



Dewi Puspita Sari¹

ANALISIS SISTEM PEMASARAN IKAN NILA DI DESA LANTANG KECAMATAN POLONGBANGKENG SELATAN KABUPATEN TAKALAR

Abstrak

Analisis Sistem Pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar. Dibimbing oleh Dewi Puspitasari dan Asriyanti Syarif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dalam sistem pemasaran, menganalisis margin, farmer's share, efisiensi pemasaran budidaya ikan nila di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar. Penelitian ini mengambil sampel secara purposive sampling dengan petani sebanyak 10 orang, serta pengambilan sampel snowball sampling pada konsumen sebanyak 9 orang, pedagang pengumpul sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang, dan industri rumah makan sebanyak 2 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis margin, efisien pemasaran serta farmer's share. Saluran pemasaran yaitu saluran I petani – konsumen, saluran II petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen, saluran III petani – industri rumah makan – konsumen. Margin saluran I yaitu sebesar Rp.0, saluran II yaitu sebesar Rp.7.000/Kg, saluran III yaitu sebesar Rp.4.000/Kg. Kemudian untuk efisiensi pemasaran saluran I yaitu 0.9%, saluran II yaitu 4.2%, saluran III yaitu 3.10%. Dan untuk farmer's Share saluran I yaitu 0%, saluran II yaitu 78.12%, saluran III 86.2%.

Kata Kunci: Ikan Nila, Sistem Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Farmer's Share.

Abstract

Analysis of the Tilapia Marketing System in Lantang Village, South Polongbangkeng District, Takalar Regency. Supervised by Dewi Puspitasari and Asriyanti Syarif. This research aims to determine marketing channels in the marketing system, analyze margins, farmer's share, marketing efficiency of tilapia cultivation in Lantang Village, South Polongbangkeng District, Takalar Regency. This research took samples using purposive sampling with 10 farmers, as well as snowball sampling with 9 consumers, 2 collecting traders and 2 retailers, and 2 people in the restaurant industry. The data analysis used in this research is descriptive analysis and margin analysis, marketing efficiency and farmer's share. Marketing channels are channel I farmer – consumer, channel II farmer – collector trader – retailer – consumer, channel III farmer – restaurant industry – consumer. The margin for channel I is IDR 0, channel II is IDR 7,000/Kg, channel III is IDR 4,000/Kg. Then for marketing efficiency, channel I is 0.9%, channel II is 4.2%, channel III is 3.10%. And for farmer's share, channel I is 0%, channel II is 78.12%, channel III is 86.2%.

Keywords: Tilapia, Marketing System, Marketing Margin, Marketing Efficiency, Farmer's Share.

PENDAHULUAN

Pemerintah daerah sangat berperan penting dalam dalam hal memenuhi kepentingan masyarakat baik dalam hal keterbukaan serta pasrtisipasi masyarakat dan pertanggungjawaban masyarakatnya, termasuk mempersiapkan daerahnya dalam setiap perubahan global di era saat ini dalam berbagai bidang termasuk bidang perikanan. Sektor perikanan menjadi salah satu

¹ Universitas Negeri Makassar
 email: dewi.puspita.sari@unm.ac.id

sektor ril yang potensial di Indonesia, sebab sektor perikanan turut andil dalam memegang peran dalam pembangunan daerah terutama dalam hal pendapatan serta kesejahteraan masyarakat. (Esther Tompodung et al., 2016)

Sektor perikanan juga berkontribusi bagi kesehatan sebab didalam kandungan ikan tersedia sumber protein dan pangan. Produk hasil perikanan memiliki peranan penting dalam ketahanan pangan serta dalam pemenuhan nutrisi, pengentasan kemiskinan, dan kesejahteraan umum. Hal ini terutama terjadi pada sektor perikanan akuakultur, dimana produksinya terus mengalami perkembangan. (Dinas Perikanan, 2017).

Kabupaten Takalar mempunyai hasil produksi ikan yang beragam dengan jenis yang berbeda yaitu hasil budidaya serta hasil tangkap. Untuk hasil budidaya terdapat dua jenis yaitu budidaya air tawar dengan budidaya air payau. Budidaya air tawar itu sendiri terdiri dari ikan nila, ikan lele, dan ikan mas. Adapun data hasil produksi perikanan budidaya Kabupaten Takalar Tahun 2017-2020(TW II) melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Data Hasil Produksi Perikanan Budidaya Tahun 2020-2023 (TW II) Se Kabupaten Takalar.

No.	Komoditas	Tahun Produksi (Ton)				Total Produksi Ton	Harga Rata-Rata Rp/Kg	Nilai Produksi Rp
		2017	2018	2019	2020 (s/d TW II)			
1.	Ikan Nila	52.0	11.0	8.09	3.33	74.4	25.000	86.050.000
2.	Ikan Mas	27.0	2.8	1.20	0.70	31.7	30.000	95.100.000
3.	Ikan Bandeng	3.247,0	3.204,4	2.231,77	1.838,10	10.521,3	20.000	214.540.000
4.	Ikan Lele	36.0	38.1	18.14	12.90	105.1	12.000	126.168.000
5.	Ikan Lainnya	6.8	1.6	-	-	8.4	5.000	4.200.000
Total Produksi Tiap Tahun		3.368,8	3.257,9	2.259,2	1.855.03	10.740,9	Total Nilai Produksi	21.454.058.000

Sumber : Dinas Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Takalar 2023.

