

**DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN
DI TPI PANTERAJA*****DISTRIBUTION AND MARKETING MARGIN OF FISH CATCH AT TPI
PANTERAJA*****Nadilla¹, Agus Naufal², Faisal Syahputra³**¹⁻³Prodi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan Universitas Abulyatama
Aceh Besar, IndonesiaKorespondensi: nadilarn119@gmail.com**ABSTRACT**

The purpose of this research is to know Catch distribution pattern in TPI Panteraja and its marketing margin. This research method uses survey method in the field which is direct data collection to respondents. The technique of collecting resource persons uses survey and interview method with Snowball technique. Survey and interview using Snowball technique. The type of data collected is primary data. The result of this research in TPI Panteraja has two distribution patterns. Distribution pattern. Pattern 1 consists of fishermen, collecting traders, juragan, consumers. While Pattern 2 consists of fishermen, bench toke, Medan. And the highest marketing margin in pattern 1 at toke bench is found in anchovies with the highest marketing margin in pattern 2. The highest margin in pattern 1 at toke bench is found in anchovies with a margin value of 29.375 and the highest margin in pattern 1 at muge is found in anchovies. The highest margin in pattern 1 in muge is in the type of belaling fish with a margin value of 12,000. While the highest marketing margin in pattern 2 at the toke bench is in the anchovy type with a margin value of 55,000. anchovy with a margin value of 55,750, and the lowest in the type of anchovy with a margin value of 3,000. The highest marketing margin in pattern 2 on the toke bench is found in the type of fish petek fish with a margin value of 3,000.

Keywords : Catch Marketing Margin Distribution, Panteraja, Blue Economy**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola dsitribusi hasil tangkapan di TPI Panteraja serta margin pemasarannya. Metode penelitian ini menggunakan metode survey dilapangan pendataan secara langsung kepada responden. Teknik pengambilan narasumber menggunakan metode survey dan wawancara dengan teknik Snowball. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer. Hasil dari penelitian ini di TPI Panteraja memiliki dua pola distribusi. Pola 1 terdiri atas Nelayan, Toke bangku, Muge, Konsumen. Sedangkan Pola 2 terdiri atas Nelayan, Toke bangku, Medan. Dan margin margin pemasaran tertinggi pada pola 1 di toke bangku terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai margin 29,375 dan margin tertinggi pada pola 1 di muge terdapat pada jenis ikan belaling dengan nilai margin 12,000.



Sedangkan margin pemasaran tertinggi pada pola 2 di toke bangku terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai margin 55,750, dan yang terendah pada ikan Anak petek dengan nilai margin 3,000.

Kata Kunci : Distribusi Margin, Pemasaran, Hasil Tangkapan, Panteraja, *Blue Economy*

1. PENDAHULUAN

Desa Keude Panteraja, yang terletak di Kabupaten Pidie Jaya, Provinsi Aceh, memiliki karakteristik sebagai Desa pesisir dengan Masyarakat yang Sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sector perikanan. Panteraja memiliki potensi besar dalam produksi dan pemasaran hasil tangkapan ikan, terutama karena lokasinya yang strategis dan terdapat tempat pelanggan ikan (TPI). Namun dibalik potensi tersebut, terdapat permasalahan structural yang perlu diperhatikan, terutama dalam hal tersebut, terdapat keuntungan. Salah satu tantangan utama adalah penyempitan margin keuntungan dan distribusi yang berdampak pada keberlanjutan ekonomi nelayan dan pelaku pasar (Shofyan A.R., Widyastuti, 2010). Proses pendistribusian hasil tangkapan ikan di TPI Panteraja melibatkan berbagai macam tugas, antara lain Nelayan, Toke bangku, Muge, Konsumen. Tahap distribusi menghasilkan peningkatan margin keuntungan, yang ditentukan oleh harga ikan saat mencapai konsumen akhir. Kondisi ini tidak saja mengurangi daya asing produk perikanan di pasar, tetapi juga menciptakan nelayan yang harus menerima hasil lebih tinggi dari awal mereka. Berdasarkan pada penelitian terdahulu, ditemukan bahwa Ketika biaya produksi dan yang dijual kepada konsumen pun ikut meningkat, yang mengindikasikan kurang optimalnya dalam distribusi (Setyawati *et al.*, 2021).

