

---

*"Tuntutlah ilmu pengetahuan karena hal itu menandakan kita takut kepada Allah. Karena menuntut ilmu itu adalah suatu ibadah, sedangkan mengingatnya merupakan tasbih, dan menganalisa itu merupakan jihad, sementara mengajar merupakan petunjuk dalam menentukan mana yang halal, dan mana yang haram bahkan menjadi pelita bagi jalan menuju surga.*

*Ilmu adalah teman di kala takut, sahabat ketika sendirian, bahkan teman bicara dalam keterasingan. Ia merupakan petunjuk di kala susah dan senang, senjata ampuh dalam berhadapan dengan musuh tapi menjadi hiasan dan gubahan di waktu sunyi.*

*Allah meninggikan derajat suatu masyarakat lantaran ilmu sehingga mereka menjadi teladan yang baik bagi yang lain, ide dan panutan, selalu ditemani malaikat dengan kelembutan sayapnya serta ranting bahkan riak-riak ampunan bagi mereka begitu pula*



*pemikiran mereka menjadi yang mengusah-usap mereka mendo'akan mereka. Setiap daun gelombang laut ikut memintakan semua hewan di darat dan di laut.*

*Ilmu menghidupkan jiwa dari kebodohan yang mematikan, menerangi kita dari kegelapan, sehingga setiap orang akan mencapai kedudukan dan derajat yang tinggi dan mulia baik di dunia maupun akhirat kelak". (H.R. Ibnu Abdil Bar)*

---

C/Sei  
2001

0145

**KERAGAAN PASAR PRODUK DAN PENAMPILAN USAHA  
PEMBENIHAN SERTA PEMBESARAN LELE DUMBO (*Clarias gariepinus*)  
(Studi Kasus di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan  
Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman,  
Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Oleh:

**Romy Subanu**

**C04496001**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk**

**Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan**



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN  
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**2001**

## RINGKASAN SKRIPSI

**Romy Subanu (C04496001), *Keragaan Pasar Produk dan Penampilan Usaha Pembenihan serta Pembesaran Lele Dumbo (Clarias gariepinus) (Studi Kasus di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Di bawah bimbingan: Sunatmo Sardono sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Popong Nurhayati sebagai Anggota Komisi Pembimbing.**

---

Penelitian ini bertujuan: (1) Menganalisis pola saluran pemasaran lele dumbo di lokasi penelitian, (2) Menganalisis struktur dan perilaku pasar serta kontribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran yang ada di lokasi penelitian, dan (3) Mengetahui penampilan dari usaha pembenihan dan pembesaran lele dumbo di daerah penelitian.

Keragaan pasar produk dari usaha pembenihan dan pembesaran lele dumbo menggambarkan akibat yang ditimbulkan dari struktur dan perilaku pasar komoditi benih lele dumbo maupun lele dumbo konsumsi terhadap harga, biaya pemasaran, dan margin pemasaran. Penampilan usaha pembenihan dan pembesaran lele dumbo menggambarkan penghasilan bersih tunai maupun total yang diterima petani dari usaha pembenihan atau pembesaran yang telah dijalankan.

Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan merupakan sentra produksi benih lele dumbo dan sentra produksi lele dumbo konsumsi di Kabupaten Sleman.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penentuan pedagang dan petani responden dilakukan secara *accidental* dengan jumlah pedagang benih sebanyak 3 orang dan jumlah pedagang lele dumbo konsumsi sebanyak 10 orang. Jumlah petani responden sebanyak 30 orang petani pembenih dan 30 orang petani pembesar. Data yang diambil meliputi data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis margin pemasaran dan analisis penampilan usahatani. Penelitian

dilakukan selama lebih kurang 1 bulan, yaitu di mulai dari minggu ketiga September sampai minggu keempat Oktober 2000.

Terdapat dua pola pemasaran benih lele dumbo di lokasi penelitian, yaitu: pola I: Petani Pembenih Anggota KTIMN – KTIMN – Petani Pembesar; dan pola II: Petani Pembenih non-Anggota KTIMN – PPLok – Petani Pembesar. Cara penjualan petani pola I merupakan cara yang paling banyak dilakukan, yaitu 86,66% petani responden, sedangkan pola II 13,33% responden. Alasan petani memilih pola I karena sebagian besar petani pembenih merupakan anggota dari KTIMN sehingga petani harus menjual hasil produksinya kepada KTIMN.

Bentuk pasar yang terjadi di tingkat petani pembenih anggota KTIMN ditinjau dari sisi pembeli adalah monopsoni, sedangkan pada petani pembenih bukan anggota KTIMN adalah oligopsoni murni. Bentuk pasar di tingkat KTIMN ditinjau dari sisi penjual adalah monopoli dan bentuk pasar di tingkat PPLok ditinjau dari sisi penjual adalah oligopoli murni. Ada hambatan bagi pedagang baru untuk masuk pasar, yang antara lain dalam bentuk modal yang dimiliki dan adanya hubungan langganan antara pedagang.

Terdapat dua sistem penentuan harga penjualan benih lele dumbo antara petani dengan pedagang, yaitu: (1) ditentukan oleh pedagang, antara petani pola I dengan KTIMN; (2) sistem tawar-menawar, antara petani pola II dengan PPLok. Sistem pembayaran oleh pedagang kepada petani ada dua cara, yaitu: (1) dibayar kemudian (kredit), antara petani pola I dengan KTIMN; (2) dibayar tunai, antara petani pola II dengan PPLok:

Hasil dari analisis margin pemasaran menunjukkan pola I mempunyai margin pemasaran terkecil dan *farmer's share* terbesar, sehingga dilihat dari kepentingan petani, pola I mempunyai nilai yang lebih menguntungkan. Persentase total margin pemasaran terhadap harga jual KTIM adalah 11,00% dan *farmer's share* 89,00%.

Demikian juga rasio antara keuntungan dan biaya yang terbesar terdapat pada pola I untuk semua ukuran benih, yaitu 18,47 untuk benih 2-3

cm; 31,45 untuk benih 3-4 cm; 44,43 untuk benih 4-5 cm; 63,90 untuk benih 5-6 cm; 89,95 untuk benih 6-7 cm; 109,32 untuk benih 7-8 cm; dan 161,24 untuk benih 8-12 cm.

Terdapat tiga pola pemasaran lele dumbo konsumsi di lokasi penelitian, yaitu: pola I: Petani Pembesar– PPLok – PP – Konsumen; pola II: Petani Pembesar – PPLok – Konsumen; dan pola III: Petani Pembesar – PPLok – PG – PP – Konsumen. Cara penjualan petani pola I merupakan cara yang paling banyak dilakukan, yaitu 70,00% petani responden, sedangkan pola III 20,00% dan pola II 10,00%. Tidak ada alasan khusus bagi petani untuk memilih pola saluran pemasaran mana yang akan ditempuh karena harga jual petani relatif sama, yaitu Rp 5.000,00/kg.

Bentuk pasar yang terjadi di tingkat petani ditinjau dari sisi pembeli adalah oligopoli murni. Bentuk pasar di tingkat PPLok (pola I dan II) ditinjau dari sisi penjual adalah oligopoli murni, sedangkan di tingkat PPLok (pola III) ditinjau dari sisi pembeli bentuk pasar yang dihadapi adalah monopoli. Bentuk pasar di tingkat PG ditinjau dari sisi penjual adalah monopoli.. Seperti pada pemasaran benih lele dumbo, ada hambatan bagi pedagang baru untuk masuk pasar komoditi lele dumbo konsumsi, yang antara lain dalam bentuk modal yang dimiliki dan adanya hubungan langganan antara pedagang.

---

Sistem penentuan harga penjualan lele dumbo antara petani dengan pedagang menggunakan dua cara, yaitu: (1) ditentukan oleh pedagang, antara petani dengan PPLok langganan; (2) sistem tawar-menawar, antara petani dengan PPLok baru. Sistem pembayaran oleh pedagang kepada petani ada dua cara, yaitu: (1) dibayar kemudian, antara petani dengan PPLok langganan; (2) dibayar tunai, antara petani dengan PPLok baru:

Hasil dari analisis margin pemasaran menunjukkan total margin pemasaran terkecil dan *farmer's share* terbesar terdapat pada pola II, sehingga dilihat dari kepentingan petani, pola II mempunyai nilai yang lebih menguntungkan. Persentase total margin pemasaran pada pola II terhadap harga jual PPLok adalah 16,25% dan *farmer's share* 83,75%.

Pendapatan bersih total dan penghasilan bersih total usaha pembenihan lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 2500 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp 25.798.672,29 per tahun dan Rp 23.760.978,13. Sedangkan pendapatan tunai dan kelebihan uang tunai usaha pembenihan lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 2500 m<sup>2</sup> sebesar Rp 26.639.990,39 per tahun dan Rp 24.602.296,23 per tahun.

Pendapatan bersih total dan penghasilan bersih total usaha pembesaran lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 600 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp 13.625.291,76 per tahun dan Rp 12.485.291,56 per tahun. Sedangkan pendapatan tunai dan kelebihan uang tunai usaha pembesaran lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 600 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp 11.679.158,06 per tahun dan Rp 10.724.157,86 per tahun.

---

## SKRIPSI

Judul Skripsi : Keragaan Pasar Produk dan Penampilan Usaha Pembenihan serta Pembesaran Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) (Studi Kasus di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta).

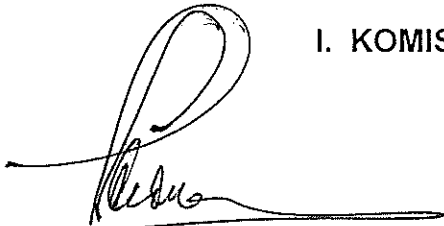
Nama Mahasiswa : Romy Subanu

Nomor Pokok : C04496001

Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan

Disetujui:

### I. KOMISI PEMBIMBING



Ir. Sunatmo Sardono, M.M.

Ketua



Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Anggota

### II. FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN



Ir. Moch. Prihatna Sobari, M.Sc.

Ketua Program Studi

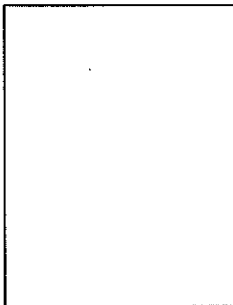
Dr. Ir. Indrajaya, M.Sc.

Pembantu Dekan I

21 JUN

Tanggal Lulus: .....2001

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Dabosingkep, Kecamatan Singkep, Kabupaten Kepulauan Riau (sekarang Karimun), Propinsi Riau pada tanggal 30 Oktober 1977, putera ke-3 dari 3 bersaudara dari pasangan suami-istri A. Soenardi (Alm.) dan T. Ratnawati (Alm.)

Penulis menempuh pendidikan dasar pada Sekolah Dasar Negeri 001 Tanjunguban dari tahun 1984 hingga tahun 1990. Pada tahun 1990 penulis meneruskan pendidikan ke jenjang sekolah lanjutan tingkat pertama pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Tanjunguban dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Dabosingkep dan lulus pada tahun 1993. Pada tahun 1993 penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Dabosingkep dan lulus pada tahun 1996. Pada tahun 1996 penulis di terima di Institut Pertanian Bogor melalui jalur Undangan Seleksi Mahasiswa IPB (USMI) pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan IPB.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah aktif di berbagai organisasi formal maupun informal di antaranya Himpunan Mahasiswa Sosial-Ekonomi Perikanan (1996/1997, 1997/1998), Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas Perikanan (1997/1998), Sanggar Aktivitas dan Dinamika Islami (1996/1997, 1997/1998, 1998/1999), Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Inayah (1998-2000), AIR/Mentari/IMANIA Nasheed Group (1998- ).



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang tiada pernah terputus sedikitpun kepada setiap hamba-hamba-Nya.

Demikianlah, skripsi ini sengaja ditulis dalam rangka memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor. Terlepas dari itu, skripsi ini sangat membantu bagi penulis untuk bisa memperdalam ilmu-ilmu sosial ekonomi perikanan (khususnya yang menyangkut pasar dan pemasaran serta usaha perikanan) yang penulis tekuni selama penulis kuliah di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.

Penulis sadari, dalam penyelesaiannya skripsi ini mengandung banyak kelemahan di sana-sini baik itu menyangkut substansi tulisan maupun struktur kalimat yang digunakan hingga penetikannya. Namun demikian penulis tetap berharap semoga tulisan bisa dijadikan salah satu acuan keilmuan bagi pembaca sekalian.

Penulis ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada Bapak Ir. H. Sunatmo Sardono, M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Ir. Popong Nurhayati, M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing atas arahan-arahan dan nasehat-nasehat yang telah diberikan selama penulis mengerjakan skripsi ini. Juga kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih.

Darmaga-Bogor, 28 Mei 2001

Romy Subanu

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan:

- *Syukur Alhamdulillah.* Allah, Dia-lah Yang Mahakaya sekaligus Mahapemurah.
- Terima kasih --yang sebanyak apapun ia, pasti tidak akan bisa membalas jasa Ayahanda (Alm.) dan Ibunda (Alm.) tercinta yang telah bersusah payah memperjuangkan putera-puterinya agar dapat mengenyam pendidikan tinggi.
- Terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada keluargaku tercinta: Mas Hendra, Yu Nancy, dan Ibu Gek Lang.
- Terima kasih kepada seluruh guru-guruku yang ikhlas mendidiku.
- Terima kasih kepada Bapak Ir. H. Sunatmo Sardono M.M. dan Ibu Ir. Popong Nurhayati, M.M. atas bimbingan yang bapak dan ibu berikan.
- Terima kasih kepada Bapak Ir. Moch. Prihatna Sobari, M.S. dan Bapak Ir. Ayub Hanafiah yang telah berkenan menguji penulis.
- Terima kasih kepada keluarga Siswo M. (Kadus Bokesan, Sindumartani), keluarga Sulistiyono (Ketua Kelompok Tani Ikan "Mino Ngremboko"), dan keluarga Syamsidi atas segala fasilitas yang disediakan bagi penulis ketika berada di lapang.
- Terima kasih kepada Bapak Teguh Prayitno (PPL Kecamatan Ngemplak) dan Bapak Parimin (PPL Kecamatan Moyudan) atas petunjuk dan saran yang diberikan.
- *Jazakillahu khairan katsiran* kepada ukhti R.C. Yuniarti atas ide tempat penelitian.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada ukhti R.C. Yuniarti dan ukhti Hartini atas *ukhuwah islamiyah* selama penulis berada di lapang.
- Terima kasih kepada Bang Rahmadi (TK UGM '95) atas kamar hangat-nya.
- *Terime kaseh banyak-lah untok* Ican (Sipil UGM '96) atas tumpangan kamar *awak selame aku* tinggal di kota Yogya.
- *Terime kaseh banyak-lah untok* Bang Akhrianto (Mesin UGM '95), Dian (Mesin UGM '96), dan Kang Dimas (KU UGM '95) atas kesediaan *ikak* menerima *aku* di kost *ikak*.
- *Thak you* Farhan, Prima, Icha, Six, dan Fikri (Sipil UGM '96), Ikhsan (Arsitektur UGM '96), Mas Bambang (Sosek UGM '95) juga atas tumpangannya.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada ikhwan di Al-'Izzah: Awan, Ketut, Dayu, Bambang, Firman, Husein, Hary, Wawan, Saffril, Dede, Rusli, Irfani, Herawan, Fahmi, Githo, Imam, Yuli, Yono, Deden, Taufik, dan Tatang atas persaudaraannya.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada seluruh santri Al-'Inayah dan alumninya.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada seluruh anggota Forum Keluarga Muslim-C.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada *MOF*: Ketut, Awan, Johari, Ahmad, Bowo, Saiful, Dadan, Adlan, *and our father*: BW.
- *Jazakumullahu khairan katsiran* kepada ikhwan *wa akhwat fillah fi* SAIKA IPB '33.
- Terima kasih banyak kepada bibi, bapak kost, teteh penjual nasi, dan keluarga-keluarga mereka.
- Kenangan manis SEI '33: Isep, Wahyu, Tonny, Agus, Nana, Tommy, Emeng, Lukman, Darwin, Andi, Mazmur, Benny, Nur Alam, Ronald, Ade, Dody, Afdhal, Analisa, Santi, Desi Susi, Desi Kristi, Dina, Dena, Mifta, Cucu, Trisanti, Lia, Devi, Erly, Caca, Arum, Rika, DW, Nurhayati, Wiwin, Ita, Lani, Leli, Mitha.
- Terima kasih juga kepada SEI '34 dan '35.
- Terima kasih buat semua warga FPIK