Tabel 1 menunjukkan Data Hasil Produksi Perikanan Budidaya Tahun 2020-2023 (TW II) di seluruh Kabupaten Takalar dengan komoditas yang beragam mulai dari ikan nila, ikan mas, ikan bandeng, ikan lele dan ikan lainnya, serta total produksi dan nilai produksi yang tiap tahun meningkat dan menurun. Maka dapat disimpulkan bahwa produksi perikanan budidaya Kabupaten Takalar total produksi serta nilai produksi nilainya tidak signifikan artinya kadang meningkat dan kadang menurun.

Tabel 2. Rekapitulasi Produksi Budidaya Ikan Di Seluruh Kecamatan Kabupaten Takalar Tahun 2022 (Ton)

No.	Kecamatan	Produksi Budidaya						Total	
		Budidaya Tambak				Budidaya Air Tawar			
		U.Windu	U.Vaname	Bandeng	Lawi-Lawi	Nila	Lele		Mas
1.	Mappakasunggu	128.00	20.87	1.413,09					
2.	Mangarabombang	65.00	402.50	471.20	217.00				
3.	Sanrobone	17.70	455.50	240.81		0.49			
4.	Pattalassang	6.50		88.21		2.50	14.50		
5.	Polongbangkeng Selatan			0.50		1.10	2.14		

6.	Polongbangkeng Utara					4.00		1.20	
7.	Galesong Selatan		4.00	17.96			1.50		
8.	Galesong		7.50						
9.	Galesong Utara								
Total		217.2	890.37	2.231.77	217.00	8.09	18.14	1.20	3.587,27

Sumber : Dinas Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Takalar Tahun 2022.

Tabel 2 menunjukkan Rekapitulasi Produksi Budidaya Ikan Di Seluruh Kecamatan Di Kabupaten Takalar Tahun 2022 yaitu menunjukkan bahwa Kabupaten Takalar dalam hal budidaya dengan produksi dengan jumlah yang banyak hanya budidaya tambak dengan budidaya air tawar. Melihat produktivitas budidaya ikan di seluruh Kecamatan Kabupaten Takalar diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi ikan di Kabupaten Takalar dan sekitarnya.

Desa Lantang terutama dalam hal Usaha Pengembangan Perikanan Budidaya Ikan Nila dengan sistem mina padi mulai aktif pada tahun 2020 melalui para petani dalam Kelompok Pembudidaya Ikan (POKDAKAN) . Dengan jenis usaha budidaya Ikan Nila di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar yang dikelola oleh petani melalui Pokdakan ini dapat memproduksi jenis Ikan Nila sebanyak 100 Kg/ha dalam setahun (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Takalar, 2023). Adapun data produksi dan produktivitas Ikan Nila Kelompok Ba'do Salapang di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Data Produksi dan Produktivitas Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

No.	Komoditas	Luas (m ²)	Produksi (Kg)	Produktivitas (Kg/ha)	Keterangan
1.	Budidaya Ikan Nila	595 m ²	10.800 Kg	100 Kg/ha	Pemeliharaan budidaya Ikan Nila minimal 6 bulan dalam 2 kali panen

Sumber : Dinas Kelautan Dan Perikanan Takalar, 2023.

Tabel 3 menunjukkan Data Produksi dan Produktivitas Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar tahun 2023 dengan nilai produksi dan produktivitas yang lumayan tinggi. Dengan tingkat produktivitas yang mencapai 100 Kg/ha diharapkan mampu memenuhi tingkat kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi ikan nila.

Usaha budidaya ikan nila dengan penerapan sistem mina padi pada saat ini banyak diminati oleh para petani, karena usaha budidaya ikan nila dengan sistem mina padi mempunyai peluang usaha yang baik, karena melihat keadaan sekarang yang semakin menyempitnya lahan untuk budidaya terutama untuk perikanan darat. Budidaya ikan nila dengan sistem mina padi dapat memanfaatkan sawah untuk mengefisienkan penggunaan lahan pada areal pertanian padi sawah dalam bentuk pemeliharaan ikan bersama padi disatu lokasi lahan sawah yang sama. Sistem mina padi ini selain secara ekonomis menguntungkan juga dapat memberikan keuntungan ekologis, serta mina padi dapat meningkatkan kesuburan lahan (Anonim, 2003).

Oleh karena itu peningkatan produksi perikanan budidaya ikan nila dengan sistem mina padi perlu ditingkatkan sebab bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat maupun untuk usaha budidaya ikan nila. Pemenuhan kebutuhan ikan nila di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar yang merupakan daerah yang mata pencaharian penduduknya sebagai petani padi, maka pemanfaatan lahan sawah juga dioptimalkan untuk pengembangan budidaya ikan nila dengan sistem mia padi.

Pendapatan para petani dalam hal budidaya ikan nila di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar sangat ditentukan oleh produksi yang dihasilkan,

serta adanya penerapan teknologi yang tepat misalnya penggunaan induk yang baik, jumlah kualitas pakan yang diberikan, dan kualitas benih yang digunakan. Selain itu, keterlibatan Lembaga-lembaga pemasaran yang turut serta dalam penyaluran ikan nila sampai kepada konsumen.

Ikan nila dibudidayakan oleh petani dengan sistem mina padi. Petani dalam hal ini sebagai produsen yang memproduksi ikan nila memasarkan hasil produksinya melalui beberapa saluran dalam sistem pemasaran budidaya ikan nila, margin dan keuntungan yang diperoleh, serta efisiensi pemasaran dan farmer's share dalam tiap saluran pada sistem pemasaran budidaya ikan nila. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan melihat analisis sistem pemasaran budidaya Ikan Nila di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar. Penetapan daerah penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah yang memiliki potensi untuk pengembangan produksi ikan nila dengan melihat sarana serta prasarana seperti terciptanya beberapa kelompok budidaya ikan nila, saluran irigasi yang memadai serta bendungan yang mulai dibenahi dan pengetahuan serta pengembangan mengenai produksi ikan nila terus dikembangkan. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan September sampai November 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden Petani

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam, maka dapat diketahui identitas responden petani pada penelitian ini. Identitas responden petani yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi dibawah ini.