Margin yang besar dan distribusi yang luas disebabkan oleh sejumlah factor, termasuk biaya transportasi yang tinggi, infrastruktur yang belum terpenuhi, dan Tingkat ketidakpastian yang tinggi dalam transaksi dengan pelanggan (Sutrisno, 2014). Di Pantai Panteraja, Sebagian besar nelayan bergantung pada perantara untuk menjual hasil tangkapan mereka. Ketergantungan ini mengakibatkan nelayan memiliki posisi tawar yang lemah, sehingga harga yang mereka terima sering kali jauh lebih rendah dari harga jual di Tingkat konsumen. Perantara yang terlibat dalam rantai distribusi, seperti Muge dan Toke bangku, memperoleh keuntungan lebih besar karena kemampuan mereka untuk menentukan harga yang lebih tinggi di setiap tingkatan distribusi.

Penangkapan ikan merupakan aktivitas nelayan yang memanfaatkan sumber daya hayati perairan untuk memperoleh penghasilan sekaligus memenuhi kebutuhan hidup. Sebagai sesuatu usaha bisnis ini mengikuti prinsip-prinsip ekonomi yang menentukan perhitungan cermat antara biaya operasional dan keuntungan yang dihasilkan. Namun, bisnis penangkapan ikan menghadapi banyak ketidak pastian, sehingga analisis keuangan menjadi sangat penting untuk memantau perkembangan dari waktu ke waktu (Moniharapon *et al.*, 2023). Selain itu untuk memahami pola distribusi hasil tangkapan ika serta besarnya megin keuntungan yang diperoleh para pelaku pemasaran, diperlukan kajian mendalam

terkait jalur distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi alur distribusi hasil tangkapan ikan dan menganalisis margin pemasaran yang diterima oleh setiap pelaku dalam proses distribusi. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian berjudul “ Distribusi dan margin pemasaran hasil tangkapan ikan di TPI Panteraja” guna memberikan Gambaran menyeluruh terkait aspek tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Distribusi adalah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, dan komponen-komponen penting dari sistem pemasaran. Aktivitas distribusi dapat membantu memperlancar arus hasil tangkapan dan memastikan bahwa hasil tangkapan sampai ke pelanggan dengan tepat, dengan distribusi hasil tangkapan lebih mudah di akses di pasar dan tetap berlanjut. Salah satu elemen penting dalam saluran rantai pasokan, bertujuan untuk memberikan Gambaran umum tentang alur distribusi hasil tangkapan nelayan. Salah satu elemen penting dalam rantai pasokan distribusi merupakan salah satu hal yang penting dalam saluran rantai pasokan, bertujuan untuk memberikan Gambaran umum tentang alur distribusi hasil tangkapan nelayan.

Pergerakan distribusi komoditas dari produsen kekonsumen akhir melibatkan beberapa tahapan (Pradini *et al.*, 2017). Terdapat dua jalur pemasaran hasil tangkapan ikan setelah melalui TPI. Rantai pemasaran hasil tangkapan ikan laut tersebut meliputi: Nelayan-Toke bangku-Muge-Konsumen; dan Nelayan-Toke bangku-Medan. Margin pemasaran adalah perbedaan harga jual ikan dari nelayan ke konsumen. Pemasaran hasil tangkapan tidak terlepas dari peran yang dimainkan oleh Lembaga pemasaran digunakan untuk mengukur keuntungan masing-masing pelaku yang terlibat dalam proses distribusi, dan margin yang lebih besar akan menyebabkan bafian yang diterima nelayan semakin kecil (Pradini *et al.*, 2017)

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP= Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr= Harga Konsumen (Rp/Kg)

Pf= Harga produsen (Rp/Kg)

3. METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari – Maret 2025 di Tempat Pendaratan Ikan (TPI) Panteraja, Kecamatan Panteraja, Kabupaten Pidie Jaya. Metode yang digunakan dalam penetian ini adalah metode survey. Metode survey dilaksanakan dengan cara mengamati pola pemasaran secara langsung pada tempat atau daerah penelitian mulai dari



produsen sampai konsumen yang dilanjutkan dengan menganalisis margin pemasaran hasil tangkapan nelayan yang didaratkan di TPI Panteraja. Teknik pengambilan menggunakan metode survey dan wawancara langsung dengan pelaku pemasaran. Data yang diambil pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan produsen/nelayan, Toke bangku, Muge, Konsumen, sesuai pelaku pemasaran yang tersedia di lokasi penelitian di TPI Panteraja. Wawancara juga dilakukan dengan nelayan sampai ke konsumen yang terlibat dalam proses distribusi penangkapan ikan di TPI Panteraja untuk mendapatkan informasi tentang: a.) Alur pemasaran pada setiap jenis ikan yang ada di TPI Panteraja; b.) Jenis tangkapan yang didapatkan; dan c.) Harga jual beli ikan dari produsen sampai ke konsumen.

