

## **Analisis Usaha Budidaya dan Pemasaran Ikan Baung Hasil Budidaya Keramba Jaring Apung di Desa Lubuk Siam, Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar**

### **Cultivation Business Analysis and Marketing of Cultivated Baung Fish Floating Net Cage in Lubuk Siam Village, Siak Hulu District, Kampar Regency**

**Ivan Jesmiler dan Tibrani**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau

Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru-Riau

Email: tibranikarimi@agr.uir.ac.id

**Abstract.** *Baung fish farming business in floating net cages (KJA) in Lubuk Siam Village faces many problems such as limited quality seeds and feed, low cultivation technology, and poor water management. This study aims to analyze: (1) the characteristics of farmers and traders; (2) the Cost, income, efficiency, and BEP of baung fish farming; (3) institutions, channels, costs, margins, profits, and marketing efficiency. This study used a survey method, which took place in Lubuk Siam Village, Siak Hulu District, Kampar Regency, Riau Province. A sampling of farmers was done randomly (simple random sampling) of 10 people and the sample of traders was chosen purposively as many as 6 people. The data used in this study are primary data obtained directly through interviews, and secondary data. Data were analyzed descriptively qualitatively and quantitatively. The results showed that: (1) The characteristics of baung fish farmers were: the average age of farmers obtained was 38.80 years (productive); the average length of education 10.30 years (equivalent to high school); the average experience of farming is 10.90 years (long enough); and the average dependents of a farmer's family are 3 people (small). Meanwhile, traders have an average age of 51.33 years (productive), 10,00 years of education (equivalent to junior high school), 12.33 years of business experience (long enough), and the number of dependents in the family is 3 people. In baung fish farming, the production costs incurred are Rp. 20,096,588/production period, which consists of variable costs of Rp. 18,712,875/production period (93.11%) and fixed costs of Rp. 1,383,713/production period (6,89%); (b) gross income obtained is Rp. 26,875,000/production period, with a production of 538 kg and a price of Rp. 50,000/kg; net income was Rp 6,778,412/production period. (c) Efficiency or RCR is obtained at 1.34, which means it is profitable and feasible to work on. (3) In Marketing, it is known that there are 2 marketing institutions, namely collectors and retailers, which form 2 marketing channels, namely from farmers -> collectors -> retailers -> consumers; and from farmers -> retailers -> consumers. The marketing cost for the channel I is Rp. 2,460/kg and the channel II is Rp. 1.780/kg. The marketing margin for the channel I is Rp. 15,000/kg and the channel II is Rp. 15,000/kg. The marketing advantage for the channel I is Rp. 12,540/kg and the channel II is Rp. 13,220/kg. Marketing efficiency shows that the channel II ( $E_p = 2.74\%$ ) is more efficient than the channel I ( $E_p = 3.78\%$ ).*

**Keywords:** *Baung Fish, Farming, Marketing, Marketing Efficiency*

**Abstrak.** Usaha budidaya ikan baung dalam keramba jaring apung (KJA) di Desa Lubuk Siam banyak menghadapi berbagai permasalahan seperti keterbatasan benih dan pakan yang berkualitas, teknologi budidaya yang rendah, serta manajemen air yang buruk. Penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) karakteristik petani dan pedagang; (2) Biaya, pendapatan, efisiensi, dan BEP usahatani ikan baung; (3) lembaga, saluran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei, yang mengambil lokasi di di Desa Lubuk Siam Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Pengambilan sampel petani dilakukan secara acak (*simple random sampling*) sebanyak 10 orang dan sampel pedagang dipilih secara sengaja (*purposive*) sebanyak 6 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Karakteristik petani ikan baung yaitu: rata-rata umur petani diperoleh yaitu 38,80 tahun (produktif); rata lama pendidikan 10,30 tahun (setara SMA); rata-rata

pengalaman berusaha tani yaitu 10,90 tahun (cukup lama); dan rata-rata tanggungan keluarga petani yaitu sebanyak 3 orang (kecil). Sedangkan pedagang memiliki rata-rata umur sebesar 51,33 tahun (produktif), lama pendidikan 10,00 tahun (setara SMP), pengalaman berusaha 12,33 tahun (cukup lama), dan jumlah tanggungan keluarga 3 orang. (2) Pada usahatani ikan baung biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 20.096.588/periode produksi, yang terdiri dari biaya variabel Rp 18.712.875/periode produksi (93,11%) dan biaya tetap Rp 1.383.713/periode produksi (6,89%); (b) pendapatan kotor diperoleh yaitu senilai Rp 26.875.000/periode produksi, dengan produksi sebanyak 538 kg dan harga Rp 50.000/kg; pendapatan bersih diperoleh sebesar Rp 6.778.412/periode produksi. (c) Efisiensi atau RCR diperoleh sebesar 1,34 yang artinya sudah menguntungkan dan layak untuk diusahakan. (3) Pada Pemasaran diketahui terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, yang membentuk 2 saluran pemasaran, yaitu dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer -> konsumen; dan dari petani -> pengecer -> konsumen. Biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 2.460/kg dan saluran II Rp. 1.780/kg. Margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 15.000/kg dan saluran II Rp 15.000/kg. Keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 12.540/kg dan saluran II Rp. 13.220/kg. Efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran II ( $E_p = 2,74\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 3,78\%$ ).

