

**PROSES PENGOLAHAN DAN DISTRIBUSI PEMASARAN
PADA PEMBEKUAN IKAN KAMBING-KAMBING (*Aluterus
monoceros*) DENGAN MENGGUNAKAN METODE CPF
(*Contact Plate Freezer*) DI PT. PUTRI INDAH
BELAWAN, SUMATERA UTARA**

**Disusun oleh :
Hariyansyah
19.4.09.048**



**KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN
POLITEKNIK KELAUTAN DAN PERIKANAN DUMAI
PROGRAM STUDI PENGOLAHAN HASIL LAUT
2022**

PERNYATAAN MENGENAI KPA DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Kerja Praktek Akhir dengan judul “Proses Pengolahan dan Distribusi Pemasaran pada Ikan Kambing-Kambing (*Aluterus monoceros*) Dengan Menggunakan Metode CPF (*Contact Plate Freezing*) di PT. Putri Indah Belawan, Sumatera Utara” adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan ini.



Dumai, 12 Juni 2022

Hariyansyah
18.4.09.48

RINGKASAN

HARIYANSYAH Pengolahan dan Distribusi Pemasaran Pada Pembekuan Ikan Kambing-Kambing (*Aluterus monocerus*) Dengan Menggunakan Metode CPF (*Contact Plate Freezer*) Di PT. Putri Indah Belawan, Sumatera Utara. Di bimbing Shiffa Febyarandika Shalichaty, S.Pi, M.Si dan Sumartini S.Pi, M.Sc

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Pemasaran merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang meliputi seluruh aliran produk dan jasa-jasa yang ada, mulai dari titik awal produksi sampai semua produk dan jasa-jasa tersebut ditangan konsumen. Tujuan dari penelitian ini mengetahui proses pengolahan pada pembekuan ikan kambing-kambing (*Aluterus monocerus*) di PT. Putri Indah serta mengetahui sistem distribusi pemasaran di PT. Putri Indah. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah pengumpulan data sekunder dan primer. Data primer yaitu pengamatan secara langsung ke pabrik pengolahan, mengamati mulai dari penerimaan bahan baku sampai pemuatan, serta wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan kegiatan di pabrik pengolahan. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari orang lain dan telah tersusun dalam bentuk dokumen. PT. Putri Indah menggunakan pola saluran semi langsung (produsen-pengecer-konsumen) pola saluran ini sama dengan pola saluran secara semi tidak langsung yaitu produsen atau perusahaan secara tidak langsung memasarkan produk ke perantara ke beberapa negara seperti China dan Vietnam dan distribusikan ke beberapa restaurant dan lain-lain. Hasil penelitian menunjukan PT. Putri Indah perlu meningkatkan pengecekan suhu pada proses produksi ikan kambing-kambing (*Aluterus monocerus*) agar suhu bahan baku tetap terjaga, serta karyawan seharusnya lebih memperhatikan kebersihan bahan baku dan lebih menaati peraturan dengan cara tidak memakai make up atau wangi-wangian.

Kata kunci : Ikan kambing-kambing (*Aluterus monocerus*), Pengolahan, Distribusi Pemasaran.

SUMAMARY

HARIYANSYAH *Processing and Marketing Distribution of Freezing Goat-Goat Fish (Aluterus monocerus) Using the CPF (Contact Plate Freezer) Method At PT. Putri Indah Belawan, Sumatra Utara. Supervised by Shiffa Febyarandika Shalichaty, S.Pi, M.Si and Sumartini S.Pi, M.Sc*