Populasi dan sampel ditentukan dengan Metode snowball sampling, yaitu cara pemilihan narasumber pada waktu dilapangan atau berdasarkan petunjuk narasumber sebelumnya yang kemudian informasi baru dapat ditemukan oleh peneliti sehingga peneliti mendapatkan data yang lengkap dan mendalam (Andrasmoro & Nurekawati, 2016). Populasi berjumlah 180. Adapun sampel rata-rata dari sensus yang diambil adalah 30, dari 30 sampel ada 9 nelayan, tokebangku 6, muge 7 dan konsumen 8.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

TPI Panteraja merupakan perairan yang terdapat di Desa Keude Panteraja, Kecamatan Panteraja, Kabupaten Pidie Jaya. Tempat pelelangan ikan merupakan salah satu fungsi utama dalam kegiatan perikanan. TPI menjadi salah satu faktor penggerak dan peningkatan usaha serta kesejahteraan nelayan. Tujuan didirikannya TPI adalah untuk membantu memasarkan hasil tangkapan ikan secara cepat untuk menjaga kualitas ikan, serta melindungi nelayan dari permainan harga ikan yang layak. Dengan sumberdaya yang sangat besar, pengembangan yang lebih berfokus pada peningkatan kesejahteraan nelayan harus mempertimbangkan teknologi yang ramah lingkungan dan keberlanjutan, hal ini selalu menjadi pertimbangan dalam melakukan suatu usaha pengembangan perikanan karena mempunyai dampak positif kedepannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penambahan hasil tangkapan ikan di Perairan Panteraja didominasi oleh 4 jenis ikan, yaitu Ikan tongkol (*Euthynnus affinis*), Ikan kembung (*Rastrelliger*), Teri (*Stolephorus indicus*) dan Udang putih (*Panaeus merguensis*). dan untuk hasil tangkapan sampingan Petek (*Leiognathus brevirostris*), udang jerbung (*Fanneroopenaeus merguensis*), dencis (*Decapтерus macarellur*), Cakalang (*Katsuwonus palamis*), Layur (*Trichiurus lepturus*), udang sabu (*Acetes*), belaling (*Rastrelliger sp.*), anak petek (*Leiognathus brevirostris*). dan setiap jenis ikan memiliki Pola pemasaran yang berbeda-beda. Pada ikan Teri dan Anak petek memiliki pola pemasaran Nelayan, Toke bangku sampai ke Medan memberikan nilai margin keuntungan. Dan hasil tangkapan ikan petek, udang jerbung, dencis, cakalang, Tali pinggang, udang



sabu, pelaling, tongkol dan kembung. Terdapat pada pola pemasaran Nelayan, Toke bangku, Muge sampai ke Konsumen memberikan nilai margin keuntungan.

Tabel 1. Hasil Tangkapan Ikan Segar di TPI Panteraja

No	Jenis Ikan	Nama Latin
1.	Ikan petek	<i>Leiognathus brevis</i>
2.	Udang Jerbung	<i>Fanneropenaeus merguensis</i>
3.	Dencis	<i>Decapterus macarellur</i>
4.	Cakalang	<i>Katsuwonus palamis</i>
5.	Layur	<i>Trichiurus lepturus</i>
6.	Teri	<i>Stolephorus indicus</i>
7.	Udang sabu	<i>Acetes</i>
8.	Pelaling	<i>Rastrelliger sp.</i>
9.	Anak Petek	<i>Leiognathus brevis</i>
10.	Tongkol	<i>Euthynnus affinis</i>
11.	Kembung	<i>Rastrelliger</i>

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Berdasarkan pada tabel 1 diatas kegiatan operasi penangkapan dan pelelangan ikan dilaksanakan pada setiap hari di TPI Panteraja. Dari data di atas ditemukan bahwa komposisi hasil tangkapan adalah susunan spesies hasil tangkapan di peroleh dari kegiatan penangkapan. Hasil tangkapan harus diidentifikasi sebelum dilakukan analisis untuk mengetahui nama umum dan nama latin ikan yang didapatkan di Perairan Panteraja.

