

**POLA PEMASARAN IKAN LAUT SEGAR DI KOTA PADANG  
PROVINSI SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**



**ANITA SANDRA  
NIM 2008/05420**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI  
JURUSAN GEOGRAFI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2016**

# PERSETUJUAN PEMBIMBING

## SKRIPSI

Judul : Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat

Nama : Anita Sandra

Nim : 05420/ 2008

Program Studi : Pendidikan Geografi

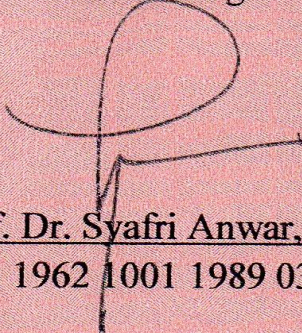
Jurusan : Geografi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Sosial

Padang, Februari 2016

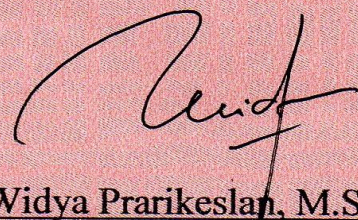
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



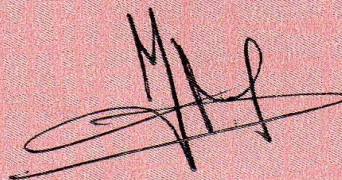
Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd  
Nip. 1962 1001 1989 03 1 002

Pembimbing II



Widya Prarikeslan, M.Si  
Nip. 19790506 200812 2 001

Ketua Jurusan



Dra. Yurni Suasti, M.Si  
Nip. 19620603 198603 2 001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Anita Sandra

NIM : 05420/ 2008

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di depan Tim Penguji  
Program Studi Pendidikan Geografi  
Jurusan Geografi  
Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Padang  
dengan judul

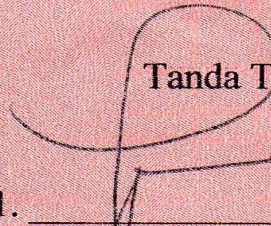
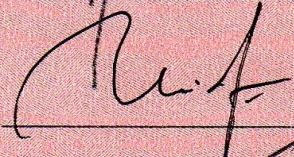
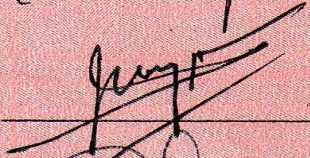
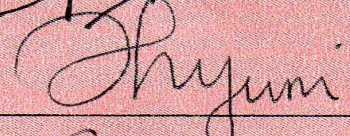
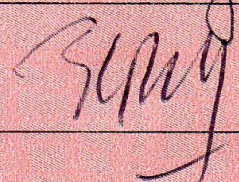
**Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat**

Padang, Februari 2016

### Tim Penguji

1. Ketua : Prof. Dr. Syafril Anwar, M.Pd
2. Sekretaris : Widya Prarikeslan, M.Si
3. Anggota : Drs. Moh. Nasir B
4. Anggota : Ahyuni, ST, M.Si
5. Anggota : Drs. Helfia Edial, MT

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 



**UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
JURUSAN GEOGRAFI**

Jalan Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang-25131 Telp. 0751-7875159

**SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama : Anita Sandra**  
**NIM/TM : 05420/2008**  
**Program Studi : Pendidikan Geografi**  
**Jurusan : Geografi**  
**Fakultas : Ilmu Sosial**

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya dengan judul:

**Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang  
Provinsi Sumatera Barat**

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh,  
Ketua Jurusan Geografi

**Dra. Yurni Suasti, M.Si**  
NIP. 19620603 198603 2 001

Saya yang menyatakan,

**Anita Sandra**  
NIM. 05420/2008

## ABSTRAK

**Anita Sandra. 2016. Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Skripsi. Jurusan Pendidikan Geografi. Fakultas Ilmu Sosial. UNP.**

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisa lokasi sumber distribusi ikan laut segar di Kota Padang, (2) menganalisis kemana pemasaran ikan laut segar di Kota Padang, (3) menganalisa pola difusi pemasaran ikan laut segar di Kota Padang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di Kota Padang. Pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis datanya reduksi dan display data. Data sekunder dari Dinas Perikanan dan Kelautan, Badan Pusat Statistik, dan Dinas Pasar, beserta dengan peta dasar dari Badan Pembangunan Daerah.