Distribution is a process of delivering goods or services from producers to consumers and users, when and where the goods or services are needed. Marketing is a series of activities that cover the entire flow of existing products and services, starting from the starting point of production until all these products and services are in the hands of consumers. The purpose of this study was to determine the processing process of freezing goat-goat fish (Aluterus monocerus) at PT. Putri Indah as well as knowing the marketing distribution system at PT. Putri Indah. The data collection method used in writing this final project is secondary and primary data collection. Primary data are direct observations to the processing plant, observing from the receipt of raw materials to loading, as well as direct interviews with parties related to activities at the processing plant. Secondary data is data obtained from other people and has been arranged in the form of documents. PT. Putri Indah uses a semi-direct channel pattern (producer-retailer-consumer) this channel pattern is the same as a semi-indirect channel pattern, namely producers or companies indirectly market products to intermediaries to several countries such as China and Vietnam and distribute them to several restaurants and others other. The results showed that PT. Putri Indah needs to increase temperature checks in the production process of goat-goat fish (Aluterus monocerus) so that the temperature of raw materials is maintained, and employees should pay more attention to the cleanliness of raw materials and obey regulations by not wearing make-up or perfumes.

Keywords : Goat fish (Aluterus monocerus), Processing, Marketing Distribution.

**PROSES PENGOLAHAN DAN DISTRIBUSI PEMASARAN
PADA PEMBEKUAN IKAN KAMBING-KAMBING (*Aluterus
monoceros*) DENGAN MENGGUNAKAN METODE CPF
(*Contact Plate Freezer*) DI PT. PUTRI INDAH
BELAWAN, SUMATERA UTARA**

Disusun Oleh:
Hariyansyah
19.4.09.048

Laporan Kerja Praktik Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk melakukan
Kerja Praktik Akhir

**KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN
POLITEKNIK KELAUTAN DAN PERIKANAN DUMAI
PROGRAM STUDI PENGOLAHAN HASIL LAUT
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PROSES PENGOLAHAN DAN DISTRIBUSI PEMASARAN PADA IKAN KAMBING-KAMBING (*Aluterus monocerus*) DENGAN MENGGUNAKAN METODE CPF (*Contact Plate Freezing*) DI PT. PUTRI INDAH BELAWAN, SUMATERA UTARA

Nama : Hariyansyah

NIT : 19.4.09.048

Tanggal Seminar : 12 Juli 2022

Disetujui Oleh :

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing

Shiffa Febyarandika Shalichaty, S.Pi, M.Si
NIDN. 3918029301

Sumartini, S.Pi, M.Sc
NIDN. 3912099101

Ketua Program Studi
Pengolahan Hasil Laut

Aulia Azka, S.Pi, M.Si
NIDN. 3923028901

Diketahui Oleh :
Direktur
Politeknik Kelautan dan Dumai

Dr. Yaser Krisnafi, S.St.Pi, M.T
NIDN. 3920127701

Penguji Luar Komisi pada Ujian Akhir

1. Basri, A.Pi, M.Si ()
2. Putri Wening Ratrinia S.Pi, M.Si ()

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin sebagai tanda puji syukur kepada Allah S.W.T, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat, Hidayah serta Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik Akhir dengan judul **“Proses Pengolahan dan Distribusi Pemasaran pada Ikan Kambing-Kambing (*Aluterus monoceros*) Dengan Menggunakan Metode CPF (*Contact Plate Freezing*) di PT. Putri Indah Belawan, Sumatera Utara”**.

Selama proses penulisan laporan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang diberikan, sulit rasanya penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu dalam karya yang sederhana ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Yaser Krisnafi, S.St.Pi., M.T selaku Direktur Politeknik Kelautan dan Perikanan Dumai.
2. Aulia Azka S.Pi, M.Si selaku Ketua Program Studi Pengolahan Hasil Laut.
3. Shiffa Febyarandika Shalichaty, S.Pi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I pelaksanaan Kerja Praktek Akhir (KPA).
4. Sumartini S.Pi, M.Sc selaku Dosen Pembimbing II pelaksanaan Kerja Praktek Akhir (KPA).
5. Basri A.Pi, M.Si dan Putri Wening Ratrinia, S.Pi, M.Si selaku Dosen Penguji.
6. Bapak dan Ibu di PT. Putri Indah Belawan yang telah membimbing penulis dalam proses awal hingga akhir.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberi dukungan selama Kerja Praktik Akhir (KPA) kegiatan berlangsung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih perlu penyempurnaan, oleh karena itu sangat menghargai setiap saran dan masukan untuk perbaikan. Semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Dumai, 12 Juni 2022

