

RINGKASAN

ANDRIANUS G. PUKA, NIM. 16380308 Rantai Pemasaran Ikan Tuna Sirip Kuning (*Thunnus albacares*) Yang Didaratkan Di TPI Maumere Kabupaten Sikka Alfred G. O. Kase, S. Pi., M. Si., Ph. D., Rockie R.L. Supit, S. Pi., M. Si. sebagai pembimbing I dan II. Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Ikan tuna merupakan salah satu sumber bahan baku hasil perikanan yang berperan penting bagi sector perkembangan perekonomian di Indonesia. Ikan tuna memiliki potensi sumber daya yang tersedia cukup besar di perairan Indonesia, bernilai ekonomis tinggi, serta potensial menjadikannya sebagai salah satu ikan yang banyak diburu oleh nelayan. Selain itu ikan tuna dapat dijadikan bahan baku yang dapat diolah menjadi berbagai macam produk olahan sehingga dapat menciptakan peluang bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Ikan tuna memiliki peluang pasar yang bagus untuk pasokan dalam Negeri maupun serta belum ada batasan kuota perdagangan, maka perlu diimbangi dengan peningkatan sistem pemasaran ikan tuna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rantai pemasaran ikan tuna sirip kuning (*Thunnus albacares*) yang didaratkan Di TPI Maumere Kabupaten Sikka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara (kuisisioner) dan dokumentasi.

Saluran pemasaran ikan tuna di TPI Maumere melalui 3 saluran yaitu saluran pemasaran I, saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III. Fungsi-fungsi pemasaran yang diterapkan oleh Nelayan, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer di TPI Maumere tidak sepenuhnya dilakukan pada setiap saluran. Margin Pemasaran yang diterima pada saluran pemasaran II adalah Rp.700.000 dan pada saluran pemasaran III adalah Rp.800.000 yang menunjukkan bahwa perbedaan margin pemasaran yang diterima pada saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi margin yang diperoleh.

Kata kunci : Saluran pemasaran, obsrvasi, TPI Maumere.

SUMMARY

ANDRIANUS G. PUKA, NIM. 16380308 the marketing chain of yellowfin tuna (*Thunnus albacares*) landed at TPI Maumere Sikka Regency Alfred G. O. Kase, S. Pi., M. Si., Ph. D., Rockie R.L. Supit, S. Pi., M. Si. as supervisor I and II. Aquatic Resources Management Study Program, Faculty of Fisheries and Marine Sciences, Artha Wacana Christian University Kupang.

Tuna is one of the sources of raw materials for fishery products that play an important role in the economic development sector in Indonesia. Tuna has considerable potential resources available in Indonesian waters, high economic value, and the potential to make it one of the fish that is hunted by fishermen. In addition, tuna can be used as raw materials that can be processed into various kinds of processed products so as to create business opportunities that can increase people's income. Tuna has a good market opportunity for domestic supply and there is no limit on trade quotas, so it needs to be balanced with an increase in the tuna marketing system. This study aims to determine the marketing chain of yellowfin tuna (*Thunnus albacares*) landed at TPI Maumere, Sikka Regency. The methods used in this study are observation methods, interviews (questionnaires) and documentation.

Tuna marketing channels at TPI Maumere through 3 channels, namely marketing channel I, marketing channel II and marketing channel III. The marketing functions implemented by Fishermen, Collecting Traders and Retailers at TPI Maumere are not fully performed on every channel. Marketing Margin received in marketing channel II is Rp.700,000 and in marketing channel III is Rp.800,000 which shows that the difference in marketing margin received in marketing channel II and marketing channel III the longer the marketing channel, the higher the margin obtained.

Keywords: Marketing channel, observation, TPI Maumere.