**Kata kunci:** Ikan Baung, Usahatani, Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

## 1. PENDAHULUAN

Perikanan menjadi salah satu subsektor yang memegang peranan penting terhadap perekonomian di daerah Provinsi Riau. Ini terlihat pada tahun 2017-2019 nilai sumbangan sub sektor perikanan terhadap PDRB Provinsi Riau atas harga konstan 2010 menunjukkan adanya trend peningkatan dari sebesar Rp. 11.836.095 Juta menjadi Rp. 11.948.920 Juta, atau meningkat sebesar Rp. 112.825 juta (0,95%) (BPS 2020). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan produksi secara agregat terhadap produk perikanan, dan berpotensi untuk terus berkembang

seiring dengan semakin peningkatan jumlah penduduk dan perkembangan teknologi budidaya.

Secara garis besar, perikanan terdiri atas 2 (dua) yakni perikanan tangkap dan budidaya. Perikanan tangkap merupakan jenis usaha perikanan yang bersumber dari aktifitas tangkap ikan baik dari laut maupun dari perairan umum, sedangkan perikanan budidaya merupakan usaha perikanan dengan budidaya baik dalam laut, tambak, kolam, keramba, maupun sawah. Adapun perkembangan produksi perikanan laut maupun budidaya di Provinsi Riau disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Ikan di Provinsi Riau Menurut Jenis Perikanan, Tahun 2014-2018.

No	Jenis Perikanan	Produksi (Ton)				
		2014	2015	2016	2017	2018
A	Perikanan Budidaya	86.053	87.297	92.764	110.081	115.150
1	Budidaya Laut	401	619	689	11.612	8.531
2	Tambak	311	135	1.031	536	4.253
3	Kolam	54.561	55.709	60.836	81.783	75.441
4	Keramba	30.777	30.831	30.208	16.149	26.924
5	Sawah	3	3	0	0	1
B	Perikanan Tangkap	125.689	122.397	129.357	128.989	143.922
1	Perikanan Laut	107.305	105.298	102.101	107.843	120.022
2	Perikanan Umum	18.384	17.099	27.256	21.146	23.900
	Total	211.742	209.694	222.121	239.069	259.072

Sumber: BPS (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi perikanan total di Provinsi Riau selama tahun 2014-2018 cenderung

mengalami peningkatan dari sebanyak 211.742 ton pada tahun 2014 menjadi 259.072 ton pada tahun 2018. Selama

tahun 2014-2018 dapat dilihat bahwa perikanan tangkap justru memiliki produksi lebih tinggi dibandingkan perikanan budidaya, dengan produksi pada 2018 sebanyak 143.922 ton sedangkan produksi perikanan budidaya sebanyak 115.150 ton.

Desa Lubuk Siam merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Secara geografis desa ini terletak sejajar di tepi sungai kampar yang mengalir dari barat ke timur. Keberadaan sungai kampar menjadi berkah tersendiri bagi masyarakat sekitar, yang hanya dimanaftanya untuk keperluan rumah tangga seperti sarana MCK dan sebagai sumber air bersih untuk kebutuhan hidup, namun juga sebagai sumber mata pecaharian. Menurut data dari Kantor Desa Lubuk Siam (2020) menyatakan bahwa sebagian masyarakatnya di Desa Lubuk Siam bermata pencaharian sebagai nelayan dan peternak ikan dalam Keramba Jaring Apung (KJA). Salah satu jenis ikan yang diusahakan yaitu ikan baung (*Mystus nemurus*).

Usaha budidaya ikan baung dalam keramba jaring apung (KJA) di Desa Lubuk Siam yang dijalankan peternak banyak menghadapi berbagai permasalahan seperti keterbatasan jumlah benih dan pakan yang berkualitas, teknologi budidaya yang rendah, serta manajemen air yang buruk. Selain itu adapula permasalahan yang timbul dari faktor eksternal yaitu seperti keterbatasan terhadap akses permodalan, serta faktor alam yaitu banjir dan kemarau yang sering kali menyebabkan produksi menurun. Dengan kondisi seperti itu maka perlunya dilakukan analisis usahatani dan pemasaran usaha ikan baung dalam keramba jaring apung (KJA).

