaran margin pada setiap rantai produk ikan cakalang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah semua produsen ikan cakalang asap, pedagang pengecer dan konsumen cakalang asap yang berada di Kelurahan Girian Atas Kota Bitung . Pengambilan sample yaitu dengan cara *purpossive sampling* dilanjutkan ke *snowball sampling*. Jadi, *purpossive sampling* dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu yaitu kriteria-kriteria yang melekat pada sampel tersebut yaitu kriteria sebagai produsen, pedagang pengecer dan sebagai konsumen.

Hasil penelitian diketahui bahwa di Kelurahan Girian Atas terdapat 40 tempat usaha ikan cakalang asap , Setiap usaha mempunyai saluran pemasaran sendiri-sendiri tetapi hanya ada dua macam saluran pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas. Pertama dari produsen langsung ke konsumen kedua dari produsen melalui pedagang pengecer di pasar tradisional kemudian ke konsumen akhir. Adapun yang paling bagus yaitu saluran I karena mempunyai margin sama dengan nol, sebab produsen menjual langsung kepada konsumen sehingga yang diterima produsen sama dengan yang dibayarkan oleh konsumen. Adapun saluran II produsen menjual ke pedagang pengecer dengan ukuran 500 gram Rp.35.000/jepit dan ukuran 900 gram Rp 70.000/jepit sedangkan pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir dengan ukuran 500 gram Rp. Rp.50.000/jepit dan Rp. 80.000/jepit Dari kedua saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Girian Atas yang terbaik pemasarannya yaitu saluran 1, karena produsen memasarkannya langsung ke konsumen sehingga marginnya sama dengan nol, Walaupun pedagang pengecer menetapkan harga jual yang lebih tinggi di bandingkan dengan harga di tingkat produsen.

Kata kunci: ikan asap, pemasaran, pengecer, konsumen

PENDAHULUAN

Perikanan merupakan kegiatan yang terorganisir yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya ikan serta lingkungannya, mulai dari produksi, pengolahan, sampai dengan distribusi/pemasaran yang dilaksanakan dalam satu bisnis perikanan. Hasil perikanan merupakan komoditi yang cepat mengalami kemunduran mutu atau mengalami pembusukan, karena ikan mempunyai kandungan protein (18-30%) dan air yang cukup tinggi (70-80%) sehingga merupakan media yang baik bagi perkembangan bakteri pembusuk terutama dalam keadaan segar, sehingga ikan perlu diawetkan (Moeljanto, 1992).

Ada berbagai macam jenis pengawetan ikan, antara lain dengan cara: penggaraman, pengeringan, pemindangan, pengasapan, peragian, pengalengan, dan pendinginan ikan (Norman 1998 dalam Karyadi, dkk, 2010). Usaha pengolahan produk hasil perikanan dapat dilakukan secara modern ataupun secara tradisional tanpa teknologi dan peralatan yang maju. Umumnya usaha pengasapan ikan masih dilakukan secara tradisional atau dilakukan dalam taraf industri rumah tangga yang berskala kecil berdasarkan kekuatan modal, peralatan dan teknologi yang masih sederhana, serta jumlah tenaga kerja yang terbatas (Permatasari, 2001).

Ikan cakalang merupakan ikan yang bernilai ekonomis tinggi, dikatakan demikian karena ikan ini banyak digunakan sebagai bahan baku untuk berbagai jenis industri pengolahan seperti cakalang asap, ikan kayu, ikan kaleng, abon cakalang dan masih banyak lagi. Ikan cakalang juga tercatat

sebagai komoditas ekspor baik dalam bentuk segar, beku maupun olahan.

Pengasapan ikan merupakan penggabungan dari proses penggaraman, pengeringan, dan pemberian asap. Pengasapan memiliki beberapa keuntungan yaitu memberikan efek pengawetan, mempengaruhi citarasa, memanfaatkan hasil tangkap yang berlebih ketika hasil tangkapan berlimpah hal ini memungkinkan ikan untuk disimpan lebih lama, dan meningkatkan ketersediaan protein bagi masyarakat sepanjang tahun. Ikan asap menjadi awet karena adanya pengurangan kadar air akibat dari proses pemanasan dan adanya senyawa-senyawa kimia di dalam asap seperti golongan fenol yang dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan berperan sebagai antioksidan, pengasapan juga memberikan warna, tekstur dan flavor yang khas (Daulay, 2014).