Hasil dari penelitian ini yaitu (1) lokasi sumber distribusi ikan laut segar berasal dari Gaung, Pasie Nan Tigo, Purus, dan Muaro, (2) pemasaran ikan laut segar terjadi tepatnya di dalam pasar-pasar Kota Padang dan diluar Kota Padang seperti ke Solok, Pekanbaru, Jambi, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, Bukittinggi dan Medan, (3) pola difusi pemasaran ikan laut segar berpola difusi dengan tipe difusi menjalar (*Contagious Diffusion*) dan tipe difusi Hirarki

Pemasaran ikan laut segar dengan pemasarannya yang melalui agen baik pemasaran ikan laut segarnya di dalam Kota Padang maupun di luar Kota Padang. Jenis ikan laut segar yang paling dominan Kota Padang adalah jenis ikan tuna, jenis ikan cakalang, dan jenis ikan baby tuna.

**Kata Kunci:** Pola Difusi (Pola Pergerakan) dan Pemasaran Ikan Laut Segar<sup>1</sup>

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta kesehatan sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini diajukan dan disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Program Strata Satu (S1) pada Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Terlaksananya penulis skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati penulis ucapkan terima kasih dan rasa hormat serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta iringan doa yang tulus.

Disamping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd dan Ibu Widya Prarikeslan, M.Si yang telah membimbing serta memberi masukan, arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

3. Ibu Dra. Yurni Suasti, M.Si Ibu Ahyuni S.T, M.Si selaku ketua dan sekretaris Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Nofrion, SKB, M.Pd selaku ketua Periode Jurusan Geografi FIS UNP.
5. Bapak Drs. Helfia Edial, MT selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan, masukan, dorongan dalam menyelesaikan kuliah peneliti.
6. Ibu Ahyuni, ST, M.Si, Bapak Drs. Helfia Edial, MT dan Bapak Drs. Moh. Nasir B. selaku penguji pada ujian skripsi.
7. Bapak Drs.Yudi Antomi, M.Si dan Ibu Dra. Hj. Rahmanelli, M. Pd yang membantu penulis serta memberikan perbaikan dan masukan demi penyempurnaan skripsi ini.
8. Ayahanda Alimudin dan Ibunda Dahniar Ama. Pd, Kakanda Arneko Wahyudin, S.H, Andi Wahyudin, S.Pd dan Anton Wahyudin atas segala do'a, cinta, kasih sayang, nasehat, pengertian, semangat dan dukungannya.
9. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Pengajar dan Ibu Tata Usaha beserta staf di Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang dengan senang hati telah berbagi ilmu pengetahuan dan telah membantu penulis dalam proses administrasi penyelesaian skripsi ini.
10. Bapak Rektor dan Bapak/Ibu dosen staf Pengajar Universitas Negeri Padang dan Kepala UPT Perpustakaan UNP, Kepala Perpustakaan FIS, beserta karyawan yang telah membantu penulis dalam memperlancar proses penyelesaian skripsi ini.

11. Kepala Kesbangpol Kota Padang, dan Kepala Dinas Pasar beserta seluruh staff yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian serta memberikan data-data untuk penelitian dan Pedagang ikan laut yang ada di pasar-pasar di Kota Padang.
12. Kepala Dinas Perikanan Dan Kelautan Kota Padang beserta seluruh staff yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian serta memberikan data-data untuk penelitian.
13. Kepala Badan Pusat Statistik beserta seluruh staff yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian serta memberikan data-data untuk penelitian.
14. Sahabat-sahabatku Darul Hasanah, S.Pd, Fitri Sri Wulandari, S.Pd, Dewi Suryani, S.Pd, Suryani Aina Putri, S.Pd, Yosi Putri Ningsih, S.Si, Putri Muhaiminah Asy.syifa, S.Pd, Supriadi, S.Pd, Dedi Putra, S.S.i, Yestita Karisna, S.Pd, dan Maifitria Syamroko, yang telah memberikan dukungan, serta inspirasi dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini msih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Padang, Februari 2016