Hariyansyah
19.4.09.048

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan.....	2
1.3 Manfaat.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Klasifikasi Ikan Kambing-Kambing (<i>Aluterus monoceros</i>).....	3
2.2 Pemasaran.....	4
2.3 Saluran Pemasaran dan Distribusi	6
2.4 Jenis-Jenis Saluran Distribusi.....	7
2.5 Saluran Tataniaga Perikanan	8
BAB 3 METODOLOGI.....	9
3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	9
3.2 Alat Dan Bahan	9
3.3 Jenis dan Sumber Data	10
3.4 Teknik Pengumpulan Data	11
3.5 Prosedur Kerja	12
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
4.1 Keadaan Umum Perusahaan.....	13
4.2 Proses Pembekuan Ikan Kambing-kambing.....	18

4.3	Diagram Alur Proses Pembekuan Ikan Kambing-kambing	22
4.4	Metode Pembekuan CPF (<i>Contact Plate Freezer</i>).....	33
4.5	Distribusi Pemasaran Di PT. Putri Indah	35
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		41
5.1	KESIMPULAN	41
5.2	SARAN	41
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ikan kambing-kambing.....	4
Gambar 2.Peta. Putri Indah Belawan.....	9
Gambar 3.Prosedur Kerja.....	12
Gambar4.Produk ikan kambing-kambing (<i>Aluterus monocerus</i>).....	19
Gambar5.Alur proses ikan kambing-kambing (<i>Aluterus monocerus</i>).....	22
Gambar6. Penerimaan bahan baku.....	23
Gambar7. Penimbangan I.....	24
Gambar 8. Sortir I.....	24
Gambar9. Penyiangan size 10-300.....	26
Gambar 10. Pencucian.....	27
Gambar 11. Sortir size 300-1000 gr.....	27
Gambar 12. Penimbangan II.....	28
Gambar 13. Penyusunan.....	29
Gambar14. Pembekuan.....	29
Gambar 15. <i>Glazing</i>	30
Gambar 16. <i>Packing</i>	31
Gambar17. Penyimpanan.....	32
Gambar18. Pemuatan.....	33
Gambar19. Mesin CPF (<i>Contact Plate Freezer</i>)	35
Gambar20.Diagram Pemasaran PT. Putri Indah.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Alat.....	9
Tabel 2. Bahan.....	10
Tabel3. Peraturan jam kerja karyawan.....	15
Tabel4.Deskripsi produk ikan kambing-kambing (<i>Aluterus monocerus</i>)	19
Tabel5. <i>Size</i> dan berat <i>pan/loyang</i> ikan kambing-kambing	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar pertanyaan.....	46
Lampiran2. Struktur organisasi.....	48
Lampiran3. <i>Lay out</i> PT. Putri Indah.....	48
Lampiran4. Produk ikan kambing-kambing (<i>Aluterus monocerus</i>)	49
Lampiran5. Dokumentasi praktik kerja lapangan.....	50

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang, persaingan dagang sangat berkembang pesat setiap produsen menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan. Bila mereka menghendaki penjualan hasil produknya berhasil, para produsen harus aktif berperan serta dalam proses distribusi hingga produk sampai ke tangan konsumen . Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik (Restri, 2017). Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Pemasaran merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang meliputi seluruh aliran produk dan jasa-jasa yang ada, mulai dari titik awal produksi sampai semua produk dan jasa-jasa tersebut ditangan konsumen. Jadi secara sederhana pemasaran dapat dipahami sebagai suatu proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, dimana produsen merupakan mata rantai pertama yang menghasilkan produk dan konsumen merupakan mata rantai terakhir yang mengkonsumsi produk atau sebagai pengguna terakhir (Ridwana, 2015). Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas - aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkanpromosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Bakari, 2013).