Kota Bitung merupakan salah satu kawasan pengembangan perikanan di Provinsi Sulawesi Utara khususnya di Kecamatan Grian Kota Bitung merupakan salah satu kawasan pengembangan perikanan di Provinsi Sulawesi Utara berusaha di bidang pengolahan ikan asap atau yang dalam bahasa lokalnya disebut ikan cakalang asap.

Distribusi adalah suatu penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut menciptakan waktu, tempat dan pengalihan hak milik (Nitisemito, 1984).

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemasaran ikan cakalang asap
2. Berapa besaran margin pada setiap rantai nilai produk ikan cakalang "fufu" baik dalam nominal maupun persentase

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui efisiensi saluran pemasaran ikan cakalang asap di Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara.
2. Menghitung dan menjelaskan besaran margin pada setiap rantai produk ikan cakalang

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado.
2. Diharapkan hasil penelitian ini sebagai informasi untuk produsen agar dapat pengetahuan dalam peluang agrobisnis .
3. Sebagai bahan masukan bagi pembuat kebijakan distribusi pemasaran ikan cakalang asap.
4. Sebagai bahan informasi dan pustaka serta acuan dalam melakukan penelitian pada tempat yang sama di lain waktu.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Dasar

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Metode survei adalah suatu praktek yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyidik, dan menafsirkan data secara umum sebagai apa adanya yang tersedia di lapangan (Mantjoro, 1981).

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua produsen ikan dan pedagang pengecer dan konsumen cakalang asap yang berada di Kelurahan Girian Atas Kota Bitung. Pengambilan sample yaitu dengan cara *purposive sampling* dilanjutkan ke *snowball sampling*. Jadi, *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu yaitu kriteria-kriteria yang melekat pada sampel tersebut yaitu kriteria sebagai produsen, pedagang pengecer dan sebagai konsumen.

Setelah diperoleh sampel yang memenuhi persyaratan tersebut dilanjutkan dengan cara *snowball sampling* yaitu pengambilan sampel sebagai sumber data, yang pada awal jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan untuk responden pedagang pengecer dan konsumen; karena dari jumlah sumber data yang dirasa belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka saya mencari orang lain lagi yang akan dijadikan sumber data sampai jawaban mereka sudah sering sama atau jawaban sudah pada titik jenuh.

Selanjutnya, dalam penelitian ini, dapatlah dijelaskan bahwa untuk memperoleh jumlah sampel sebagai produsen dipergunakan teori Gay yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang dapat diterima yaitu untuk populasi yang jumlahnya relatif kecil, minimal sampel yang diambil adalah sebesar 10% dari

jumlah populasi (Umar, 2000). Jumlah responden sebagai produsen adalah 10% dari populasi (40), artinya hanya 4 responden. Selanjutnya untuk pedagang pengecer dan konsumen, saya sudah mewawancarai masing-masing sebanyak 15 responden untuk mendapatkan hasil yang optimal sesuai tujuan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung terhadap obyek yang menjadi tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan secara langsung dengan produsen dan pedagang ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara berdasarkan survei, observasi dan pengisian kuesioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan maupun literatur yang berhubungan yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah untuk memberikan gambaran serta keterangan dengan menggunakan kalimat penulis sendiri secara sistematis sesuai dengan data yang diperoleh dan dikaitkan dengan aspek-aspek teoritis. Analisis deskriptif kuantitatif adalah suatu analisis dengan menggunakan perhitungan seperti penjumlahan rata-rata dan pembagian serta persentase.

$$MP=Pr-Pf$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat pengolah

Saluran Distribusi Pemasaran Ikan Cakalang Asap

Tempat Pemasaran

Pada umumnya hasil produksi cakalang asap dijual di pasar-pasar tradisional seperti Pasar Bersehati, Pasar Karombasan, dan di samping lampu merah Sario. Namun demikian ikan cakalang asap bisa juga diperoleh di supermarket seperti Golden Swalayan, Freshmart Swalayan, Multimart Swalayan dan Kawanua yaitu tempat penjualan oleh-oleh khas dari Manado dan masih banyak lagi tempat yang dapat ditemui untuk memperoleh cakalang di pasar-pasar tradisional lainnya, walaupun mungkin bukan hasil produksi dari Kecamatan Girian. Dari hasil penelitian, produksi ikan cakalang asap di Kecamatan Girian Atas sebagian dijual di Pasar Bersehati, Karombasan dan di samping lampu merah Sario.