Umur Responden Petani

Umur responden sangat mempengaruhi aktivitas seseorang dalam bekerja karena berkaitan langsung dengan dengan kekuatan fisik dengan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan.

Tabel 4. Umur Responden Petani di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

Kelompok Umur Responden	Jumlah (orang)	Presentase (%)
31-45	3	30
46-60	7	70
Jumlah	10	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa umur responden petani pada penelitian ini ini menunjukkan bahwa umur responden masih pada kategori usia produktif artinya petani masih dapat melakukan usaha tani ikan nila karena secara fisik, mental dan pengambilan keputusan masih mampu dilakukan.

Pengalaman Usaha Tani Responden Petani

Pengalaman usaha tani responden petani di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 5 Pengalaman Usaha Tani Petani di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

Pengalaman Usaha Tani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1-5	4	40

6-10	4	40
11-15	2	20
Jumlah	10	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa lama pengalaman usaha tani responden yaitu menunjukkan bahwa petani secara pengalaman usaha tani masih tergolong baru, sehingga perlu adanya bimbingan teknis atau penyuluhan untuk peningkatan produksi ikan nila.

Jumlah Tenaga Kerja Responden Petani

Jumlah tenaga kerja responden petani di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 6. Jumlah Tenaga Kerja Responden Petani di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

Tenaga Kerja (orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1-3	4	40
4-7	6	60
Jumlah	10	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 11 dapat jumlah tenaga kerja responden yaitu menunjukkan bahwa setiap petani memiliki rata-rata tenaga kerja yang cukup sehingga dapat untuk memperlancar proses produksi budidaya ikan nila.

Identitas Responden Pedagang Pengumpul

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam, maka dapat diketahui identitas dari setiap responden pada penelitian ini. Identitas responden pedagang pengumpul yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi dibawah ini.

Umur Responden Pedagang Pengumpul

Umur responden sangat mempengaruhi aktivitas seseorang dalam bekerja karena berkaitan langsung dengan dengan kekuatan fisik dengan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan.

Tabel 7. Umur Responden Pedagang Pengumpul.

Umur Responden	Jumlah (orang)	Presentase (%)
48	1	50
45	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa umur responden pedagang pengumpul pada penelitian ini menunjukkan bahwa umur responden masih termasuk kategori usia produktif artinya masih mampu menjalankan proses pemasaran ikan nila.

Pengalaman Usaha Tani Responden Pedagang Pengumpul

Pengalaman usaha tani responden pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 8. Pengalaman Usaha Tani Pedagang Pengumpul.

Pengalaman Usaha Tani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
9	1	50
7	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa lama pengalaman usaha tani responden pedagang pengumpul yaitu menunjukkan bahwa pengalaman usaha tani pada responden pedagang pengumpul tergolong sudah lumayan lama artinya sudah banyak pengalaman yang dijalankan dalam proses pemasaran ikan nila.

Jumlah Tenaga Kerja Responden Pedagang Pengumpul

Jumlah tenaga kerja responden pedagang pengumpul di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 9. Jumlah Tenaga Kerja Responden Pedagang pengumpul.

Tenaga Kerja (orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
4	1	50
3	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 14 dapat jumlah tenaga kerja responden pedagang pengumpul yaitu 4 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%, 3 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%.

Identitas Responden Pedagang Pengecer

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam, maka dapat diketahui identitas dari setiap responden pada penelitian ini. Identitas responden pedagang pengecer yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi dibawah ini.

Umur Responden Pedagang Pengecer

Umur responden sangat mempengaruhi aktivitas seseorang dalam bekerja karena berkaitan langsung dengan dengan kekuatan fisik dengan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan.

Tabel 10. Umur Responden Pedagang Pengecer.

Umur Responden	Jumlah (orang)	Presentase (%)
47	1	50
46	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa umur responden pedagang pengecer pada penelitian ini menunjukkan bahwa umur responden masih termasuk kategori usia produktif artinya masih mampu menjalankan proses pemasaran ikan nila.

Pengalaman Usaha Tani Responden Pedagang Pengecer

Pengalaman usaha tani responden pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 11. Pengalaman Usaha Tani Pedagang Pengumpul.

Pengalaman Usaha Tani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
8	1	50
7	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa lama pengalaman usaha tani responden pedagang pengecer yaitu menunjukkan bahwa pengalaman usaha tani pada responden pedagang pengecer tergolong sudah lumayan lama artinya sudah banyak pengalaman yang dijalankan dalam proses pemasaran ikan nila.

Jumlah Tenaga Kerja Responden Pedagang Pengecer

Jumlah tenaga kerja responden pedagang pengecer di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 12. Jumlah Tenaga Kerja Responden Pedagang pengecer.

Tenaga Kerja (orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	1	50
1	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 17 dapat jumlah tenaga kerja responden pedagang pengecer yaitu 4 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%, 3 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%.

Identitas Responden Industri Rumah Makan

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam, maka dapat diketahui identitas dari setiap responden pada penelitian ini. Identitas responden industri rumah makan yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi dibawah ini.

Umur Responden Industri Rumah Makan

Umur responden sangat mempengaruhi aktivitas seseorang dalam bekerja karena berkaitan langsung dengan dengan kekuatan fisik dengan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan.