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix.
DAFTAR LAMPIRAN.....	x.
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Lele Dumbo ( <i>Clarias gariepinus</i> ).....	7
2.1.1. Pengenalan Lele Dumbo .....	7
2.1.2. Pembenihan Lele Dumbo .....	8
2.1.3. Pembesaran Lele Dumbo .....	10
2.2. Pemasaran, Usaha Perikanan, dan Penampilan Usahatani.....	12
2.2.1. Konsep Pemasaran .....	12
2.2.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	14
2.2.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	16
2.2.4. Keragaan Pasar.....	17
2.2.4.1. Struktur Pasar.....	17

2.2.4.2. Perilaku Pasar .....	19
2.2.4.3. Marjin Pemasaran.....	19
2.2.5. Konsep Usaha Perikanan .....	22
2.2.6. Ukuran Penampilan Usahatani .....	23
2.2.6.1. Ukuran Arus Uang Tunai .....	23
2.2.6.2. Ukuran Pendapatan dan Keuntungan.....	25
2.2.6.3. Ukuran Keadaan Modal dan Hutang.....	29
III. KERANGKA PENDEKATAN STUDI.....	30
IV. METODOLOGI	
4.1. Metode Penelitian .....	31
4.2. Jenis dan Sumber Data.....	31
4.3. Metode Pengambilan Contoh.....	32
4.4. Metode Analisis Data .....	33
4.4.1. Analisis Marjin Pemasaran .....	33
4.4.2. Analisis Penampilan Usaha .....	34
4.5. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitan .....	36
4.6. Konsep dan Pengukuran.....	36
V. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
5.1. Keadaan Umum Desa Sindumartani.....	40
5.2. Keadaan Umum Desa Sumberagung .....	43
5.3. Gambaran Umum Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani .....	46

5.4. Gambaran Umum Usaha Pembesaran Lele Dumbo di Desa	
Sumberagung.....	52
5.5. Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembenihan Lele Dumbo .....	57
5.6. Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembesaran Lele Dumbo .....	59
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	
6.1. Pemasaran dan Keragaan Pasar Benih Lele Dumbo.....	61
6.1.1. Komoditas Benih Lele Dumbo .....	61
6.1.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	62
6.1.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	64
6.1.4. Struktur Pasar.....	69
6.1.5. Perilaku Pasar .....	72
6.1.6. Marjin Pemasaran.....	74
6.2. Pemasaran dan Keragaan Pasar Lele Dumbo Konsumsi.....	77
6.2.1. Komoditas Lele Dumbo Konsumsi.....	77
6.2.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	77
6.2.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	79
6.2.4. Struktur Pasar.....	83
6.2.5. Perilaku Pasar .....	85
6.2.6. Marjin Pemasaran.....	87
6.3. Penampilan Usaha Pembenihan Lele Dumbo.....	95
6.3.1. Keadaan Modal.....	95
6.3.2. Pendapatan dan Keuntungan .....	97
6.3.3. Arus Uang Tunai.....	100

6.4. Penampilan Usaha Pembesaran Lele Dumbo .....	101
6.4.1. Keadaan Modal.....	101
6.4.2. Pendapatan dan Keuntungan .....	102
6.4.3. Arus Uang Tunai.....	105
6.5. Implikasi Kebijakan .....	106
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1. Kesimpulan .....	107
7.2. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA .....	112
LAMPIRAN	

---

## DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Halaman
1	Produksi lele Dumbo di Kabupaten Sleman, DIY, dan Total Produksi Perikanan Air Tawar di DIY Tahun 1995-1999.....	2
2.	Karakteristik (Ciri) Struktur pasar Berdasarkan Sisi Penjual dan Sisi Pembeli .....	14
3	Luas Wilayah Desa Sindumartani Berdasarkan Penggunaan .	41
4	Komposisi Penduduk Desa Sindumartani Berdasarkan Usia Tahun 1999.....	42
5	Komposisi Penduduk Desa Sindumartani Menurut Pekerjaan Tahun 1999.....	42
6	Luas Wilayah Desa Sumberagung Berdasarkan Penggunaan.....	43
7	Komposisi Penduduk Desa Sumberagung Berdasarkan Usia Tahun 1999 .....	44
8	Komposisi Penduduk Desa sumberagung menurut Pekerjaan Tahun 1999.....	45
9	Rata-Rata Penggunaan Sarana Produksi induk, Pupuk Kandang, dan Pakan per Kolam per Musim Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani .....	46

10	Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja pada Usaha Pembenihan Lele Dumbo per Musim di Desa Sindumartani....	50
11	Rata-Rata Penggunaan Sarana Produksi Benih, Pupuk Kandang, Pakan Tambahan, dan Obat-obatan Usaha Pembesaran Lele Dumbo per Kolam per Musim di Desa Sumberagung.....	13
12	Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja per Musim pada Usaha Pembesaran lele Dumbo di Desa Sumberagung.....	55
13	Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani.....	58
14	Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembesaran Lele Dumbo di Desa Sumberagung.....	59
15	Ukuran dan Harga Beli Benih Lele Dumbo di Desa Sindumartani.....	62
16	Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan oleh Tiap Lembaga Pemasaran pada Pemasaran Benih lele Dumbo dari Desa Sindumartani.....	64
<hr/>		
17	Keadaan Produk pada Tiap Tingkatan Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa sindumartani.....	70
18	Struktur Pasar pada Tiap Tingkatan lembaga Pemasaran Benih lele Dumbo dari Desa Sindumartani.....	71
19	Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani untuk Pola I.....	75
20	Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa	



	Sindumartani untuk Pola II .....	75
21	Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan oleh Tiap Lembaga Pemasaran pada Pemasaran lele Dumbo dari Desa Sumberagung .....	79
22	Struktur Pasar pada Tiap Tingkatan lembaga Pemasaran lele Dumbo dari Desa Sumberagung .....	84
23	Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Lele Dumbo Ukuran Konsumsi dari Desa Sumberagung untuk Pola I, II, dan III .....	88
24	<i>Farmer's Share</i> Saluran Pemasaran Lele Dumbo Pola I, II, dan III dari Desa Sumberagung .....	91
25	Penyebaran Biaya Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung.....	93
26	Penyebaran Keuntungan Pemasaran Lembaga Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung .....	94
27	Rasio Keuntungan Terhadap Biaya Pemasaran dalam Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung.....	95
28	Pernyataan Modal Usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2.500 m <sup>2</sup> .....	97
29	Pendapatan dan Pengeluaran Usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2.500 m <sup>2</sup> .....	99
30	Ukuran Arus Uang Tunai Usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2.500 m <sup>2</sup> .....	100

31	Pernyataan Modal Usaha Pembesaran lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m <sup>2</sup> .....	102
32	Pendapatan dan pengeluaran Usaha Pembesaran Lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m <sup>2</sup> .....	104
33	Ukuran Arus Uang Tunai Usaha Pembesaran lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m <sup>2</sup> .....	105

## DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Halaman
1	Grafik Produksi lele Dumbo di Kabupaten Sleman, DIY, dan Total Produksi Perikanan Air Tawar di DIY Tahun 1995-1999 .....	2
2	Hubungan antara Marjin Tataniaga dengan Nilai Marjin Tataniaga .....	21
3	Ukuran Arus Uang Tunai dalam Penampilan Usahatani Kecil .	24
4	Kerangka Pendekatan Studi "Keragaan Pasar dan Penampilan Usaha Perikanan Lele Dumbo" .....	30
5	Saluran Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani .....	63
6	Saluran Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Uraian	Halaman
1	Rincian Pengeluaran, Jumlah dan Nilai Produksi, dan Total Pendapatan Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo Tahun 2000 .....	114
2	Contoh Pernyataan Modal, Pendapatan dan Keuntungan, dan Arus Tunai Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo Petani Responden .....	116
3	Penggunaan dan Nilai Penyusutan Peralatan Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo .....	118

---

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pokok-pokok reformasi pembangunan seperti yang diamanatkan dalam Tap MPR No. X/MPR/1998, di antaranya mencakup: a) penyediaan sembilan bahan pokok, b) menghidupkan kembali kegiatan produksi yang berbasis pada ekonomi rakyat dan berorientasi pasar, dan c) mendayagunakan potensi ekonomi dari sumberdaya alam khususnya sumberdaya kelautan.

Berdasarkan pokok-pokok reformasi pembangunan tersebut, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah merumuskan kebijakan pembangunan DIY yang menitikberatkan pada pemberdayaan ekonomi kerakyatan, menjadikan kecamatan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, dan pemanfaatan pantai selatan DIY. Sedangkan untuk pembangunan di bidang perikanan secara khusus Pemerintah DIY menetapkan tujuan pembangunan perikanan Propinsi DIY di antaranya: a) peningkatan kesejahteraan petani/nelayan, b) penyediaan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, c) peningkatan konsumsi ikan, d) penyediaan bahan baku industri, dan e) peningkatan penerimaan devisa melalui ekspor. Salah satu kegiatan pembangunan bidang perikanan yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah DIY adalah pembangunan perikanan air tawar. Perkembangan

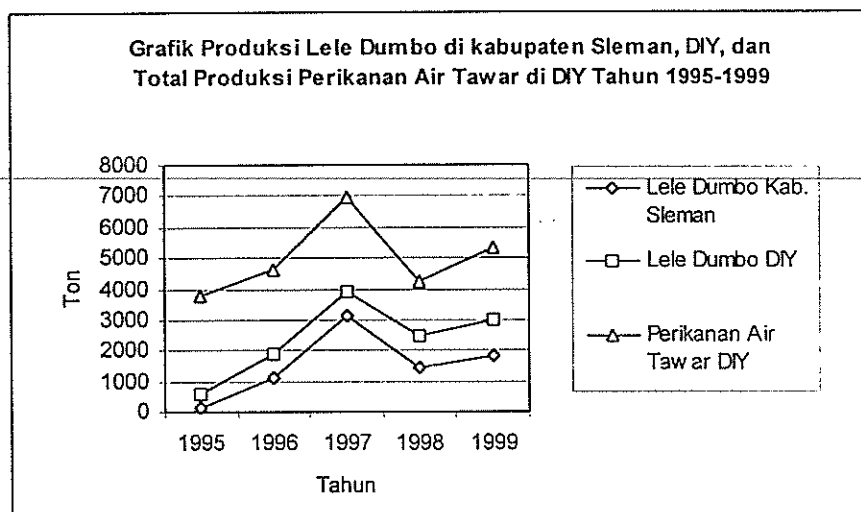
produksi perikanan air tawar DIY dari tahun 1995 sampai tahun 1999 disajikan dalam Tabel 1. dan Gambar 1.

Tabel 1. Produksi Perikanan Air Tawar dan Lele Dumbo di DIY serta Produksi Lele Dumbo di Kabupaten Sleman Tahun 1995 – 1999

Tahun	Produksi (ton)					
	Perikanan Air Tawar DIY	%Δ	Lele Dumbo DIY	%Δ	Lele Dumbo Kab. Sleman	%Δ
1995	3.789,60		558,10		146,30	
		21,36		240,44		641,63
1996	4.599,00		1.900,00		1.085,00	
		51,90		104,47		185,44
1997	6.986,10		3.885,00		3.097,00	
		-39,41		-36,30		-53,30
1998	4.233,00		2.474,80		1.446,30	
		26,03		20,71		26,00
1999	5.334,71		2.987,44		1.822,34	

Sumber: Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka (diolah), 1999

Bila angka-angka dalam Tabel 1. di atas di buat grafik, maka akan tampak seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Produksi Lele Dumbo di Kabupaten Sleman, DIY, dan Total produksi perikanan Air Tawar di DIY 1995 – 1999

Dari Tabel 1. dapat dilihat bahwa produksi perikanan air tawar DIY pada tahun 1995 sebanyak 3.789,60 ton, tahun 1996 sebanyak 4.599,00 ton, tahun 1997 sebanyak 6.986,10 ton, tahun 1998 sebanyak 4.233,00 ton, dan tahun 1999 sebanyak 5.334,71 ton. Dari Tabel 1. juga dapat dilihat produksi perikanan air tawar jenis lele dumbo di DIY dan produksi lele dumbo Kabupaten Sleman tahun 1995-1999. Produksi lele dumbo DIY tahun 1995 sebanyak 558,10 ton, tahun 1996 sebanyak 1.900,00 ton, tahun 1997 sebanyak 3.885,00 ton, tahun 1998 sebanyak 2.474,80 ton, dan tahun 1999 sebanyak 2.987,44 ton. Sedangkan produksi lele dumbo Kabupaten Sleman pada tahun 1995 sebanyak 146,30 ton, tahun 1996 sebanyak 1.085,00 ton, tahun 1997 sebanyak 3.097,00 ton, tahun 1998 sebanyak 1.446,30 ton, dan tahun 1999 sebanyak 1.822,34 ton.

Jika dibandingkan antara produksi perikanan air tawar DIY dengan produksi lele dumbo DIY khususnya produksi tahun 1997-1999, dan antara produksi lele dumbo DIY dengan produksi lele dumbo Kabupaten Sleman, maka dapat diketahui bahwa sekitar 60% produksi perikanan air tawar DIY tahun 1997-1999 terdiri atas jenis lele dumbo, dan dari keseluruhan produksi lele dumbo di DIY, lebih dari 60%-nya merupakan lele dumbo produksi Kabupaten Sleman. Sementara itu salah satu sentra produksi lele dumbo di Kabupaten Sleman terdapat di Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan sebagai sentra pembesaran lele dumbo dan Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak sebagai sentra pembenihan lele dumbo, (Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, 1999).

Besarnya produksi lele dumbo tersebut disebabkan lele dumbo memiliki keunggulan sifat biologis, yaitu cepat tumbuh, tahan terhadap penyakit, toleran terhadap kondisi lingkungan yang kurang menguntungkan, serta mudah untuk dibudidayakan. Di samping itu, daya serap pasar DIY terhadap produk lele dumbo juga cukup tinggi. Produksi lele dumbo DIY yang meningkat dari tahun 1995 sampai tahun 1997 (Tabel 1.) menunjukkan bahwa daya serap pasar DIY terhadap lele dumbo untuk rentang tahun tersebut terus meningkat.

## 1.2. Perumusan Masalah

Seperti yang telah diutarakan di atas dan dapat dilihat pada Gambar 1., produksi perikanan air tawar DIY terus meningkat dari tahun ke tahun (walaupun terjadi penurunan pada tahun 1998 tetapi produksi kembali meningkat pada tahun 1999) di mana peningkatan dan penurunan produksi perikanan air tawar DIY, jika melihat pada Gambar 1., seiring dengan dengan terjadinya peningkatan dan penurunan produksi lele dumbo DIY khususnya produksi lele dumbo Kabupaten Sleman.