Sarana dan Prasarana

Sarana yang dipakai dalam pemasaran ikan cakalang asap yaitu Mobil pick up yang digunakan sebagai angkutan atau alat transportasi dengan prasarana jalan. Sarana dan prasarana ini sangat menunjang dalam kegiatan pemasaran ikan cakalang asap. Sarana transportasi ini sangat bermanfaat dalam pendistribusian hasil produksi ke konsumen.

Distribusi Pemasaran

Pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas dilakukan dengan membagi banyaknya produk olahan kepada pedagang pengecer dan

ada juga langsung dijual oleh pemilik usaha ke konsumen akhir melalui pendistribusian produknya di pasar-pasar tradisional. Dari pasar tradisional produsen menjual langsung ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian produsen pengolah ikan cakalang asap yang ada di Kecamatan Girian dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Produsen —————> Konsumen

Rantai pemasaran 1 merupakan rantai pemasaran pendek. Produsen yaitu pemilik usaha ikan cakalang asap langsung menjual produknya kepada konsumen. Penjualannya berbeda-beda untuk yang sekali produksi langsung menjualnya kepada konsumen.

Pada saluran ini ditemukan bahwa saluran ini hanya memiliki satu saluran pemasaran yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Harga dari produsen ke konsumen berbeda-beda sesuai dengan ukuran, ukuran 500 gram Rp. 35.000/jepit ukuran 900 gram Rp. 70.000/jepit, jadi yang diterima produsen sama dengan yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan transportasi pemasaran ditanggung oleh produsen.

2. Produsen=>Pedagang=>Pengecer
Konsumen

Rantai pemasaran 2 merupakan rantai pemasaran sederhana. Produsen menjual produknya kepada pedagang pengecer, sebanyak yang dibutuhkan kemudian pedagang pengecer menjualnya di tempat penjualan ikan cakalang asap dan pasar-pasar tradisional.

Pada saluran di atas ditemukan bahwa saluran ini hanya mempunyai dua saluran pemasaran yaitu dari produsen langsung ke konsumen dan

produsen ke pedagang pengecer langsung ke konsumen akhir.

Harga Ikan Cakalang Asap

Harga ikan cakalang asap bergantung pada biaya. Adapun biaya yang diperlukan yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Namun pada penelitian saya ini, tidak menghitung secara rinci biaya-biaya tersebut, tapi hanya berdasarkan harga yang ditentukan (dijawab) oleh produsen atau pedagang pengecer itu sendiri pada saat wawancara dilaksanakan.

Tingkat harga ikan cakalang asap berbeda-beda, Harga di tingkat produsen dengan rata-rata Rp. 35.000/jepit ukuran 500 gram, Rp. 70.000/jepit ukuran 900 gram sedangkan pada pedagang pengecer lainnya dijual dengan harga Rp. 50.000/jepit ukuran 500 gram dan Rp.80.000/jepit ukuran 900 gram. Untuk lebih jelas tingkat harga ikan cakalang dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel. Harga Ikan Cakalang Asap

Tingkatan	Ukuran (gram)	Harga (Jepit)
Produsen	500 gram	Rp. 35.000
	900 gram	Rp. 70.000
Pedagang Pengecer	500 gram	Rp. 50.000
	900 gram	Rp.80.000

Sumber : Data Primer (2017)

Ketersediaan Bahan Baku

Ikan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam ketersediaan bahan baku baik dari tingkat kualitas, kesegaran, dan tekstur dari ikan tersebut. Karena sifat ikan adalah mudah rusak jika ditahan lebih lama, maka pemilik usaha ikan cakalang asap lebih teliti dalam memilih kualitas ikan yang akan diproduksi.

Ketersediaan bahan baku diperoleh dari perusahaan dan tempat pelelangan ikan. Ketersediaan bahan

baku ini sudah menjadi langganan setiap pemilik usaha baik di perusahaan maupun tempat pelelangan ikan. Ketersediaan bahan baku ini merupakan kunci dalam mencapai hasil yang diharapkan. Sampai saat ini kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha ikan cakalang asap yaitu cukup sulit mendapatkan bahan baku ikan cakalang tersedia secara terus-menerus. Hal ini disebabkan dengan adanya kebijakan Kementerian Perikanan dan Kelautan yang dituangkan dalam peraturan menteri No 56 tahun 2014 tentang moratorium yaitu kebijakan penghentian sementara perizinan usaha perikanan

tangkap dan *transshipment* (alih Muatan) yaitu pemindahan ikan hasil tangkapan dari kapal penangkap ikan ke kapal pengangkut ikan.