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR PETA</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	5
C. Pertanyaan Penelitian .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
A. Kajian Teori	
1. Difusi (Pola Pergerakan).....	8
2. Pemasaran Ikan Laut Segar.....	14
B. Kerangka Berpikir .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	32
B. Tempat Penelitian .....	33
C. Subjek Penelitian .....	33

D. Tahap-tahap Penelitian .....	34
E. Jenis Data, Sumber Data, dan Alat Pengumpulan Data .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Teknik Analisis Data .....	38
H. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Wilayah .....	
1. Letak Geografis Kota Padang .....	42
2. Kependudukan .....	45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	
1. Hasil Penelitian .....	
a. Sumber Distribusi Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	53
b. Kemana Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	57
2. Pembahasan .....	
a. Sumber Distribusi Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	62
b. Kemana Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	66
c. Pola Difusi Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	79

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Pengaruh Pendinginan Terhadap Mutu .....	24
2. Ciri Ikan Segar (SNI 01-2729.1-2006) .....	26
3. Luas Daerah Menurut Kecamatan di Kota Padang .....	42
4. Perkembangan Jumlah Penduduk Tahun 2009-2013 .....	45
5. Luas Daerah dan Kepadatan Penduduk Tahun 2013 .....	46
6. Daerah Menurut Kecamatan dari Permukaan Laut .....	47
7. Jumlah Produksi dan Nilai Ikan Tahun 2013 .....	49
8. Lokasi Pasar di Kota Padang Tahun 2013 .....	50
9. Sumber Distribusi Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	53
10. Jenis Ikan Laut yang di pasarkan Kota Padang .....	54
11. Jenis dan Harga Komoditas Perikanan di Kota Padang 2014 .....	54
12. Pemasaran Ikan Laut Segar di dalam Kota Padang .....	58
13. Jumlah Pedagang Ikan Laut dan Pasar Kota Padang .....	60
14. Pemasaran Ikan Laut Segar diluar Kota Padang .....	90
15. Jumlah Nelayan di Laut Menurut Kecamatan Tahun 2013 .....	91

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Difusi Ekspansi .....	9
2. Difusi Hirarki	
a. Sumber inovasi adalah tingkat tengah .....	10
b. Penjalaran ke bawah dengan cepat dari tingkat tengah .....	11
c. Penjalaran lambat ke atas yaitu ke tingkat atas .....	11
d. Penjalaran cepat ke bawah dari tingkat atas .....	11
3. Difusi Relokasi .....	12
4. Gabungan antara difusi ekspansi dan difusi penampungan .....	12
5. Kerangka Berfikir .....	31
6. Wawancara dengan Pedagang Ikan Laut Segar tabing .....	92
7. Wawancara dengan Pedagang Ikan Laut Segar indarung .....	92
8. Wawancara dengan Pedagang Ikan Laut Segar gaung .....	93
9. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Tanah Kongsi .....	93
10. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Terendam.....	94
11. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Simpang Haru .....	94
12. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Banda Aie .....	95
13. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Balai Gadang .....	95
14. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Lubuk Buaya .....	96
15. Wawancara dengan Pedagang Ikan Laut Segar di Pasar Alai .....	96
16. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Ulak Karang .....	97
17. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Siteba .....	97

18. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Raya .....	98
19. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Bandar Buat .....	98
20. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Belimbing .....	99
21. Wawancara dengan Pedagang Ikan di Pasar Purus .....	99
22. Wawancara dengan DKP Kota Padang .....	100
23. Wawancara dengan Nelayan Ikan Laut di Pasie Nan Tigo .....	100
24. Wawancara dengan Nelayan Ikan Laut di Gaung .....	101
25. Wawancara dengan Nelayan Ikan Laut di Muaro Padang .....	101
26. Wawancara dengan Nelayan Ikan Laut di Purus .....	102
27. Ikan Laut Segar dan Tidak Segar .....	102
28. Transportasi Pemasaran Ikan Laut Segar .....	103
29. Penangkapan Ikan Laut Segar .....	103
30. Koperasi .....	103
31. Tempat Pelelangan Ikan Laut (TPI) .....	104
32. Jenis Ikan Laut Segar .....	104
33. Penggunaan Agar Ikan Laut Tetap Segar .....	105
34. Penggunaan Untuk Pemasaran .....	106