Analisis Pola Saluran Pemasaran

Entitas pemasaran yang teridentifikasi di TPI Panteraja adalah Nelayan, Toke bangku, Muge, Konsumen dan Medan.

a. Nelayan

Nelayan adalah orang yang menangani penangkapan ikan sebagai sumber pendapatan mereka. Dimana nelayan sebagai produsen yang menjual langsung hasil tangkapan setelah diproduksi. Mereka juga dapat disebut sebagai orang yang menangani penangkapan ikan di laut yang tergantung pada cuaca dan menggantungkan hidup mereka di laut.

b. Pedagang pengumpul (Toke bangku)

Pedagang pengumpul atau Toke bangku TPI Panteraja adalah yang menerima 10% dari hasil kotor jika modal penangkapan ikan berasal dari toke bangku, namun jika nelayan menggunakan modal sendiri dan toke bangku diminta untuk menjual hasil tangkapan ikan nelayan, toke bangku akan menerima 3% dari hasil kotor penjualan ikan. Oleh karena itu, kekuasaan toke bangku sangat dominan dalam menetapkan



harga ikan dalam sistem penetapan harga ikan. Setelah pemotongan persentase pembagian hasil baru dibagikan. Karena itu bagian yang diambil dari hasil bersih setelah pemotongan.

c. Pedagang pengecer (Muge)

Pedagang pengecer atau Muge adalah yang berjualan dari rumah ke rumah melalui jalan desa yang dapat mereka lalui dikenal sebagai pedagang ikan keliling. Muge keliling karakternya sangat khas terutama dalam proses transaksinya untuk menggambarkan keriuhan politik, proses transaksi antara muge eungkot dengan nelayan sangat riuh.

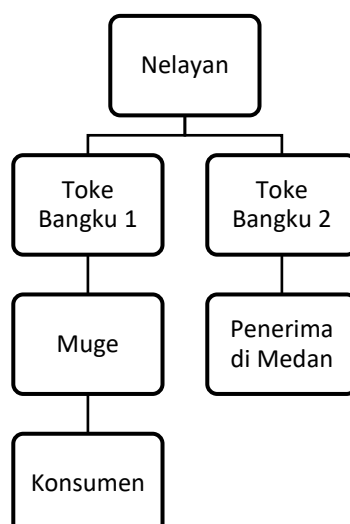
d. Konsumen

Konsumen adalah pengguna akhir barang dan jasa dalam sistem ekonomi. Mereka adalah orang-orang yang membeli dan menggunakan produk atau layanan untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau organisasi mereka, dan bukan untuk dijual kembali atau digunakan dalam proses produksi.

e. Provinsi lain

Provinsi lain salah satunya adalah Medan, medan adalah orang yang terima hasil tangkapan yang sudah di olah atau dikeringkan oleh toke bangku yang ada di TPI Panteraja.

Pola saluran pemasaran pada TPI Panteraja dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1 Pola Saluran Pemasaran TPI Panteraja

Sumber: hasil Olah Data Penelitian (2025)



Berdasarkan Gambar 1 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa, pola distribusi dan pemasaran ikan di TPI Panteraja menggunakan dua pola yang sederhana, pola 1 terdiri dari nelayan, toke bangku, muge dan konsumen. Pola ini digunakan untuk distribusi dan pemasaran ikan di pasar lokal. Pola ini memiliki kelebihan daerah pendistribusiannya yang dekat membuat biaya pemasarannya rendah dan menghemat waktu. Sedangkan kelemahan dari pola ini memiliki rantai pemasaran yang cukup Panjang sehingga harga beli konsumen jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual produsen. Sedangkan pola 2 terdiri dari nelayan, toke bangku dan medan. Pola ini digunakan untuk pemasaran ikan di luar Provinsi. Sama halnya dengan pola 1, pola 2 juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari pola ini adalah memiliki rantai pemasaran yang pendek yang dilakukan oleh pelaku pemasaran, sedangkan untuk kekurangannya adalah daerah pendistribusiannya yang jauh sehingga membuat biaya dan waktu yang lama sampai kepada penerima di Medan.

Berdasarkan hasil di atas pola 1 lebih menguntungkan dibandingkan dengan pola 2. Karena dengan biaya pemasaran yang rendah dapat menjual ikan dengan harga jual yang tinggi, sedangkan pola 2 dengan biaya pemasaran yang tinggi hanya dapat menjual ikan dengan harga rendah, tinggi biaya distribusi dan pemasaran terjadi karena jauhnya jarak daerah pendistribusian ikan di TPI Panteraja dan tidak adanya sistem pelelangan diasumsikan terjadi karena pengelolaan yang kurang baik.