Peningkatan produksi lele dumbo pada tahun 1995-1997 dan 1998-1999 juga menunjukkan bahwa permintaan pasar terhadap komoditas lele dumbo terus meningkat. Sementara itu dalam memenuhi permintaan pasar, pada umumnya hasil-hasil komoditas perikanan didistribusikan secara tradisional dengan rantai pemasaran yang relatif panjang. Rantai pemasaran yang demikian sering merugikan petani maupun konsumen. Petani



menerima harga yang rendah, sedangkan konsumen harus membayar harga yang relatif tinggi. Rendahnya harga yang diterima petani mengakibatkan petani kurang bersemangat mengelola usaha lele dumbo sebagai sumber pendapatan. Dengan demikian perlu ditelaah pola saluran pemasaran lele dumbo dari petani hingga pedagang pengecer.

Dalam proses pemasaran, kondisi lingkungan yang bersaing akan mampu dihadapi bila diperoleh informasi tentang struktur dan perilaku pasar dalam pemasaran lele dumbo. Struktur dan perilaku pasar tersebut selanjutnya akan berpengaruh pada keragaan pasar lele dumbo. Keragaan pasar dapat dikaji dengan menganalisis margin pemasaran. Sedangkan informasi tentang keragaan pasar dapat digunakan oleh petani maupun pedagang sebagai acuan dalam menentukan kebijakan guna mengantisipasi lingkungan pasar yang berubah. Khusus bagi petani, Informasi keragaan pasar yang di dalamnya ada variabel harga dapat digunakan oleh petani untuk mengukur penampilan usahatani yang dijalankan.

---

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis pola saluran pemasaran lele dumbo di lokasi penelitian.
2. Menganalisis struktur dan perilaku pasar serta kontribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran yang ada di lokasi penelitian.

3. Mengetahui penampilan dari usaha pembenihan dan pembesaran lele dumbo di daerah penelitian.

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis dalam menambah wawasan mengenai keragaan pasar komoditas lele dumbo dan penampilan usaha lele dumbo. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan bagi petani tentang keragaan pasar dan penampilan usaha lele dumbo yang dilakukan. Bagi pengambil kebijakan dalam bidang perikanan di Kabupaten Sleman, hasil penelitian ini dapat juga digunakan sebagai masukan dalam upaya pengembangan komoditas lele dumbo untuk meningkatkan produksi dan pendapatan petani. Selain itu diharapkan dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

---

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*)

#### 2.1.1. Pengenalan Lele Dumbo

Ikan Lele Dumbo yang biasa disebut Ikan Kalang (Sumatera), Ikan Lindi (Jawa Tengah), dan Ikan Keling (Sulawesi) merupakan ikan yang berasal dari sungai, rawa, waduk atau parit dan genangan air lainnya. Saat ini jenis ikan tersebut sudah mulai banyak dibudidayakan di kolam maupun di sawah.

Menurut Soetomo (1987) budidaya lele dumbo mempunyai kelebihan dan keunggulan yang khas bila dibandingkan dengan budidaya ikan air tawar yang lain. Keuntungan tersebut antara lain: (1) pemeliharaannya mudah, dan dapat hidup di lingkungan perairan yang kurang baik, (2) cepat besar dalam waktu relatif singkat, (3) kandungan nilai gizinya tinggi dalam setiap ekornya (proteinnya dapat mencapai 37%), (4) perkembangannya pesat.

Menurut Saanin (1968), lele dumbo diklasifikasikan sebagai berikut:

Phylum: Chordata

Subphylum: Vertebrata

Class: Pisces

Subclass: Actinopyergii (Teleostei)

Ordo: Ostariophysi

Subordo: Siluroidea

Familia: Claridae

Genus: Clarias

Spesies: *Clarias gariepinus*

Lele dumbo mempunyai tubuh memanjang, bagian kepala pipih ke bawah (*depressed*), batok kepala keras dan meruncing ke belakang, sedang bagian tubuh belakang pipih ke samping (*compressed*) (Susanto, 1993; Santoso, 1995), bagian ventral datar dan bagian dorsolateral membentuk setengah lingkaran (Suyanto, 1990). Tubuh lele dumbo tidak bersisik dan licin, mempunyai mulut lebar dengan gigi tajam yang dilengkapi empat pasang sungut, sirip ditubuhnya terdiri atas satu pasang sirip dada dengan patil tidak beracun, sirip punggung, sirip perut, sirip dubur dan sirip ekor (Susanto, 1993; Santoso, 1995).

### **2.1.2. Pembenuhan Lele Dumbo**

Dalam pembenuhan lele dumbo, induk merupakan sarana produksi yang paling penting. Kuantitas dan kualitas benih yang dihasilkan tergantung induk yang dipijahkan. Oleh karena itu, agar hasil pembenuhan memuaskan, induknya harus unggul (Prihartono, Rasidik, dan Arie, 2000). Pembenuhan/pemijahan lele dumbo dapat dilakukan dengan dua cara (Prihartono, Rasidik, dan Arie, 2000), yaitu pemijahan alami dan pemijahan buatan. Pada awalnya lele dumbo belum dapat dipijahkan secara alami karena ikan ini memang berasal dari mancanegara yang harus beradaptasi dahulu dengan lingkungan setempat. Namun karena sudah lama dipelihara

di Indonesia dan sudah dapat beradaptasi dengan lingkungan perairan Indonesia maka saat ini pun lele dumbo dapat dipijahkan secara alami. Walau demikian, pemijahan cara alami ini masih kurang diminati pembudidaya lele karena telur yang dihasilkan sedikit.

Pemijahan secara buatan dapat dilakukan dengan dua cara (Suyanto, 1999), yaitu dengan cara/teknik penyuntikan hormon dan pemijahan teknik imbas (sistem cangkringan). Pemijahan secara buatan ini lebih banyak diminati karena tingkat keberhasilannya lebih baik daripada cara alami (Prihartono, Rasidik, dan Arie, 2000).

Di Desa Sindumartani pada umumnya petani pembenih lele dumbo melakukan pemijahan secara alami. Pemijahan secara alami pada lele dumbo menurut Prihartono, Rasidik, dan Arie (2000) secara garis besar diutarakan sebagai berikut:

Pemijahan dapat dilakukan dalam bak berukuran panjang 2 m, lebar 1 m, dan tinggi 50 cm. Sebelum digunakan, bak tersebut dikeringkan dahulu selama 2-3 hari agar induk yang dipijahkan dapat teransang.

Bila sudah dikeringkan, bak dapat diisi dengan air setinggi 40 cm. Namun, sebelumnya bak tersebut diberi hafa dari kain terlin dengan panjang dan lebarnya sesuai ukuran bak. Bila tidak ingin diberi hafa, sepertiga bagian dasar bak harus diberi alat penempel telur berupa ijuk. Agar lele tidak dapat meloncat ke luar, bagian atas bak diberi penutup dari kawat kasa.

Setelah bak pemijahan siap, induk lele dumbo yang sudah matang gonad dapat dimasukkan ke dalamnya. Waktu terbaik memasukkan induk

adalah siang atau malam hari. Induk jantan dan betina yang digunakan harus berukuran sama. Dalam satu bak dapat diisi sebanyak satu pasang induk.

Selama pemijahan, air harus terus mengalir. Biasanya induk akan mulai memijah setelah sehari dimasukkan dalam bak. Bila sudah memijah, induk diambil dan dimasukkan dalam kolam pemeliharaan induk. Sementara telur-telurnya dibiarkan dalam bak hingga menetas. Setelah menetas, anak lele atau larva dipelihara dalam bak tersebut selama 3-4 hari atau sampai berwarna hitam. Pada kondisi tersebut biasanya anak lele sudah kuat untuk dipelihara dalam kolam pendederan.

Memang pemijahan lele dumbo secara alami ini dapat dilakukan lebih dari sepasang induk. Namun, ukuran baknya harus lebih luas. Luasan bak tersebut harus sebanding dengan banyaknya induk yang akan dilepas.

### **2.1.3. Pembesaran Lele Dumbo**

---

Hasil pembesaran lele dumbo dapat saja sedikit atau banyak tergantung pada benih yang digunakan. Mutu benih yang sangat rendah dapat menyebabkan lele dumbo tidak tahan lingkungan sehingga hasilnya hanya sedikit. Benih yang tidak diberi perlakuan khusus pun akan mempengaruhi hasil pembesaran (Prihartono, Rasidik, dan Arie, 2000).

Secara umum ada beberapa hal yang perlu dilakukan agar pembesaran lele dumbo dapat berhasil dengan baik (Prihartono, Rasidik, dan Arie, 2000): 1) persiapan kolam yang baik, 2) ukuran benih yang ditebarkan

harus seragam sehingga harus diseleksi terlebih dahulu, 3) yang paling penting adalah benih harus bebas dari penyakit.

Pembesaran lele dumbo menurut Suyanto (1999) secara garis besar diutarakan sebagai berikut:

Pemeliharaan lele dumbo menjadi ikan konsumsi dimulai dari benih ukuran 5-8 cm. Kolam untuk memeliharanya dapat dipergunakan kolam yang dasar dan tanggulnya tanah, yaitu kolam yang lazim untuk memelihara ikan. Konstruksi yang khusus pun tidak dipersyaratkan. Kedalaman air lebih kurang 1 meter. Airnya tidak perlu terlalu jernih, air dari saluran irigasi sawah dianggap memadai. Pencemaran dari pestisida sawah maupun dari limbah industri harus dihindarkan. Aliran air tidak perlu deras. Bahkan pergantian air secara sebagian seminggu sekali saja sudah cukup baik. Ikan lele memang secara alamiah dan naluriah biasa hidup di air yang tergenang, serta banyak bahan organiknya. Airnya harus tawar.

Padat penebaran di dalam kolam pembesaran dapat diatur dari hanya 10 ekor/m<sup>2</sup> sampai 50 ekor/m<sup>2</sup>. Jika kepadatan tinggi, pakan yang diberikan harus banyak dan harus disertai dengan pergantian air yang lebih sering karena lele yang banyak di dalam suatu kolam mengeluarkan kotoran yang banyak pula ke dalam air, belum lagi sisa-sisa pakannya yang tertinggal dan tentu mengotori airnya. Kotoran lele itu sendiri akan membentuk bahan-bahan (urium, ammonia, dan sebagainya) di dalam air yang sifatnya dapat menghambat pertumbuhan lele itu sendiri, maka harus di bersihkan, diganti dengan air yang segar.

Makin tinggi padat penebaran, tentu pakan alami makin tidak mencukupi, karena itu harus diberi pakan buatan. Telah diketahui bahwa lele dumbo adalah binatang karnivora (pemakan daging), jadi pakan buatan harus mengandung protein hewani yang tinggi juga. Pellet untuk ikan mas dengan kadar protein 35% juga dapat diberikan kepada lele dumbo dengan pertumbuhan yang cukup baik.

Lama pemeliharaan dalam kolam pembesaran itu berkisar antara 4-5 bulan, bergantung pada ukuran besarnya ikan yang dikehendaki konsumen. Untuk hidangan di restoran, ukuran 200-250 gram banyak disukai. Apabila lebih besar daging lele dumbo lebih banyak lemaknya.

## **2.2. Pemasaran, Usaha Perikanan, dan Penampilan Usahatani**

### **2.2.1. Konsep Pemasaran**

Kotler (1990) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Azzaino (1981) menyatakan bahwa pemasaran sering juga disebut tataniaga. Pemasaran adalah suatu proses pertukaran yang meliputi kegiatan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), pemasaran bertalian dengan penciptaan atau penambahan kegunaan barang dan jasa. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan pemasaran adalah kegunaan tempat, waktu, dan



pemilikan. Kegunaan tempat berarti bahwa barang-barang itu mempunyai faedah atau kegunaan yang lebih besar karena perubahan tempat. Kegunaan waktu berarti bahwa barang-barang mempunyai faedah yang lebih besar setelah terjadi perubahan waktu. Kegunaan kepemilikan berarti barang-barang mempunyai kegunaan yang lebih besar karena beralihnya hak milik atas barang.

Definisi pemasaran pertanian menurut Limbong dan Sitorus (1987) mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari produsen ke tangan konsumen, termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk lebih memudahkan penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Beberapa ciri pemasaran hasil perikanan menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983) adalah:

- 
- Sebagian besar dari hasil perikanan berupa bahan makanan yang dipasarkan dan diserap oleh konsumen akhir secara relatif stabil sepanjang tahun sedangkan penawarannya sangat tergantung kepada produksi yang sangat dipengaruhi keadaan iklim;
  - Pada umumnya pedagang pengumpul memberi kredit kepada produsen (nelayan/petani ikan) sebagai ikatan atau jaminan untuk dapat memperoleh bagian terbesar dari hasil perikanan dalam waktu tertentu;

- Saluran pemasaran hasil perikanan pada umumnya terdiri dari produsen ( nelayan/petani ikan), pedagang perantara sebagai pengumpul, *wholesaler* (grosir), pedagang eceran dan konsumen (industri pengolahan dan konsumen akhir);
  - Pergerakan hasil perikanan berupa bahan makanan dari produsen sampai konsumen pada umumnya meliputi proses-proses pengumpulan, pengimbangan dan penyebaran, di mana proses pengumpulan adalah yang terpenting;
  - Kedudukan terpenting dalam pemasaran hasil perikanan terletak pada pedagang pengumpul dalam fungsinya sebagai pengumpul hasil, berhubung daerah produksi terpencar-pencar, skala produksi kecil, dan produksi berlangsung musiman;
  - Pemasaran hasil perikanan tertentu pada umumnya bersifat musiman karena pada umumnya produksi berlangsung musiman dan hal ini jelas terlihat pada perikanan laut.
- 

### **2.2.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran**

Pemasaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen melibatkan beberapa lembaga perantara mulai dari produsen sendiri hingga lembaga-lembaga perantara lain sampai konsumen akhir. Lembaga pemasaran merupakan suatu lembaga dalam bentuk perorangan, perserikatan, atau perseroan, yang melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran untuk

memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen melalui berbagai kegiatan. Fungsi-fungsi pemasaran tersebut dilakukan oleh lembaga perantara di dalam suatu saluran pemasaran atau saluran distribusi. Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan produknya kepada konsumen dari titik produsen (Limbong dan Sitorus, 1987).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga yang menggerakkan barang-barang dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Termasuk ke dalam lembaga pemasaran ini antara lain golongan produsen (nelayan, petani ikan, pengolah hasil perikanan), pedagang perantara, (*midlemen* atau *intermediary*), dan lembaga pemberi jasa (bank, usaha pengangkutan, biro iklan, dan sebagainya).

Banyaknya lembaga yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen, sifat komoditas, skala produksi, dan kekuatan modal yang dimiliki (Hanafiah dan Saefuddin, 1983). Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen akan mengakibatkan relatif panjangnya saluran pemasaran suatu produk. Komoditas yang cepat rusak harus segera diterima konsumen, dan dengan demikian membutuhkan saluran pemasaran yang relatif pendek. Skala produksi yang semakin kecil menyebabkan saluran pemasaran akan semakin banyak melibatkan sejumlah lembaga perantara dalam penyaluran komoditas. Kekuatan modal

yang semakin besar cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran, sehingga saluran pemasaran dapat diperpendek.

### **2.2.3. Fungsi-fungsi Pemasaran**

Fungsi pemasaran atau fungsi tataniaga adalah berbagai kegiatan atau tindakan-tindakan yang dapat memperlancar dalam proses penyampaian barang atau jasa yang bersangkutan dari tingkat produsen ke tingkat konsumen (Limbong dan Sitorus, 1987). Fungsi-fungsi tersebut dapat dikelompokkan atas tiga fungsi, yaitu:

1. Fungsi pertukaran, adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu: (1) fungsi pembelian dan (2) fungsi penjualan.
2. Fungsi fisik, adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk, dan waktu. Fungsi fisik meliputi: (1) fungsi penyimpanan; (2) fungsi pengolahan; dan (3) fungsi pengangkutan.
3. Fungsi fasilitas, adalah semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas terdiri dari: (1) fungsi standarisasi dan grading; (2) fungsi penanggungan resiko; (3) fungsi pembiayaan; dan (4) fungsi informasi pasar.