## 2. BAHAN DAN METODE

### 2.1. Metode, Tempat, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei terhadap usaha budi daya ikan baung dalam keramba jaring apung (KJA) di Desa Lubuk Siam.

Penelitian ini berlokasi di Desa Lubuk Siam Kecamatan Siak Hulu

Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*), didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Lubuk Siam merupakan salah satu sentra produksi ikan baung produksi keramba jaring apung di Kecamatan Siak Hulu.

Penelitian dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari Bulan Januari-Juni 2021 yang meliputi kegiatan persiapan (pembuatan proposal, seminar, perbaikan), pelaksanaan (pengumpulan data, tabulasi data, dan analisis data), dan perumusan hasil (draft laporan, seminar, perbaikan, perbanyak laporan).

### 2.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu adalah seluruh petani dan pedagang ikan baung dalam keramba jaring apung di Desa Lubuk Siam. Hasil survei pendahuluan diketahui jumlah petani keramba jaring apung sebanyak 10 orang, pedagang pengumpul sebanyak 2 orang. Berdasarkan jumlah anggota populasi tersebut, maka pengumpulan data dilakukan secara sensus atau seluruh anggota populasi dijadikan responden.

### 2.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini meliputi data karakteristik petani (meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga), jumlah penggunaan dan harga input (meliputi bibit pakan, tenaga kerja dan peralatan), produksi dan harga jual ikan baung, serta berbagai kegiatan pemasarannya. Data sekunder diperoleh dari pihak ke tiga (pihak/instansi terkait) melalui berbagai publikasi, laporan, jurnal, penelitian, dan lain-lain.

### 2.4. Analisis Data

Data yang terkumpul dikelompokkan sesuai jenisnya dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel, selanjutnya dianalisis sesuai tujuan penelitian ini.

a. Biaya Produksi

Biaya produksi secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = [X_1.P_{X_1} + X_2.P_{X_2} + X_3.P_{X_3}] + D$$

Keterangan:

TC= *Total cost*/ total biaya (Rp/periode produksi)

TVC= Total biaya variabel (Rp/periode produksi)

TFC= Total biaya tetap (Rp/periode produksi)

X<sub>1</sub>= Jumlah penggunaan bibit (kg/periode produksi)

X<sub>2</sub>= Jumlah penggunaan pakan (liter/periode produksi)

X<sub>3</sub>= Jumlah penggunaan TK (HOK/periode produksi)

P<sub>x1.. P<sub>xn</sub></sub>= harga input (Rp/satuan)

D= Depresiasi/ penyusutan (Rp/tahun)

b. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor yang dihitung menggunakan rumus menurut Soekartawi (2001), yaitu:  $TR = Y \times P_y$

Keterangan:

TR = Total penerimaan (Rp/periode produksi)

Y = Produksi ikan baung (Kg/periode produksi)

P<sub>y</sub> = Harga jual ikan baung (Rp/kg)

c. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2006):  $\pi = TR - TC$

Keterangan:

Π = Keuntungan usahatani ikan baung (Rp/periode produksi)

TR = Total penerimaan (Rp/periode produksi)

TC = Total biaya (Rp/periode produksi)

d. Efisiensi Usaha

Untuk mengetahui tingkat efisiensi usahatani dapat menggunakan perhitungan *Return Cost Ratio* menurut Soekartawi (2006) sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

RCR = *Return Cost Ratio*

TR = Total penerimaan (Rp/periode produksi)

TC = Total biaya (Rp/periode produksi)

Kriteria yang digunakan dalam penilaian efisiensi usaha adalah:

RCR > 1 berarti usaha sudah efisien dan menguntungkan.

RCR = 1 berarti usaha berada pada titik impas (BEP).

RCR < 1 berarti usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan.

e. Break Event Point (BEP)

Pendekatan matematis untuk menghitung BEP sebagai berikut (Herjanto, 2008):

$$BEP_{(y)} = \frac{TFC}{P_y - AVC}$$

Keterangan:

BEP<sub>(y)</sub>= Titik impas (kg/periode produksi)

TFC = Total biaya tetap (Rp/tahun)

P<sub>y</sub> = Harga jual ikan baung (Rp/kg)

AVC = Biaya variabel rata-rata (Rp/kg)

f. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dihitung dengan rumus Soekartawi (1987) dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = BT + SL + BL$$

Keterangan:

B<sub>p</sub>= Biaya Pemasaran (Rp/kg)

BT= Biaya Transportasi (Rp/kg)

SL= Biaya Sewa Lapak (Rp/kg)

BL= Biaya Lain-lain (Rp/kg)

g. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, digunakan rumus berikut (Soekartawi, 1987):

$$M_p = P_c - P_f$$

Keterangan :

M<sub>p</sub>= Marjin pemasaran (Rp/kg)

P<sub>r</sub> = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

P<sub>f</sub> = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

h. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran dirumuskan menurut rumus Soekartawi (1987) sebagai berikut :

$$K_p = M_p - TBP$$

Keterangan:

K<sub>p</sub> = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

M<sub>p</sub> = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

TBP= Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

i. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran (E<sub>p</sub>), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1988), yaitu:

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

TBP= Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

TNP= Total Nilai Produk (Rp/kg)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Karakteristik Petani dan Pedagang

Karakteristik individu adalah ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki individu, dapat meliputi kemampuan,

karakteristik biografis, pembelajaran, sikap, kepribadian, persepsi, dan nilai. Dalam kaitannya dengan pemasaran, karakteristik petani dan pedagang sangat berpengaruh dalam perilaku, sikap dan kemampuannya dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Adapun karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Petani dan Pedagang Ikan Baung di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021.

No	Karakteristik	Petani		Pedagang	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)				
	26 – 33	3,00	30,00	0,00	0,00
	34 – 41	3,00	30,00	1,00	16,67
	42 – 49	2,00	20,00	1,00	16,67
	50 – 57	2,00	20,00	3,00	50,00
	58 – 65	0,00	0,00	0,00	0,00
2	Pendidikan (Tahun)				
	1 - 6 (SD)	0,00	0,00	1,00	16,67
	7 - 9 (SMP)	5,00	50,00	2,00	33,33
	10 - 12 (SMA)	5,00	50,00	3,00	50,00
3	Pengalaman Usahatani (Tahun)				
	7 – 10	6,00	60,00	2,00	33,33
	11 -14	2,00	20,00	2,00	33,33
	15 – 18	2,00	20,00	2,00	33,33
4	Tanggungan Keluarga (Orang)				
	1 – 3	6,00	60,00	4,00	66,67
	4 – 6	4,00	40,00	2,00	33,33
	Jumlah	10,00	100,00	6,00	100,00

#### a. Umur

Pada Tabel 2 terlihat bahwa petani ikan baung di Desa Lubuk Siam rata-rata berumur 38,80 tahun (produktif), dimana sebagian besar berada pada rentang umur 26 – 33 tahun dan 34 – 41 tahun yang masing-masing sebanyak 3 orang (30,00%). Sementara itu rata-rata umur pedagang ikan baung yaitu 51,33 tahun (produktif), dimana sebagian besar berada pada rentang umur 50 – 57 tahun dengan jumlah sebanyak 3 orang (50,00%). Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata umur petani lebih muda dibandingkan dengan

pedagang, meskipun begitu ke duanya berada pada rentang umur produktif (15 – 65 tahun. Dengan umur yang tergolong produktif memungkinkan pengusaha dan pedagang untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rumah tangga.

#### b. Tingkat Pendidikan

Lama pendidikan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa lama pendidikan petani ikan baung di Desa Lubuk Siam rata-rata 10,30 tahun (setara SMA), dimana seluruhnya berada pada rentang lama pendidikan 7 – 9 tahun dan 10 – 12 tahun

dengan jumlah masing-masing 5 orang (50,00%). Sementara itu rata-rata lama pendidikan pedagang yaitu 10 tahun, dimana sebagian besar berada pada rentang lama pendidikan 9 – 12 tahun sebanyak 3 orang (50,00%).

c. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha petani ikan baung di Desa Lubuk Siam rata-rata adalah 10,90 tahun, dimana sebagian besar berada pada rentang tanggungan keluarga 1 – 3 orang dengan jumlah sebanyak 6 orang (60,00%). Sementara itu rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang ikan baung yaitu sebanyak 3 orang, dimana sebagian besar berada pada rentang tanggungan keluarga 1 – 3 orang yaitu sebanyak 4 orang (40,00%). Hal tersebut sekaligus menunjukkan bahwa tanggungan keluarga yang harus ditanggung oleh petani dan pedagang memiliki jumlah yang sama dengan termasuk dalam kategori tanggungan keluarga kecil (1 – 3 orang).

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga petani ikan baung di Desa Lubuk Siam rata-rata sebanyak 3 orang, dimana sebagian besar Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pada usahatani ikan baung yaitu senilai Rp 20.096.588/periode produksi. Nilai tersebut hampir seluruhnya adalah biaya variabel yang bernilai Rp 18.712.875/periode produksi atau dengan persentase 93,11% dari total biaya. Sisanya adalah biaya tetap yang merupakan penyusutan alat senilai Rp 1.383.713/periode produksi atau setara dengan 6,89%.

### **3.2. Analisis Usaha Budidaya Keramba Jaring Apung**

a. Biaya Produksi

Biaya Produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan petani dalam mengusahakan ikan baung. Biaya produksi terdiri atas dua yaitu biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya mengikuti jumlah produksi, sebaliknya biaya tetap yaitu biaya yang

besar kecilnya tidak mengikuti jumlah produksi. Pada usahatani ikan baung keramba jaring apung (KJA) di Desa Lubuk Siam adalah biaya variabel yang dikeluarkan meliputi biaya penggunaan bibit ikan baung, pakan, dan tenaga kerja, sedangkan biaya tetap meliputi biaya penyusutan alat. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha tani ikan baung disajikan pada tabel 3.

Pada rentang pengalaman usaha 7 – 10 tahun dengan jumlah sebanyak 6 orang (60,00%). Sementara itu rata-rata pengalaman berusaha pedagang yaitu 12,33 tahun, dimana distribusinya tersebar secara merata pada rentang pengalaman 7 – 10 tahun, 11 - 14 tahun, dan 15 – 18 tahun dengan jumlah masing-masing sebanyak 2 orang. Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata pengalaman usaha pedagang ikan baung lebih lama dibandingkan dengan pengalaman usaha petani ikan baung.

b. Biaya Bibit

Umumnya bibit ikan baung yang digunakan petani yaitu berukuran antara 1 – 1,5 inci yang memiliki ciri-ciri sebagai bibit ikan yang sehat, beberapa ciri-ciri tersebut yaitu memiliki pergerakan yang lincah, permukaan badan mulus dan cerah, serta bagian tubuh lengkap. Jumlah biaya bibit ikan baung yang digunakan petani di Desa Lubuk Siam yaitu sebanyak 2.670 ekor dengan harga Rp 300/ekor, dengan begitu biaya penggunaan bibit yaitu senilai Rp 801.000/periode produksi atau 3,99% dari biaya total.

c. Biaya Pakan

Berdasarkan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa biaya penggunaan pakan pelet yaitu bernilai Rp 1.544.000/periode produksi (7,68%) dan pakan usus ayam senilai Rp 6.400.000/periode produksi (31,85%). Jenis pakan utama yang digunakan petani yaitu adalah usus ayam, hal ini dikarenakan harganya yang cukup terjangkau, dimana pakan usus ayam diberikan sebanyak 2 kali/hari (pagi dan sore). Sedangkan pakan pelet digunakan sebagai pakan selingan yang diberikan sebanyak 2 kali/minggu.

Tabel 3. Biaya, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani Ikan Baung Keramba Jaring Apung (KJA) di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021.

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga (Rp/satuan)	Nilai (Rp/PP)	Persen (%)
I	Biaya Produksi					
A	Biaya Variabel		Rp/PP		18.712.875	93,11
1	Bibit	ekor	2.670	300	801.000	3,99
2	Pakan				7.944.000	39,53
	a. Pelet	kg	193	8.000	1.544.000	7,68
	b. Usus Ayam	kg	6.400	1.000	6.400.000	31,85
3	Tenaga Kerja	HOK	99,68	100.000	9.967.875	49,60
B	Biaya Tetap					
	Penyusutan Alat	Rp/PP			1.383.713	6,89
	Total Biaya				20.096.588	100,00
II	Pendapatan Kotor	Kg	538	50.000	26.875.000	
III	Pendapatan Bersih	Rp/PP			6.778.412	
IV	Efisiensi (RCR)				1,34	
V	BEP Produksi	kg	91,12	50.000	4.556.080	

#### d. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam periode produksi untuk menghasilkan barang maupun jasa disamping faktor produksi modal, teknologi dan sumberdaya alam. Skala usaha akan mempengaruhi besar kecilnya tenaga kerja yang dibutuhkan. Adapun tenaga kerja yang digunakan dalam usahatani ikan baung disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa penggunaan tenaga kerja pada usahatani ikan baung di Desa Lubuk Siam yaitu sebanyak 99,68 HOK/periode produksi. Dengan asumsi bahwa upah tenaga kerja yang ditetapkan yaitu Rp 100.000/HOK, maka biaya penggunaan tenaga kerja diperoleh senilai Rp 9.967.875/periode produksi. Dilihat berdasarkan pekerjaannya, maka pekerjaan dengan biaya tertinggi yaitu pada pemberian pakan dengan nilai Rp 5.625.000/periode produksi (56,43%), diikuti dengan pekerjaan pemeliharaan dengan nilai Rp 3.000.000/periode produksi (30,10%). Biaya penggunaan tenaga kerja pada pekerjaan lainnya yaitu terdiri dari persiapan keramba senilai Rp 90.000/periode produksi (0,90%), penebaran benih senilai Rp 77.875/periode

produksi (0,78%), pemilihan Rp 479.000/periode produksi (4,81%), dan panen senilai Rp 696.000/periode produksi (6,98%).

#### e. Pendapatan

Sesuai dengan Sukirno (2009), pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Berdasarkan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa pendapatan kotor yang diperoleh petani ikan baung yaitu senilai Rp 26.875.000/periode produksi dengan produksi 538 kg/periode produksi dan harga jual Rp 50.000/kg. Sementara itu pendapatan bersih yang diperoleh yaitu senilai Rp 6.778.412/periode produksi.

#### f. Efisiensi Usahatani

Efisiensi usaha atau RCR (*Revenue Cost Ratio*) menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba untuk tiap satu satuan biaya yang dikeluarkan. RCR dapat dihitung dengan membandingkan besaran pendapatan kotor yang dihasilkan dengan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Berdasarkan Tabel 3 diketahui nilai efisiensi usaha (RCR) pada usahatani ikan baung di Desa Lubuk Siam adalah sebesar 1,34 (>1). Hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut efisien dan layak untuk diusahakan. Nilai

RCR sebesar 1,34 memiliki arti bahwa setiap Rp 1,00 biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengusahakan ikan baung akan menghasilkan pendapatan

kotor sebesar Rp. 1,34 atau pendapatan bersih (keuntungan) sebesar Rp 0,34.

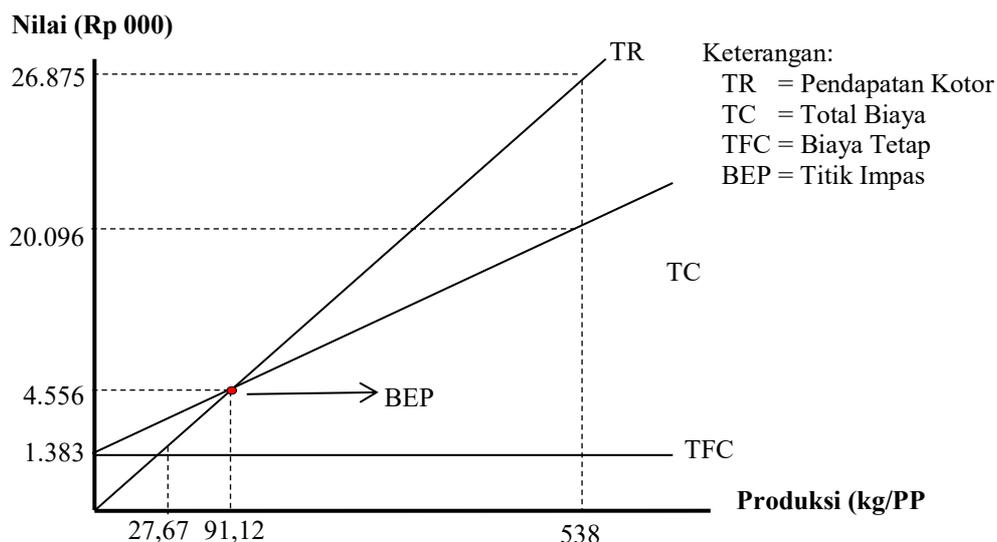
Tabel 4. Biaya Penggunaan Tenaga Kerja pada Usahatani Ikan Baung Keramba Jaring Apung (KJA) di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021

No	Uraian Pekerjaan	Penggunaan TK (HOK/tahun)	Upah TK (Rp/tahun)	Persentase (%)
1	Persiapan Keramba	0,90	90.000	0,90
2	Penebaran Benih	0,78	77.875	0,78
3	Pemberian Pakan	56,25	5.625.000	56,43
4	Pemilahan	4,79	479.000	4,81
5	Pemeliharaan	30,00	3.000.000	30,10
6	Panen	6,96	696.000	6,98
Jumlah		99,68	9.967.875	100,00

g. *Break-Even Point* (BEP)

*Break-even point* (BEP) atau pulang pokok atau impas merupakan suatu keadaan ketika suatu usaha tidak mengalami untung dan juga tidak mengalami rugi. Artinya seluruh biaya itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan (Harahap, 2007). Tabel 3 menunjukkan bahwa usahatani ikan baung keramba jaring apung (KJA) di Desa Lubuk Siam akan mencapai titik impas (*break-even point/ BEP*) pada tingkat produksi sebanyak 91,12 kg/proses produksi, atau

dengan nilai pendapatan kotor senilai Rp 4.556.080/proses produksi. Pada tingkat produksi tersebut pendapatan kotor yang dihasilkan bernilai sama dengan biaya total yang dikeluarkan, sehingga pendapatan bersih yang dihasilkan adalah senilai Rp 0. Sementara itu produksi riil yang dihasilkan pada usahatani ikan baung yaitu sebanyak 538 kg/proses produksi (> 91,12), yang artinya produksi yang dihasilkan berada jauh di atas titik BEPnya (Secara grafik dapat dijelaskan pada Gambar 1).



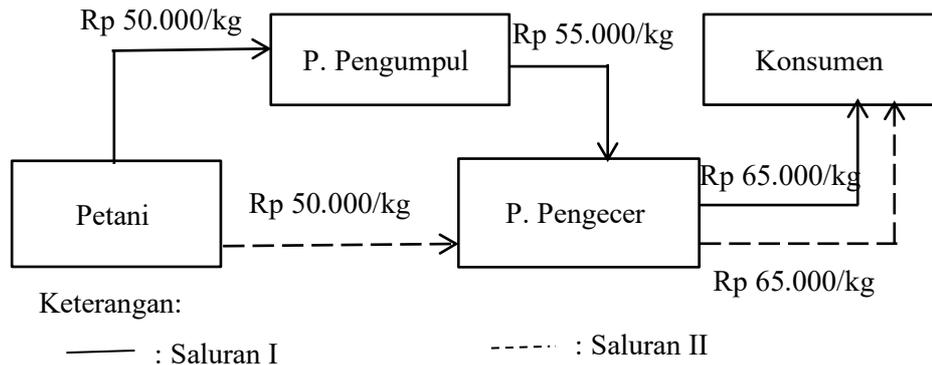
Gambar 1. Titik BEP pada Usahatani Ikan Baung Keramba Jaring Apung di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021

### 3.3. Analisis Pemasaran

#### a. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Produsen umumnya tidak dapat melakukannya sendiri karena faktor jarak dan keterbatasan waktu dan biaya, sehingga membutuhkan peranan berbagai lembaga pemasaran yang membentuk suatu saluran pemasaran. Dari hasil analisis, diperoleh bahwa dalam pemasaran ikan

baung di Desa Lubuk Siam terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Saluran pemasaran yang terbentuk ada 2 yaitu: (1) saluran pemasaran I, dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer; dan (2) saluran pemasaran II, dari petani -> konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Lembaga dan Saluran Pemasaran Ikan Baung yang Terbentuk di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021.

Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I yang merupakan saluran dua-tingkat (pedagang pengumpul dan pedagang pengecer) dan saluran pemasaran II yang merupakan saluran satu-tingkat (pedagang pengecer).

#### b. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I pada komoditas ikan baung di Desa Lubuk Siam yaitu dimulai dari petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer. Dari sebanyak 10 responden petani ikan baung, 8 orang (80,00%) diantaranya masuk ke dalam saluran pemasaran I. Selain karena harga jualnya yang kompetitif, alasan lain yang menyebabkan sebagian besar petani ikan baung masuk dalam saluran pemasaran I, karena kemudahan serta jaminan kontinuitas bahwa produk akan terus diterima oleh pedagang pengumpul.

#### c. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran I pada komoditas ikan baung di Desa Lubuk Siam yaitu dimulai dari petani → pedagang Konsumen. Dari sebanyak 10 responden

petani ikan baung hanya 2 orang (20,00%) diantaranya yang terlibat dalam saluran pemasaran II. Tidak terlibatnya pedagang pengumpul dalam saluran pemasaran II disebabkan karena pertimbangan lokasi yang berdekatan dengan keramba ikan baung yang diusahakan petani, sehingga pedagang pengecer mempertimbangkan untuk membeli langsung.

### 3.4. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran

Dalam penyampaian ikan baung dari petani ke konsumen terdapat beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran, yang mana hal tersebut akan mencerminkan panjang pendeknya saluran pemasaran. Pola saluran pemasaran akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pola pemasaran ikan baung dapat diketahui dengan cara menelusuri arus perpindahan mulai dari petani hingga kepada konsumen. Adapun hasil analisis biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Ikan baung di Desa Lubuk Siam, Tahun 2021.

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran (Rp/kg)	
		I	II
1	Petani		
	Harga Jual	50.000	50.000
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Biaya Pemasaran	1.420	
	b. Margin Pemasaran	5.000	
	c. Keuntungan Pemasaran	3.580	
	d. Harga Jual	55.000	
3	Pedagang Pengecer		
	a. Harga Beli	55.000	50.000
	b. Biaya Pemasaran	1.040	1.780
	c. Margin Pemasaran	10.000	15.000
	d. Keuntungan Pemasaran	8.960	13.220
	e. Harga Jual	65.000	65.000
4	Konsumen		
	Harga Beli	65.000	65.000
	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	2.460	1.780
	Total Margin Pemasaran (Rp/kg)	15.000	15.000
	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)	12.540	13.220
	Efisiensi Pemasaran (%)	3,78	2,74

a. Biaya Pemasaran

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 2.460/kg dan pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 1.780/kg. Hal ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran pada saluran pemasaran II lebih rendah dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Selain itu secara lebih rinci biaya pada saluran pemasaran I terdiri dari biaya pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.420/kg, dan pedagang pengecer sebesar Rp. 1.040/kg. Sedangkan pada saluran pemasaran II hanya terdiri dari biaya pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp. 1.780/kg. Tingginya biaya pemasaran pada saluran pemasaran I disebabkan karena lebih panjangnya rantai pemasaran karena melibatkan lebih dari 2 lembaga pemasaran.