PT. Putri Indah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam penanganan ikan dalam bentuk pembekuan, yang mana bahan baku di peroleh dari hasil tangkapan di laut Sibolga, Batu bara dan Aceh. Ikan kambing-kambing biasa ditemukan di perairan kawasan Indonesia-Pasifik mulai dari laut merah sampai samudera pasifik bagian barat. Ikan ini memiliki kemampuan untuk mempertahankan suhu tubuhnya yang fungsinya adalah agar lemak dalam

tubuhnya tetap dalam keadaan cair jika berada di air laut. Adanya kemampuan tersebut

membuat kandungan omega 3 yang lebih tinggi. Kandungan utama ikan laut adalah zat makro molekul tubuh misalnya seperti protein tinggi, lemak, vitamin dan mineral (Ackbarali DS, Maharaj R, 2014).

Mempertahankan kualitas ikan telah banyak diterapkan di berbagai industri dengan metode pembekuan. Salah satu metode pembekuan yang dapat digunakan yaitu metode *Contact Plate Freezing* (CPF). *Contact Plate Freezing* (CPF) merupakan metode pembekuan dengan meletakkan produk di atas *metal plate* kemudian didinginkan dengan bantuan *refrigerant*. Metode *Contact Plate Freezing* (CPF) digunakan pada perusahaan karena efisien untuk membekukan produk yang memiliki dimensi seragam atau sama serta membutuhkan biaya operasional yang relatif murah. Selain dengan *Contact Plate Freezing* (CPF), PT. Putri Indah juga menggunakan metode pembekuan dengan mesin ABF (*Air Blast Freezer*) untuk memproduksi produk lainnya. Untuk itu Penulis tertarik untuk melakukan Kerja Praktik Akhir di PT. Putri Indah agar dapat mengetahui sistem distribusi pemasaran dan penanganan pada proses pembekuan ikan beku dan juga permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan tersebut serta pemecahannya.

1.2 Tujuan

Tujuan pelaksanaan Kerja Praktik Akhir adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui proses pengolahan pada pembekuan ikan kambing-kambing (*Aluterus monocerus*) di PT. Putri Indah.
2. Mengetahui sistem distribusi pemasaran di PT. Putri Indah

1.3 Manfaat

Secara umum manfaat praktik kerja akhir (KPA) ini adalah untuk mendapatkan keterampilan dan pengetahuan mengenai proses pengolahan produk dan distribusi pemasaran pembekuan ikan kambing-kambing (*Aluterus monoceros*). Secara khusus praktik ini dapat menambah pengetahuan penulis mengenai kinerja usaha di PT. Putri Indah Belawan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Klasifikasi Ikan Kambing-Kambing (*Aluterus monoceros*)

Ikan kambing kambing (*Aluterus monoceros*) dikenal sebagai ikan etong, jebong, atau ayam-ayam adalah ikan yang biasa diolah sebagai ikan bakar. *Aluterus* nama dai bahasa Yunani yang berarti tidak bebas atau terlepas, mengacu pada panggul yang tidak membentuk tomjolan berduri. Ikan ini banyak di perairan dangkal dengan penurunan yang curam. Soliter atau berpasang, kadang-kadang dalam kelompok lima atau enam, pada kedalaman kurang dari 10 m (*Fishbase*, 2022).

Ikan kambing kambing memiliki panjang 76,2 cm dan panjang maksimum 40,0 cm. Berat ikan kambing-kambing berkisaran 2,7 kg, ikan ini memiliki 2 duri punggung, tulang belakang panggul yang belum sempurna menghilangkan pada spesimen besar. Berpasir sampai abu-abu dengan bintik-bintik coklat kecil di atasnya, sirip punggung dan dubur lunak berwarna kuning sampai kecoklatan, membran ekor berwarna kehitaman (*Fishbase*, 2022).