## DAFTAR PETA

<b>Peta</b>	<b>Halaman</b>
1. Administrasi Kota Padang .....	44
2. Lokasi Penelitian .....	52
3. Sumber Distribusi Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	65
4. Pemasaran Produksi ikan laut segar di Kota Padang .....	69
5. Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Pedoman Wawancara .....	79
2. Display Data Penelitian .....	82
3. Reduksi Data Penelitian .....	87
4. Pemasaran Ikan Laut Segar di Luar Kota Padang .....	90
5. Jumlah Nelayan di lauat Menurut Kecamatan Tahun 2013 .....	91
6. Dokumentasi Penelitian .....	92
7. Surat Izin Penelitian Fakultas .....	107
8. Surat Izin Penelitian Kesbangpol .....	108
9. Surat Izin Penelitian dari Dinas Pasar .....	109

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar dan terbanyak di dunia yang terdiri atas 17.508 pulau dengan garis pantai sepanjang 81.000 km dengan luas perairan sekitar 3,1 juta km<sup>2</sup> (75% dari total wilayah Indonesia) yang terdiri dari 0,3 juta km<sup>2</sup> perairan territorial, 2,8 juta km<sup>2</sup> perairan laut nusantara, dan 2,7 juta km<sup>2</sup> laut ZEEI (Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia). Selain itu wilayah pesisir dan lautan Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati (*biodiversity*) laut terbesar di dunia. Potensi perikanan Indonesia sangatlah banyak baik dari segi perikanan darat, dan laut (Dahuri, R. 2002 dalam Supriadi dan Alimuddin, 2011).

Lautan yang berbatasan dengan daratan biasanya mempunyai sumber perikanan yang berpotensi tinggi. Jumlah seluruh daerah lautan, hanya 8 % saja merupakan daerah dangkal *continental shelf* dan hampir seluruh produksi ikan dunia berasal dari daerah ini. Daerah-daerah *upwelling* dimana airnya kaya akan nutrient merupakan suatu daerah yang penting, hanya meliputi 0,1% bagian saja dari jumlah seluruh lautan, tetapi menghasilkan sekitar 25% dari jumlah tangkapan ikan per tahun. Indonesia sudah dijumpai adanya *upwelling* dan daerah-daerah pantai mempunyai persediaan ikan yang banyak dan industri perikanan yang sangat penting, diperkirakan bahwa 67% protein hewani yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia berasal dari ikan, ini kira-kira berjumlah 1,7 juta ton

atau sama dengan 11,7 kg per orang/tahun. Pendapatan devisa negara yang berasal dari sektor perikanan juga sangat mengesankan. Produksi perikanan yang berasal dari laut akan menjadi begitu penting artinya dimasa yang akan datang (Hutabarat dan Evans, 1985).

Penanganan ikan setelah penangkapan atau pemanenan memegang peranan penting untuk memperoleh nilai jual ikan yang maksimal. Salah satu faktor yang menentukan nilai jual ikan dan hasil perikanan yang lain adalah tingkat kesegarannya. Semakin segar ikan sampai ke tangan pembeli maka harga jual ikan tersebut akan semakin mahal. Tingkat kesegaran ikan ini sangat terkait dengan cara penanganan ikan (Junianto, 2003).