Analisis Margin Pemasaran Hasil Tangkap Ikan Pola 1

Analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui seberapa besarnya keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing pelaku dalam rantai distribusi. Margin pemasaran dihitung berdasarkan selisih harga antara tingkat produsen dan harga ditingkat konsumen. Berikut disajikan hasil perhitungan margin pola 1 pemasaran hasil tangkap ikan pada TPI Panteraja. Rincian hasilnya sebagaimana ditampilkan dalam tabel 2 dibawah ini.

Tabl 2. Margin pemasaran Pola 1

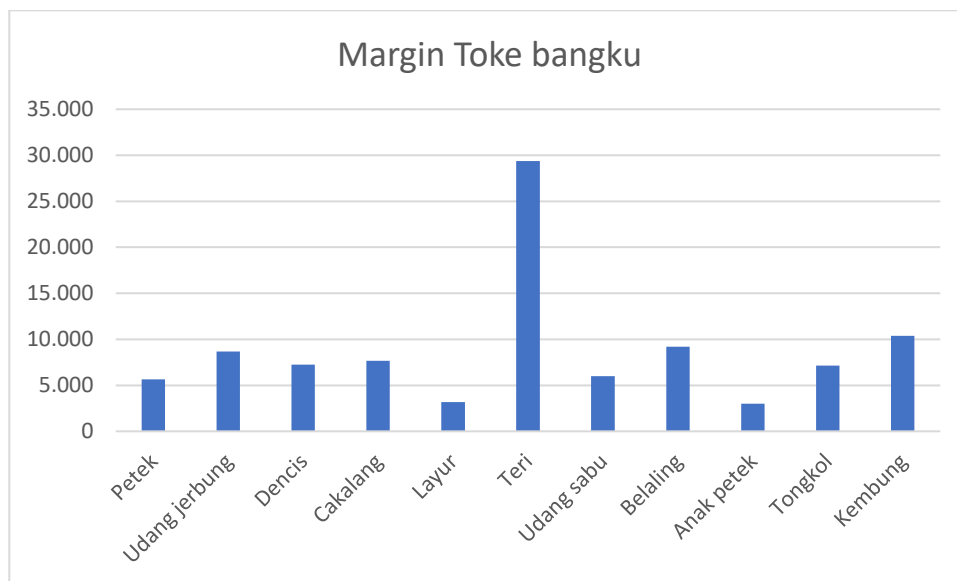
No.	Jenis ikan	Margin Tokebangku	Margin Muge
1	Petek	5,636	8,636
2	Udang jerbung	8,667	10,833
3	Dencis	7,250	10,250
4	Cakalang	7,667	11,667
5	Layur	3,167	8,500
6	Teri	29,375	10,000
7	Udang sabu	6,000	9,000
8	Belaling	9,200	12,000



9	Anak petek	3,000	0
10	Tongkol	7,143	9,286
11	Kembung	10,375	9,875

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi di toke bangku terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai 29,375 dan margin tertinggi pada muge terdapat pada jenis belaling dengan nilai 12,000.