#### **2.2.4. Keragaan Pasar**

Keragaan pasar (*market perform*) adalah akibat atau pengaruh riil dari struktur dan perilaku pasar yang diukur dengan variabel-variabel seperti harga, biaya, dan volume output. Keragaan pasar akan menjelaskan seberapa baik sistem pemasaran dapat memperlihatkan apa yang diharapkan konsumen dan pelaku pemasaran (Kohls *dalam* Soemarsono, 1997). Deskripsi dari keragaan pasar dapat dilihat dari: (1) harga dan penyebarannya di tingkat produsen dan tingkat konsumen, (2) margin pemasaran dan penyebarannya pada setiap tingkat pasar.

##### **2.2.4.1. Struktur Pasar**

Struktur pasar suatu komoditas yang diperjualbelikan akan menentukan pembentukan harga suatu komoditas di tiap lembaga pemasaran. Oleh karena itu, hubungan antara harga yang diterima produsen dan harga yang dibayar konsumen akhir akan menentukan besarnya margin pemasaran dan tergantung kepada struktur pasar yang menghubungkannya (George and King, 1971 *ditulis* oleh Purwono, 1993).

Struktur pasar adalah sifat-sifat atau karakteristik pasar, di mana ada empat faktor penentu dari karakteristik struktur pasar: (1) jumlah atau ukuran pasaran; (2) kondisi atau keadaan produk; (3) kondisi keluar atau masuk pasar; (4) tingkat pengetahuan informasi pasar yang dimiliki oleh partisipan dalam pemasaran misalnya biaya, harga, dan kondisi pasar antara partisipan (Dahl and Hammond, 1977).

Berdasarkan sifat dan bentuknya, pasar diklasifikasikan menjadi dua macam struktur pasar, yaitu (1) Pasar bersaing sempurna; dan (2) Pasar tidak bersaing sempurna. Suatu pasar dapat digolongkan ke dalam struktur pasar bersaing sempurna, jika memenuhi ciri-ciri antara lain: terdapat banyak jumlah pembeli maupun penjual, pembeli dan penjual hanya menguasai sebagian kecil dari barang atau jasa yang dipasarkan sehingga tidak dapat mempengaruhi harga pasar (penjual dan pembeli berperan sebagai penerima harga), barang atau jasa yang dipasarkan bersifat homogen, serta penjual dan pembeli bebas keluar masuk pasar.

Pasar tidak bersaing sempurna dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi pembeli dan sisi penjual. Dari sisi pembeli terdiri dari pasar monopsoni, oligopsoni, dan sebagainya. Dari sisi penjual terdiri dari pasar persaingan monopolistik, pasar monopoli, oligopoli, duopoli, dan sebagainya (Dahl and Hammond, 1977). Karakteristik masing-masing pasar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik (Ciri) Struktur Pasar Berdasarkan Sudut Penjual dan Sudut Pembeli

No.	Karakteristik		Struktur Pasar	
	Jumlah Penjual-Pembeli	Sifat Produk	Sudut Penjual	Sudut Pembeli
1	Banyak	Standar/Homogen	Persaingan Murni	Persaingan Murni
2	Banyak	Diferensiasi	Persaingan Monopolistik	Persaingan Monopolistik
3	Sedikit	Standar	Oligopoli Murni	Oligopsoni Murni
4	Sedikit	Diferensiasi	Oligopoli Diferensiasi	Oligopsoni Diferensiasi
5	Satu	Unik	Monopoli	Monopsoni

Sumber: Dahl and Hammond, 1977.

#### 2.2.4.2. Perilaku Pasar

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku dari lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi kegiatan penjualan, pembelian, penentuan harga, dan kerjasama antara lembaga pemasaran (Azzaino, 1981; Hanafiah dan Saefuddin, 1983). Perilaku pasar tersebut dilihat dari proses pembentukan harga dan stabilitas pasar, serta ada tidaknya praktek jujur dari lembaga pemasaran tersebut. Struktur pasar dan perilaku pasar akan menentukan keragaan pasar yang dapat diukur melalui peubah harga, biaya dan marjin pemasaran, serta jumlah komoditas yang diperdagangkan (Dahl and Hammond, 1977).

#### 2.2.4.3. Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang terjadi pada tingkat yang berbeda dalam sistem pemasaran. Dahl and Hammond (1977), mendefinisikan marjin pemasaran sebagai perbedaan harga di tingkat petani ( $P_f$ ) dengan harga di tingkat pedagang pengecer ( $P_r$ ). Marjin pemasaran juga dapat dinyatakan sebagai nilai-nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan sejak dari tingkat produsen hingga tingkat pedandang pengecer (Limbong dan Sitorus, 1987).

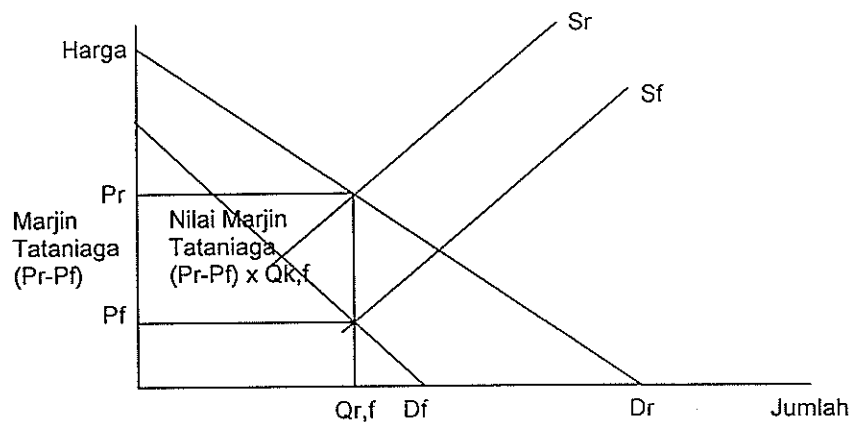
Gambaran mengenai marjin tataniaga dan nilai marjin tataniaga dapat dilihat pada Gambar 2. Dari gambar tersebut dapat dilihat besarnya nilai marjin tataniaga yang merupakan hasil perkalian dari perbedaan harga pada dua tingkat lembaga tataniaga (dalam hal ini selisih harga pedagang

pengecer dan harga petani) dengan jumlah produk yang dipasarkan. Besar nilai marjin tataniaga ditunjukkan oleh bagian yang diarsir, yaitu  $(Pr - Pf) \times Qr, f$ . Kurva permintaan pada pedagang pengecer lebih elastis dibandingkan dengan kurva permintaan pada petani, sehingga ketika jumlah yang diminta berubah, maka perubahan harga pada tingkat pedagang pengecer lebih kecil perubahannya dibandingkan pada tingkat petani. Besarnya  $(Pr - Pf)$  menunjukkan besarnya marjin tataniaga suatu komoditas per satuan atau per unit, yang merupakan selisih dari permintaan di tingkat pedagang pengecer dengan permintaan petani, secara harga mutlak dengan bertambahnya jumlah yang diminta ditunjukkan oleh jarak antara grafik Pr dengan Pf yang menaik. Marjin tataniaga pada dasarnya terdiri dari dua komponen, yaitu biaya dan keuntungan (marjin tataniaga =  $(Pr - Pf) - \text{biaya} + \text{keuntungan}$ ) (Dahl and Hammond, 1977).

Biaya tataniaga adalah semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam sistem tataniaga suatu komoditas dalam proses penyampaian barang atau komoditas mulai dari titik produsen sampai ke titik konsumen. Setiap lembaga tataniaga yang melibatkan diri dalam suatu sistem tataniaga tertentu (baik komoditas industri maupun komoditas pertanian) pada dasarnya mempunyai motivasi atau tujuan untuk mencari atau memperoleh keuntungan atau memperoleh imbalan dari pengorbanan yang lembaga tersebut berikan. Sedangkan keuntungan pemasaran merupakan penerimaan yang diperoleh lembaga pemasaran sebagai imbalan dari menyelenggarakan fungsi-fungsi pemasaran.



Melalui analisa margin dapat diketahui penyebab tingginya margin, sehingga dapat dicarikan pemecahan masalahnya agar distribusi margin dapat menyebar secara wajar di antara lembaga pemasaran yang terlibat. Strategi perbaikan tataniaga dapat juga ditempuh dengan cara memperkecil margin tataniaga, yaitu dengan cara mengurangi keuntungan yang berlebihan atau mengurangi biaya tataniaga (Hanafiah dan Saefuddin, 1983)



Gambar 2. Hubungan antara Margin Tataniaga dengan Nilai Margin Tataniaga  
Sumber: Dahl and Hammond, 1977

Keterangan:  $P_r$  = Harga tingkat pedagang pengecer

$P_f$  = Harga tingkat petani

$S_r$  = Penawaran tingkat pedagang pengecer

$S_f$  = Penawaran tingkat petani

$D_r$  = Permintaan tingkat pedagang pengecer

$D_f$  = Permintaan tingkat petani

$Q_{r,f}$  = Jumlah keseimbangan di tingkat petani dan pedagang pengecer

Rendahnya margin pemasaran suatu komoditas belum tentu dapat mencerminkan efisiensi yang tinggi. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayar konsumen akhir (*farmer's share*). *Share* yang diterima lembaga tataniaga sering dinyatakan dalam persentase (Limbong dan Sitorus, 1987)

#### 2.2.5. Konsep Usaha Perikanan

Definisi usahatani --juga mencakup di dalamnya usaha perikanan-- adalah setiap organisasi dari alam, tenaga kerja, dan modal yang ditujukan kepada produksi di lapangan pertanian. Ketatalaksanaan organisasi itu sendiri dapat diusahakan oleh seseorang atau sekumpulan orang. Dalam hal ini istilah usahatani mencakup pengertian luas mulai dari bentuk sederhana yaitu hanya untuk memenuhi kebutuhan keluarga sampai pada bentuk yang paling modern yaitu mencari keuntungan atau laba (Bachtiar Rifai *dalam* Soemarsono, 1997).

Menurut Tjakrawilaksana *dalam* Soemarsono (1997), unsur-unsur dalam usahatani --termasuk di dalamnya usaha perikanan-- yang penting untuk diperhatikan adalah karakteristik petani pengelola, teknik budidaya, ketersediaan sarana produksi, modal, serta pendapatan dan tingkat penerimaan. Unsur-unsur ini mempunyai kedudukan yang sama pentingnya.

Suatu usahatani dikatakan berhasil apabila usahatani tersebut dapat menutupi pengeluaran-pengeluarannya, dapat memberikan balas jasa yang

sesuai (berdasarkan prinsip biaya yang diluahkan atau *opportunity cost*) kepada sumberdaya usahatani yang dipakai, mampu memberikan sisa penerimaan atau pendapatan yang diperlukan bagi kecukupan kebutuhan hidup keluarga tani, beroperasi secara berkesinambungan dari waktu ke waktu dan dapat meningkatkan atau mengembangkan usaha (membesarkan skala usaha) dari waktu ke waktu (Soehardjo *dalam* Soemarsono, 1997).

#### **2.2.6. Ukuran Penampilan Usahatani**

Penampilan usahatani adalah keadaan suatu usahatani yang dilihat dari pendapatan dan penghasilan bersih yang diterima oleh suatu usahatani dalam satu tahun (Soekartawi, dkk., 1986). Ada beberapa ukuran yang biasa digunakan dalam mengukur penampilan usahatani, di antaranya adalah (Soekartawi dkk., 1986): (1) Ukuran Arus Uang Tunai, (2) Ukuran Pendapatan dan Keuntungan, dan (3) Ukuran Keadaan Modal dan Hutang.

---

##### **2.2.6.1. Ukuran Arus Uang Tunai**

Ukuran arus uang tunai digunakan untuk mengetahui berapa uang tunai yang dihasilkan usahatani. Gambar 3. menunjukkan beberapa ukuran arus uang tunai.

Penerimaan tunai usahatani (*farm receipt*) didefinisikan sebagai nilai uang yang diterima dari penjualan produk usahatani. Pengeluaran tunai usahatani (*farm payment*) didefinisikan sebagai jumlah uang yang bayarkan untuk pembelian barang dan jasa bagi usahatani. Penerimaan tunai

usahatani tidak mencakup pinjaman uang untuk keperluan usahatani. Demikian pula, pengeluaran tunai usahatani tidak mencakup bunga pinjaman dan jumlah pinjaman pokok. Penerimaan tunai dan pengeluaran tunai usahatani tidak mencakup yang berbentuk benda.

Selisih antara penerimaan tunai usahatani dan pengeluaran tunai usahatani disebut pendapatan tunai usahatani (*farm net cash flow*) dan merupakan ukuran kemampuan usahatani untuk menghasilkan uang tunai.

$$\boxed{1} - \boxed{2} = \boxed{3} + \boxed{4} - \boxed{5} = \boxed{6} + \boxed{7} = \boxed{8}$$

Gambar 3. Ukuran arus uang tunai dalam penampilan usahatani kecil  
Sumber: Soekartawi dkk., 1986

Keterangan: 1. Penerimaan tunai usahatani (*farm receipt*)

2. Pengeluaran tunai usahatani (*farm payment*)

3. Pendapatan tunai usahatani (*farm net cash flow*)

4. Pinjaman tunai yang diterima usahatani

5. Bunga pinjaman dan pembayaran uang pokok

6. Kelebihan uang tunai usahatani (*farm cash surplus*)

7. Penerimaan tunai dari luar usahatani

8. Pendapatan tunai rumah tangga (*household net cash income*)

Kelebihan uang tunai usahatani (*farm cash surplus*) merupakan uang tunai yang dihasilkan usahatani untuk keperluan rumah tangga. Kelebihan

uang tunai usahatani didapat dari pendapatan tunai usahatani setelah ditambahkan dengan pinjaman tunai dan dikurangkan dengan bunga pinjaman dan uang pokok.

Pendapatan tunai rumah tangga (*household net cash income*) didefinisikan sebagai kelebihan uang tunai usahatani setelah ditambahkan dengan penerimaan tunai rumah tangga seperti upah kerja yang diperoleh dari luar usahatani.

Untuk keperluan dalam penelitian ini, ukuran arus uang tunai yang digunakan adalah pendapatan tunai usahatani dan kelebihan uang tunai usahatani.

#### **2.2.6.2. Ukuran Pendapatan dan Keuntungan**

Pendapatan kotor usahatani (*gross farm income*) didefinisikan sebagai nilai produk total usahatani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Jangka waktu pembukuan umumnya setahun, dan mencakup semua produk yang:

- (1) Dijual.
- (2) Dikonsumsi rumah tangga petani.
- (3) Digunakan dalam usahatani untuk bibit atau makanan ternak.
- (4) Digunakan untuk pembayaran.
- (5) Disimpan atau ada di gudang pada akhir tahun.

Untuk menghindari perhitungan ganda, maka semua produk yang dihasilkan sebelum tahun pembukuan tetapi dijual atau digunakan pada saat

tahun pembukuan, tidak dimasukkan ke dalam pendapatan kotor. Istilah lain untuk pendapatan kotor usahatani ialah nilai produksi (*value of production*) atau penerimaan kotor usahatani (*gross return*).

Pengeluaran total usahatani (*total farm expenses*) didefinisikan sebagai nilai semua masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga petani.

Pengeluaran total usahatani dapat dipisahkan menjadi pengeluaran tetap dan pengeluaran tidak tetap. Pengeluaran tidak tetap (*variable cost* atau *direct cost*) didefinisikan sebagai pengeluaran yang digunakan untuk keperluan usahatani dan jumlahnya berubah kira-kira sebanding dengan besarnya produksi dari usahatani tersebut. Pengeluaran tetap (*fixed cost*) ialah pengeluaran usahatani yang tidak bergantung kepada besarnya produksi.