Kendala ini membuat pemilik usaha sulit memproduksi ikan cakalang asap, namun seiring dengan adanya kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang menjadi langganan pemasok ikan, maka proses produksi sudah berjalan seperti biasanya. Adapun penyediaan bahan baku berdasarkan produksinya dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel. Penyediaan Bahan Baku Berdasarkan Produksi.

Jumlah responden	Ketersediaan Bahan Baku Ikan (Kg)	Harga Pembelian Bahan Baku	Jumlah Ikan yang di proses (Ekor)	Ukuran	Jumlah Produksi (Jepit)
6	200	Rp.4.600.000	1200	2kg-5kg	2400
4	500	Rp.11.500.000	3000	2kg-5kg	6000

Sumber : Data Primer, 2017

Margin Pemasaran

Margin adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (Hanafiah dan Saefuddin, 1986). Dengan kata lain margin pemasaran merupakan selisih antara harga di tingkat konsumen (Pr) dengan harga di tingkat produsen (Pf), dengan perhitungan sederhana sebagai berikut (Tubagus, 2011).

$$Mp=Pr-Pf$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen/nelayan

Untuk lebih jelas margin pemasaran ikan cakalang asap dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel. Margin Pemasaran

No	Ukuran (gram)	Harga di tingkat Produsen	Harga di tingkat Pedagang Pengecer	Margin	Persentase Margin	
					Diterima Produsen	Dibayar konsumen
1.	500 gram	Rp. 35.000	Rp. 50.000	Rp.15.000	42,8 %	30 %
2.	900 gram	Rp. 70.000	Rp. 80.000	Rp.10.000	14,2 %	12,5 %

Sumber : Data Primer, 2017

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel di atas, dapat dilihat bahwa margin atau selisih harga dari ikan cakalang asap dengan 500 gram di tingkat produsen dan pedagang pengecer yaitu

Rp. 15.000 dengan persentase yang diterima produsen yaitu 42,8 % dan yang diterima konsumen yaitu 30 %, ukuran 900 gram di tingkat produsen dan pedagang pengecer yaitu Rp. 10.000,

dengan persentase yang diterima produsen yaitu 14,2% dan yang diterima konsumen yaitu 12,5%. Diambil rata dengan ukuran 500 gram maka dihitung dalam keseluruhan margin pemasarannya yaitu:

Tingkat Produsen : $35.000 \times 2400 \text{ jepit} \times 12 = \text{Rp. } 1.008.000.000$

Tingkat Konsumen : $50.000 \times 2400/\text{jepit} \times 12 = \text{Rp. } 1.440.000.000$

Selisih harga : $1.440.000.000 - 1.008.000.000 = \text{Rp. } 432.000.000$

Jadi selisih harga yang diterima oleh produsen dengan hasil produksi 2400/jepit dan harga yang dibayar oleh konsumen dengan hasil produksi 2400/jepit dalam 12 kali produksi/ bulan maka dihasilkan biaya margin yaitu Rp. 432.000.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan

1. Usaha ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas masih dalam tahap " *home industry* " atau industri rumah tangga. Sistem manajemen yang digunakan masih tergolong sederhana di mana usaha tersebut dipimpin langsung oleh pemilik usaha, yang juga merencanakan segala kegiatan dalam usaha tersebut dan dibantu oleh 3 samapi 5 orang tenaga kerja
2. Saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Girian Atas hanya ada dua saluran pemasaran yaitu yang pertama dari produsen langsung ke konsumen akhir. Saluran kedua dari produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir.
3. Margin pemasaran ikan cakalang asap yang ada di Kelurahan Girian atas memiliki selisih harga antara

14,2%-60% yang diterima konsumen dan 12,5 %,-37,5% yang dibayar oleh konsumen. Semakin besar ukuran ikan makan semakin kecil margin pemasaran. Pada saluran satu semua usaha marginnya sama yaitu = 0, karena produsen menjual langsung ke konsumen. Pada saluran ke dua berbeda karena dari pedagang pengecer menjual harga yang lebih tinggi dari produsen. Harga yang dijual produsen ke pedagang pengecer yaitu Rp. 35.000/jepit sedangkan yang dijual pedagang pengecer ke konsumen yaitu Rp. 50.000/jepit

