Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

	SEKOLAH TINGGI PERIKANAN DAN KELAUTAN MATAULI **PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**	**Kode Dokumen :** SEP 3201

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMESTER**	**Tgl Penyusunan**
Tata Niaga Hasil Perikanan	SEP 3201	Ilmu Perikanan	**T=2**	**P=1**	6	Agustus 2025

OTORISASI	**Pengembang RPS**	**Koordinator RMK**	**Ketua PRODI**
	Dr. Toga Mahaji, A.Pi, M.M	Dr. Toga Mahaji, A.Pi, M.M	Nursamsi,S.P .,M.Si

Capaian Pembelajaran (CP)	**CPL-PRODI yang dibebankan pada MK**	
	CPL6	**Mampu memahami dan menjelaskan terkait dengan kebijakan/program pembangunan perikanan dan kelautan**, yang berorientasi pada partisipasi masyarakat, keadilan sosial, dan keberlanjutan.
	CPL7	**Mampu bekerja secara mandiri maupun multidisiplin dalam bidang ilmu perikanan dan kelautan** serta **memiliki kemampuan komunikasi efektif** secara lisan dan tertulis untuk menyampaikan ide dan hasil kajian dalam bidang sosial ekonomi perikanan dan kelautan
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK1	Mampu menguasai teori dan konsep-konsep kelembagaan untuk dapat diterapkan dalam pemecahan masalah-masalah sosial dan pembangunan pada masyarakat pesisir
	CPMK2	Mampu mengembangkan kajian ilmu Sosial dan ekonomi perikanan untuk mendukung pembangunan dan pengembangan

		SDA berkelanjutan dan SDM yang berkualitas.
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mampu menguasai teori dan konsep-konsep Tata Niaga Perikanan untuk dapat diterapkan dalam pemecahan masalah-masalah sosial dan pembangunan pada masyarakat pesisir.
	Sub-CPMK2	mampu memahami pengertian, ciri-ciri tata niaga hasil perikanan, dan pendekatan untuk mempelajari tata niaga hasil perikanan.
	Sub-CPMK3	mampu menjelaskan tentang fungsi, lembaga, dan saluran tata niaga hasil perikanan
	Sub-CPMK4	mampu menjelaskan tentang pasar dan perilaku konsumen di tinjau dari aspek pendapatan, kebiasaan, dan lain-lain.
	Sub-CPMK5	mampu memahami tentang permintaan dan penawaran hasil perikanan di tinjau dari aspek elastisitas, perubahan permintaan dan penawaran, dan berbagai factor yang mempengaruhi.
	Sub-CPMK6	mampu menjelaskan tentang harga ditinjau dari berbagai aspek, konsep biaya tata niaga hasil perikanan, margin dan efisiensi tata niaga hasil perikanan.
	Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK	

	Sub-CPMK1	**Sub-CPMK2**	**Sub-CPMK3**	**Sub-CPMK4**	**Sub-CPMK5**	**Sub-CPMK5**	**Sub-CPMK6**
CPL1	√	√	√	√	√	√	√
CPL7	√	√	√	√	√	√	√

Deskripsi Singkat MK	Tataniaga dapat diartikan sebagai tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan bergeraknya barang dan jasa dari produsen sampai kekonsumen. Dengan demikian tujuan akhir dari tataniaga adalah menempatkan barang ketangan konsumen akhir. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilaksanakan kegiatan-kegiatan tataniaga yang dibangun berdasarkan arus barang yang meliputi proses pengumpulan (konsentrasi), proses pengimbangan (equalisasi) dan proses penyebaran (dispersi).

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	• Pengertian dan ruang lingkup pemasaran • Fungsi pemasaran • Saluran dan lembaga pemasaran hasil perikanan • Salurandan lembaga pemasaran hasil perikanan • Permintaan penawaran hasil perikanan • Harga Hasil Perikanan • Tata Niaga Hasil Perikanan Budidaya • Tata Niaga Hasil Perikanan Penangkapan • Tata Niaga Hasil Perikanan Pengolahan
Pustaka	**Utama :**
	Hanafiah, A. M. Dan A. M. Saefuddin. 1983. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press. Jakarta Assauri, S. 2004. Manajemen Pemasaran (Dasar Konsep dan strategi). Raja Grafindo Persada. JakartaPanglaykim, J dan Haziil. Marketing Suatu Pengantar, Cetakan Kedua PT. Pembangunan. Jakarta, 1960 Saefuddin, A. M. 1976. *Konsep Dasar Pembinaan Efisiensi Pemasaran Hasil Pertanian Rakyat (Analisis Pemasaran).* Dept. Perdaganagan RI, Jakarta
	Pendukung :
	-
Dosen Pengampu	Dr. Toga Mahaji, A.Pi, M.M
Matakuliah syarat	-