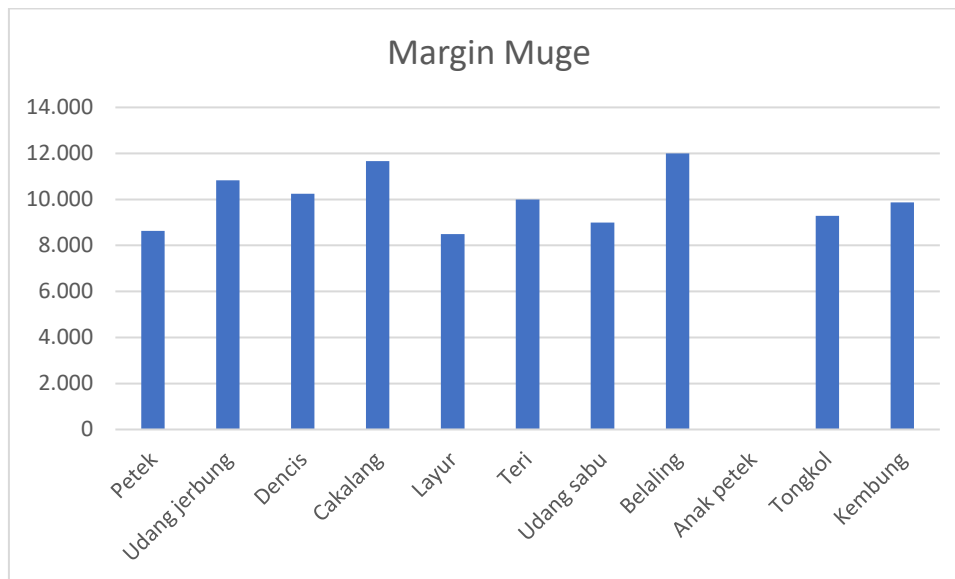


Gambar 1. Grafik Margin Toke Bangku Pola 1

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Gambar grafik di atas menunjukkan margin pemasaran tertinggi di Toke bangku pada pola 1 nelayan, toke bangku, muge dan konsumen, pada jenis ikan teri yang tertinggi nilai margin dengan jumlah margin 29,375, tingginya margin yang diperoleh dari hasil tangkapan ikan teri dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah hasil tangkapan yang tidak terlalu banyak sehingga harga ikan mencapai tinggi dibandingkan dengan harga ikan yang lagi banjir atau pemusiman dan tingginya permintaan pasar. Dan yang kedua tinggi nilai margin pada jenis ikan kembung dengan Jumlah nilai margin 10,375, dengan pola pemasaran yang sama. Harga ikan kembung tergantung pada musim, jika lagi musim harga ikan lebih tinggi sedangkan ikan lagi tidak musim otomatis harga ikan lebih menurun, dan ikan kembung juga memiliki permintaan pasar yang tinggi. Dan margin terendah pada toke bangku pada jenis ikan anak petek dengan nilai margin 3.000, ikan anak petek selain hasil tangkapan yang melimpah banyak, ikan anak petek juga peminat yang kurang sehingga harga juga menurun.





Gambar 2. Grafik Margin Toke Bangku Pola 1

Sumber: Hasil Olah Data Penelitia (2025)

Gambar 2 diatas menunjukkan margin pemasaran tertinggi di Muge pada pola 1 nelayan, toke bangku, muge dan konsumen, pada jenis ikan belaling yang tertinggi nilai margin dengan jumlah margin 12,000, tingginya margin yang diperoleh dari hasil tangkapan ikan belaling dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah hasil tangkapan yang tidak terlalu banyak sehingga harga ikan mencapai tinggi dibandingkan dengan harga ikan yang lagi banjir atau pemusiman dan tingginya permintaan pasar. Dan yang kedua tinggi nilai margin pada jenis ikan cakalang dengan nilai margin 11,667, selain hasil tangkapan ikan cakalang yang lagi tidak bermusim, ikan cakalang juga banyak peminatnya, sehingga membuat harga ikan lebih meningkat. Pola pemasaran pada hasil tangkapan anak petek 0, hasil tangkapan anak petek yang lagi berlimpah membuat harga ikan menurun drastis, sehingga ikan anak petek diolah atau dikeringkan untuk dikirimkan keluar provinsi Aceh.

Analisis Margin Pemasaran Hasil Tangkap Ikan Pola 2

Berikut disajikan hasil perhitungan margin pola 2 pemasaran hasil tangkap ikan pada TPI Panteraja. Rincian hasilnya sebagaimana ditampilkan dalam tabel 3 di bawah ini.

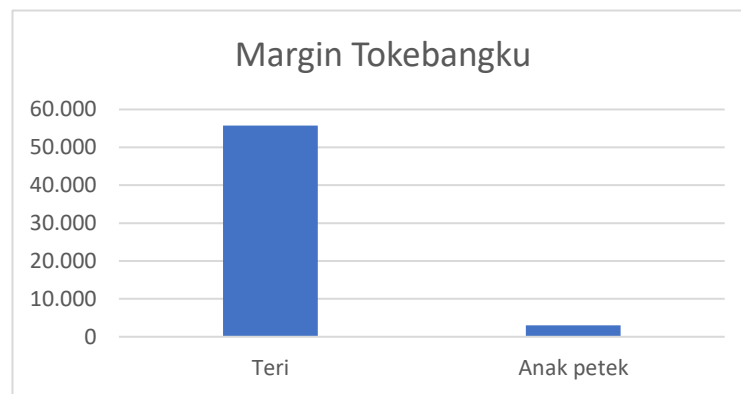
Tabel 3. Margin Pemasaran Menggunakan Pola 2