Semakin panjang rantai pemasaran yang dilalui oleh produk perikanan tersebut akan mengakibatkan penurunan mutu terhadap ikan yang dipasarkan, sehingga ikan yang sampai pada konsumen akhir, mutunya sudah mengalami penurunan. Akibatnya harga dari pada ikan akan turun dan daya tarik untuk pasaran ikan tersebut mengalami penurunan. Panjang pendeknya saluran rantai pemasaran yang dilalui untuk pemasaran perikanan tergantung pada beberapa faktor yaitu : 1) jarak antara produsen dan konsumen, semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen, semakin panjang rantai saluran pemasaran yang ditempuh oleh produk, 2) cepat tidaknya produk rusak, produk yang cepat rusak harus cepat diterima oleh konsumen, dengan demikian menghendaki saluran rantai pemasaran yang pendek dan cepat, 3) skala produksi, bila produksi yang berlangsung dalam ukuran kecil maka jumlah produksi yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini tentu menguntungkan bila produsen tidak menjualnya langsung

ke pasar, artinya apabila hasil produksi besar maka saluran pemasaran yang dilalui cenderung panjang, 4) posisi keuangan pemasaran atau pedagang, produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran, sebab dengan posisi keuangan kuat akan dapat melakukan fungsi pemasaran lebih banyak dibandingkan dengan keuangan pedagang yang modalnya lemah (Hanafiah dan Saefuddin,1983).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983) :

“Karena produk perikanan mempunyai ciri-ciri tertentu yang dapat menimbulkan masalah dalam memasarkannya. Maka sistem pemasarannya harus sesuai dengan sifat ikan. Ciri-ciri produk perikanan adalah sebagai berikut: 1) produk bersifat musiman, dalam ukuran yang kecil dan daerah yang terpencar-pencar, 2) konsumsi hasil perikanan relatif sepanjang tahun, sedangkan sifat produksinya musiman, dan ini akan menimbulkan masalah dalam hal penyimpanan, 3) produk perikanan cepat busuk (*Perishable*), karenanya dibutuhkan usaha perawatan khusus untuk mempertahankan mutunya, 4) kualitas hasil perikanan yang dapat berubah-ubah, yang bisa mengakibatkan terjadinya fluktuasi harga yang besar”.

Perikanan adalah kegiatan manusia yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya hayati perairan. Sumber daya hayati perairan tidak dibatasi secara tegas dan pada umumnya mencakup ikan, amfibi dan berbagai avertebrata penghuni perairan dan wilayah yang berdekatan, serta lingkungannya. Di Indonesia, menurut UU RI No. 9 Tahun1985 dan UU RI No. 31 Tahun 2004, kegiatan yang termasuk dalam perikanan dimulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Demikian, perikanan dapat dianggap merupakan usaha agribisnis (Pamungkas, 2013).

Undang-undang No. 9 Tahun 1985 diganti UU No. 31 Tahun 2004 tentang perikanan dapat dijadikan payung peraturan perundang-undangan untuk dijadikan sebagai sarana untuk memberantas pencurian ikan di perairan Indonesia, dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam menyelesaikan permasalahan perikanan di Indonesia dengan pendekatan secara komprehensif dan integral. UU No.45 Tahun 2009 tentang perikanan dan PP No. 6 tahun 2007 tentang konservasi sumber daya ikan. UU No. 17 Tahun 2008 tentang pelayaran dan PP No. 70 Tahun 1996 tentang pelabuhan. Pengaturan pelabuhan perikanan hanya pada tingkat Keputusan Menteri Nomor 16 Tahun 2006. Namun, meskipun UU dan peraturan telah ditetapkan pemasaran ikan laut segar masih kurang baik, konsumsi ikan laut masyarakat masih rendah, dan kesejahteraan nelayan tidak membaik.

Menurut Supriadi dan Alimudin (2011) Perairan laut yang luas dan kaya akan jenis-jenis maupun potensi perikanannya, dimana potensi perikanan bidang penangkapan 6,4 juta ton/ tahun, potensi perikanan umum sebesar 305.650 ton/ tahun serta potensi kelautan kurang lebih 4 miliar USD/ tahun.

Kota Padang merupakan kota yang paling berkembang dibanding dengan kota-kota lainnya yang terletak di kawasan perairan tepi barat Pulau Sumatera, kota ini bersentuhan langsung dengan Samudera Indonesia. Kota Padang berkembang seiring dengan posisi strategisnya, sehingga sejak lama telah menjadi salah satu pelabuhan di kawasan tepi barat Sumatera, disamping kedudukannya sebagai Ibukota Propinsi. Posisi yang demikian maka seharusnya banyak usaha-

usaha kelautan yang mempunyai potensi untuk berkembang, termasuk usaha kelautan dan perikanan (Bappeda.Padang.go.id).