Pengeluaran usahatani mencakup pengeluaran tunai dan tidak tunai. Nilai barang dan jasa untuk keperluan usahatani yang dibayar dengan benda atau berdasarkan kredit harus dimasukkan sebagai pengeluaran. Hal yang sama juga berlaku bagi produksi usahatani yang digunakan untuk bibit atau faktor produksi bagi usahatani lainnya. Apabila dalam usahatani itu digunakan mesin-mesin pertanian, maka harus dihitung penyusutannya dan dianggap sebagai pengeluaran. Penyusutan ini merupakan penurunan nilai inventaris yang disebabkan oleh pemakaian selama tahun pembukuan. Sedangkan bunga modal milik sendiri atau yang dipinjam dari orang lain tidak dihitung sebagai pengeluaran.

Pendapatan bersih usahatani (*net farm income*) merupakan selisih antara pendapatan kotor usahatani dan pengeluaran total usahatani. Pendapatan bersih usahatani mengukur imbalan yang diperoleh keluarga petani dari penggunaan faktor-faktor produksi kerja, pengelolaan, dan modal milik sendiri atau modal pinjaman yang diinvestasikan ke dalam usahatani.

Ukuran yang sangat berguna untuk menilai penampilan usahatani kecil ialah penghasilan bersih usahatani (*net farm earnings*). Penghasilan bersih usahatani diperoleh dari pendapatan bersih usahatani dengan mengurangi bunga yang dibayarkan kepada modal pinjaman. Ukuran ini menggambarkan penghasilan yang diperoleh dari usahatani untuk keperluan keluarga dan merupakan imbalan terhadap semua sumberdaya milik keluarga yang dipakai di dalam usahatani. Apabila penghasilan bersih usahatani ditambah dengan pendapatan rumah tangga yang berasal dari luar usahatani, seperti upah dalam bentuk uang atau benda, maka diperoleh penghasilan keluarga (*family earnings*).

---

Di dalam usahatani semi-komersial, imbalan kepada modal merupakan patokan yang baik untuk penampilan usahatani. Apabila sebagian modal diperoleh dari pinjaman, maka ada dua ukuran yang dapat dipakai. Imbalan kepada seluruh modal (*return to total capital*) dihitung dengan mengurangi nilai kerja keluarga dari pendapatan bersih usahatani. Untuk keperluan ini, kerja keluarga dinilai menurut tingkat upah yang berlaku. Hasilnya biasanya dinyatakan dalam persen terhadap nilai seluruh modal. Imbalan kepada modal petani (*return to farm equity capital*) diperoleh dengan mengurangi

nilai kerja keluarga dari penghasilan bersih usahatani. Ukuran ini juga dinyatakan dalam persen terhadap nilai modal petani.

Kedua macam ukuran imbalan kepada modal ini dapat digunakan untuk menilai keuntungan investasi. Angka-angka ini dapat dihubungkan dengan angka-angka imbalan yang tersedia untuk investasi lainnya. Tetapi bila membandingkan beberapa investasi harus pula diperhitungkan resiko yang ada pada tiap investasi.

Imbalan kepada tenaga kerja keluarga (*return to family labour*) dapat dihitung dari penghasilan bersih usahatani dengan mengurangi bunga modal petani yang diperhitungkan. Ukuran imbalan ini dapat dibagi dengan jumlah anggota keluarga yang bekerja dalam usahatani untuk memperoleh taksiran imbalan kepada tiap orang (*return per man*). Angka ini dapat dibandingkan dengan imbalan atau upah kerja di luar usahatani.

Beberapa usahatani dikelola dengan status sewa dan beberapa lainnya digarap sendiri oleh pemiliknya. Bila efisiensi produksi kedua tipe usahatani hendak dibandingkan, maka petani penyewa dapat dianggap sebagai peminjam modal dalam bentuk lahan dari pemilik lahan. Bunga modal ini dibayar dalam bentuk sewa berupa uang atau benda. Jadi pendapatan bersih usahatani dihitung tanpa memasukkan sewa sebagai pengeluaran usahatani. Sewa akan dikurangkan bersama-sama dengan bunga lainnya yang dibayar apabila menghitung penghasilan bersih usahatani. Pajak tanah dapat dianggap sebagai bentuk sewa yang dibayarkan kepada pemerintah.



### 2.2.6.3. Ukuran Keadaan Modal dan Hutang

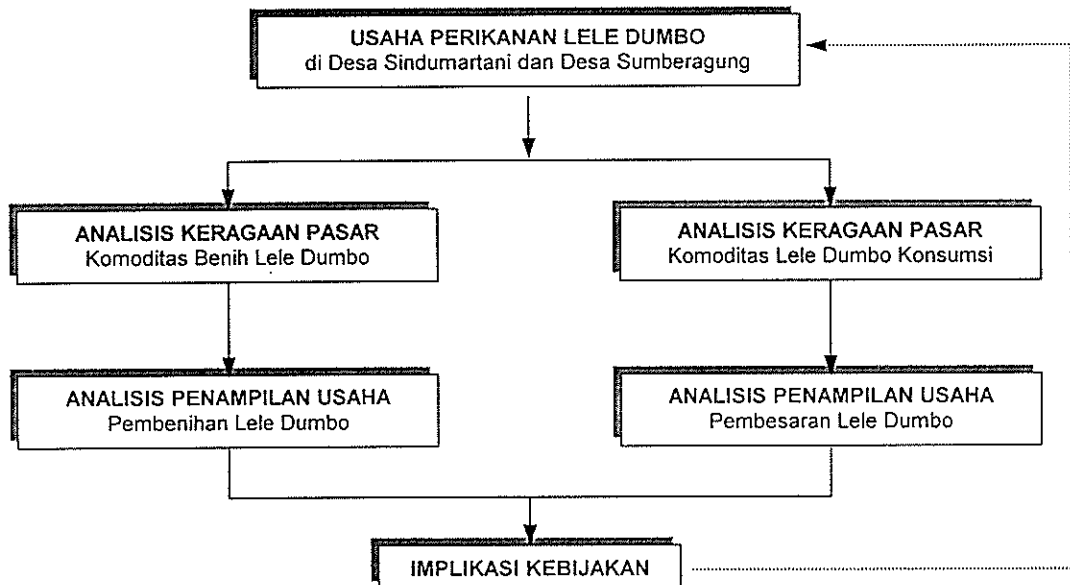
Ada beberapa ukuran yang dapat dipakai untuk menggambarkan keadaan modal dan hutang usahatani. Salah satu di antaranya telah dibahas, yaitu imbalan kepada modal. Ukuran yang lainnya, yaitu kemampuan membayar jasa hutang (*debt servicing capacity*) dapat dihitung dengan cara mengurangkan pendapatan tunai usahatani dengan uang tunai yang diperlukan untuk biaya hidup keluarga.

Ukuran yang dapat dipakai untuk menyatakan tingkat hutang usahatani ialah nisbah modal petani (*equity ratio*). Angka ini diperoleh sebagai hasil bagi antara modal petani dengan modal seluruhnya dan dinyatakan dalam persen. Nisbah ini menunjukkan bagian dari nilai usahatani yang dimiliki oleh keluarga petani. Nisbah modal petani sangat bergantung kepada faktor-faktor seperti resiko lingkungan usahatani dan kurun waktu pinjaman. Namun demikian, nisbah di bawah 60% mungkin menunjukkan hutang yang berlebihan.

---

### III. KERANGKA PENDEKATAN STUDI

Kerangka pendekatan studi dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Kerangka Pendekatan Studi "Keragaan Pasar dan Penampilan Usaha Pembenihan serta Pembesaran Lele Dumbo (Studi Kasus di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman, D.I.Y.)"

## IV. METODOLOGI PENELITIAN

### 4.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu penelitian tentang status suatu subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas (Maxfield *dalam* Nazir, 1988). Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah pedagang dan petani pembenih lele dumbo yang terdapat di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan pedagang dan petani pembesar lele dumbo yang terdapat di Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

### 4.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dari pedagang dan petani pembenih responden melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan. Data primer yang diperoleh dari pedagang meliputi identitas pedagang, cara dan harga pembelian, cara dan harga penjualan, dan baya-biaya yang dikeluarkan., volume pembelian dan penjualan, jumlah pedagang pada tingka yang sama, dan keuntungan pemasaran dari setiap lembaga pemasaran. Data primer ditingkat petani

antara lain: identitas petani, luas lahan, jumlah produksi per satuan luas, jumlah tenaga kerja yang digunakan, dan penggunaan faktor-faktor produksi.

Data sekunder diperoleh dari lembaga dan dinas yang terkait misalnya Biro Pusat Statistik, Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, dan Kantor Kecamatan Ngemplak dan Kecamatan Moyudan, Balai Desa Sindumartani dan Balai Desa Sumberagung. Data sekunder yang dikumpulkan meliputi deskripsi wilayah penelitian, potensi wilayah dan keadaan alam wilayah penelitian.

#### **4.3. Metode Pengambilan Contoh**

Untuk analisis keragaan pasar, penentuan pedagang responden dilakukan secara *accidental* pada saat mengikuti arus penyaluran lele dumbo dari petani sampai konsumen. Jumlah pedagang responden untuk analisis keragaan pasar komoditas benih lele dumbo adalah 3 orang dan jumlah responden untuk analisis keragaan pasar komoditas lele dumbo konsumsi adalah 10 orang.

Untuk analisis penampilan usaha, penentuan petani responden juga dilakukan secara *accidental* ketika mencari petani pembenih dan pembesar lele dumbo yang masih tetap melakukan usaha pembenihan atau pembesaran lele dumbo pada saat penelitian dilakukan. Jumlah petani responden untuk analisis penampilan usaha pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani adalah 30 orang dari 63 petani pembenih lele dumbo yang tercatat di Dinas Perikanan Kabupaten Sleman. Jumlah petani responden

untuk analisis penampilan usaha pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung juga 30 orang dari 60 petani pembesar lele dumbo yang tercatat di Dinas Perikanan Kabupaten Sleman.

#### 4.4. Metode Analisis Data

##### 4.4.1. Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned} m_{ji} &= P_{s_i} - P_{s_{i-1}} && ; \text{ atau} \\ m_{ji} &= c_i + \pi_i \end{aligned}$$

Di mana:  $m_{ji}$  = marjin pemasaran pada lembaga pemasaran ke- $i$   
 $P_{s_i}$  = harga penjualan pada lembaga pemasaran ke- $i$   
 $P_{s_{i-1}}$  = harga penjualan pada lembaga pemasaran ke- $(i-1)$   
 $c_i$  = biaya pemasaran lembaga pemasaran ke- $i$   
 $\pi_i$  = keuntungan lembaga pemasaran ke- $i$

---

Besarnya marjin pemasaran secara keseluruhan adalah

$$M_{ji} = \sum_{i=1}^n m_{ji}$$

Di mana:  $M_{ji}$  = total marjin pemasaran  
 $i$  = 1, 2, 3, ..., n

Penyebaran margin pemasaran dapat pula dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Rasio biaya –keuntungan (\%)} = (\pi_i/c_i) \times 100\%$$

Di mana:  $\pi_i$  = keuntungan pemasaran lembaga ke-i

$c_i$  = biaya pemasaran lembaga ke-i

Untuk mengetahui persentase harga yang diterima petani lele dumbo terhadap harga yang bayar konsumen akhir, dilakukan dengan menghitung *farmer's share* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = (P/K) \times 100\%$$

Di mana: FS = *farmer's share*

P = harga yang diterima petani

K = harga yang dibayar oleh konsumen akhir

#### 4.4.2. Analisis Penampilan Usaha

##### 4.4.2.1. Ukuran Arus Uang Tunai

Di dalam melihat arus uang tunai, ukuran yang digunakan adalah:

1. **Pendapatan Tunai Usaha** = Penerimaan Tunai Usaha – Pengeluaran Tunai Usaha

2. **Kelebihan Uang Tunai Usaha** = Pendapatan Tunai Usaha +  
Pinjaman Tunai yang Diterima Usaha – Bunga Pinjaman dan Uang  
Pokok

#### 4.4.2.2. Ukuran Pendapatan dan Keuntungan

Dalam melihat pendapatan dan keuntungan, ukuran yang digunakan adalah:

1. **Pendapatan Bersih Usaha** = Pendapatan Kotor Usaha –  
Pengeluaran Total Usaha
  2. **Penghasilan Bersih Usaha** = Pendapatan Bersih Usaha – Bunga  
Modal Pinjaman
  3. **Imbalan Kepada Seluruh Modal** = Pendapatan Bersih Usaha – Nilai  
Kerja Keluarga
  4. **Imbalan Kepada Modal Petani** = Penghasilan Bersih Usaha – Nilai  
Kerja Keluarga
- 
5. **Imbalan Kepada Tenaga Kerja Keluarga** = Penghasilan Bersih  
Usaha – Modal Petani yang Diperhitungkan

#### 4.4.2.3. Ukuran Keadaan Modal

Dalam melihat keadaan modal dan hutang, ukuran yang digunakan adalah:

1. **Nisbah Modal Petani** = (Modal Petani/Modal Seluruhnya) x 100%

#### 4.5. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak dan di Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Desa Sindumartani merupakan sentra produksi benih lele dumbo dan Desa Sumberagung merupakan sentra produksi lele dumbo konsumsi di Kabupaten Sleman. Penelitian ini dilakukan dalam waktu satu bulan yaitu mulai minggu ketiga September sampai dengan minggu keempat Oktober 2000.

#### 4.6. Konsep dan Pengukuran

Definisi operasional untuk pemasaran:

1. **Saluran pemasaran** adalah perjalanan pemasaran yang ditempuh benih lele dumbo atau lele dumbo konsumsi dari petani pembenih atau pembesar hingga ke konsumen.

---

2. **Harga Beli** adalah harga rata-rata benih lele dumbo atau lele dumbo konsumsi yang dibeli oleh sebuah lembaga pemasaran dari lembaga pemasaran di bawahnya, satuannya Rp/ekor untuk harga benih lele dumbo atau Rp/kg untuk lele dumbo konsumsi.
3. **Harga Jual** adalah harga jual rata-rata lele dumbo yang diterima oleh sebuah lembaga pemasaran dari lembaga pemasaran di atasnya, satuannya Rp/ekor untuk benih lele dumbo dan Rp/kg untuk lele dumbo konsumsi.