Tabel 13. Umur Responden Industri Rumah Makan.

Umur Responden	Jumlah (orang)	Presentase (%)
43	1	50
40	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan Tabel 18 dapat dilihat bahwa umur responden industri rumah makan pada penelitian ini menunjukkan bahwa umur responden masih termasuk kategori usia produktif artinya responden masih mampu menjalankan proses pemasaran pada ikan nila dengan menjalankan industri rumah makan yang dimilikinya.

Pengalaman Usaha Responden Industri Rumah Makan

Pengalaman usaha responden industri rumah makan dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 14. Pengalaman Usaha Industri Rumah Makan.

Pengalaman Usaha Tani (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
7	1	50
6	1	50
Jumlah	2	100

Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 19 dapat dilihat bahwa lama pengalaman usaha responden industri rumah makan yaitu menunjukkan bahwa pengalaman usaha pada responden industri rumah makan sudah lumayan lama artinya sudah mampu menjalankan usaha dengan baik dengan pengalaman yang dimilikinya.

Jumlah Tenaga Kerja Responden Industri Rumah Makan

Jumlah tenaga kerja responden industri rumah makan dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 15. Jumlah Tenaga Kerja Responden Industri Rumah Makan.

Tenaga Kerja (orang)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
------------------------	------------------	----------------

8	1	50
10	1	50
Jumlah	2	100

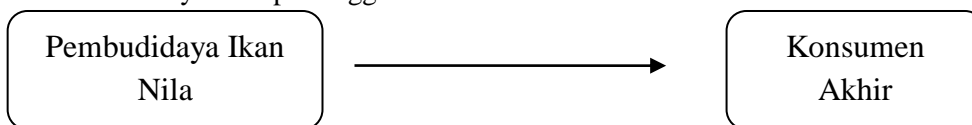
Sumber : Dinas Perikanan Kabupaten Takalar 2019.

Berdasarkan tabel 20 dapat jumlah tenaga kerja responden industri rumah makan yaitu 8 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%, 10 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 50%.

Pola Distribusi dan Sistem Pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar

Saluran I : Pembudidaya Ikan – Konsumen

Saluran pemasaran yang pertama pada sistem pemasaran budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang terdiri atas produsen dengan masyarakat umum (konsumen). Desain saluran yang digunakan pada pola distribusi dan sistem pemasaran ini adalah saluran tingkat nol (zero level channel), yaitu dimana saluran tingkat nol ini produsen dalam hal pembudidaya ikan langsung menjual hasil produksi ikan nila kepada konsumen. Saluran I ini kadang digunakan dan kadang pula jarang digunakan, sebab biasanya terjadi hanya waktu dan kondisi tertentu yaitu pada saat hari pasar atau hari-hari tertentu yang dimana para pembudidaya memasarkan ikan nila disetiap pasar disekitar wilayah tempat tinggal.

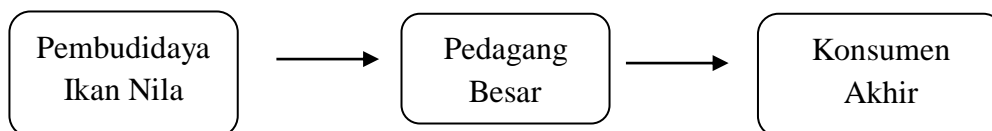


Hasil wawancara dengan petani yang menjalankan saluran I ini bernama S Dg. Nawang, B Dg. Nyallang, Amir Dg. Liwa sebagai produsen yang memproduksi ikan nila pada saluran I dalam sistem pemasaran mengatakan bahwa ” biasanya itu kami disini menjual hasil produksi ikan nila di pasar atau ada juga biasa warga yang datang langsung ke sawah na beli baru ditangkapan “. Adapun Konsumen pada saluran I yang membeli ikan nila yaitu masyarakat sekitar yang bernama Samir Dg. Buang, Rosmawati Dg. Ngintu, Hasan Dg. Lau.

Saluran pemasaran yang pertama pada pemasaran pada pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar terdiri atas Pembudidaya Ikan Nila, Dan Konsumen sejalan dengan penelitian Budi Nur Hidayati, Darsono, dan Umi Barokah (2019) yang berjudul Analisis Usaha Budidaya Ikan Nila Menggunakan Keramba Jaring Apung dan Pemasarannya di Kabupaten Sragen dimana pada saluran III yang dijalankan oleh pelaku usaha yaitu dari petani langsung ke konsumen di Kabupaten Sragen maupun diluar Kabupaten Sragen.

Saluran II : Pembudidaya Ikan – Pedagang Besar – Konsumen

Saluran pemasaran yang kedua pada sistem pemasaran budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang terdiri atas Pembudidaya Ikan Nila, Pedagang Besar, Dan Konsumen akhir. Desain saluran dalam sistem pemasaran ini adalah saluran tingkat satu, dimana pada saluran II ini produsen menjual kepada pedagang besar yang kemudian akan dijual kepada konsumen akhir.