Klasifikasi ikan kambing-kambing (*Aluterus monoceros*) menurut (*Fishbase*, 2022) adalah sebagai berikut:

Kingdom	: Animalia
Phylum	: Chordata
Class	: <i>Osteichthyes</i>
Ordo	: <i>Tetraodontiformes</i>
Family	: <i>Monacanthidae</i>
Genus	: <i>Aluterus</i>
Spesies	: <i>Aluterus monoceros</i>



Gambar 1. Ikan Kambing Kambing (*Aluterus monoceros*)

Sumber :google.co

2.2 Pemasaran

2.2.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial (Priangani, 2013). Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan (Nurgaeni, 2021). Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang di rancang untuk merencanakan, menentukan harga, untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen-konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Usvita. M. & Yunus. M, 2022).

Definisi ini menekankan kegiatan pemasaran yang beragam, mulai dari memutuskan produk penjualan dan kampanye iklan serta mendistribusikan produk itu sehingga tersedia bagi konsumen pada jumlah, mutu dan waktu yang tepat. Pemasaran telah berkembang demikian pesatnya dan telah menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini disebabkan karena ruang lingkup pemasaran sangat luas karena berhubungan secara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan, penyediaan, bahan baku, proses produksi, sampai pada saat akhir, yakni produk yang siap dikonsumsi oleh konsumen. Konsep pemasaran adalah gagasan sederhana tetapi sangat penting. Konsep pemasaran berarti bahwa organisasi mengarahkan semua upayanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan ber laba. Konsep pemasaran masyarakat menyatakan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberi kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing dengan tetap memelihara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas dan lingkungan luas. Lingkungan tugas mencakup pihak-pihak yang terlibat dalam memproduksi, menyalurkan, dan mempromosikan penawaran. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan harus lebih efektif dibandingkan pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada target pasar yang dipilih (Hartono et al., 2012).

2.2.2 Tujuan Pemasaran

Sebuah perusahaan yang didirikan mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Konsep pemasaran dapat dicapai melalui keputusan, keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu. Pemasaran bertujuan untuk menarik pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan

dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis (Rusdi, 2019).

2.3 Saluran Pemasaran dan Distribusi

Saluran distribusi merupakan saluran-saluran pemasaran yang dimiliki oleh perusahaan dalam menyalurkan semua produk yang dimiliki oleh perusahaan (Wijaya et a., 2019). Secara umum pengertian saluran distribusi adalah jalur pemasaran yang akan di tentukan oleh pihak perusahaan dalam mendistribusikan ataupun memberikan pelayanan terkait barang kepada pelangganya. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa saluran distribusi adalah suatu kumpulan perantara yang didalamnya akan saling bergantung antara yang satu dengan yang lainnya. Saluran distribusi bisa di gunakan oleh perusahaan agar tingkat produksi produknya bisa sampai ke pelanggan atau pembeli dengan baik. Bahkan saluran distribusi juga berguna untuk menjalankan kegiatan bisnis, seperti pada perusahaan dagang, perusahaan manufaktur dan sebagiannya. Adapun tujuan dari saluran distribusi adalah agar mampu memudahkan perusahaan dalam menyalurkan barang tersebut, sehingga nantinya barang yang diproduksi tersebut tidak akan menumpuk di gudang dan bisa mengakibatkan kadaluarsa atau rusak. Saluran distribusi yang terlalu panjang menyebabkan makin banyak rantai yang terlibat. Hal ini berarti kemungkinan penyebaran produk secara luas, tetapi menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga harga ke konsumen, dengan kata lain keuntungan produsen kecil (Pranatagama, 2015). Sebaliknya saluran distribusi yang terlalu pendek maka biaya produksi dapat ditekan sehingga harga produk ketika sampai ke konsumen lebih rendah.