Mg Ke-	**Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)**	**Penilaian**		**Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]**		**Materi Pembelajaran [Pustaka]**	**Bobot Penilaian (%)**
		Indikator	**Kriteria & Teknik**	**Luring (*offline*)**	**Daring (*online*)**		
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**	**(8)**
1	Menjelaskan pengertian	Keaktifan mahasiswa		(Small Group	-	• Daryanto, A. (2009).	**2%**

	tataniaga, karakteristik pemasaran hasil Perikanan,dan pendekatandalam mempelajari tatniaga hasil perikanan.	menjawab pertanyaan yang diberikan		Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		*Manajemen Agribisnis*. Bogor: IPB Press. • Fauzi, A. (2010). *Ekonomi Perikanan: Teori, Kebijakan dan Pengelolaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. • Hanafiah, A. M., & Saefuddin, A. M. (2013). *Tata Niaga Hasil Pertanian*. Jakarta: UI Press.	
2	Kemampuan memahami Ruang lingkup tata niaga perikanan	Dapat menjelaskan ruang lingkup Tata Niaga Hasil Perikanan		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• idayat, R., & Puspito, G. (2018). Analisis rantai nilai hasil perikanan tangkap di pesisir utara Jawa. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(2), 145–160. • Kusumastanto, T., & Nikijuluw, V. (2015). Sistem pemasaran hasil perikanan: masalah dan alternatif kebijakan. *Marine Fisheries*, 6(1), 33–42. • Nurasa, T. (2017). Efisiensi rantai pasok hasil perikanan di	**3**

						Indonesia. *Jurnal Manajemen IKM*, 12(2), 105–118.	
3	Kemampuan memahami dan menjelaskan mengenai Salurandan lembaga pemasaran hasil perikanan	Mahasiswa mampu menjelaskan saluran dan lembaga pemasaran hasil perikanan		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• ndang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan (beserta perubahan dalam UU No. 45 Tahun 2009). • Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 18/Permen-KP/2021 tentang Penjualan dan Distribusi Hasil Perikanan.	**5**
4	Menjelaskan tentang pedagang besar, pedagang eceran dan integrasi lembaga	Salurandan lembaga pemasaran hasil perikanan Pedagang besar pedagang eceran Integrasi lembaga -		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE. • Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall. → relevan untuk konsep saluran distribusi.	**5**
5	Kemampuan Menjelaskan permintaan	Mampu dan paham prinsip Permintaan penawaran		(Small Group Discussion)		• Basuki, R., & Susanto, R. (2019). Analisis saluran	**5**

	penawaran hasil perikanan	hasil perikanan Permintaan hasil perikanan Penawaran hasil perikana		Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		pemasaran ikan kembung (Rastrelliger spp.) di TPI Muara Angke. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 14(2), 127–138. • Fitriani, D., & Saptanto, S. (2018). Struktur pasar dan saluran pemasaran ikan lele (Clarias sp.) di Kabupaten Bogor. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 12(1), 45–59.	
6	Kemampuan memahami dan Menjelaskan tentang harga hasil perikanan	Mampu menjelaskan Harga Hasil Perikanan Faktor pembentuk harga Harga eceran dan penerimaan produsen Perubahan harga hasil perikanan		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Arthatiani, F. Y., & Saptanto, S. (2011). Analisis transmisi harga ikan kembung antar pasar di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 1(1), 33–47. • Suryaningrum, I., & Priyatna, F. N. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi fluktuasi harga ikan di pasar tradisional. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 12(2), 101–115.	**5**

7	Kemampuan memahami dan Menjelaskan tentang pengaruh sifat hasil perikanan terhadap harga, bentuk pasar dan harga barang.	Dapat menjelaskan pengaruh hasil perikanan tergadap harga		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Zakaria, W. A., & Hidayat, R. (2020). Transmisi harga ikan tuna segar dari nelayan ke konsumen akhir. *Marine Fisheries*, 11(2), 87–98. • Fitriani, D., & Hidayati, N. (2021). Volatilitas harga ikan laut segar di Indonesia: pendekatan model ARCH-GARCH. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(3), 789–801.	**5**
8	**Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester**						**30**
9	Menjelaskan Tata Niaga Hasil Perikanan Budidaya	Mampu menjelaskan apa saja tata niaga hasil perikanan budidaya		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Hidayati, N., & Fitriani, D. (2018). Analisis tata niaga ikan lele (Clarias sp.) di Kabupaten Bogor. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(1), 77–88. • Rahmat, E., & Yustina, I.	**5**

