

**ANALISIS PENDAPATAN DAN EFISIENSI PEMASARAN IKAN PATIN
DI KECAMATAN SEPUTIH RAMAN KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

*(Analyses of Income and Marketing Efficiency of 'Patin' Fish in Seputih Raman Subdistrict,
Central Lampung Regency)*

Ramon Musikal Sazmi, Dwi Haryono, Ani Suryani

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35141, Telp. 082376228999, e-mail: ramonmsazmi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze income and marketing efficiency of 'patin' fish. The research location has been chosen purposively in Seputih Raman Subdistrict Lampung Regency. Data were collected in September-November 2016. This research uses a survey method. The census method is used to know farmers' income on patin fish, and the marketing channel is used by using snowball sampling. The results showed that patin fish aquaculture is profitable with R/C value of 2.06 and the farmers' income is Rp61,799,669.90. There are three channels of patin fish marketing but all of the channels are inefficient. It is seen from the producer share of less than 70 per cent. Marketing margin and profit margin ratio (PMR) are not prevalent. Market structure of patin fish in Lampung Tengah district is imperfect competitive market (oligopsoni).

Key words: Catfish, income, marketing efficiency

PENDAHULUAN

Subsektor perikanan berada pada urutan ke dua pada nilai Produk Domestik Bruto (PDB) setelah subsektor tanaman bahan makanan (BPS 2015). Sumbangan subsektor perikanan ini disinyalir dapat meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya perekonomian masyarakat.

Daerah-daerah di Indonesia yang berpotensi menjadi daerah komoditas ikan patin antara lain Sumatera Selatan, Lampung, Jambi, Riau, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, dan Jawa Barat (Mahyuddin 2010). Hal inilah yang mendasari Provinsi Lampung menjadi salah satu provinsi yang cocok untuk dikembangkan budidaya ikan patin.

Salah satu jenis ikan konsumsi air tawar yang memiliki potensi dan banyak digemari oleh masyarakat adalah ikan patin (*Pangasius hypophthalmus*), terutama di Pulau Sumatera dan Kalimantan, disebabkan rasa daging ikan patin yang enak, lezat, gurih dan tekstur daging sedikit kenyal. Selain itu, harga ikan Patin relatif terjangkau membuat masyarakat gemar mengkonsumsi ikan jenis ini. Maka untuk merespon potensi permintaan tersebut, diperlukan suatu kegiatan usaha budidaya ikan patin (Witoko, et al. 2013). Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang cocok untuk mengembangkan

budidaya ikan air tawar adalah Kabupaten Lampung Tengah.

Kabupaten Lampung Tengah adalah kabupaten yang memiliki luas areal serta produksi ikan air tawar tertinggi dibandingkan dengan kabupaten yang lain di Provinsi Lampung. Kabupaten Lampung Tengah memiliki luas lahan perikanan ikan air tawar sebesar 6.192,29 hektar dengan tingkat produksi per tahunnya adalah 29.250 ton (BPS Provinsi Lampung 2014). Ikan patin di Kabupaten Lampung Tengah merupakan ikan air tawar dengan produksi tertinggi. Produksi ikan patin mencapai 11.838 ton dengan nilai produksi hingga 150 Triliun rupiah (Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Lampung Tengah 2015). Hal ini membuktikan bahwa Kabupaten Lampung Tengah memiliki potensi dalam mengembangkan budidaya ikan patin.

Salah satu kecamatan yang memiliki potensi adalah Kecamatan Seputih Raman. Kecamatan Seputih Raman memiliki luas 4.529 ha dengan mayoritas penduduk bermata pencaharian petani. Kecamatan Seputih Raman berada pada urutan ke 4 untuk kecamatan yang memiliki jumlah rumah tangga perikanan tertinggi di Kabupaten Lampung Tengah, yaitu 428 petani. Namun, produksi ikan yang ada di Kecamatan Seputih Raman berada pada urutan ke dua tertinggi di Kabupaten Lampung Tengah yaitu 3.541 ton (Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Lampung

Tengah 2015). Hal ini membuktikan bahwa Kecamatan Seputih Raman memiliki potensi menjadi salah satu sentra pengembangan budidaya ikan air tawar khususnya ikan patin.

Setiap produsen (petani) menginginkan setiap usahatani yang dijalankan mendapatkan keuntungan untuk keberlanjutan usahatani berikutnya. Kendala yang dihadapi petani yaitu saat musim panen produksi melimpah, harga jualnya cenderung menurun. Sebaliknya saat tidak musim panen produk terbatas dan harga jual menjadi tinggi (Hasyim 2012) sehingga, untuk mengatasi permasalahan ini dibutuhkan peran pemasaran (tataniaga) yang efisien.

Pemasaran adalah proses dalam mengalirkan produk mulai dari petani (produsen primer) sampai ke konsumen akhir (Asmarantaka 2012). Pemasaran memiliki lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran terdiri dari: tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer. Keuntungan yang didapat di setiap lembaga pemasaran disebut dengan margin pemasaran. Margin pemasaran dapat digunakan sebagai indikator efisien tidaknya suatu pemasaran (Asmarantaka 2012). Pembagian margin pemasaran di setiap lembaga pemasaran yang adil menjadi indikator efisien tidaknya pemasaran suatu produk.

Berdasarkan uraian-uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan usahatani ikan patin dan efisiensi pemasaran ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober-November 2016. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja di Kecamatan Seputih Raman. Pemilihan responden petani dan pedagang ikan patin dilakukan dengan cara sensus dan *snowball*. Menurut Arikunto (2002), apabila subjek penelitian kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan responden penelitian populasi.

Metode sensus digunakan untuk menentukan responden petani dengan jumlah populasi 54 orang, sedangkan pengambilan sampel untuk pelaku pemasaran ikan patin dilakukan dengan cara *snowball*. Metode *snowball* digunakan karena untuk mengetahui semua lembaga pemasaran yang terlibat. Responden terdiri dari 54 orang petani ikan patin, 8 pedagang pengumpul ikan patin, 16

pedagang besar ikan patin, dan 41 pedagang pengecer ikan patin. Total responden berjumlah 119 orang.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu analisis kuantitatif yang digunakan untuk melakukan perhitungan sebagai berikut :

Analisis pendapatan diperoleh dengan menghitung selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan. Menurut Soekartawi (1995), rumus yang digunakan yaitu :

$$\Pi = TR - TC = (Y.Py) - \sum Xi.Pxi \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- Π = Keuntungan
- Y = Hasil produksi (kg)
- Py = Harga hasil produksi (Rp)
- Xi = Faktor produksi variabel ke-i (1, 2, 3, n)
- Pxi = Harga faktor produksi variabel k-i (Rp/satuan)

Untuk mengetahui apakah usahatani ikan patin menguntungkan petani atau tidak, dilakukan analisis *Return Cost Ratio* (R/C). Secara matematis, hal ini dapat dituliskan sebagai berikut (Soekartawi 1995):

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan

- TR = Total penerimaan
- TC = Total biaya

Kesimpulan hasil perhitungan tersebut yaitu :

1. Jika R/C = 1, maka usahatani ikan patin yang diusahakan berada dalam titik impas.
2. Jika R/C < 1, maka usahatani ikan patin tidak menguntungkan.
3. Jika R/C > 1, maka usahatani ikan patin menguntungkan.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan perbandingan harga yang diterima petani ikan patin dengan harga yang dibayarkan konsumen. *Farmer's share* memiliki korelasi yang negatif dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani ikan patin semakin rendah. *Farmer's share* dirumuskan

sebagai berikut :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- F_s = *Farmer`s share* (dalam persentase)
- P_f = Harga di tingkat petani ikan patin (Rp)
- P_r = Harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir ikan patin (Rp)

Analisis Marjin Pemasaran

Melalui marjin pemasaran dapat diketahui besarnya biaya dan keuntungan dalam pemasaran ikan patin. Marjin pemasaran diperoleh dari selisih harga yang diterima disetiap lembaga pemasaran. Menurut Hasyim (2012), secara matematis marjin pemasaran dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots(4)$$

$$M_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots(5)$$

$$\pi_i = M_{ji} - b_{ti} \dots\dots\dots(6)$$

Penyebaran marjin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran *Ratio Profit Margin* (RPM) di setiap lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai :

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \times 100\% \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

- M_{ji} = Marjin pada lembaga tataniaga ke-i
- P_{si} = Harga penjualan lembaga tataniaga ke-i
- P_{bi} = Harga pembelian lembaga tataniaga ke-i
- B_i = Biaya tataniaga pada lembaga tataniaga ke-i
- π_i = Keuntungan yang diperoleh lembaga tataniaga ke-i
- b_{ti} = Biaya total pemasaran lembaga ke-i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persentase umur petani responden terbanyak berada pada tingkatan umur 28-45 tahun dengan jumlah 26 orang (46%). Jika dilihat dari tingkat pendidikan petani responden, maka rata-rata petani responden berada pada tingkat pendidikan SMA sederajat sebanyak 37 orang (72%).

Modal yang digunakan terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman. Petani responden yang menggunakan modal sendiri untuk berusahatani yaitu 48 orang (89%) sedangkan, petani yang menggunakan modal pinjaman berjumlah 6 orang

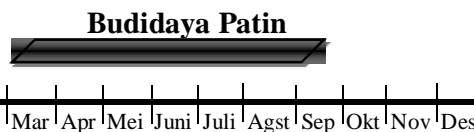
(11%). Modal pinjaman ini digunakan responden petani untuk berusahatani yang didapatkan dari Bank terdekat dengan tingkat suku bunga sebesar 12 persen per tahun.

Budidaya Ikan Patin

Ikan patin merupakan salah satu komoditas ikan air tawar yang banyak dibudidayakan khususnya di Kecamatan Seputih Raman. Proses budidaya ikan patin tergolong mudah. Petani hanya menyiapkan kolam untuk media budidaya. Proses awal budidaya adalah kolam budidaya dibersihkan dari lumpur serta hama dan penyakit untuk menghindari risiko kematian benih ikan. Selanjutnya, benih ikan patin dengan ukuran 1,5 sampai 2 inci di tebar.

Proses selanjutnya adalah pemberian pakan. pakan yang terdiri dari dua jenis yaitu pakan komersial dan pakan buatan. Pakan komersial adalah pakan ikan patin buatan pabrik yang dapat dibeli di kios pertanian sedangkan, pakan buatan adalah pakan ikan yang dibuat sendiri oleh petani dengan bahan seperti bekatul dan ikan asin. Ikan patin yang masih berusia 1 sampai 90 hari setelah tanam diberi pakan komersial dengan intensitas pemberian pakan 3 kali dalam sehari pada pagi, sore dan malam hari. Setelah usia 90 hari hingga panen, ikan patin diberi pakan buatan dengan intensitas pemberian pakan 2 kali sehari pada pagi dan malam hari.

Proses akhir budidaya adalah panen. Ikan patin dapat dipanen saat ukuran ikan mencapai 500 gram per ekornya atau 150 hari setelah tanam. Proses panen ikan menggunakan waring dan langsung didistribusikan menggunakan mobil *pickup* pedagang pengumpul. Kegiatan budidaya ikan patin 1 – 2 kali dalam setahun. Hal ini tergantung pada ketersediaan air kolam, karena kolam budidaya yang digunakan yaitu kolam jenis tadah hujan.



Gambar 1. Musim tanam budidaya ikan patin di Kecamatan Seputih Raman tahun 2015

Dapat dilihat pada Gambar 1, waktu budidaya ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah pada Tahun 2015 yaitu pada

bulan Maret – September. Kegiatan budidaya ikan patin pada tahun 2015 dilakukan hanya satu kali musim tanam dikarenakan terjadi musim kemarau.

Sarana Produksi Ikan Patin

Sarana produksi merupakan hal yang penting dalam usahatani ikan patin. Penggunaan sarana produksi ikan patin per musim yaitu benih, pakan komersial seperti :PF 800, PF 1000, LP-01, LP-02, LP-03, LP-04, pakan buatan, *infroflox*, *viterna*, dolomit, garam, dan tenaga kerja (HKP) . Secara rinci rata-rata penggunaan sarana produksi ikan patin per 0,37 hektar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata penggunaan sarana produksi usahatani per 0,37 ha ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah

No.	Keterangan	Penggunaan
1.	Benih (ekor)	36.000,00
2.	PF 800 (kg)	20,90
3.	PF 1000 (kg)	113,70
4.	LP-01 (kg)	54,72
5.	LP-02 (kg)	28,52
6.	LP-03 (kg)	13,33
7.	LP-04 (kg)	8,89
8.	Pakan buatan (kg)	12.636,17
9.	<i>Infroflox</i> (btl)	0,69
10.	<i>Viterna</i> (btl)	1,04
11.	Dolomit (kg)	29,63
12.	Garam (kg)	6,94
13.	Tenaga kerja (HKP)	95,41

Tabel 2. Analisis pendapatan usahatani ikan patin per 0,37 hektar di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah Tahun 2015.

Uraian	Kuantitas	Harga (Rp)	Nilai/3700 m ² (Rp)	Nilai/ 1000 m ² (Rp)
Penerimaan				
Ikan patin segar (Kg)	10.237,93	11.708,33	119.869.049,38	32.380.849,95
Biaya Produksi				
I. Biaya Tunai				
Benih (Ekor)	36.000,00	184,81	6.653.333,33	1.797.299,55
Biaya transportasi			8.175,93	2.208,61
Pakan				
» PF 800 (Kg)	20,93	15.000,00	313.888,89	84.792,44
» PF1000 (Kg)	113,70	12.500,00	1.421.296,30	383.942,16
» LP 01 (Kg)	54,72	10.000,00	547.222,22	147.823,99
» LP 02 (Kg)	28,52	9.500,00	270.925,93	73.186,63
» LP 03 (Kg)	13,33	9.100,00	121.333,33	32.776,40
» LP 04 (Kg)	8,89	9.100,00	80.888,89	21.850,94
» Pakan lokal (Kg)	12.636,17	3.018,52	38.142.503,09	10.303.632,80
Biaya transportasi			19.018,52	5.137,57
Vitamin				
» Viterna (Btl)	0,69	52.601,85	36.529,06	9.867,79
» Infroflox (Btl)	1,04	34.694,44	35.979,42	9.719,31
» Dolomit	29,63	2.500,00	74.074,07	20.010,02
» Garam	6,94	500,00	3.472,22	937,97
Biaya transportasi			4.074,07	1.100,55
Biaya TKLK (HKP)	34,19	60.000,00	4.544.248,15	554.227,39
Biaya bunga bank	1.944.444	9%	504.630	13.506,76
Iuran pokok kelompok			50.000,00	13.462.020,87
Total Biaya Tunai			52.326.963,43	
II. Biaya Diperhitungkan				700.000,00
Sewa lahan (ha/Th)	0,37	7.000.000,00	1.295.648,15	47.273,66
Penyusutan alat			264.175,31	71.363,05
Biaya TKDK (HOK)	61,22	60.000,00	3.677.962,96	992.296,64
Total Biaya Diperhitungkan			5.742.416,05	1.810.933,36
Total Biaya			58.069.379,48	15.272.954,22
Pendapatan				0,00
I. Pendapatan atas biaya tunai			67.542.085,96	18.918.829,08
II. Pendapatan atas biaya total			61.799.669,90	17.107.895,73
R/C				
I. R/C atas biaya tunai			2,29	2,41
II. R/C atas biaya total			2,06	2,12

Status kepemilikan lahan di daerah penelitian adalah milik sendiri dengan rata-rata luas lahan 0,37 hektar. Penggunaan saprodi daerah penelitian sudah sesuai namun, petani lebih banyak menggunakan pakan buatan dibandingkan pakan komersial dikarenakan untuk mengurangi biaya input. Hal ini didukung oleh penelitian Hayandani, *et al.* (2013) bahwa usaha budidaya ikan patin yang menggunakan pakan pelet tidak memiliki daya saing disebabkan biaya *input* yang cukup tinggi terutama pakan. Usaha budidaya dengan sebagian besar pakan alternatif (pakan buatan) memiliki daya saing yang cukup tinggi.

Biaya upah tenaga kerja berkisar antara Rp60.000,00 – Rp70.000,00 disesuaikan dengan pekerjaan yang dilakukan, serta upah panen yaitu Rp300,00 per kg ikan patin yang dipanen. Tenaga kerja dalam keluarga banyak digunakan pada proses pemberian pakan saat mulai budidaya ikan hingga ikan patin siap panen. Pemberian pakan ikan dilakukan dengan rata-rata 4 jam dalam sehari selama 120 hari, sehingga didapat rata-rata HKP selama 60 HKP.

Analisis Pendapatan Usahatani Ikan Patin

Berdasarkan data pada Tabel 2 diketahui bahwa rata-rata penerimaan total petani ikan patin per hektar yaitu Rp119.869.049,38 dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,37 ha. Jika dikonversikan pada satuan luas 1000 m², penerimaan yang diterima oleh petani ikan patin yaitu Rp32.380.849,95. Biaya total yang dikeluarkan satu musim tanam yaitu Rp58.069.379,48 dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,37 ha. Jika dikonversikan pada satuan luas 1000 m², biaya total yang dikeluarkan oleh petani ikan patin yaitu Rp15.272.954,22

Pendapatan yang diterima oleh petani yaitu Rp61.799.669,90 dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,37 ha. Jika dikonversikan pada satuan luas 1000 m², pendapatan yang diterima oleh petani ikan patin yaitu Rp17.107.895,73. Nilai R/C ratio yang memiliki nilai > 1 baik atas biaya tunai maupun biaya total. Nilai R/C atas biaya tunai yaitu 2,29 dan nilai R/C atas biaya total yaitu 2,06 yang menunjukkan bahwa usahatani ikan patin yang dilakukan oleh petani responden menguntungkan untuk diusahakan karena nilai R/C lebih dari 1. Hal ini sejalan dengan penelitian Kesuma, *et al.* (2016) yang menghasilkan nilai R/C rasio atas biaya total sebesar 2,37 pada usahatani bawang merah di Kabupaten Tanggamus.

Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Patin

Efisiensi pemasaran ikan patin dianalisis melalui model SCP (*Structure, Conduct, and Performance*)

Struktur Pasar (Market Structure)

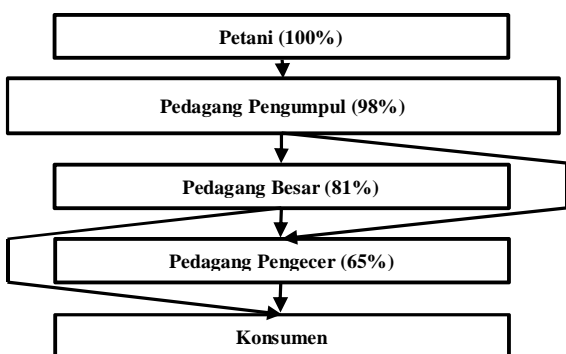
Ikan patin yang dijual oleh petani responden dan pedagang pengumpul mempunyai karakteristik sama, yaitu ikan patin hidup dan segar. Lembaga pemasaran yang menjadi responden dan terlibat dalam sistem pemasaran ikan patin di Kabupaten Lampung Tengah terdiri dari 54 orang petani produsen, 8 pedagang pengumpul, 16 pedagang besar, dan 41 pedagang pengecer. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryanti, *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa struktur pasar ikan patin yaitu oligopsoni.

Perilaku Pasar (Market Conduct)

Pada tingkat petani, ikan patin yang siap dipanen berukuran minimal 300 gram per ekornya. Setiap daerah memiliki standar ukuran yang berbeda-beda. Kota Bandar Lampung memiliki standar ukuran minimal 500 gram per ekornya atau kira-kira satu kilogram berisikan dua ekor ikan patin sedangkan, daerah Menggala, Bandar Jaya, dan Kota Metro memiliki ukuran minimal 300 gram per ekor ikan patin.

Berdasarkan hasil penelitian 54 responden petani, seluruhnya menjual ke pedagang pengumpul. Petani beralasan bahwa menjual ikan patin ke pedagang pengumpul lebih mudah dibandingkan menjualnya sendiri dan membutuhkan modal investasi lebih seperti mobil bak terbuka, drum, dan biaya operasional. Harga jual ikan patin yaitu harga yang berlaku di pasar. Apabila produk sedang banyak (panen raya) harganya akan murah, sedangkan jika produk sedang sedikit (langka) maka harga di pasar akan tinggi hal ini sejalan dengan penelitian Prayitno, *et al.* (2013).

Pada tingkat pedagang pengumpul, ikan patin yang sudah dibeli dari petani langsung didistribusikan ke pedagang besar maupun pedagang pengecer. Risiko kematian saat proses distribusi sepenuhnya ditanggung oleh pedagang pengumpul. Ikan yang dijual ke pedagang besar maupun pedagang pengecer dalam kondisi hidup dan segar. Harga yang dijual yaitu harga yang berlaku di pasaran. Para pedagang pengumpul biasanya sudah menetapkan harga patin untuk dijual oleh pedagang besar.



Gambar 1. Saluran pemasaran ikan patin

Keragaan Pasar (Market Performance)

Dalam penelitian ini, keragaan pasar dapat dilihat dalam beberapa indikator, yaitu saluran pemasaran, pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin.

a. Saluran Pemasaran

Berdasarkan penelitian menunjukkan saluran pemasaran yang terbentuk terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu:

1. Saluran pemasaran I: Petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen
2. Saluran pemasaran II: Petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen
3. Saluran pemasaran III: Petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen

Dapat dilihat pada Gambar 1, pada daerah penelitian terbentuk tiga saluran pemasaran. Berbeda dengan hasil penelitian Haryanti, *et al.* (2015) dimana saluran pemasaran ikan patin yang terbentuk terdiri dari 4 saluran. Perbedaan ini dikarenakan petani di Cindai Alus Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan menjual langsung ke konsumen, sedangkan pada daerah penelitian menggunakan perantara pedagang pengumpul untuk menjual ikan patin.

b. Pangsa Produsen, Margin, dan Rasio Profit Margin

Pangsa produsen, margin pemasaran, dan rasio profit margin dihitung berdasarkan jumlah saluran yang ada.

(1) Analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 1

Hasil analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 1 disajikan pada Tabel 3.

Berdasarkan data Tabel 3, diketahui bahwa pada saluran pemasaran I, pangsa produsen adalah 58,73, margin pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang besar, dan Rasio Profit Margin (RPM) tertinggi ada pada pedagang besar. Nilai RPM yang tinggi disebabkan oleh keuntungan yang diperoleh pedagang besar jauh lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan. Pangsa produsen yang kecil (kurang dari 70%) serta distribusi margin pemasaran dan rasio profit margin pada masing-masing lembaga pemasaran tidak merata, sehingga dapat dikatakan bahwa pada saluran 1 ini belum efisien.

(2) Analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 2

Hasil analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 2 disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan data Tabel 4, diketahui bahwa pada saluran pemasaran I, pangsa produsen adalah 60,04, margin pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang besar, dan Rasio Profit Margin (RPM) tertinggi ada pada pedagang pengecer.

Nilai RPM yang tinggi disebabkan oleh keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer jauh lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan. Distribusi margin pemasaran dan rasio profit margin pada masing-masing lembaga pemasaran tidak merata, sehingga dapat dikatakan bahwa pada saluran 2 ini belum efisien, walaupun pangsa produsen tertinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain.

(3) Analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 3

Hasil analisis pangsa produsen, margin, dan rasio profit margin pemasaran saluran 3 disajikan pada Tabel 5. Berdasarkan data Tabel 5, diketahui bahwa pada saluran pemasaran 3, pangsa produsen adalah 58,09, margin pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang pengecer, dan Rasio Profit Margin (RPM) tertinggi ada pada pedagang pengecer. Nilai RPM yang tinggi disebabkan oleh keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer jauh lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan. Pangsa produsen yang kecil (kurang dari 70%).

Distribusi margin pemasaran dan rasio profit margin pada masing-masing lembaga pemasaran tidak merata, sehingga dapat dikatakan bahwa pada saluran 3 ini belum efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian Kesuma, *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa sistem pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus belum efisien dikarenakan Rasio Profit Margin di setiap lembaga pemasaran tidak menyebar merata.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui margin yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang terbentuk di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah tidak menyebar merata. Menurut Danil, *et al.* (2014) perbedaan besar margin dikarenakan oleh 1) perbedaan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat, 2) perbedaan harga jual yang diterima petani untuk setiap pilihan saluran, apakah menjual kepada pedagang pengumpul atau langsung pada pedagang besar, dan 3) perbedaan harga jual di tingkat akhir.

Tabel 3. Pangsa produsen, margin, dan RPM pada saluran 1 pemasaran ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah, tahun 2016

No	Uraian	Nilai	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	11.708,33	58,73
2.	Harga jual Pedagang pengumpul	Rp/Kg	13.843,75	69,44
	Biaya total	Rp/Kg	969,98	4,87
	a. Transportasi	Rp/Kg	437,11	2,19
	b. Pengemasan	Rp/Kg	0,00	0,00
	c. Susut	Rp/Kg	187,56	0,94
	d. Tenaga kerja	Rp/Kg	345,32	1,73
	Margin pasar	Rp/Kg	2.138,42	
	Profit margin	Rp/Kg	1.165,44	5,85
	RPM	%	220,46	
3.	Harga jual Pedagang Pedagang Besar	Rp/Kg	19.937,50	100
	Biaya total	Rp/Kg	1.109,48	5,56
	a. Transportasi	Rp/Kg	404,47	2,03
	b. Pengemasan	Rp/Kg	222,78	1,12
	c. Susut	Rp/Kg	73,41	0,37
	d. Tk	Rp/Kg	408,82	2,05
	Margin pasar	Rp/Kg	6.093,75	
	Profit margin	Rp/Kg	4.984,27	25
	RPM	%	549,24	

Tabel 4. Pangsa produsen, margin, dan RPM pada saluran 2 pemasaran ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah, tahun 2016

No	Uraian	Nilai	Nilai	Share (%)
1	Harga jual petani	Rp/Kg	11.708,33	60,04
2	Harga jual Pedagang pengumpul	Rp/Kg	14.285,71	73,26
	Biaya total	Rp/Kg	964,10	4,94
	a. Transportasi	Rp/Kg	431,27	2,21
	b. Pengemasan	Rp/Kg	0,00	0,00
	c. Susut	Rp/Kg	190,33	0,98
	d. Tenaga kerja	Rp/Kg	342,50	1,76
	Margin pasar	Rp/Kg	2.577,38	
	Profit margin	Rp/Kg	1.613,28	8,27
	RPM	%	267,33	
3	Harga jual Pedagang Pedagang Besar	Rp/Kg	19.500	100
	Biaya total	Rp/Kg	953,26	2,89
	a. Transportasi	Rp/Kg	333,70	1,71
	b. Pengemasan	Rp/Kg	235,28	1,21
	c. Susut	Rp/Kg	114,92	0,59
	d. Tk	Rp/Kg	269,35	1,38
	Margin pasar	Rp/Kg	5.214,29	
	Profit margin	Rp/Kg	4.261,03	21,85
	RPM	%	546,99	

KESIMPULAN

Usahatani ikan patin menguntungkan dan layak untuk diusahakan dengan pendapatan yang diterima petani yaitu Rp61.799.669,90 dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,37 ha. Nilai R/C atas biaya tunai yaitu 2,29 dan nilai R/C atas biaya total yaitu 2,06 yang menunjukkan bahwa usahatani ikan patin yang dilakukan oleh petani responden menguntungkan dan layak untuk diusahakan karena nilai R/C lebih dari 1. Saluran pemasaran yang terbentuk yaitu 3 saluran pemasaran, nilai pangsa produsen yang kecil (70%) serta margin dan rasio profit margin (RPM) yang tidak menyebar rata dapat dikatakan bahwa pemasaran ikan patin di daerah penelitian belum efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis*. Safa Printing. Jakarta.
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2015. *Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Berlaku*

- Menurut Lapangan Usaha Tahun 2010 – 2014*. BPS. Jakarta.
- BPS Kabupaten Lampung Tengah. 2016. *Lampung Tengah Dalam Angka 2016*. BPS Kabupaten Lampung Tengah. Kabupaten Lampung Tengah
- BPS Provinsi Lampung. 2014. *Lampung Dalam Angka 2014*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Danil FM dan Hartoyo S. 2014. Produksi dan pemasaran kakao di Kabupaten Padang Pariaman Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol 14 (1)*. Hal: 41-51. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/8497/6654>. [12 Juli 2017]
- Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Lampung Tengah. 2015. *Buku Statistik Peternakan dan Perikanan 2014*. Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Lampung Tengah. Kabupaten Lampung Tengah.
- Haryanti D, Mahreda ES, dan Mustika R. 2015. Analisis efisiensi pemasaran ikan patin (*Pangasius Sp*) di Cindai Alus Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. *Fish Scientiae Vol 5 (9) hal: 47-48*. Universitas Lambung Mangkurat. Kalimantan Selatan. <http://ppjp.unlam.ac.id/journal/index.php/FS/article/view/1120/968>. [12 Juli 2017].
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Hayandani S, Firdaus M, dan Rindayati W. 2013. Daya saing usaha budidaya ikan patin di Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol 10 (3)*. Hal: 137-145. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/8486/6643>. [12 Juli 2017].
- Kesuma R, Zakaria WA, Situmorang S. 2016. Analisis usahatani dan pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus. *JIIA Vol. 4 (1)*. Hal: 1-7. Universitas Lampung. Bandar Lampung. [http://jurnal .fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/ article/view/132/134](http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/132/134). [22 April 2017].
- Mahyuddin K. 2010. *Panduan Lengkap Agribisnis Patin*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Prayitno AB, Hasyim AI, Situmorang S. 2013. Efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *JIIA Vol. 1.(1)*. Hal: 53-59. Universitas Lampung. Bandar Lampung. <http://jurnal .fp.unila.ac.id/index.php/JIIA/article/view/131/135>. [22 April 2017].
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Witoko P, Syarief R, dan Raharja S. 2013. Kelayakan dan strategi pengembangan usaha pembenihan ikan patin di CV Mika Distrindo. *Jurnal Manajemen IKM Vol 8 (2) hal: 115-122*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. [http://ilkom.journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi /article/view/ 7249/pdf](http://ilkom.journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/7249/pdf). [12 Juli 2017].

Tabel 5. Pangsa produsen, margin, dan RPM pada saluran 3 pemasaran ikan patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah, tahun 2016

No.	Uraian	Nilai	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	11.708,33	58,09
2.	Harga jual Pedagang pengumpul	Rp/Kg	13.812,50	68,53
	Biaya total	Rp/Kg	970,49	4,82
	a. Transportasi	Rp/Kg	437,11	2,17
	b. Pengemasan	Rp/Kg	0,00	0,00
	c. Susut	Rp/Kg	188,07	0,93
	d. Tenaga kerja	Rp/Kg	345,32	1,71
	Margin pasar	Rp/Kg	2.104,17	
	Profit margin	Rp/Kg	1.133,68	5,62
	RPM	%	216,81	
3.	Harga jual Pedagang Pedagang Besar	Rp/Kg	16.844,23	83,57
	Biaya total	Rp/Kg	1.100,68	5,46
	a. Transportasi	Rp/Kg	399,17	1,98
	b. Pengemasan	Rp/Kg	220,51	1,09
	c. Susut	Rp/Kg	69,48	0,34
	d. Tk	Rp/Kg	411,53	2,04
	Margin pasar	Rp/Kg	3.031,73	
	Profit margin	Rp/Kg	1.931,07	8,58
	RPM	%	275,44	
4.	Harga jual Pedagang Pedagang Pengecer	Rp/Kg	20.155,17	100
	Biaya total	Rp/Kg	748,79	3,72
	a. Transportasi	Rp/Kg	253,79	1,26
	b. Pengemasan	Rp/Kg	155,78	0,77
	c. Susut	Rp/Kg	84,11	0,42
	d. Tk	Rp/Kg	255,11	1,27
	Margin pasar	Rp/Kg	3.310,94	
	Profit margin	Rp/Kg	2.562,13	12,71
	RPM		442,17	