No.	Jenis ikan	Margin Tokebangku
1	Teri	55,750
2	Anak petek	3,000

Sumber : Data primer diolah (2025)



Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa margin pemasaran tertinggi di toke bangku terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai 55,750, dan yang terendah pada ikan Anak petek dengan nilai 3,000. Adapun secara visual perhitungan margin pola 2 pemasaran hasil tangkap ikan pada TPI Panteraja. Dapat dilihat pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 2. Grafik Margin Toke Bangku Pola 2

Sumber: Hasil Olah Data Penelitia (2025)

Gambar grafik diatas menunjukkan margin pemasaran tertinggi di Tokebangku pada pola 2 nelayan, toke bangku, medan pada jenis ikan teri dengan nilai margin 55,750. harga jual ikan teri lebih tinggi karena lagi tidak pemusiman dan permintaan luar provinsi yang banyak sehingga membuat harga ikan teri lebih meningkat. Sedangkan harga ikan anak petek lebih menurun dikarenakan ikan yang lagi banjir dan permintaan luar provinsi yang kurang sehingga membuat harga menurun.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa, pola saluran pemasaran yang ada di TPI Panteraja terdapat 2 saluran pemasaran. Pada setiap jenis ikan memiliki pola yang berbeda-beda. pada ke 11 jenis ikan yang diteliti memiliki pola saluran yang bervariasi. Pada jenis ikan teri dan anak petek memiliki pola saluran pemasaran, yaitu Nelayan ke Toke bangku ke Medan. Pada ikan petek, udang jerbung, dencis, cakalang, layur, udang rebon, pelaling, tongkol dan kembung memiliki pola saluran pemasaran, yaitu Nelayan ke Toke bangku ke Muge ke Konsumen. Margin pemasaran pada setiap jenis ikan memiliki nilai keuntungan yang berbeda-beda, margin pemasaran tertinggi di toke bangku pada pola pemasaran 1 terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai 29,375 dan pola pemasaran 2 terdapat margin pemasaran tertinggi di toke bangku terdapat pada jenis ikan Teri dengan nilai 55,750. Penelitian ini hanay difokuskan pada pola dan margin pemasaran berdasarkan jenis ikan yang ada di TPI Panteraja, Pidie

Jaya, Aceh. Maka perlu dilakukan pengkajian lebih dalam terhadap pola distribusi ikan di perairan dengan ruang lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, S., Subur, R., & Tahir, I. 2019. Pendugaan ukuran pertama kali matang gonat ikan kembung *Rastrelliger* sp di Perairan Desa Sidangoli Dehe Kecamatan Jailolo Selatan Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Biologi Tropis*. Vol. 19 (1): 43–51.
- Abrahamsz, J., Lainata, M. C., Tetelepta, J. M. S., Pattikawa, J. A., & Tuapetel, F. (2024). Strategi pengembangan tempat pelelangan ikan TPI Dobo di Kabupaten Kepulauan Aru. *Manajemen Sumberdaya Perairan*, 20 (2): 113–116.
- Andrasromo, D., & Nurekawati, E. E. (2016). Analisis kesiapan mahasiswa dalam melaksanakan program pengalaman lapangan di prodi pendidikan geografi tahun 2015. *SOSIAL HORIZON: Jurnal Pendidikan Sosial*. Vol. 3. (1) : 29– 40.
- AJNN.net. Data KK Gampong Keude Panteraja (2021)
- Chaliluddin, M. A., Affan, J. M., Rahmah, A., Aprilla, R. M., & Ariani, C. Z. (2021). Strategy and fish marketing systems in Kota Bawah Timur Fishing Port, Sabang Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Vol 674. (1).
- Fatmawati. (2016). Rantai distribusi ikan tangkap di Desa Pohuwato Timur Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato. *Agropolitan*. Vol. 3. (3) : 32–41.
- Febriandi, Ira D, Siti A, Murhenna U, A. M. (2024). Analisis potensi hasil olahan ikan teri (*stophorus indicus*) di Perairan Air Bagis Kabupatemen Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. *Of Fisheries and Aquatic Research* Vol. 2. (1) : 1–9.
- Febrian, Rivin Syahputra, F. K. (2023). Analisis hasil tangkapan di perairan umum daratan Krueng Aceh. *Tilapia*, 4 (2) : 24–31.
- Gumilang, A. P. (2021). Analisis Distribusi Hasil Tangkapan Berdasarkan Aktivitas Pasar dan Pemasaran Pelabuhan Perikanan Jawa Tengah. *Barakuda 45: Jurnal Ilmu Perikanan Dan Kelautan*. Vol. 3. (1) : 28–35.
- Hasbi., Bahgi, S., & Hamdani. (2023). DAMPAK PASAR AL-MAHIRAH TERHADAP SOSIAL EKONOMI PEDAGANG KOTA BANDA ACEH. *JURNAL KREASI RAKYAT*, 1(4), 290-319. <https://jurnal.kreyatcenter.com/index.php/jkr/article/view/51>
- Husna, A., Ali, M., & Abdullah, A. (2018). Analisis sumber daya pesisir dan upaya konservasi di Kecamatan Pante Raja Kabupaten Pidie Jaya. *Serambi Saintia*. Vol. I. (2) : 1–11.
- Husnul Khatimah, B., Harmoko, & Dian Novita, U. (2021). Analisis produksi ikan tahun 2015-2018 studi kasus pelabuhan perikanan Nusantara PPN Pemangkat. *Nekton*. Vol. 1. (1) : 44–51.