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu dan tempat. Di era kompetitif yang dewasa saat ini, menjadikan persaingan yang begitu ketat antar perusahaan sehingga membuat para pengusaha bekerja keras untuk mengatur perusahaan mereka agar tetap bertahan di tengah persaingan. Penerapan strategi yang tepat merupakan bagian yang penting di dalam suatu perusahaan, agar perusahaan tersebut bisa bertahan di tengah persaingan pasar. Distribusi memiliki peranan penting yang mengharuskan perusahaan memperhatikan secara detail berjalannya proses distribusi. Dalam

pendistribusian produk memiliki banyak aspek yang harus diperhatikan seperti transportasi, ketersediaan, dan juga komunikasi dari pihak yang bersangkutan sehingga harus ada pengontrolan yang sangat teliti untuk memastikan segala proses distribusi tidak menghambat proses yang berkaitan (Sundah. D, 2019). Proses pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang dapat merelisasikan kegunaan atau bentuk, tempat, waktu, kepemilikan dan perlanjar arus saluran pemasaran (*marketing channelflow*) secara fisik dan non-fisik (Usvita. M. & Yunus. M, 2022).

Beberapa keuntungan yang akan didapatkan perusahaan menerapkan strategi distribusi yang tepat salah satunya bisa meminimalkan pengeluaran untuk distribusi. Seperti apa yang telah ditulis sebelumnya bahwa proses distribusi memiliki peranan penting, dan apalagi perusahaan tersebut bergerak dalam bidang bahan pokok. Proses distribusi yang diterapkan perusahaan tidak hanya membutuhkan keefektifan akan tetapi juga membutuhkan keefisien yang akurat (Sundah. D, 2019).

Saluran nol tingkat disebut juga saluran pemasaran langsung (*direct marketing channel*), tidak memiliki tingkatan perantara. Saluran tersebut berisikan satu perusahaan yang menjual langsung ke konsumen. Saluran lainnya adalah saluran pemasaran tidak langsung (*indirect marketing channel*). Saluran satu tingkat pada pasar konsumen tingkat ini adalah pengecer. Saluran dua tingkat terdiri dari satu perusahaan dan satu pengecer, saluran ini sering digunakan oleh perusahaan kecil perusahaan makanan, obat, perangkat keras, dan produk-produk lainnya. Saluran tiga tingkat berisikan tiga tingkatan perantara (Aunur. R, 2011)

2.4 Jenis-Jenis Saluran Distribusi

Penyaluran produk sampai ketangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijakan saluran produksi yang inginkan dilaksanakan perusahaan, dengan demikian saluran distribusi dibagi menjadi dua (Usvita. M. & Yunus. M, 2022).

- Saluran distribusi langsung (*direct channel of distribution*) yaitu barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir dan tidak melalui perantara.
- Saluran distribusi tidak langsung (*indirect channel of distribution*) yaitu

penyaluran barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir melalui perantara.

2.5 Saluran Tataniaga Perikanan

Sebuah produk perikanan, untuk sampai ke tangan konsumen mengalami suatu proses perjalanan atau alur penyaluran yang akan melewati beberapa komponen distribusi atau saluran, secara umum alur distribusi produk perikanan dari produsen sampai ke tangan konsumen terjadi melalui tiga cara yaitu secara langsung, semi langsung dan tidak langsung (Kurnia, S. H & Deni, A. 2020).

- **Penyaluran Langsung**

Penyaluran secara langsung, dengan cara ini produksi perikanan tidak mempergunakan pedagang perantara. Produsen langsung menjual produknya ke konsumen. Cara ini biasanya dilakukan oleh nelayan dan petani ikan dalam skala kecil.

- **Penyaluran semi-langsung**

Pengusaha atau produksi menyalurkan hasil produksinya ke tangan pedagang eceran. Kemudian dari tangan pedagang eceran, komoditas perikanan ke konsumen.

- **Penyaluran Tidak Langsung**

Distibusi ini sangat dipengaruhi oleh jarak produsen ke konsumen maka semakin panjang dan rumit jalur tata niaga yang harus dilalui. Dengan demikian, harga di tingkat konsumen pun akan semakin mahal.