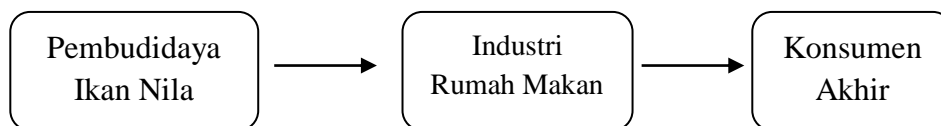
Hasil wawancara dengan petani yang menjalankan saluran II ini bernama Panudding Dg. Tarang, Baharuddin, Pasang Dg. Beta, Mansyur Dg. Late sebagai produsen yang memproduksi ikan nila pada saluran II dalam sistem pemasaran mengatakan bahwa “biasanya kalau penemni semua petani yang na jual ikannya dirumah makan biasanya kami kumpulkan dulu hasil panennya dalam satu kelompok yang di koordinir oleh satu orang bernama Panudding Dg. Tarang, kemudian setelah terkumpul itu pedagang datangmi na ambil “. Pedagang besar yang bernama Syamsuddin Dg. Jarre dan Abd. Rasyid Dg. Nambung datang mengambil sesuai hasil yang terkumpul yang dibagi sesuai kesepakatan. Setelah para pedagang besar membeli hasil

panen dari petani biasanya para pedagang kemudian membawa untuk dijual ke pasar-pasar daerah sekitar seperti Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Bantaeng, Kabupaten Gowa dengan menjual kepada para penjual ikan yang sudah berlangganan dengan mereka atau secara langsung kepada masyarakat (konsumen akhir) di pasar pada saat mereka berjualan. Adapun Konsumen pada saluran II yang membeli ikan nila yaitu penjual ikan yang bernama Rahman Dg. Sitaba, Syamsul M dan masyarakat Dg. Ngerang.

Saluran pemasaran yang kedua pada pemasaran pada pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar terdiri atas Pembudidaya Ikan Nila, Pedagang Besar, Dan Konsumen sejalan dengan penelitian Rohmatun Nurul Hasanah (2010) dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah Di Kabupaten Sukoharjo, Surakarta yang dimana pada saluran III yang dijalankan oleh pelaku usaha yaitu dari petani ke pedagang besar kemudian ke konsumen di Kabupaten Sukoharjo maupun diluar Kabupaten Sukoharjo.

Saluran III : Pembudidaya Ikan – Industri Rumah Makan – Konsumen

Saluran Pemasaran dalam sistem pemasaran saluran III budidaya ikan nila di Desa Lantang terdiri atas pembudidaya ikan nila, industri rumah makan dan konsumen akhir. Desain Saluran yang digunakan pada pola distribusi dan sistem pemasaran saluran III ini adalah saluran tingkat satu, yaitu dimana saluran tingkat satu ini produsen dalam hal ini pembudidaya ikan menjual hasil produksi budidaya ikan nila kepada pemilik industri rumah makan.



Hasil wawancara dengan petani yang menjalankan saluran III ini bernama Borahima, Serang Dg. Ngalle, Ramli R sebagai produsen yang memproduksi ikan nila pada saluran III dalam sistem pemasaran mengatakan bahwa “biasanya itu kita disini kalau sebelum dijual kita kumpulkan juga dulu baru kita hubungi orang dari rumah makan yang kita tempati jual baru datangmi na ambil setelah dikumpulkan “. Industri rumah makan pada saluran III yang bernama Joko Wibowo dan Abd. Hakim Dg. Tarang datang mengambil sesuai hasil yang terkumpul yang dibagi sesuai kesepakatan. Setelah para industri rumah makan membeli hasil panen dari petani mereka kemudian menjual kembali dalam bentuk ikan yang sudah diolah kepada masyarakat (konsumen akhir) di rumah makan mereka. Adapun Konsumen pada saluran III yang membeli ikan nila yaitu yang bernama Nurfadly, Irfan Dg. Ngai, Sinar Dg. Ratu.

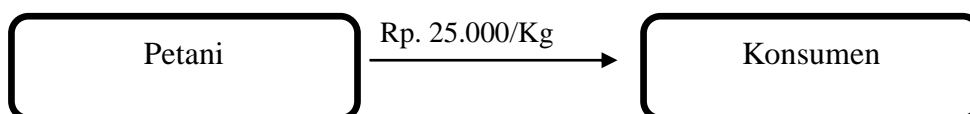
Saluran pemasaran yang ketiga pada pemasaran pada pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar terdiri atas Pembudidaya Ikan Nila, Pemilik Industri Rumah Makan Dan Konsumen sejalan dengan penelitian Budi Nur Hidayati, Darsono, dan Umi Barokah (2019) yang berjudul Analisis Usaha Budidaya Ikan Nila Menggunakan Keramba Jaring Apung dan Pemasarannya di Kabupaten Sragen dimana pada saluran III yang dijalankan oleh pelaku usaha yaitu dari petani Ke Pemilik Inudstri Rumah Makan dan ke konsumen di Kabupaten Sragen.

Margin Pemasaran

Dalam melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran terdapat biaya dan margin pemasaran yang meliputi harga beli dari produsen dan harga jual untuk konsumen, baik konsumen akhir atau konsumen seperti pedagang besar dan pemilik industri rumah makan.

Saluran Pemasaran I

Adapun harga jual pada saluran pemasaran I di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada gambar 7.



Pada gambar 7. Dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I, petani menjual ikan nila dengan harga Rp.25.000/Kg kepada konsumen akhir.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 16. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Saluran I Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran I (Rp/Kg)
1.	Petani	
	a. Harga Jual Ikan	25.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	249.2
2.	Konsumen	
	a. Harga Beli Ikan	25.000
Total Biaya		249.2
Total Keuntungan		0
Total Margin		0

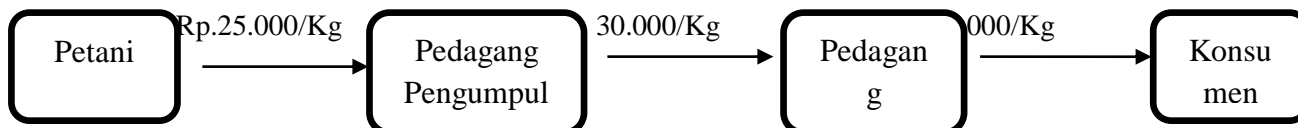
Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Pada tabel 21, dapat dilihat bahwa total biaya sebesar Rp.249.2, total keuntungan dan total margin pada saluran I tidak terdapat nilai, sebab petani langsung menjual hasil ikannya pada masyarakat sekitar atau membawanya langsung kepasar.

Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Saluran I Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmatun Nurul Hasanah (2010) dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah Di Kabupaten Sukoharjo, Surakarta yang untuk saluran I hanya nilai total biaya saja yang ada, tidak ada keuntungan serta margin karena hanya menjalankan pemasaran dengan langsung menjual kepada masyarakat tanpa melalui perantara.

Saluran Pemasaran II

Adapun harga jual pada saluran pemasaran II di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada gambar 8.



Pada gambar 8. Dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran II, petani menjual ikan nila dengan harga Rp.25.000/Kg kepada pedagang besar, dan pedagang menjual kepada konsumen dengan harga Rp.30.000/Kg

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran II di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada tabel 22.

Tabel 17. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Saluran II Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran II (Rp/Kg)
1.	Petani	
	a. Harga Jual Ikan	25.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	295.09
2.	Pedagang Pengumpul	
	a. Harga Beli	25.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	741.82
	c. Biaya Transportasi (BBM)	256.53

	d. Biaya Penampungan (Box Penyimpanan)	248.52
	e. Harga Jual	30.000
3.	Pedagang Pengecer	
	a. Harga Beli	30.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	7.17
	c. Biaya Transportasi (BBM)	3.58
	d. Biaya Penampungan (Box Penyimpanan)	7.17
	e. Harga Jual	32.000
4.	Konsumen	-
	Total Biaya	1.529.88
	Keuntungan	5.470.12
	Margin	7.000

Sumber : Data Primer setelah diolah 2021

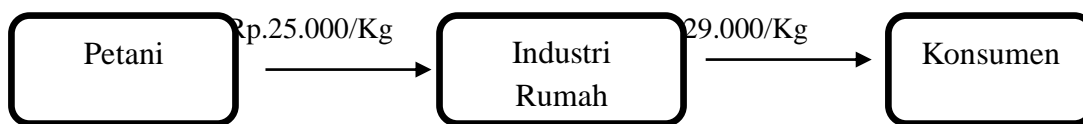
Pada tabel 22 dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp.1.529.88/Kg artinya dapat dilihat bahwa seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sampai pemasaran. Keuntungan yaitu sebesar Rp.5.470.12/Kg artinya keuntungan yang didapatkan dari hasil pemasaran yaitu margin yang dikurang dengan total biaya yang ada. Margin yaitu sebesar Rp.7.000/Kg artinya margin yang didapatkan pada saat nilai jual dikurang dengan nilai beli pada produsen.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran II dapat dihitung berdasarkan pada rumus $M = Pr - Pf.$, serta perhitungan margin pemasaran, total biaya serta keuntungan dapat dilihat pada lampiran 14.

Saluran pemasaran II Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmatun Nurul Hasanah (2010) dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah Di Kabupaten Sukoharjo, Surakarta yang dimana komponen biaya, keuntungan serta margin diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh biaya pada saat produksi, biaya pada saat pengangkutan serta pemasaran. Kemudian setelah diperoleh total biaya, maka nilai margin pada saluran II dihitung dengan margin dikurang dengan total biaya, hasil dari margin dikurang total biaya kemudian didapatlah nilai keuntungan pada saluran II.

Saluran Pemasaran III

Adapun harga jual pada saluran pemasaran III di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada gambar 9.



Pada gambar 9. Dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran II, petani menjual ikan nila dengan harga Rp.25.000/Kg kepada Industri Rumah Makan, dan Industri Rumah Makan menjual kepada konsumen dengan harga Rp.29.000/Kg.

Adapun komponen biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran pemasaran III di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 18. Komponen Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Saluran III Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran III (Rp/Kg)
1.	Petani	
	a. Harga Jual Ikan	25.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	292.21

2.	Industri Rumah Makan	
	a. Harga Beli	25.000
	b. Biaya Tenaga Kerja	580
	c. Biaya Transportasi (BBM)	135
	d. Biaya Kemasan (Box Penyimpanan)	187.5
	e. Harga Jual	29.000
3.	Konsumen	-
	Total Biaya	1.194,71
	Keuntungan	2.805,29
	Margin	4.000

Sumber : Data primer setelah diolah 2021

Pada Tabel 23, dapat dilihat bahwa total biaya pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp.1.194,71/Kg artinya dapat dilihat bahwa seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sampai pemasaran. Keuntungan yaitu sebesar Rp.2.805,29/Kg artinya keuntungan yang didapatkan dari hasil pemasaran yaitu margin yang dikurang dengan total biaya yang ada. Margin yaitu sebesar Rp.4.000/Kg margin yang didapatkan pada saat nilai jual dikurang dengan nilai beli pada produsen.

Margin pemasaran pada saluran pemasaran III dapat dihitung berdasarkan pada rumus $M = Pr - Pf.$, serta perhitungan margin pemasaran, total biaya serta keuntungan dapat dilihat pada lampiran 21.

Saluran Pemasaran III Budidaya Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmatun Nurul Hasanah (2010) dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Nila Merah Di Kabupaten Sukoharjo, Surakarta yang dimana nilai total biaya didapatkan melalui perhitungan pada saat melakukan pembelian dengan adanya biaya transportasi, tenaga kerja, dan biaya penampungan yang kemudian dijumlahkan dan didapatkanlah nilai dari total biaya pada saluran III. Nilai margin didapatkan setelah diketahui nilai beli dari petani dan nilai jual dari pemilik industri rumah makan. Setelah mengetahui nilai margin, maka nilai margin dihitung dengan margin dikurang dengan total biaya dan didapatkanlah keuntungan dari saluran pemasaran III.

Farmer's Share

Farmer's Share yaitu membandingkan harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayar konsumen akhir, bagian yang diterima Lembaga pemasaran sering dinyatakan dalam bentuk persentase. Adapun perhitungan farmer's share dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 19. Farmer's Share Pada Pemasaran Ikan Nila di Desa Lantang Kecamatan Polongbangkeng Selatan Kabupaten Takalar

No.	Pelaku	Harga Jual (Rp/Kg)			Farmer's Share (%)		
		I	II	III	I	II	III
1.	Petani	25.000	25.000	25.000	0		
2.	Pedagang Pengumpul					78.12	
3.	Pedagang Pengecer					78.12	
4.	Industri Rumah Makan						86.2
5.	Konsumen	25.000	32.000	29.000			

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 24 menunjukkan bahwa farmer's share ketiga saluran diatas menunjukkan nilai dari saluran pertama 0%, selanjutnya saluran kedua 78.12% dengan harga jual Rp.32.000/Kg, selanjutnya saluran ketiga 86.2% dengan harga jual Rp.29.000/Kg.

Farmer's share saluran I dengan nilai 0% yaitu perbandingan harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dalam bentuk presentase, artinya

keuntungan yang didapatkan oleh petani melalui konsumen akhir sebesar Rp.0/Kg karena tidak adanya Lembaga pemasaran didalamnya. Farmer's share saluran II dengan nilai 78.12% yaitu perbandingan harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir melalui pedagang besar dalam bentuk presentase, artinya keuntungan yang didapatkan oleh pedagang besar melalui konsumen akhir sebesar Rp.7.000/Kg. Farmer's share saluran III dengan nilai 86.2% yaitu perbandingan harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir melalui industri rumah makan dalam bentuk presentase, artinya keuntungan yang didapatkan oleh industri rumah makan melalui konsumen akhir sebesar Rp.4.000/Kg.

Farmer's share pada penelitian ini sudah sejalan dengan penelitian Ni Putu Rika S, Abdullah Usman, Sri Maryati (2016) dengan judul Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Air Tawar Di Kabupaten Lombok Barat, bahwa tingginya nilai farmer's share pada suatu pemasaran mempengaruhi keuntungan yang didapatkan oleh yang diterima lembaga pemasaran yang terlibat. Kegiatan farmer's share dalam tataniaga sendiri yaitu membandingkan harga yang diterima petani (farmer's share) terhadap harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir melalui bagian yang diterima oleh Lembaga pemasaran yang terlibat. Keuntungan yang tinggi didapatkan oleh petani dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran pada usaha budidaya ikan nila apabila semakin kecil persentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Adapaun tingkat efisien pada 3 saluran pemasaran ikan nila yang ada di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 20. Efisiensi Pemasaran Sistem Pemasaran Ikan Nila Di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar.

No.	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)	Total Margin
1	I	1.466,66	25.000	0.9	0
2	II	1.529.88	30.000	4.2	5.000
3	III	1.194,71	29.000	3.10	4.000

Sumber: data primer setelah diolah 2021

Pada Tabel 25 dapat dilihat bahwa ketiga saluran pemasaran telah efisien karena dalam efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) tingkat efisiensi <50% dikatakan bahwa semakin kecil presentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Efisien yang dimaksud yaitu apabila tujuan yang ingin dicapai oleh petani, Lembaga pemasaran, serta konsumen yaitu mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang terjangkau dan mampu memberikan harga yang adil kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Berdasarkan tabel tersebut, maka ketiga saluran pemasaran di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar dengan presentase efisien saluran I yaitu 0.9%, saluran II yaitu 4.2%, dan saluran III yaitu 3.10%. Dan dapat dilihat pada lampiran 8,15,22.

Efisiensi pemasaran pada usaha budidaya ikan nila pada saluran I, II, dan III dengan nilai 0.9%, 4.2%, dan 3.10% dapat diartikan bahwa ketiga saluran pada sistem pemasaran budidaya ikan nila di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan memiliki presentase yang kecil. Dalam efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) tingkat efisiensi <50% dikatakan bahwa semakin kecil presentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Efisien yang dimaksud yaitu apabila tujuan yang ingin dicapai oleh petani, Lembaga pemasaran, serta konsumen yaitu mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang terjangkau dan mampu memberikan harga yang adil kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Efisiensi Pemasaran pada penelitian ini sudah sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asmawati (2018) dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Beras Di Kelurahan Apala, Kecamatan Barebbo Kabupaten Bone yang dimana hal ini sudah sesuai dengan bagaimana tingkat keefisienan pemasarannya. Jika ditinjau dari tingkat keefisienan pemasaran pada

penelitian ini dengan nilai presentase yang didapatkan yaitu semakin kecil. Dengan tingkat keefisienan yang semakin kecil maka kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat dikatakan semakin efisien.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar adalah sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar terdapat 3 jenis saluran, yaitu saluran I petani – konsumen, saluran II petani – pedagang besar – konsumen, saluran III petani – industri rumah makan – konsumen.
2. Margin pada pemasaran budidaya ikan nila di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar yaitu dengan hasil margin pada saluran I Rp.0/Kg, dengan keuntungan Rp.0, saluran II dengan hasil margin yaitu Rp.7.000/Kg dengan keuntungan Rp.5.470.12 saluran III dengan hasil margin yaitu Rp.4.000/Kg dengan keuntungan Rp.2.563,26.
3. Ketiga saluran pemasaran di Desa Lantang Kecamatan Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar telah efisien, dengan hasil margin yaitu pada saluran I Rp.0./Kg, dengan tingkat efisien 0.9%, saluran II dengan hasil margin yaitu Rp.7.000/Kg dengan tingkat efisien 4.2%, saluran III dengan hasil margin yaitu Rp.4.000/Kg dengan tingkat efisien 3.10%.
4. Farmer's Share pada ketiga saluran pemasaran di Desa Lantang Kecamatan polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar menunjukkan bahwa saluran pertama dengan 0% dengan margin Rp.0/Kg, saluran kedua 78.12% dengan margin Rp.7.000/Kg, saluran ketiga 86.2% dengan margin Rp.4.000/Kg.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, K. dan Khairuman. 2002. Buku Pintar Budidaya 15 Ikan Konsumsi. Agromedia.Jakarta.
- Chairul Furqon. 2014. Analisis Manajemen Dan Kinerja Rantai Pasokan Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung. Jurnal Penelitian Manajemen. Vol III No.2 Tahun 2014. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chandrasekaran, N, dan G. Raghuram. 2014. Agribusiness Supply Chain Management. Taylor and Francis Group. CRC Press.
- Dewi Haryani dan Tian Mulyaqin. 2013. Kajian Analisis Margin Pemasaran Dan Integrasi Pasar Gabah/Beras Di Provinsi Banten. Jurnal Penelitian . Vol.3 No.1 Tahun 2013. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian
- Djamaluddin Sundah, dkk. 2019. Analisis Saluran Distribusi Ikan Mujair Desa Matungkas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. Jurnal Penelitian Manajemen. Vol.7 No. 1 Tahun 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Elly Jumiati, Slamet hartono, D. (2013). Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. Jurnal Agrifor, 12(1), 1–10.
- Esther Tompodung, dkk. 2016. Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Ikan Mujair Di Kecamatan Eris Kabupaten Minahasa. Jurnal Penelitian Manajemen. Vol.4 No. 4. Tahun 2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Faisal, H. N. (2015). Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Pepaya (Carica Papaya L) di Kabupaten Tulungagung. Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian, 11(13), 12–28.
- Gunasekaran, A, dan E. Ngai. 2004.Information Systems in Supply Chain Integration and Management. European Journal of Operational Research, 159(2): 269-295.
- Hasyim, A.I. 2012. Pengantar Tataniaga Pertanian.: Buku Kuliah Fakultas Pertanian Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Ilahude, Mega Artha. 2013. Analisis Sistem Pemasaran Kopra di Kabupaten Gorontalo (Suatu Studi di Kecamatan Limboto). Skripsi. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo.
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Ke empat. Penerbit : BPFY-Yogyakarta.

- Indrajit Indrajit, R, dan R. Djokopranoto. 2002. Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. Grassindo. Jakarta.
- Jacobs, F.R. dan Chase, R.B. 2011. Operation and Supply Chain Management, 13th Edition. New York;Mcgrow Hill.
- Kohls, R.I., J.N Ulhs, 2002. Marketing of Agricultural Product. Ninth Edition. New Jersey :Prentice Hall.
- Lensa Agustina. 2009. Keragaman Saluran Pemasaran Biji Pala Hitam Kering. Skripsi. Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
- Mellinda, S . 2019. Analisis Pemasaran Ikan Mujair Desa Jatiguwi Kecamatan Sumber Rucung Kabupaten Malang. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Muchtadi, D., M. Astawan, dan N.S. Palupi. 2006. Metabolisme Zat Gizi Pangan. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Muchtadi, D., M. Astawan, dan N.S. Palupi. 2007. Pengetahuan Bahan Pangan Hewani. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Riesti Triyani, dan Risna Yusuf. 2015. Analisis Manajemen Rantai Pasok Lobster (Studi Kasus Di Kabupaten Simeulue, Aceh). Jurnal Penelitian. Vol.10 No.2 Tahun 2015. Balai Besar Penelitian Sastra Ekonomi Kelautan Dan Perikanan.
- Shafira, F. 2017. Analisis Keragaman Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Skripsi. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Setianto, D. 2012. Budidaya Ikan Mujair Di Berbagai Media Pemeliharaan. Yogyakarta. Pustaka Buru Press.
- Soekartawi. 002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Suma DJ Keliat . 2008. Analisis Sistem Pemasaran Wortel (Studi Kasus : Desa Sukadame Kecamatan Tigapanah Kabupaten Karo) . Skripsi . Universitas Sumatera Utara.
- Supply Chain Council. 2008. Supply Chain Operations Reference Model SCOR version 9.0 Metric. <https://www.scribd.com/doc/4780677/Supply-ChainOperation-SCOR-9#scribd>. [16 November 2018].
- Syamsuddin dan Damayanti. 2011. Metode Penelitian Pendidikan Bahasa. Bandung, Remaja Resdakarya.
- Vorst, V. 2006. Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks. Netherland : Logistics and Operations Research Group. Wageningen University.
- Waters, D . 2007. Supply Chain Risk Management ; Volnerability and Resilience. The Chartered Institute Of Logistics and Transportation, London, 35-30
- Wasrob Nasrudin dan Ahmad Musyadar. 2015. Tataniaga Pertanian. Universitas Terbuka, Tangerang Selatan.