- Hidayana, J., Syahputra, F., Syahputra, F., Nasrudin, N., & Selian, A. (2022). Pengaruh perkembangan jumlah armada penangkapan kapal purse seine terhadap jumlah hasil tangkapan di pelabuhan perikanan Samudera Kutaraja. *Tilapia*, 3 (2), 67–79. <https://doi.org/10.30601/tilapia.v3i2.2868>
- Maghfiroh, V., & Zainuri, M. (2023). Analisa tingkat pemanfaatan ikan tongkol (*euthynnus affinis*) di Perairan Passongsongan dan sekitarnya Kabupaten Sumenep Madura. *Trunojoyo.Ac.Id/Juvenil*. Vol. 4. (3) : 158–166.
- Masrizal, M Naufal, Agus syahputra, F. (2021). Studi pola distribusi dan pemasaran hasil tangkapan di pangkalan pendaran ikan PPI Calang Kabupaten Aceh Jaya. *Tilapia*, 1 (2) : 7–14.
- Moniharapon, R. D., Hiariey, J., & Bawole, D. (2023). Analisis pendapatan usaha nelayan tuna hand line di dusun Parigi Negeri Wahai Kecamatan Seram Utara. *Of Coastal and Deep Sea*. Vol. 1 (2) : 26–37.
- Pradini, U. R., Yulinda, E., & Arief, H. A. (2017). Distribusi dan margin pemasaran hasil tangkapan ikan di Bangliao Hasan Kabupaten Bagan Barat Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. *Distribusi Dan Margin Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan*. Vol. 45 (3) : 87–97.
- Sari, E. P., Syahputra, F., & Naufal, A. (2022). Studi pola distribusi logistik ikan dan margin pemasaran yang di daratkan di pelabuhan perikanan samudera (PPS) kutaraja Banda Aceh. *Tilapia*, 3 (1) : 72–83. <https://doi.org/10.30601/tilapia.v3i1.2500>
- Setyawati, L. R., Hadistian, Cahya, D. D., Marsetio, Novarianti, A. D., & Said, B. D. (2021). Implementasi konsep ekonomi biru dalam pembangunan masyarakat di Kota Sabang. *Education and Development*. Vol. 9 (4) : 178– 185.
- Shofyan A.R., Widyastuti, Z. R. Y. D. S. (2010). Pengelolaan sistem sosial ekologi pesisir pulau-pulau kecil untuk peningkatan pendapatan masyarakat studi kasus Gugus pulau Batudaka Kabupaten Tojo Una-Una. *Geografi*. Vol. 7 (1) : 47–56.
- Sutrisno, E. (2014). Implementasi pengelolaan sumber data pesisir berbasis pengelolaan wilayah pesisir secara terpadu untuk kesejahteraan nelayan. *Jurnal Dinamika Hukum*. Vol. 14 (1) : 2–12.
- Uliya, S.Pt, M.Si, Rina Gusniyati, S. (2018). Analisis margin pemasaran ikan dalam kerambah di kecamatan pemayung Kabupaten Batang Hari. *Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Berbasis Sumberdaya Lokal*. Vol. 7 (1) : 794–805.