BAB 3 METODOLOGI

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik Akhir (KPA) program studi Pengolahan Hasil Laut (PHL) semester VI dilaksanakan selama 6 bulan pada tanggal 03 Januari 2022 sampai dengan tanggal 10 Juni 2022 tempat pelaksanaan adalah PT. Putri Indah di Jalan Pelabuhan Perikanan Samudra Belawan, Gabion No 8, Medan Belawan, Sumatra Utara.



Gambar 2. Peta PT. Putri Indah

Sumber : google.com

3.2 Alat Dan Bahan

Alat yang digunakan Kerja Praktik Akhir (KPA) ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Alat

No.	Alat	Fungsi
1.	Keranjang	Untuk bahan baku
2.	<i>Pallet</i>	Untuk produk beku atau segar
3.	<i>Pan/loyang</i>	Sebagai wadah untuk menyusun produk
4.	<i>Palka/fiber</i>	Untuk penyimpanan bahan baku
5.	Becak	Untuk memindah bahan baku
6.	Timbangan	Untuk menentukan berat bahan baku

7.	<i>Handlift</i>	Untuk memindah bahan baku
8.	Plastik kemasan	Sebagai kemasan produk
9.	Meja sortir	Untuk menyortir dan membersihkan bahan baku
10.	<i>Cool box</i>	Untuk menyimpan bahan bakusementara dalam jumlah banyak
11.	<i>Contact Plate Freezer</i>	Untuk membekukan ikan
12.	<i>Ice Flake Maker</i>	Untuk membuat es curah
13.	<i>Cold storage</i>	Untuk menyimpan produk yang telah di bekukan

Sumber : PT. Putri Indah.com

Bahan yang digunakan Kerja Praktik Akhir (KPA) ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Bahan

No.	Bahan	Fungsi
1.	Ikan Kambing-kambing	Sebagai bahan baku
2.	Air	Sebagai bahan pembantu
3.	Es	Sebagai bahan pembantu
4.	Klorin	Menghambat pertumbuhan serta membasmi bakteri dan berbagai jenis mikroba.

Sumber : PT. Putri Indah.com

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam Kerja Praktik Akhir (KPA) adalah sebagai berikut:

- a. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif dalam penelitian yaitu gambar umum objek penelitian, meliputi sejarah singkat perusahaan, letak geografis perusahaan, visi dan misi, serta struktur organisasi.
- b. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah jumlah karyawan, jumlah sarana dan prasarana.

3.3.2 Sumber Data

Data yang diperlukan dalam kegiatan Kerja Praktik Akhir (KPA) adalah sebagai berikut:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data data primer antara lain observasi, wawancara, dan diskusi (Siyoto & Sodik, 2015). Data yang diperoleh meliputi data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok atau hasil wawancara peneliti dengan narasumber mengenai proses pengolahan dan distribusi pemasaran.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti, buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Data sekunder dapat berupa hasil pengujian yang telah dilakukan. Data sekunder digunakan peneliti untuk memberikan gambaran tambahan atau proses lebih lanjut (Siyoto & Sodik, 2015). Data yang diperoleh meliputi data yang diambil dari perantara ataupun pihak yang telah mengumpulkan data tersebut sebelumnya, dengan kata lain peneliti tidak langsung mengambil data sendiri ke lapangan. Misalnya wawancara, survei, studi literatur.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam Kerja Praktik Akhir (KPA) adalah, dokumentasi, dan wawancara :

- a. Observasi yaitu teknik menuntut adanya pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Objek observasi meliputi data proses pengolahan dan distribusi pemasaran.
- b. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang berupa rekaman, foto, catatan khusus, dan sebagiannya (Nilamsari, 2014). Kegiatan dokumentasi meliputi pengambilan gambar pada tahapan proses produksi dan lain-lain, dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan maupun foto.
- c. Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan