

Efisiensi Pemasaran Benih Ikan Nila Pada Balai Benih Ikan (BBI) Desa Malahayu Kabupaten Brebes

Maulana Isnan Hadid^{1*}, Muhammad Juwanda², Suci Nur Utami³

^{1,2,3} Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Agribisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Jl. Pangeran Diponegoro KM 2 Wanasari Brebes

Info Artikel

Corresponding Author:

Maulana Isnan Hadis,
E-mail:
isnanhaditd51@gmail.com

Keywords:

Efficiency, Marketing, Tilapia fish, Costs, Brebes

Kata kunci:

Efisiensi, Pemasaran, Ikan Nila, Harga, Brebes

Abstract

This study aims to identify marketing efficiency and profitability of the Nile Tilapia Seed business at the Fish Seed Center (BBI) Malahayu, Banjarharjo Sub-district, Brebes Regency. The research methods include observation, participation, and interviews to record purchase and selling prices (to determine profits) and marketing costs (to assess marketing efficiency). The analysis uses the EP formula (Marketing Efficiency Value) by comparing Marketing Costs and Product Selling Prices. Profit Analysis π calculates the difference between TR (Total Revenue) and TC (Total Costs). The results show that the marketing efficiency value at BBI Malahayu is 1.67%, indicating an efficient marketing channel. The profit is calculated at Rp. 35,500,000 with Total Revenue of Rp. 60,000,000 and Total Costs of Rp. 24,450,000, indicating that the business is profitable.

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi efisiensi pemasaran dan keuntungan pada usaha Benih Ikan Nila di Balai Benih Ikan (BBI) Malahayu, Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes. Metode penelitian meliputi observasi, partisipasi, dan wawancara untuk mencatat harga beli dan jual (untuk mengetahui keuntungan) serta biaya pemasaran (untuk menilai efisiensi pemasaran). Analisis menggunakan rumus EP (Nilai Efisiensi Pemasaran) membandingkan Biaya Pemasaran dan Nilai Jual Produk. Analisis Keuntungan π menghitung selisih antara TR (Total Penerimaan) dan TC (Total Biaya). Hasilnya, nilai efisiensi pemasaran di BBI Malahayu adalah 1,67%, yang menunjukkan saluran pemasaran efisien. Keuntungan dihitung sebesar Rp. 35.500.000 dengan Penerimaan Total Rp. 60.000.000 dan Biaya Total Rp. 24.450.000, yang berarti usahanya menguntungkan.

1. Pendahuluan

Sumber daya perikanan yang melimpah dan berpotensi besar baik di perairan tawar maupun laut dimiliki oleh Indonesia. Salah satu jenis ikan air tawar yang banyak dibudidayakan adalah ikan nila, dan Komoditas ikan konsumsi yang cukup diminati. Diambil dari nama spesies ikan ini yaitu niloticus oleh Direktur Jenderal Perikanan pada

tahun 1972. Sejak dikenalkan ke Indonesia, perkembangan ikan nila cukup pesat. Hingga kini, ikan nila telah dibudidayakan di 32 provinsi di Indonesia (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2006). Ikan nila merupakan komoditas perikanan yang dibudidayakan di Balai Benih Ikan (BBI) Desa Malahayu. Ikan nila mengandung air, protein, lemak, abu, dan mineral yang cukup untuk memenuhi kebutuhan gizi manusia. Kandungan protein hewani yang tinggi pada ikan nila dapat meningkatkan kecerdasan dan perkembangan anak. Pemasaran di Balai Benih Ikan (BBI) Desa Malahayu menunjukkan perkembangan yang baik. Keberhasilan usaha dalam persaingan sangat bergantung pada strategi yang digunakan. Pengembangan strategi ini memiliki dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan untuk menerapkan strategi pengembangan usaha, sedangkan faktor eksternal harus dipantau agar saluran pemasaran berjalan efisien. Oleh karena itu, pemilihan strategi dan saluran pemasaran yang tepat dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan di pasar.

2. Metode Penelitian

Dalam studi ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan April 2024 di Balai Benih Ikan (BBI) Malahayu yang beralamat di Desa Malahayu Kec. Banjarharjo Kab. Brebes Jawa Tengah. Jenis dan Sumber data yang digunakan dalam proses pengumpulan data pada tugas akhir ini yaitu menggunakan metode wawancara dalam penelitian ini dilakukan dalam periode 4 Februari 2024 - 4 April 2024. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh dari manajemen perusahaan mengenai penjualan benih ikan dan transkrip hasil wawancara. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan membaca, mempelajari, dan menelaah berbagai literatur seperti buku, untuk menjadi teori dasar dan acuan saat mengolah data.

Untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$EP = (\text{Biaya Pemasaran}) / (\text{Nilai Jual Produk yang Dipasarkan}) \times 100\%$$

$$EP = \text{Nilai Efisiensi Pemasaran}$$

Biaya Pemasaran = Semua Biaya yang digunakan untuk pemasaran

Nilai Jual Produk = Harga jual yang ditetapkan yang dipasarkan

Kriteria ketika mengambil keputusan : Jika EP (efisiensi) 0-50 % maka efisien. Jika EP (efisiensi) lebih besar dari 50 %, maka kurang efisien.

a. Penerimaan, digunakan rumus yaitu:

$$TR = P \times Py$$

TR : Penerimaan Total

P : Produksi yang diperoleh selama periode produksinya

Py : Harga dari hasil produksi

b. Biaya, digunakan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

TC : Biaya total BBI selama periode produksinya

TVC : Besarnya biaya yang berupa biaya variable

TFC : Besarnya biaya yang berupa biaya tetap

c. Keuntungan, digunakan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

π : keuntungan atau laba

TR : Penerimaan Total

TC : Biaya Total

3. Hasil Dan Pembahasan

Desa Malahayu yang terletak di kecamatan Banjarharjo, termasuk desa yang tergolong Cukup luas di Kabupaten Brebes. Desa Malahayu memiliki luas 2.066,00 Ha. Lahan persawahan di Desa Malahayu seluas 492,00 Ha. Karena itu, 3.951 keluarga di desa tersebut bekerja sebagai petani.

Tabel 1. Luas Lahan Desa Malahayu Tahun 2019

| No | Penggunaan | Luas (Ha) |
|--------|------------------|-----------|
| 1. | Lahan Kering | 614 Ha |
| 2. | Lahan Basah | 865 Ha |
| 3. | Lahan Sawah | 492 Ha |
| 4. | Lahan Perkebunan | 0 |
| 5. | Fasilitas Umum | 15 Ha |
| 6. | Lahan Hutan | 80 Ha |
| JUMLAH | | 2066 Ha |

Saluran pemasaran ikan nila di BBI Malahayu Kabupaten Brebes memiliki pola saluran pemasaran atau distribusi sebagai berikut : Produsen-Konsumen Akhir Pola saluran distribusi ini produsen (BBI Malahayu) menjual ikan nila langsung ke konsumen akhir. Kebanyakan konsumen adalah teman atau kerabat keluarga Bapak Lukman. Mereka biasanya membeli antara 5 hingga 20 kilogram ikan. Konsumen akhir menghubungi produsen terlebih dahulu untuk memesan ikan, dan pengambilan dilakukan dalam waktu satu minggu di jaring apung.

Produsen- Pedagang Pengumpul- Konsumen Akhir dalam saluran distribusi ini pengumpul ikan membeli ikan nila dalam jumlah besar dan menjualnya ke konsumen akhir. Produsen (BBI Malahayu) telah sepakat dengan pengumpul mengenai harga ikan nila. Pengumpul datang dengan timbangan sendiri saat panen, menimbang ikan, dan membayar kepada produsen. Banyaknya ikan nila yang dibeli berkisar antara 1 hingga 2 ton. Setelah pembelian, pengumpul menjual ikan nila ke konsumen akhir dengan margin keuntungan 10%, yaitu sekitar Rp. 3.000 dari harga bibit ikan nila per kg yang Rp. 30.000.

Produsen- Pedagang Pengumpul - Pengecer - Konsumen Akhir saluran distribusi ini produsen yang menjual ikan nila ke pedagang pengumpul. Kemudian menjualnya ke pedagang pengecer, terakhir menjual ikan nila ke konsumen akhir. Dilakukan oleh pedagang pengumpul karena biayanya lebih rendah, seperti biaya transportasi. Berdasarkan penelitian, pedagang pengumpul membeli ikan nila dari produsen dengan harga yang sudah disepakati. Setelah pembayaran, pengecer datang dan membeli ikan untuk dijual ke konsumen akhir dengan harga yang disepakati.

Realisasi penjualan produk adalah hasil dari pengaturan dan pengarahan penjualan ikan nila kepada konsumen sesuai dengan jadwal pemesanan. Karena produksi dan

pemasaran ikan nila harus dipesan terlebih dahulu oleh konsumen, maka pemesanan tersebut dicatat dan direalisasikan. Pemesanan dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu (1) pengumpul, pengecer, dan atau konsumen datang langsung ke tambak ikan nila, (2) via telepon/online, pembayaran benih ikan nila dilakukan secara transfer kemudian produsen mengirimkan ikan nila sesuai pesanan konsumen.

Penetapan efisiensi pemasaran yang dilakukan BBI Malahayu oleh pengelola sekaligus pengusaha ikan nila tersebut adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

Tabel 2. Efisiensi Saluran Pemasaran

| Efisiensi Saluran Tingkat Pemasaran (Produsen- Konsumen Akhir) | |
|--|--|
| Biaya Pemasaran | : Rp. 1. 000.000. / 40 Hari Panen |
| Nilai Jual Produk | : Rp. 30.000 / Kg x 2000 Kg = Rp. 60.000.000 |
| EP (Nilai Efisiensi Pemasaran) | : Rp. 1.000.000 / Rp. 60.000.000 x 100 % |
| Hasil | : 1,67 % |
| Efisiensi Saluran Tingkat Pemasaran (Produsen- Pedagang Pengumpul- Konsumen Akhir) | |
| Biaya Pemasaran | : Rp. 1. 000.000. / 40 Hari Panen |
| Nilai Jual Produk | : Rp. 27.000 / Kg x 2000 Kg = Rp. 54.000.000 |
| EP (Nilai Efisiensi Pemasaran) | : Rp. 1.000.000 / Rp. 54.000.000 x 100 % |
| Hasil | : 1,85 % |
| Efisiensi Saluran Tingkat Pemasaran (Produsen- Pedagang Pengumpul- Pengecer - Konsumen Akhir) | |
| Biaya Pemasaran | : Rp. 1. 000.000. / 40 Hari Panen |
| Nilai Jual Produk | : Rp. 27.000 / Kg x 2000 Kg = Rp. 54.000.000 |
| EP (Nilai Efisiensi Pemasaran) | : Rp. 1.000.000 / Rp. 54.000.000 x 100 % |
| Hasil | : 1,85 % |

Menghitung laba (profit) π dimana merupakan selisih antara pendapatan (penerimaan total) dan pengeluaran total (biaya total), dengan rumus :

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ TR &= P \times Py \\ TC &= TFC + TVC \end{aligned}$$

Dimana : π : keuntungan atau laba , TR : Penerimaan Total, TC : Biaya Total, P : Produksi yang diperoleh selama periode produksinya, Py : Harga dari hasil produksi, TVC : Besarnya biaya yang berupa biaya variable, TF : Besarnya biaya yang berupa biaya tetap

Penerimaan

TR (Penerimaan Total) dalam hal ini adalah banyaknya pendapatan yang diterima dari penghitungan P dikali Py. Untuk menghitung penerimaan digunakan rumus yaitu:

$$\begin{aligned} TR &= P \times Py \\ &= 2000 \text{ Kg} \times \text{Rp. } 30.000/\text{Kg} \\ &= \text{Rp. } 60.000.000 \end{aligned}$$

Jadi TR (Penerimaan Total) pada penelitian ini diperoleh sebesar Rp.60.000.000

Biaya

TC (Biaya Total) dalam hal ini adalah banyaknya biaya yang dikeluarkan dari penghitungan TVC ditambah TFC. Untuk menghitung Biaya digunakan rumus yaitu:

$$TC = TFC + TVC$$

$$\begin{aligned} TFC &= \text{Harga beli benih/Kg} \times 500 \text{ Kg} \\ &= \text{Rp. } 15.000/\text{Kg} \times 800 \text{ Kg} \\ &= \text{Rp. } 12.000.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} TVC &= \text{Biaya Operasional/ 40 hari} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung/ 40 hari} + \text{Biaya Overhead Pabrik/ 40 hari} \\ &= \text{Rp. } 6.000.000 + \text{Rp. } 4.200.000 + \text{Rp. } 2.250.000 \\ &= \text{Rp. } 12.450.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} TC &= \text{Rp.}12.000.000 + \text{Rp.}12.450.000 \\ &= \text{Rp. } 24.450.000 \end{aligned}$$

Jadi TC (Biaya Total) pada penelitian ini diperoleh sebesar Rp.24.450.000.

Keuntungan

π (keuntungan atau laba) dalam hal ini adalah banyaknya biaya yang diperoleh dari penghitungan TR (penerimaan total) dikurangi TC (biaya total). Untuk menghitung penerimaan digunakan rumus yaitu:

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ &= \text{Rp. } 60.000.000 - \text{Rp. } 24.450.000 \\ &= \text{Rp. } 35.500.000 \end{aligned}$$

Jadi keuntungan pada penelitian ini diperoleh Rp. 35.500.000 untuk kemudian dikategorikan sebagai berikut : Penerimaan Total yang diperoleh Balai Benih Ikan (BBI) Malahayu yang beralamat di Desa Malahayu lebih besar dari pada Biaya Total. Berdasarkan pada kriteria tersebut hasil dari perhitungan Keuntungan diperoleh Rp. 35.500.000 terhadap Penerimaan Total sebesar Rp.60.000.000 dan Biaya Total sebesar Rp.24.450.000, yang artinya Penerimaan Total sebesar lebih besar dar pada Biaya Total kategori menguntungkan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pada perhitungan penetapan efisiensi pemasaran yang dilakukan di BBI Malahayu menggunakan kriteria : EP (Efisiensi Pemasaran) dengan nilai 0-50 % maka saluran pemasaran efisien, dan EP (Efisiensi Pemasaran) dengan nilai lebih dari 50 % maka saluran pemasaran kurang efisien. Disimpulkan bahwa berdasarkan pada kriteria tersebut hasil perhitungan persentase EP (Nilai Efisien Pemasaran) dari Biaya Pemasaran terhadap Nilai Jual Produk pada Produsen (BBI Malahayu) diperoleh tingkat saluran pemasaran pertama yaitu 1,67 %, tingkat saluran pemasaran kedua yaitu 1,85 %, dan tingkat saluran pemasaran ketiga yaitu 1,85%. Yang artinya pada seluruh kategori tingkat saluran pemasaran semuanya efisien, dan yang paling efisien adalah tingkat saluran pemasaran pertama dengan Prosentase Nilai EP (Efisiensi Pemasaran) sebesar 1,67 %. Berdasarkan pada perhitungan Analisis Keuntungan yang dilakukan di BBI Malahayu menggunakan kriteria : Menguntungkan jika perhitungan Penerimaan Total

yang diperoleh lebih besar dari pada Biaya Total, dan Tidak menguntungkan jika perhitungan Penerimaan Total yang diperoleh lebih rendah atau sama dengan Biaya Total. Disimpulkan bahwa berdasarkan pada kriteria tersebut hasil dari perhitungan Keuntungan diperoleh Rp. 35.500.000 terhadap Penerimaan Total sebesar Rp.60.000.000 dan Biaya Total sebesar Rp.24.450.000, yang artinya Penerimaan Total sebesar lebih besar dar pada Biaya Total kategori menguntungkan.

Daftar Pustaka

- Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap [DKP]. 2006. *Kebijakan Pengelolaan Sumberdaya Ikan Dalam Rangka Pengelolaan Perikanan Yang Bertanggung Jawab Sebagai Upaya Penanggulangan*
- Fahmi, I. (2013). *Perilaku Organisasi Teori Aplikasi dan Kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ismail G. Supardi S. Dan Wahyuningsih, 2008, *Analysis Efisiensi Marketing System of Fresh Laying Fish on Pelabuhan Fish Auction in Tegal City* Jurnal Mediaagro. Volume IV (2) : 39 - 50.
- Khairuman dan Amri, K.. 2003. *Budidaya Ikan Nila Secara Intensif*. Agromedia Pustaka. Jakarta.hal. 16-18.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Mulia, D.S. 2006. *Tingkat Infeksi Ektoparasit Proozoa Pada Benih Ikan Nila (Oreochromis niloticus) di Balai Benih Ikan (BBI) Pandak dan Sidabowa, Kabupaten Banyumas*. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto.
- Ni Kadek Nuriati, 2017, *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem*, e-Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi. Vol 10 No. 2..
- Pauji, A. 2007. *Beberapa Teknik Produksi Induk Unggul Ikan Nila dan Ikan Mas. Disampaikan pada pelatihan tenaga teknis sewilayah timur Indonesia*. BBAT Tatelu, Manado
- Rosvita, Vanya.(2012). *Analisis keuntungan usahatani padi sawah di desa Labangka Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara*. At: <http://download.portalgaruda.org/article.php?captcha=crofting&article=63325&val=4591&title=&yt0=Download%2FOpen> . Diakses 20 April 2014
- Said, E. Gumbira dan Intan, Harizt. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 276 hal.
- Soekartawi, 2004. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Rajawali Persada Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa -Prinsip, Penerapan, dan Penelitian,* Andi Offset, Yogyakarta.