Penelitian ini mencoba mengaitkan pola persebaran ikan laut segar dengan teori difusi. Difusi berarti pemecaran, penyebaran, atau penjalaran, seperti penyebaran ikan laut segar dari suatu daerah ke daerah lainnya. Ada tiga tipe difusi yaitu tipe ekspansi (*ekspansion diffusion*), tipe difusi penampungan (*relocation diffusion*), dan tipe difusi gabungan ekspansi dengan difusi penampungan (Haggett dalam Bintarto, 1987).

Masalahnya sifat ikan laut yang memiliki sifat yang cepat busuk (*perishable*) dan memiliki sifat produksinya yang musiman, maka di perlukannya cara penanganan ikan laut tersebut dengan melalui pemasaran ikan laut yang baik agar ikan laut yang setelah penangkapan oleh nelayan ikan laut tetap segar sesampainya ke konsumen. Semakin panjang rantai pemasaran ikan laut tersebut mengakibatkan penurunan mutu ikan laut tersebut. Maka diperlukannya kita mengetahui kemana saja pemasaran ikan laut tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian mengenai : **“Pola Pemasaran Ikan Laut Segar di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat”**.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus masalah sebagai berikut :

1. lokasi sumber distribusi ikan laut segar di Kota Padang.
2. Pemasaran ikan laut segar di Kota Padang.
3. Pola difusi pemasaran ikan laut segar di Kota Padang tahun 2015.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka dikemukakanlah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Dimana saja lokasi sumber distribusi ikan laut segar di Kota Padang?
2. Kemana saja pemasaran ikan laut segar di Kota Padang ?
3. Bagaimana Pola difusi pemasaran ikan laut segar di Kota Padang tahun 2015?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisa lokasi sumber distribusi ikan laut segar di Kota Padang.
2. Untuk menganalisa kemana pemasaran ikan laut segar di Kota Padang.
3. Untuk menganalisa pola difusi pemasaran ikan laut segar di Kota Padang tahun 2015.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, kegunaan penelitian ini adalah:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
2. Untuk menambah wawasan peneliti mengenai pola pemasaran ikan laut segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat.

3. Sebagai sumbangan kepustakaan dan informasi serta bahan studi terutama yang berkaitan tentang pemasaran ikan laut segar.
4. Menambah khazanah pengetahuan dan memberi informasi bagi instansi terkait tentang bagaimana memasarkan ikan laut di Kota Padang agar tetap segar.
5. Untuk mengetahui kemana pemasaran ikan laut segar di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui pola difusi pemasaran ikan laut segar di Kota Padang.
7. Supaya nelayan ikan laut di Kota Padang meningkatkan hasil tangkapannya.
8. Menambah pengetahuan tentang analisis keruangan yang berhubungan dengan ikan laut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap data-data yang diperoleh mengenai Pola pemasaran ikan laut segar di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil ini persoalan yang dapat dipecahkan adalah mengetahui sumber distribusi ikan laut segar di Kota Padang berasal dari 4 sumber yaitu : gaung, pasie nan tigo, purus dan muara padang. Sumber distribusi ikan laut segar yang terbesar adalah berasal dari gaung. Mengetahui daerah pemasaran ikan laut segar adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Pemasaran ikan laut segar di Kota Padang berada di dalam Kota Padang dan menjalar di pasar-pasar Kota Padang dan diluar Kota Padang, seperti : Gaung pemasaran ikan laut segar di luar Kota Padang yaitu Solok, Pekanbaru, Jambi, Pesisir Selatan, dan Medan. Pasie Nan Tigo pemasaran ikan laut segar di luar Kota Padang pemasarannya yaitu ke Payakumbuh, Padang Panjang, Solok, dan Bukittinggi. Purus pemasaran ikan laut segar di luar Kota Padang pemasarannya yaitu ke Pesisir Selatan, dan Bukittinggi.