b. Margin Pemasaran

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran baik pada saluran pemasaran I maupun saluran pemasaran II yaitu senilai Rp 15.000/kg. Margin pemasaran yang diterima pada saluran pemasaran I terdiri dari margin

pemasaran pedagang pengumpul Rp 5.000/kg dan pedagang pengecer Rp 10.000/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II hanya diterima oleh pedagang pengecer dengan nilai sebesar Rp 15.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa margin yang diterima pada saluran pemasaran I dan II masing-masing memiliki nilai yang sama, yang disebabkan karena nilai jual ditingkat petani dan nilai jual ditingkat konsumen yang sama nilainya.

c. Keuntungan Pemasaran

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa keuntungan pemasaran yang diterima oleh lembaga pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 12.540, terdiri dari keuntungan yang diterima pedagang pengumpul sebesar Rp. 3.580/kg dan pedagang pengecer sebesar Rp. 8.960/kg. Sedangkan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 13.220/kg. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa keuntungan pemasaran yang diterima pada saluran pemasaran II lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran I.

#### d. Efisiensi Pemasaran

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I menunjukkan nilai 3,78%, sedangkan pada saluran pemasaran II bernilai sebesar 2,74%, artinya baik saluran pemasaran I maupun II tergolong efisien (0 – 33%). Nilai efisiensi pemasaran pada saluran I yaitu sebesar 3,78%, yang artinya setiap 100% nilai produk yang diterima konsumen maka mengandung biaya pemasaran sebesar 3,78%. Begitu juga pada saluran II, dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 2,74% artinya setiap 100 nilai produk yang diterima konsumen sebesar 2,74% yang dikandungnya merupakan biaya pemasaran. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik petani ikan baung yaitu: rata-rata umur petani diperoleh yaitu 38,80 tahun (produktif), rata lama pendidikan 10,30 tahun (setara SMA), rata-rata pengalaman berusaha tani yaitu 10,90 tahun (cukup lama), dan rata-rata tanggungan keluarga petani yaitu sebanyak 3 orang (kecil). Sedangkan pedagang memiliki rata-rata umur sebesar 51,33 tahun (produktif), lama pendidikan 10,00 tahun (setara SMP), pengalaman berusaha 12,33 tahun (cukup lama), dan jumlah tanggungan keluarga 3 orang.
2. Pada usahatani ikan baung biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 20.096.588/periode produksi, yang terdiri dari biaya variabel Rp 18.712.875/periode produksi (93,11%) dan biaya tetap Rp 1.383.713/periode produksi (6,89%); (b) pendapatan kotor diperoleh yaitu senilai Rp 26.875.000/periode produksi, dengan produksi sebanyak 538 kg dan harga Rp 50.000/kg; pendapatan bersih diperoleh sebesar Rp 6.778.412/periode produksi. (c) Efisiensi atau RCR diperoleh sebesar

1,34 yang artinya sudah menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

3. Pada Pemasaran diketahui terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, yang membentuk 2 saluran pemasaran, yaitu dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer -> konsumen; dan dari petani -> pengecer -> konsumen. Biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 2.460/kg dan saluran II Rp. 1.780/kg. Margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 15.000/kg dan saluran II Rp 15.000/kg. Keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 12.540/kg dan saluran II Rp. 13.220/kg. Efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran II ( $E_p = 2,74\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 3,78\%$ ).

### 4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Petani ikan baung dalam hal ini dapat meningkatkan skala produksi untuk dapat meningkatkan pendapatan yang diterima, dengan begitu akan meningkatkan kesejahteraan keluarga petani.
2. Pemerintah sebaiknya perlu terlibat dalam peningkatan kesejahteraan petani maupun konsumen dalam hal ini untuk mengawasi dan mendorong sistem pemasaran yang efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Riau Menurut Lapangan Usaha 2015-2019*. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Pekanbaru.
- Herjanto, E. 2008. *Manajemen Operasi. Edisi Ketiga*. Grasindo: Jakarta.
- Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. UI Press: Jakarta.
- Soekartawi. 1987. *Prinsip Dasar Ekonomi Petanian Teori dan Aplikasinya*. Penerbit CV. Rajawali: Jakarta.
- Sukirno, S. 2009. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Rajawali Pers: Jakarta.