						(2019). Efisiensi saluran pemasaran ikan nila (Oreochromis niloticus) di Kabupaten Sleman. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 101–115.	
10	Menjelaskan Tata niaga hasil perikanan tangkap	Dapat menjelaskan apa saja tata niaga hasil perikanan tangkap		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Arthatiani, F. Y., & Saptanto, S. (2011). Analisis tata niaga ikan kembung (Rastrelliger spp.) di Muara Angke. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 1(1), 33–47. • Basuki, R., & Susanto, R. (2019). Saluran pemasaran hasil perikanan tangkap di Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 14(2), 127–138. • Suryaningrum, I., & Purnomo, A. H. (2015). Rantai nilai dan peran lembaga pemasaran dalam tata niaga ikan tuna di Pelabuhan Benoa, Bali. *Marine Fisheries*, 6(2), 105–118.	**5**
11	Menjelaskan Tata niaga	Mampu menjelaskan apa		(Small Group		• Arthatiani, F. Y., &	**5**

	hasil perikanan pengolahan	saja tata niaga hasil periknanan pengolahan		Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		Suryaningrum, I. (2016). Analisis rantai nilai produk ikan pindang di Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 11(1), 67–79. • Hidayati, N., & Yustina, I. (2019). Tata niaga ikan asin di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan*, 13(2), 101–115. • Rani, A., & Susanto, R. (2020). Efisiensi saluran pemasaran produk olahan ikan lele asap di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 13(1), 45–58.	
12	Menjelakan dan paham tata niaga hasil perikanan	Dapat menjelaskan apa saja tata niaga hasil perikanan secara luas		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Purnomo, A. H., & Saptanto, S. (2018). Struktur pasar dan distribusi produk surimi di Jawa Tengah. *Marine Fisheries*, 9(2), 77–89. • Fitriani, D., & Sari, P. N. (2021). Pemasaran produk olahan ikan tuna beku: studi kasus di Bitung, Sulawesi	**5**

						Utara. *Jurnal Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 16(2), 145–160.	
13	Menjelaskan tentang permintaan dan penawaran pada tata niaga hasil perikanan	Dapat menjelaskan permintaan dan penawaran		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Arthatiani, F. Y., & Saptanto, S. (2011). Analisis transmisi harga dan elastisitas permintaan ikan kembung antar pasar di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 1(1), 33–47. • Fitriani, D., & Hidayati, N. (2019). Permintaan dan penawaran ikan lele (Clarias sp.) di tingkat konsumen dan pembudidaya. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 89–102.	**5**
14	Menjelaskan tentangperan pemerintah dalam pemasaran hasil perikanan	Dapat menjelaskan Peran pemerintahdalam pemasaran hasilperikanan		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Arthatiani, F. Y., & Saptanto, S. (2012). Peran pemerintah dalam meningkatkan efisiensi tata niaga hasil perikanan di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 2(1), 55–66. • Nurasa, T., & Hidayat, R. (2018). Kebijakan pemerintah	**5**

						dan implikasinya terhadap tata niaga perikanan tangkap. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(2), 145–158.	
15	Menjelakan tentang analisis pemasaran hasil perikanan	AnalisisPemasaran hasil perikanan • Analisa biaya dan • Analisa titik impas Analisa permintaan dan penawaran • Analisapemetaan pasar perikanan		(Small Group Discussion) Ceramah dan diskusi oleh dosen dan mahasiswa yang bersangkutan		• Suryaningrum, I., & Susilowati, I. (2015). Analisis daya saing dan strategi pemasaran produk perikanan Indonesia di pasar internasional. *Marine Fisheries*, 6(1), 45–56. • Purnomo, A. H., & Yustina, I. (2018). Analisis pemasaran produk olahan ikan pindang di Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 13(1), 67–79	**10**
16	**Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester**						**40**

SISTEM PENILAIAN :

- ✓ Kehadiran : 5 %,
- ✓ Tugas Terstruktur (4 kali), Kuis (4 kali) : 10 %,
- ✓ Ujian Tengah Semester (1 kali) : 30%
- ✓ Ujian Akhir Semester (1 kali) : 40%

Otonomi Daerah