3. Pola pemasaran ikan laut segar di Kota Padang terjadi pola difusi Hirarki (*Hirarki Diffusion*) dengan penjaralan cepat ke bawah dari tingkat atas (pemasaran dari agen ke pedagang-pedagang ikan laut segar) dan pola difusi ekspansi dengan tipe difusi ekspansi menjalar.
4. Ketika proses untuk memasarkan ikan laut segar yang menjadi pertimbangan bagi pedagang ikan laut segar di Kota Padang adalah modal, cuaca, alat transportasi, dan penanganan agar ikan laut tetap segar seperti penggunaan es dan fiber.
5. Pemasaran ikan laut segar di Kota Padang melalui agen, baik dari modal, alat tangkap, dan fasilitas lainnya.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Lembaga pemasaran ikan laut segar yang terkait diharapkan dapat meningkatkan pemasaran pada waktu yang akan datang agar meningkatkan minat konsumen.
2. Kepada para nelayan dan pedagang agar menjaga mutu ikan laut segar dan meningkatkannya yang di perdagangkannya sehingga dapat menarik minat konsumen terhadap ikan laut tersebut.
3. Pemerintah Kota Padang sebaiknya meningkatkan kualitas dan kuantitas agar ikan laut yang ada di Kota Padang tetap segar sesampainya di konsumen dan lebih memperhatikan pedagang ikan laut dan nelayan ikan laut.

4. Perlunya kerja sama antara nelayan ikan laut, pedagang ikan laut dan instansi yang terkait dalam pemasaran ikan laut segar dan Perlu adanya sosialisasi dari lembaga instansi untuk membantu para nelayan dalam hal permodalan, seperti memfasilitator antara nelayan dengan lembaga permodalan baik itu bank, koperasi atau lembaga lain sehingga para nelayan tidak lagi meminjam bantuan dari non Bank, dalam hal ini adalah rentenir.
5. Perlunya ditingkatkan dan di jalankan kembali koperasi bagi nelayan ikan laut supaya meningkatnya pemasaran ikan laut segar.
6. Perlunya pencucian ikan laut dengan air bersih, higienis, pengecekan sarana transportasi dan pendukung.
7. Meningkatkan pengetahuan tentang analisa keruagana dan kompetensi dasar interaksi spasial

## DAFTAR PUSTAKA

### I. Buku

- Albone, A.A, M. Nawi, & Khairani. 2009. *Panduan Penyusunan Proposal Penelitian dengan Mudah*. Padang : Yayasan Jihadul Khair Center.
- Angiopora, Martius,P. 199. *Dasar-dasar pemasaran*. PT. Paja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik, 2014. *Padang dalam Angka*. BPS Kota Padang.
- Bakaruddin, 2010. *Dasar-dasar ilmu geografi*. Padang: UNP Press.
- Bintarto, R dan Surastopo, Hadisumarno. 1987. *Metode Analisa Geografi*. LP3ES.
- Balai Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut (BPSPL) Padang. 2014. *Parameter Kualitas Perairan Kota Padang*. Sumatera Barat.
- Dahuri, R. 2002. *Paradigma Baru Pembangunan Indonesia Berbasis Kelautan*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Dinas Pasar Kota Padang, 2014.
- Dinas Kelautan dan Perikanan, 2014.
- Dauglas Foster, W. 1974. *Pengantar Marketing Lembaga Pendidikan Ekonomi dan Masyarakat*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Eddiwan. 1983. Peranan Koperasi dalam pemasaran Hasil dan Pengembangan Kelurahan Nelayan. *Prosiding Workshop Sosial Ekonomi Perikanan Indonesia*. Pusat Perkembangan Pertanian. Jakarta. Hal 145-150.
- Firdaus, M,M.M, S.P. 2010. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Hanafiah dan Saefudin, 1983. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Hidayat, 1987. Peranan dan Profil Serta Prospek Perdagangan Eceran (Formal dan Informal) dalam Pembangunan, hal. 3-18. Dalam Prisma No. 7 tahun XVI LP3ES.