Saran

1. Pengusaha ikan cakalang asap di Kelurahan Girian Atas sebaiknya memberi harga sesuai dengan harga yang ada di pasar" tradisional, agar harga yang ada ditingkat produsen sesuai dengan harga ditingkat pedagang pengecer.
2. Bagi konsumen sebaiknya membeli langsung ke produsen supaya tidak membeli dengan harga yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono, 1999, Teori Pertumbuhan Ekonomi, Yogyakarta: BPFE. Deliarinov, 2003, Perkembangan Pemikiran Ekonomi, Jakarta:
- Crawford, I.M. 1997. Agricultural And Food Marketing Manajemen. FAO Regional Office For Africa
- Dahoklory, G. 1992, Sistem Pengolahan Sumberdaya Perikanan Tradisional Prosiding Pengkajian Peluang Dan Tantangan Perikanan Kawasan Timur Indonesia, 18-20 Juni 1992.
- Dulay. 2014. Pengolahan Tradisional Pengasapan Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*). Makalah Pribadi Dasar Teknologi Hasil Perairan. Manajemen Sumberdaya Perairan. Universitas Sumatera Utara
- Hamdi, A. S dan Bahruddin E., 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. Deepublish Publisher. Jln Kalirung Yogyakarta

- Hamid. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Malang: UMM Press
- Karyadi., R. Pranomo dan Sulistyowati. 2010. Analisis Finansial dan Pendapatan Usaha Pengasapan Ikan "Mina Asri" Rumah Tangga di Kelurahan Tanjung Mas Kecamatan Semarang Utara Kota Semarang. Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Farming Semarang. Semarang.
- Kotler P. 1993. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Limbong W. H, dan P.Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Ganis, L.R 2013. Media Penyuluhan Perikanan. mediapenyuluhanperikanan.blogspot.com/2013/03/profil-poklashar-ustafu.html?m=1. diakses pada tanggal 21 Maret 2017
- Mantjoro, E. 1981. Pengantar Metodologi Penelitian. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Moeljanto. 1992. Pengawetan dan Pengolahan Hasil Perikanan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nikijuluw, V.P.H. 2002. Rezim Pengelolaan Sumberdaya Perikanan, P3R. Jakarta.
- Nitisemito, A.S.1984. Marketing. Ghalia Indonesia
- Permatasari, R. A. 2001. Analisis Finansial Usaha Pengolahan Produk Fish Nugget di Kecamatan Cisolok Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor.
- Saefuddin A.M, Hanafiah AM. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Jakarta : UI. Press.
- Saanin ,H. 1984, Taksonomi dan Kunci Identifikasi Ikan. Bina Cipta, Jakarta.
- Saputra, S.W, 2009. Dinamika populasi ikan berbasis Riset. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Suboko, B. 2000. Industri Perikanan, Pengelolaan Sumber Daya Ikan Dalam Prespektif Global. Makalah dalam seminar nasional perikanan, Himpunan Mahasiswa Perikanan Indonesia Wilayah III di Semarang, 4 Mei 2000
- Scribd, 2012. Margin Pemasaran. [Http://www.Scribd.Com/Doc/17716119/Skripsi-Sosialekonomi-Pertanian-Tajus-Sobirin-AIC004047](http://www.Scribd.Com/Doc/17716119/Skripsi-Sosialekonomi-Pertanian-Tajus-Sobirin-AIC004047). Diakses Pada Tanggal 3 Februari 2017
- Tubagus, W.S. 2011. Analisis Saluran Pemasaran Kacang Goyang (Studi Kasus Di UD. Asli Totabuan Kotamobagu). Skripsi Fakultas Pertanian Unsrat Manado)
- Umar, H. 2000, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Wibowo, 1996. Komentari. [Http://PENGASAP\[Anikan.Blogspot.Co.Id/2012/11/Pengasapan-Ikan.Html](http://PENGASAP[Anikan.Blogspot.Co.Id/2012/11/Pengasapan-Ikan.Html)
- Yoga Sukmana, 2016. Data kementerian kelautan perikanan Indonesia. <http://dataproduksi.go.id/assets/uploads/03/-20116.pdf>
- Zulfa, V.I., 2010. Saluran Distribusi dan Fungsi Manajemen. Februari. <http://dasar-dasarpemasaran-blog-blogspot.com>. Diakses Pada tanggal 22 Maret 2017 pukul 23:24.