

ABSTRAK

DADANG HARISUDDIN. Analisis Pangsa Pasar dan Efisiensi Pemasaran Pakan Ikan Produksi PT Suri Tani Pemuka (dibimbing oleh Ir. Izuddin Kartamulia, Ph.D.)

Penelitian ini dimaksudkan untuk mempelajari dan menganalisis pangsa pasar dan efisiensi pemasaran pakan ikan yang dapat dikembangkan oleh PT Suri Tani Pemuka.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis besarnya pangsa pasar saat ini, pangsa pasar yang akan datang dan pangsa pasar keseimbangan yang dapat dicapai oleh PT Suri Tani Pemuka.
2. Menganalisis efisiensi saluran pemasaran pakan ikan yang digunakan oleh PT Suri Tani Pemuka.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari nara sumber dan pengamatan lapangan. Nara sumbernya adalah karyawan PT Suri Tani Pemuka di Sidoarjo, Unit Pabrik Pakan Ikan Cirebon, *technical service* PT Suri Tani Pemuka di Waduk Cirata, agen dan sub agen pakan ikan produksi PT Suri Tani Pemuka di Waduk Cirata, serta Petugas Perikanan setempat. Data diperoleh dengan cara melakukan wawancara tidak terstruktur melalui penelitian lapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua melalui telaahan pustaka, yaitu pencarian data statistik dari berbagai pustaka yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam

bentuk buku, bahan seminar, majalah, surat kabar, jurnal, serta tulisan ilmiah lainnya.

Analisis yang digunakan adalah analisis pendugaan konsumsi pakan ikan, analisis statistik, analisis pangsa pasar, serta analisis marjin pemasaran dan *factory's share*.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pangsa pasar pakan ikan produksi PT Suri Tani Pemuka pada tahun 2000 untuk jenis Comfeed Super, Comfeed Biasa, dan Suprafeed masing-masing sebesar 19,78 %, 19,49 %, dan 20,04 %.
2. Pangsa pasar keseimbangan akan tercapai untuk jenis Comfeed Super pada tahun 2090 sebesar 63,64 %, jenis Comfeed Biasa pada tahun 2055 sebesar 23,08 %, dan jenis Suprafeed pada tahun 2068 sebesar 45,45 %.
3. Ditinjau dari besarnya *factory's share* yang diterima PT Suri Tani Pemuka, saluran pemasaran pakan ikan yang melalui sub agen lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran pakan ikan tanpa sub agen.