4. **Biaya Pemasaran** adalah biaya transportasi, kantong plastik, oksigen, tali, dan tenaga kerja yang dikeluarkan dalam pemasaran benih lele dumbo atau biaya transportasi, tenaga, makan, retribusi, air bersih, dan lain-lain yang dikeluarkan dalam pemasaran lele dumbo konsumsi. Satuannya Rp/1000 ekor untuk benih lele dumbo atau Rp/kg untuk lele dumbo konsumsi.
  5. **Keuntungan Pemasaran** adalah harga jual dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menangani komoditas benih atau lele dumbo konsumsi, satuannya Rp/1000 ekor untuk benih lele dumbo atau Rp/kg untuk lele dumbo konsumsi.
  6. **Marjin Pemasaran** adalah selisih antara harga jual dengan harga beli atau penjumlahan antara biaya pemasaran dengan keuntungan pemasaran suatu lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan Rp/1000 ekor untuk benih lele dumbo atau Rp/kg untuk lele dumbo konsumsi.
- 

Definisi operasional untuk usaha:

1. **Penerimaan Tunai** adalah nilai uang yang diterima dari penjualan benih lele dumbo atau lele dumbo konsumsi. Nilai ini diperoleh dengan cara mengalikan jumlah benih atau lele dumbo konsumsi yang dihasilkan dalam 1 tahun dengan harganya. Satuannya Rp/tahun.
2. **Pengeluaran Tunai** adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk induk betina, induk jantan, pakan, pupuk, dan upah tenaga kerja pada usaha

- pembenihan atau untuk benih, pakan, pupuk, obat-obatan, dan upah tenaga kerja pada usaha pembesaran, dalam 1 tahun. Satuannya Rp/tahun.
3. **Pendapatan Tunai** adalah selisih antara penerimaan tunai dan pengeluaran tunai usaha pembenihan atau pembesaran lele dumbo dalam 1 tahun. Satuannya Rp/tahun.
  4. **Kelebihan Uang** adalah pendapatan tunai usaha pembenihan atau pembesaran lele dumbo ditambah pinjaman tunai lalu dikurangi bunga pinjaman dan uang pokok. Satuannya Rp/tahun.
  5. **Pendapatan Kotor** adalah nilai produk total usaha pembenihan atau pembesaran dalam 1 tahun yang mencakup semua produk yang dijual. Satuannya Rp/tahun.
  6. **Pengeluaran Total** adalah nilai induk betina, induk jantan, pakan, pupuk, penyusutan bak penampungan induk, penyusutan bak pemijahan, dan upah tenaga kerja pada usaha pembenihan atau nilai benih, pakan, pupuk, obat-obatan, dan upah tenaga kerja pada usaha pembesaran, dalam 1 tahun. Satuannya Rp/tahun.
  7. **Pendapatan Bersih** adalah selisih antara pendapatan kotor dan pengeluaran total usaha pembenihan atau usaha pembesaran lele dumbo dalam 1 tahun. Satuannya Rp/tahun.
  8. **Penghasilan Bersih** adalah pendapatan bersih usaha pembenihan atau usaha pembesaran dikurangi dengan sewa lahan dan bunga pinjaman. Satuannya Rp/tahun

9. **Nilai Kerja Keluarga** adalah tenaga kerja keluarga yang terlibat dalam usaha pembenihan atau pembesaran, dinilai menurut tingkat upah yang berlaku. Satuannya Rp/tahun.
  10. **Imbalan terhadap Seluruh Modal** dihitung dengan mengurangi nilai kerja keluarga dari pendapatan bersih usaha pembenihan atau pembesaran.
  11. **Imbalan terhadap Modal Petani** diperoleh dengan mengurangi nilai kerja keluarga dari penghasilan bersih usaha pembenihan atau pembesaran.
  12. **Imbalan terhadap Tenaga Kerja** dihitung dengan mengurangi bunga modal petani yang diperhitungkan dari penghasilan bersih usaha pembenihan atau pembesaran.
  13. **Nisbah Modal Petani** adalah hasil bagi antara modal petani dengan modal seluruhnya dan dinyatakan dalam persen.
- 



## V. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 5.1 Keadaan Umum Desa Sindumartani

#### 5.1.1 Letak dan Luas Wilayah

Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah dataran rendah. Batas-batas wilayahnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Argomulyo, Kecamatan Cangkringan
- b. Sebelan Selatan : Tamanmartani, Kecamatan Kalasan
- c. Sebelah Timur : Bimomartani, Kecamatan Ngemplak
- d. Sebelah Barat : Leser, Kecamatan Manisrenggo

Jarak desa dari ibu kota propinsi adalah 21 km, dari ibu kota kabupaten 17 km, dan dari ibu kota kecamatan 4 km. Jarak ini dihubungkan dengan jalan aspal dengan kondisi baik. Untuk mencapai desa dari ibu kota kabupaten membutuhkan waktu lebih kurang selama 40 menit. Luas wilayah Desa Sindumartani 771,17 ha.

Dari Tabel 3. dapat dilihat bahwa lahan untuk perikanan di Desa Sindumartani menempati 10,66% dari luas wilayah desa. Sementara itu lahan untuk pertanian menempati 29,31% dari luas wilayah desa dan pemukiman penduduk menempati 15,95% dari luas wilayah desa. Lahan untuk bangunan (gedung sekolah, gedung pemerintahan, tempat beribadah, pasar, dll.) menempati 10,76% dari luas wilayah desa dan lahan untuk

keperluan lain-lain (seperti jalan, jembatan, irigasi, dll.) menempati 33,33% dari luas wilayah desa.

**Tabel 3. Luas Wilayah Desa Sindumartani Berdasarkan Penggunaan:**

No.	Jenis Penggunaan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman penduduk	123,00	15,95
2	Pertanian	226,00	29,31
3	Perikanan	82,17	10,66
4	Bangunan	82,94	10,76
5	Lain-lain	257,06	33,33
	Jumlah	771,17	100,00

Sumber: Monografi Desa Sindumartani, 1999 (diolah)

### 5.1.2 Keadaan Alam

Desa Sindumartani mempunyai ketinggian sekitar 458 m di atas permukaan laut dengan topografi dataran. Suhu rata-rata 30°C. Sedangkan curah hujan yang tercatat pada tahun 1998/1999 adalah rata-rata 2500 mm.

### 5.1.3 Penduduk dan Mata Pencaharian

Sampai bulan Desember 1999 jumlah penduduk Desa Sindumartani adalah sebanyak 6.939 jiwa. Komposisi penduduk adalah 3.235 jiwa laki-laki dan 3.654 jiwa perempuan.

Dari Tabel 4. terlihat bahwa persentase penduduk yang berumur 7-25 tahun adalah 40,97% atau yang paling besar dibandingkan rentang umur penduduk lainnya. Persentase penduduk yang berumur 26-50 tahun adalah 29,30% merupakan persentase terbesar kedua. Penduduk yang berumur >50 tahun mempunyai persentase 20,07% sedangkan penduduk yang berusia <7 tahun mempunyai persentase 9,66%.

Tabel 4. Komposisi Penduduk Desa Sindumartani Berdasarkan Usia Tahun 1999

No.	Umur (tahun)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	<7	670	9,66
2	7 – 25	2.843	40,97
3	26 – 50	2.033	29,30
4	>50	1.393	20,07
	Jumlah	6.939	100,00

Sumber: Monografi Desa Sindumartani, 1999 (diolah)

Dari Tabel 5. dapat dilihat bahwa penduduk yang mempunyai pekerjaan sebagai petani adalah yang terbesar, yaitu 50,16% dari total penduduk. Selebihnya penduduk yang mempunyai pekerjaan dalam bidang jasa (19,25%), pegawai/TNI/Polri (1,42%), dan lain-lain (29,17%)

Tabel 5. Komposisi Penduduk Desa Sindumartani Menurut Pekerjaan Tahun 1999

No.	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase* (%)
1	Petani	956	50,16
2	Jasa	367	19,25
3	Pegawai/TNI/Polri	27	1,42
4	Lain-lain	556	29,17
	Jumlah	1.906	100

\*persentase dari total jumlah penduduk

Sumber: Monografi Desa Sindumartani, 1999 (diolah)

#### 5.1.4 Sarana dan Prasarana

Sarana transportasi yang ada di Desa Sindumartani berupa jarak jalan ke kabupaten 10 km. Sarana transportasi yang ada terdiri dari kendaraan roda dua dan roda empat.

Sarana pendidikan dan peribatannya terdiri dari 4 buah gedung bangunan SD, 13 buah mesjid, dan 42 buah langgar.

## 5.2 Keadaan Umum Desa Sumberagung

### 5.2.1 Letak dan Luas Wilayah

Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah dataran rendah. Luas wilayah Desa Sumberagung 1.227,71 ha. Batas-batas wilayahnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Sendangrejo, Kecamatan Minggir
- b. Sebelan Selatan : Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan
- c. Sebelah Timur : Sidorejo, Kecamatan Godean
- d. Sebelah Barat : Sumberarum, Kecamatan Moyudan

Tabel 6. Luas Wilayah Desa Sumberagung Berdasarkan Penggunaan

No.	Jenis Penggunaan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman penduduk	254,36	13,81
2	Sawah	441,85	24,00
3	Kolam	16,98	0,92
4	Pasar	0,40	0,02
5	Ladang, tegal (kebonan)	514,11	27,92
6	Lain-lain	613,59	33,32
	Jumlah	1.841,29	100,00

Sumber: Monografi Desa Sumberagung, 1999 (diolah)

Dari Tabel 6. dapat dilihat bahwa lahan untuk kolam menempati 0,92% dari luas wilayah desa. Sementara itu lahan untuk sawah menempati 24,00% dari luas wilayah desa dan ladang, tegal (kebonan) menempati 27,92% dari luas wilayah desa. Lahan untuk pemukiman penduduk menempati 13,81% dari luas wilayah desa dan pasar menempati 0,02% dari luas wilayah desa. Lahan untuk keperluan lain-lain (jalan, jembatan, gedung sekolah,

perkantoran, tempat beribadah, dll.) menempati 33,32% dari luas wilayah desa.

### 5.2.2 Keadaan Alam

Desa Sumberagung mempunyai ketinggian sekitar 117 m di atas permukaan laut dengan topografi rendah. Suhu rata-rata 26°C. Sedangkan curah hujan yang tercatat pada tahun 1995/1996 adalah rata-rata 2000-3000 mm.

### 5.2.3 Penduduk dan Mata Pencaharian

Sampai bulan 31 Desember 1999 jumlah penduduk Desa Sumberagung adalah sebanyak 11.796 jiwa. Komposisi penduduk adalah 5.688 jiwa laki-laki dan 6.108 jiwa perempuan.

Tabel 7. Komposisi Penduduk Desa Sumberagung Berdasarkan Usia Tahun 1999

No.	Umur (tahun)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	<5	757	6,42
2	6 – 15	1.791	15,18
3	16 – 21	1.256	10,65
4	>21	7.992	67,75
	Jumlah	11.796	100,00

Sumber: Monografi Desa Sumberagung, 1999 (diolah)

Dari Tabel 7. dapat dilihat bahwa penduduk yang berusia di atas 21 tahun mempunyai persentase 67,75% atau yang terbesar dibandingkan dengan usia penduduk lainnya. Selebihnya adalah penduduk yang berusia



6-15 tahun (15,18%), 16-21 tahun (10,65%), dan kurang dari 5 tahun (6,42%).

Tabel 8. Komposisi Penduduk Desa Sumberagung Menurut Pekerjaan Tahun 1999

No.	Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase* (%)
1	Petani	1.256	25,64
2	Pertukangan	359	7,33
3	Karyawan (PNS, ABRI, Swasta)	2.457	50,15
4	Pensiunan	305	6,23
5	Perdagangan	258	5,27
6	Lainnya	264	5,39
	Jumlah	4.899	100

\*persentase dari total jumlah penduduk

Sumber: Monografi Desa Sumberagung, 1999 (diolah)

Dari Tabel 8. dapat dilihat bahwa penduduk yang bekerja sebagai karyawan (PNS, ABRI, dan swastas) mempunyai persentasi 50,15% atau yang terbesar dibandingkan dengan penduduk dengan pekerjaan lainnya. Sedangkan penduduk yang bekerja sebagai petani mempunyai persentase 25,64 atau terbesar kedua setelah pekerjaan karyawan. Selebihnya penduduk yang bekerja di pertukangan (7,33%), pensiunan (6,23%), perdagangan (5,27%), dan lainnya (5,39%).

#### 5.2.4 Sarana dan Prasarana

Sarana transportasi yang ada di Desa Sumberagung berupa jarak jalan ke kabupaten 8,3 km. Jumlah sarana transportasi sebanyak 4.166 buah yang terdiri dari 2.599 sepeda, 1.315 sepeda motor, 2 mobil dinas, 133 mobil pribadi, 3 bus kota, 102 bus umum, dan 12 truk.

Sarana pendidikan dan peribatatannya terdiri dari 9 buah gedung bangunan SD, 2 Sekolah Menengah Pertama, 4 Sekolah Menengah Atas, 1 buah pondok pesantren, 3 buah madrasah, 28 buah gedung musholla, dan 3 buah gereja/kapel. Sedangkan prasarana lainnya adalah 1 buah bank dan 1 buah pasar.

### 5.3 Gambaran Umum Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani

Para petani di Desa Sindumartani dalam melakukan usaha pembenihan lele dumbo mempergunakan sarana produksi seperti induk lele dumbo, pupuk kandang, dan pakan. Tabel 9. menunjukkan sarana produksi yang digunakan dalam usaha pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani.

Tabel 9. Rata-rata Penggunaan Sarana Produksi Induk, Pupuk Kandang, dan Pakan per Kolam per Musim Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani

Jenis Sarana Produksi	Jumlah Fisik	Harga per Satuan (Rp)	Sumber
1. Induk jantan (ekor)	3	6.500	Pembesar
2. Induk betina (ekor)	5	6.500	Pembesar
3. Pupuk kandang (kg)	24,42	1.500	Peternakan
4. Pakan:			
a. Mina Feed (kg)	44,56	95.000	Kelompok Tani
b. P-0 (kg)	1,03	8.500	Kelompok Tani

Sumber: Data primer, 2000

#### A) Induk

Pembenihan lele dumbo yang dilakukan di Desa Sindumartani menggunakan sistem pemijahan alami. Pada sistem pemijahan alami ini induk jantan dikawinkan dengan induk betina pada suatu bak pemijahan

dengan perbandingan ikan jantan dengan ikan betina rata-rata 3 : 5. Pada awal usaha pembenihan dilakukan, petani mendapatkan induk dari Dinas Perikanan Kabupaten Sleman atau membeli sendiri di Balai Benih Ikan Cangkringan dengan harga Rp 6.000,00 – Rp 7.000,00 /kg. Namun saat ini petani telah bisa membuat induk sendiri dengan cara membesarkan sendiri benih yang mereka hasilkan hingga mencapai ukuran induk. Masing-masing petani rata-rata memiliki 158 ekor induk yang terdiri dari 48 ekor induk jantan dan 110 ekor induk betina. Masing-masing induk digunakan secara bergantian dengan memperhatikan kesiapan induk untuk dipijahkan. Induk-induk ini diberi pakan daging-daging sisa di pasar, bangkai burung puyuh, dan lain-lain.

Semua induk ditampung dalam bak penampungan induk. Bak penampungan induk merupakan bak permanen yang dibuat dari batako. Masing-masing petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani memiliki bak penampungan induk dengan luas rata-rata 15 m<sup>2</sup>. Untuk membuat bak penampungan induk, petani mendapatkan pinjaman dari kelompok tani ikan yang ada di Desa Sindumartani pada saat awal mereka memulai usaha pembenihan.

### ***B) Pupuk Kandang***

Pada umumnya petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani selain melakukan usaha pembenihan lele dumbo juga beternak burung puyuh. Hal ini sengaja mereka lakukan karena adanya keterpaduan antara

pembenihan lele dumbo dengan peternakan burung puyuh atau lebih tepatnya usaha peternakan burung puyuh sangat mendukung usaha pembenihan lele dumbo dalam hal penyediaan sarana produksi pupuk kandang dan pakan untuk induk lele dumbo.

Jumlah pupuk kandang yang digunakan petani lele dumbo selama 1 musim per kolam rata-rata 24,42 karung (@ 50 kg). Harga pupuk kandang rata-rata Rp 1.500,00 per karung. Pupuk yang digunakan tidak harus berasal dari kotoran puyuh. Bisa juga dari kotoran ayam. Namun demikian petani lele dumbo di Desa Sindumartani lebih suka memakai kotoran burung puyuh karena selain sebagian besar petani memiliki sendiri juga kotoran ayam yang biasa dijual oleh peternakan ayam mempunyai banyak barang ikutannya (bekatul, dll) sehingga harus lebih banyak jumlah karung yang dipakai apabila menggunakan kotoran ayam.

### **C) Pakan**

---

Pakan tambahan yang digunakan oleh petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani ada dua macam. *P-0* untuk larva yang baru ditebar dan pelet *Mina Feed* untuk ikan yang lebih besar. *P-0* diberikan pada saat larva berumur 3 hari setelah hari pertama kali larva dipindahkan dari kolam penetasan ke kolam pendederan di sawah. Setelah seminggu diberi *P-0*, larva diberi *Mina Feed* sampai panen. *P-0* dijual dengan harga Rp 8.500,00 per kilogram dan *Mina Feed* dijual dengan harga Rp 95.000,00 per karung

(50 kg), kedua-duanya tersedia di kelompok tani ikan yang ada di daerah penelitian.

#### **D) Tenaga Kerja**

Pada umumnya tenaga kerja luar keluarga hanya digunakan pada saat kegiatan persiapan lahan sawah khususnya pada pekerjaan membajak sawah dan perbaikan kolam. Pekerjaan membajak sawah menggunakan 0,5 HOK dengan upah Rp 10.000/petak kolam. Sedangkan pekerjaan memperbaiki kolam menggunakan 1 HOK dengan upah Rp 8.000/petak kolam. Tetapi ada juga petani yang memperkerjakan tenaga kerja luar keluarga untuk mengerjakan seluruh pekerjaan usaha pembenihan lele dumbo. Bahkan tidak hanya melakukan pekerjaan pembenihan lele dumbo tetapi juga pekerjaan peternakan burung puyuh dengan upah per bulannya rata-rata Rp 173.636,36 per tenaga kerja untuk semua pekerjaan tersebut (pembenihan lele dumbo dan ternak burung puyuh). Tenaga kerja luar

---

keluarga yang dipekerjakan pada umumnya berasal dari Wonosari, Kabupaten Gunung Kidul, DIY.

Dari Tabel 10. terlihat bahwa total penggunaan tenaga kerja adalah 15 HOK atau 9,5 HOK tenaga kerja luar keluarga (TKLK) dan 5,5 HOK tenaga kerja keluarga (TKK). Adapun pekerjaan yang membutuhkan tenaga kerja luar keluarga terbesar untuk 1 kali musim tanam per kolamnya adalah pada kegiatan *ngublak* yaitu sebesar 5 HOK. Sedangkan kegiatan yang

menggunakan banyak tenaga kerja dalam keluarga adalah pekerjaan pengawasan air dan pemberian pakan tambahan yaitu sebesar 5 HOK.

Tabel 10. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja pada Usaha Pembenihan Lele Dumbo per Musim di Desa Sindumartani

Kegiatan	Waktu (hari)	HOK	
		TKLK	TKK
1. Lahan dikeringkan	3	0	0
2. Lahan diolah, dibajak, dan dipupuk	1	1	0
3. Sembari lahan didiamkan, bak dibersihkan dan dikeringkan (1 hari), diberi ijuk, diisi air 25-30 cm, dimasukkan induk, masa memijah, pemindahan induk dari baks	3	2,5	0,5
4. Sawah diairi dan didiamkan, di bak terjadi masa penetasan	5	0	0
5. Larva dipindahkan ke dalam pendederan	0,5	0,5	0
6. Masa memakan pakan alami	7	0	0
7. Pengawasan air, pemberian pakan tambahan	10	0	5
8. Ngublak		5	0
9. Panen	0,5	0,5	0
Total	30	9,5	5,5

Sumber: Data primer, 2000

#### E) Alat-alat Perikanan

Alat-alat perikanan yang digunakan oleh petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani tidak jauh berbeda dengan alat-alat yang digunakan pada usaha budidaya perikanan lainnya, seperti: cangkul, jaring, hafa, dan lain-lain. Peralatan ini tidak dibeli oleh petani pada setiap musim tanamnya karena masing-masing alat bisa digunakan untuk beberapa musim.

Biaya penyusutan alat-alat perikanan yang digunakan selama usaha dibebankan ke dalam biaya yang diperhitungkan. Untuk satu kolam alat-alat yang dipakai adalah 2 buah cangkul dengan harga Rp 26.000,00 per buah, 2 buah sikat dengan harga Rp 4.000,00 per buah, 4 buah ember dengan harga Rp 3.500,00 per buah, 5 kg ijuk dengan harga Rp 3.500,00 per kilogram, 1

buah drum dengan harga Rp 40.000,00 per buah, 2 buah hafa untuk induk/benih dengan harga Rp 35.000,00 per buah, 1 buah hafa *kebul* dengan harga Rp 7.000,00 /m<sup>2</sup>, 2 buah jaring benih dengan harga Rp 22.500,00 per buah, dan 1 buah jaring *kebul* dengan harga Rp 12.000,00 per buah.

Pembebanan biaya penyusutan alat produksi menggunakan metode garis lurus yaitu harga beli dikurangi nilai akhir dibagi umur teknis alat. Nilai akhir dianggap nol karena diasumsikan alat tidak dapat digunakan sama sekali dalam kegiatan produksi dan tidak dapat dijual kembali. Besar nilai penyusutan dari seluruh alat yang digunakan adalah Rp 28.854,17.

#### **F) Kolam**

Kolam yang digunakan untuk usaha pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani ada yang dibuat di atas lahan milik petani sendiri dan ada juga yang dibuat di atas lahan milik orang lain. Petani dikenakan biaya sewa atas kolam yang dibuat di atas lahan milik orang lain. Rata-rata biaya sewa lahan Rp 21.513,89 per bulan per kolam. Rata-rata luas kolam yang digunakan untuk pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani adalah 500 m<sup>2</sup>. Sedangkan masing-masing petani rata-rata memiliki 6 petak kolam. Pada umumnya lahan di Desa Sindumatani yang digunakan untuk pembenihan lele dumbo ini pada mulanya merupakan lahan untuk bercocok tanam padi. Tetapi kemudian karena melihat prospek pembenihan lele dumbo lebih menguntungkan daripada bercocok tanam padi maka sebagian dari lahan padi tersebut berubah menjadi kolam pendederan benih lele dumbo.

#### 5.4 Gambaran Umum Usaha Pembesaran Lele Dumbo di Desa Sumberagung

Para petani dumbo di Desa Sumberagung dalam melakukan usaha pembesaran lele dumbo mempergunakan sarana produksi seperti benih lele dumbo, pupuk kandang, obat-obatan, dan pakan. Tabel 11. menunjukkan sarana produksi yang digunakan dalam usaha pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung.

Tabel 11. Rata-rata Penggunaan Sarana Produksi Benih, Pupuk Kandang, Pakan Tambahan, dan Obat-obatan Usaha Pembesaran Lele Dumbo per Kolam per Musim di Desa Sumberagung

Jenis Sarana Produksi	Jumlah Fisik	Harga per Satuan (Rp)	Sumber
1. Benih (ekor)	4.701	93,88	Ngrajek, Bantul, Bokesan
2. Pupuk kandang (kg)	50	3.111,11	Peternakan
3. Pakan tambahan (kg)	433,07	80.000	Pasar
4. Obat-obatan	kondisional		Toko-toko ikan hias

Sumber: Data primer, 2000

##### A) Benih

Dalam melakukan usaha pembesaran lele dumbo, para petani memperoleh benih lele dumbo dari Ngrajek, Bantul, dan Bokesan yang dibawa oleh pedagang benih lele dumbo ke Desa Sumberagung yang biasanya datang pada sore hari. Para petani membeli benih karena tidak bisa membuat benih lele dumbo sendiri disebabkan kondisi alam di Desa Sumberagung tidak cocok untuk pembenihan lele dumbo.

Benih yang umumnya digunakan untuk usaha pembesaran di Desa Sumberagung berukuran 5 – 7 cm. Namun ada juga yang memakai benih



berukuran 3 – 4 cm atau 7 – 9 cm tergantung benih ukuran mana yang tersedia dan keadaan keuangan petani itu sendiri. Benih ukuran 5 – 7 cm dijual dengan harga rata-rata Rp 93,88 per ekor dan para petani rata-rata menebar benih 4.701 ekor per kolam.

### **B) Pupuk Kandang**

Pupuk kandang yang digunakan oleh petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung berasal dari kotoran puyuh. Pupuk kandang mereka peroleh dengan cara membeli pada peternakan burung puyuh dengan harga rata-rata Rp 3.111,11 per karung. Pupuk kandang ini hanya sekali digunakan yaitu pada saat persiapan kolam. Pupuk kandang dibagi menjadi lima bagian. Yang empat bagian ditempatkan disudut-sudut kolam dan yang satu bagian diletakkan ditengah-tengah kolam.

### **C) Pakan**

---

Pakan yang diberikan tergantung umur benih yang ditebar. Untuk fase awal lele dumbo diberi pakan *D-0* selama seminggu. Dalam penggunaannya pakan *D-0* dapat digantikan dengan pelet *Pokphand 781-1*. Kemudian lele dumbo diberi pelet *Pokphand 781* selama dua minggu, dan terakhir pelet *Pokphand 782* sampai panen. Semua pakan dibeli di pasar. Harga pakan *Pokphand 781-1* pada saat penelitian berlangsung Rp 81.000,00 per karung (30 kg). Harga pakan *Pokphand 781* Rp 80.000,00 per karung (30 kg), dan harga pakan *Pokphand 782* Rp 79.000 per karung (50 kg)

#### **D) Obat-obatan**

Obat-obatan yang dipakai bermacam-macam jenisnya tergantung kebutuhan pemakaian jenis obat tersebut. Obat-obatan biasa dipakai untuk mencegah penyakit atau untuk mengobati ikan yang terserang penyakit. Diantara jenis obat-obatan yang digunakan oleh petani antara lain: *Melasigrin, PK, Tetrasiklin, Supertetra, Togatsu, Garam, Chlorhamphenical, Bayer Alfa, K-lyodan, Cat Fish*, dan lain-lain. Di antara obat-obat tersebut ada yang fungsinya sama sehingga dalam pemakaiannya bisa saling menggantikan. Di antara obat-obatan tersebut juga ada obat-obatan yang sebenarnya ditujukan untuk manusia, tetapi digunakan juga oleh petani karena zat penyusun obat tersebut sama dengan zat penyusun obat ikan yang sebenarnya. Untuk obat-obatan khusus ikan petani membelinya di toko-toko ikan hias di Yogyakarta.

#### **E) Tenaga Kerja**

---

Pada umumnya petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung mengerjakan sendiri pekerjaan mereka. Tenaga kerja luar keluarga digunakan hanya untuk kegiatan-kegiatan tertentu seperti memperbaiki kolam, dan pada saat panen. Upah tenaga kerja luar keluarga untuk pekerjaan perbaikan kolam Rp 5.000 per kolam dan upah untuk pekerjaan bongkar Rp 7.500 per kolam. Selebihnya pekerjaan dikerjakan seluruhnya oleh tenaga kerja dalam keluarga. Anggota keluarga petani yang biasa membantu antara lain istri, anak, dan adik.

Tabel 12. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja per Musim pada Usaha Pembesaran Lele Dumbo di Desa Sumberagung

Kegiatan	Waktu (hari)	HOK	
		TKLK	TKK
1. Kolam dibersihkan dari limbah pakan, rumput, dan beri pupuk dan kapur	0,5	0,5	0
2. Kolam dikeringkan	3	0	0
3. Kolam diisi air 60 – 80 cm	0,5	0	0,5
4. Kolam didiamkan selama 1 minggu	6,5	0	0
5. Pemberian obat-obatan	0,5	0	0,5
6. Penebaran benih	0,5	0	0,5
7. Masa memakan pakan alami	3	0	0
8. Pemberian pakan D-0	14	0	14
9. Pemberian pakan 781-1	14	0	14
10. Pemberian pakan 781	17	0	17
11. Bongkar	0,5	0,5	0
Total	60	1	46,5

Sumber: Data primer, 2000

Dari Tabel 12. terlihat bahwa total penggunaan tenaga kerja adalah 47,5 HOK atau 1 HOK tenaga kerja luar keluarga (TKLK) dan 46,5 HOK tenaga kerja dalam keluarga (TKK). Adapun pekerjaan yang membutuhkan tenaga kerja luar keluarga terbesar untuk 1 kali musim tanam per kolamnya adalah pada kegiatan persiapan kolam dan pada saat *bongkar* (panen) yang masing menggunakan 0,5 HOK tenaga kerja luar keluarga. Sedangkan kegiatan yang menggunakan banyak tenaga kerja dalam keluarga adalah pekerjaan pemberian pakan dari masa beberapa hari setelah penebaran hingga panen yang menggunakan 45 HOK.

#### F) Alat-alat Perikanan

Alat-alat perikanan yang digunakan oleh petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung tidak jauh berbeda dengan alat-alat yang digunakan pada usaha budidaya perikanan lainnya, seperti: cangkul, sekop, seser,

gerobak, deklík, ember, timbangan, dan lain-lain. Perlatan ini tidak dibeli oleh petani pada setiap musim tanamnya karena masing-masing alat bisa digunakan untuk beberapa musim.

Biaya penyusutan alat-alat perikanan yang digunakan selama usaha dibebankan ke dalam biaya yang diperhitungkan. Untuk satu kolam alat-alat yang dipakai adalah 3 buah ember dengan harga Rp 4.000,00 per buah, 2 buah cangkul dengan harga Rp 30.000,00 per buah, 1 buah sekop dengan harga Rp 15.000,00 per buah, 5 buah drum dengan harga Rp 30.000,00 per buah, 1 buah deklík dengan harga Rp 12.500,00 per buah, 3 buah krat dengan harga Rp 25.000,00 per buah, 1 buah gerobak dengan harga Rp 200.000,00 per buah, 1 buah timbangan dengan harga Rp 110.000,00 per buah, dan 1 buah seser dengan harga Rp 11.000,00 per buah.

Pembebanan biaya penyusutan alat produksi menggunakan metode garis lurus yaitu harga beli dikurangi nilai akhir dibagi umur teknis alat. Nilai akhir dianggap nol karena diasumsikan alat tidak dapat digunakan sama sekali dalam kegiatan produksi dan tidak dapat dijual kembali. Besar nilai penyusutan dari seluruh alat yang digunakan adalah Rp 22.375,00.

### **G) Kolam**

Kolam yang digunakan untuk usaha pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung ada yang dibuat di atas lahan milik petani sendiri dan ada juga yang menyewa lahan milik orang lain. Rata-rata biaya sewa lahan yang dikeluarkan petani Rp 4.287,49 per musim. Rata-rata luas kolam yang

digunakan untuk pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung adalah 25 m<sup>2</sup>. Pada umumnya lahan di Desa Sumberagung yang digunakan untuk pembesaran lele dumbo ini pada mulanya merupakan lahan untuk bercocok tanam padi. Tetapi kemudian karena melihat prospek usaha pembesaran lele dumbo lebih menguntungkan daripada bercocok tanam padi maka sebagian dari lahan padi tersebut berubah menjadi kolam pembesaran lele dumbo.

### **5.5 Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembenihan Lele Dumbo**

Berdasarkan Tabel 13., rata-rata petani contoh di Desa Sindumartani berusia 38,65 tahun dan sebagian besar berusia antara 26 sampai 45 tahun (85%) atau pada usia produktif. Usaha pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani masih tergolong baru jika dilihat dari rata-rata pengalaman petani contoh dalam usaha pembenihan yang baru 8,85 tahun.

Pendidikan petani contoh rata-rata adalah 11,85 tahun atau sebagian besar petani pembenihan di Desa Sindumartani tamat SLTP. Dengan demikian dari segi pendidikan dapat dikatakan bahwa petani pembenih di Desa Sindumartani cepat tanggap terhadap informasi perikanan.

Peran serta keluarga di dalam usaha pembenihan lele dumbo relatif kurang. Dalam mengusahakan usaha pembenihannya petani lebih banyak menggunakan tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga atau buruh. Selain itu ada pekerjaan yang dilakukan oleh petani sendiri atau secara

bersama-sama dengan buruh. Sedangkan peran wanita (dalam hal ini istri) hanya membantu pada saat mereka memberikan pakan.

Tabel 13. Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani

No.	Uraian	Jumlah	%
1	Rata-rata umur petani (tahun)	38,65	-
2	Komposisi umur petani (orang)		
	a. 15-25 tahun	0	0
	b. 26-45 tahun	25	85
	c. 46-65 tahun	2	6,67
	d. >65 tahun	3	10
3	Rata-rata pendidikan formal petani (tahun)	11,85	-
4	Rata-rata pengalaman dalam usaha pembenihan lele dumbo (tahun)	8,85	-
5	Rata-rata jumlah anggota keluarga yang terlibat usaha pembenihan lele dumbo (orang)	1	-
6	Status petani:		
	a. pemilik	15	50
	b. pemilik penggarap	0	0
	c. penyewa	15	50
	d. penggarap/penyakap	0	0
7	Sifat usaha:		
	a. Usaha utama	23	76,67
	b. Usaha sampingan	7	23,33

Sumber: Data primer, 2000

Persentase antara petani yang berstatus pemilik sama besar dengan petani yang berstatus penyewa yaitu 50%. Bagi petani yang berstatus sebagai penyewa, petani menyewa lahan yang digunakan untuk usaha pembenihan lele dumbo dengan membayar sewa per tahun. Alasan utama petani menyewa lahan adalah untuk memperluas skala produksi agar yang hasil yang diperoleh dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga petani.

Sebagian besar usaha pembenihan lele dumbo di Desa Sindumartani merupakan usaha utama. Sekitar 76,67% petani contoh melakukan pembenihan lele dumbo sebagai usaha utama. Sedangkan petani yang

melakukan pembenihan lele dumbo sebagai usaha sampingan sekitar 23,33%.

## 5.6 Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembesaran Lele Dumbo

Berdasarkan Tabel 14., rata-rata petani contoh di Desa Sumberagung berusia 44,14 tahun dan sebagian besar berusia antara 26 sampai 45 tahun (46,67%) atau pada usia produktif. Usaha pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung masih tergolong baru jika dilihat dari rata-rata pengalaman petani contoh dalam usaha pembibitan baru 4,98 tahun.

Tabel 14. Karakteristik Petani Contoh Usaha Pembesaran Lele Dumbo di Desa Sumberagung

No.	Uraian	Jumlah	%
1	Rata-rata umur petani (tahun)	44,14	-
2	Komposisi umur petani (orang)		
	a. 15-25 tahun	3	10
	b. 26-45 tahun	14	46,67
	c. 46-65 tahun	13	43,33
	d. >65 tahun	0	0
3	Rata-rata pendidikan formal petani (tahun)	12,38	-
4	Rata-rata pengalaman dalam usaha pembenihan lele dumbo (tahun)	4,98	-
5	Rata-rata jumlah anggota keluarga yang terlibat usaha pembenihan lele dumbo (orang)	1	-
6	Status petani:		
	a. pemilik	8	26,67
	b. pemilik penggarap	0	0
	c. penyewa	22	73,33
	d. penggarap/penyakap	0	0
7	Sifat usaha:		
	a. Usaha utama	7	23,33
	b. Usaha sampingan	23	76,67

Sumber: Data primer, 2000

Pendidikan petani contoh rata-rata adalah 12,38 tahun atau sebagian besar tamat SLTA. Melihat tingkat pendidikan petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung dapat dikatakan para petani bisa lebih cepat menyerap informasi perikanan.

Peran serta keluarga di dalam usaha pembesaran lele dumbo relatif kurang. Dalam mengusahakan usaha pembesarannya petani lebih banyak mengerjakan sendiri pekerjaannya. Selain itu ada pekerjaan yang dilakukan oleh petani sendiri atau secara bersama-sama dengan buruh. Sedangkan peran tenaga dalam keluarga yang membantu pekerjaan petani (dalam hal ini istri atau adik/kakak) hanya membantu pada saat mereka mengantarkan makanan atau memberi pakan juga dengan sedikit-sedikit ikut membersihkan rumput.

Pada umumnya status petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung adalah sebagai penyewa (73,33%). Sebagai penyewa, petani menyewa lahan yang digunakan untuk usaha pembesaran lele dumbo dengan membayar sewa per tahun atau per musim panen padi. Pada umumnya petani menyewa lahan karena mereka tidak memiliki lahan sendiri.

Sebagian besar usaha pembesaran lele dumbo di Desa Sumberagung merupakan usaha sampingan. Sekitar 76,67% petani contoh mengusahakan pembesaran lele dumbo sebagai usaha sampingan. Sedangkan petani yang mengusahakan sebagai usaha utama sekitar 23,33%.



## **VI. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **6.1. Pemasaran dan Keragaan Pasar Benih Lele Dumbo**

#### **6.1.1. Komoditas Benih Lele Dumbo**

Benih lele dumbo yang dijual di Desa Sindumartani adalah benih lele dumbo yang berukuran 2-3 cm, 3-4 cm, 4-5 cm, 5-6 cm, 6-7 cm, 7-8 cm, dan 8-12 cm dengan harga per ekor yang berbeda untuk masing-masing ukuran (Tabel 15). Benih lele dumbo ini merupakan hasil produksi para petani pembenih lele dumbo anggota Kelompok Tani Ikan "Mino Ngremboko" (KTIMN) maupun petani pembenih lele dumbo bukan anggota KTIMN yang ada di Desa Sindumartani.

Menurut informasi dari petugas PPL Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, benih lele dumbo yang dihasilkan oleh para petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani termasuk benih lele dumbo terbaik yang ada di DIY. Benih tersebut adalah benih lele dumbo hasil pemijahan dengan menggunakan teknik pemijahan alami dan induk lele dumbo yang pertama kali digunakan untuk pemijahan adalah induk lele dumbo unggul yang diperoleh petani dari Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, walaupun sekarang induk yang digunakan untuk pemijahan adalah induk hasil pembesaran benih yang dilakukan oleh petani sendiri.

Tabel 15. Ukuran dan Harga Beli Benih Lele Dumbo di Desa Sindumartani

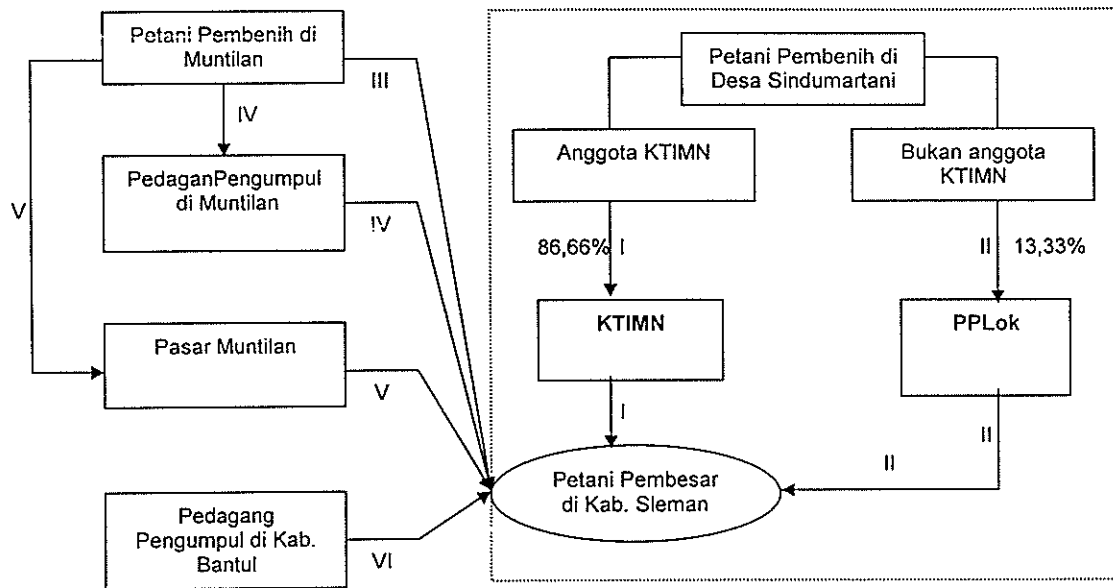
Ukuran (cm)	Harga Beli (Rp/ekor)		Harga Jual (Rp/ekor)	
	Kelompok Tani Ikan Mino Ngremboko (KTIMN) dari petani pembenih anggota KTIMN	Pedagang Pengumpul Lokal (PPLok) dari petani pembenih bukan anggota KTIMN	Kelompok Tani Ikan Mino Ngremboko (KTIMN)	Pedagang Pengumpul Lokal (PPLok)
2-3	13,35	-	15	-
3-4	22,25	-	25	-
4-5	31,15	35	35	60
5-6	44,50	-	50	-
6-7	62,30	70	70	95
7-8	75,65	110	85	135
8-12	111,25	150	125	175

Sumber: Data primer, 2000

Waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan benih ukuran dominan 4-6 cm lebih kurang 30 hari. Dengan demikian, tiap bulannya untuk tiap 1 petak kolam yang dimiliki oleh seorang petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani –jika keadaan alam mendukung– akan menghasilkan benih lele dumbo dengan jumlah produksi rata-rata tiap petak kolam sebesar 7000 ekor.

### 6.1.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga-pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih lele dumbo untuk konsumsi petani pembesar lele dumbo di Kabupaten Sleman adalah petani pembenih di Desa Sindumartani, petani pembenih di Muntilan, KTI “Mino Ngremboko” (KTIMN), pedagang pengumpul lokal (PPLok), pedagang pengumpul di Muntilan, pedagang pengecer di pasar Muntilan, dan pedagang pengumpul di Bantul. Skema di bawah ini menggambarkan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih lele dumbo tersebut.



- Keterangan: I = Pola I (Pembenih Sindumartani – KTI “Mino Ngremboko” – Pembesar Sleman)  
 II = Pola II (Pembenih Sindumartani – Pengumpul Sleman – Pembesar Sleman)  
 III = Pola III (Pembenih Muntilan – Pembesar Sleman)  
 IV = Pola IV (Pembenih Muntilan – Pengumpul Muntilan – Pembesar Sleman)  
 V = Pola V (Pembenih Muntilan – Pengecer Muntilan – Pembesar Sleman)  
 VI = Pola VI (Pembenih Muntilan – Pengumpul Muntilan – Pembesar Sleman)  
 .... = Batas Wilayah Daerah Penelitian

Gambar 5. Saluran Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani  
 Sumber: Data primer, 2000

Berdasarkan Gambar 5. maka dapat diketahui bahwa dalam pemasaran benih lele dumbo dari Desa Sindumartani terdapat dua pola pemasaran, yaitu pola I dan pola II. Pemasaran pola I mempunyai jalur: petani pembenh – KTIMN – petani pembesar. Sedangkan pemasaran pola II mempunyai jalur: petani pembenh – PPLok – petani pembesar. Pemasaran pola I dilakukan oleh 26 (86,66%) petani responden. Sedangkan pemasaran

pola II dilakukan oleh 4 (13,33%) petani responden. Pemasaran pola I lebih banyak dilakukan karena sebagian besar petani pembenih lele dumbo di Desa Sindumartani adalah anggota KTIMN sehingga, berdasarkan peraturan yang ditetapkan KTIMN, petani harus menjual hasil produksinya ke KTIMN. Sementara itu petani yang melakukan pemasaran pola II pada umumnya adalah petani pembenih bukan anggota KTIMN. Para petani pembenih bukan anggota KTIMN ini pada umumnya menjual hasil produksinya ke PPLok.

### 6.1.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih lele dumbo dari Desa Sindumartani melakukan beberapa fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran tersebut disajikan dalam Tabel 16.

Tabel 16. Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan oleh Tiap Lembaga Pemasaran pada Pemasaran Benih Lele Dumbo Dari Desa Sindumartani.

Fungsi Pemasaran	Pola I		Pola II	
	Petani Pembenih Anggota KTIMN	KTIMN	Petani Pembenih Bukan Anggota KTIMN	PPLok
Pembelian	-	√	-	√
Penjualan	√	√	√	√
Pengemasan	-	√	-	-
Pengangkutan	√	√	-	√
Standarisasi dan Grading	-	√	-	√
Penanggungan Resiko	-	√	-	√
Pembiayaan	-	√	-	-
Informasi Pasar	-	√	-	-

Sumber: Data primer, 2000

**A) Petani Pembenuh Anggota KTIMN**

Para petani pembenuh anggota KTIMN menjual hasil produksinya dengan cara menyetorkan semua hasil produksi yang baru dipanen ke tempat penjualan benih lele dumbo KTIMN. Pada hari panen, petani mengangkut hasil produksinya dari lokasi produksi (kolam pendederan) ke tempat penjualan benih lele dumbo KTIMN dengan menggunakan gerobak, sepeda motor, atau tong yang dipikul oleh 2 orang. Dalam proses selanjutnya, benih-benih yang sudah disetor ke tempat penjualan benih lele dumbo KTIMN di tangani oleh petugas pemasaran KTIMN.

**B) Petani Pembenuh Bukan Anggota KTIMN**

Petani pembenuh bukan anggota KTIMN pada umumnya menjual hasil produksinya kepada PPLok di lokasi produksi. Hasil produksi yang siap dijual oleh petani di lokasi produksi pada umumnya ditampung dalam bak permanen yang berisi air.

---

Beberapa hari atau biasanya 1 minggu sebelum hari panen, petani terlebih dahulu menghubungi PPLok yang bakal menjadi pembeli bagi hasil produksinya untuk memberitahukan kepada PPLok tersebut bahwa beberapa hari atau 1 minggu lagi petani akan melakukan panen. Dengan pemberitahuan ini diharapkan PPLok yang dihubungi tersebut mencantumkan nama petani yang akan panen sebagai orang yang akan dibeli hasil produksinya. Hal ini dilakukan agar pada saat panen hasil produksi petani pasti terjual.

### **C) Kelompok Tani Ikan “Mino Ngremboko” (KTIMN)**

KTIMN membeli benih lele dumbo dari para petani anggota KTIMN. KTIMN menerima semua hasil produksi para petani yang disetorkan ke tempat penjualan benih lele dumbo KTIMN. Ukuran dan harga benih lele dumbo yang dibeli oleh KTIMN dapat dilihat pada Tabel 15.

KTIMN menjual benih lele dumbo pada los pemasaran milik KTIMN. Penjualan dilakukan setiap hari dari hari Senin sampai hari Sabtu. Benih lele dumbo yang dijual pada hari Senin sampai Sabtu ini adalah benih lele dumbo yang sudah pesan oleh konsumen (petani pembesar) dan penjualan yang ramai hanya terjadi pada hari Kamis, Jumat, dan Sabtu. Sedangkan pada hari Minggu dilakukan lelang, artinya benih lele dumbo yang dijual pada hari Minggu ini boleh dibeli oleh siapa saja tanpa harus memesan terlebih dahulu.

KTIMN melakukan tindakan pengemasan terhadap benih yang dijual dengan cara memasukkan benih-benih ke dalam kantong plastik yang 1/3 bagiannya diisi air dan 2/3 bagian lagi diisi oksigen.

---

KTIMN melakukan pengangkutan apabila menerima pesanan dari petani pembesar yang berada di luar Propinsi DIY. Pengangkutan dilakukan dengan menggunakan sarana transportasi mobil bak terbuka.

KTIMN mengelompokkan benih-benih yang dibeli dari para petani pembenih ke dalam beberapa ukuran (Tabel 15). Benih-benih distandarisasi dengan bantuan alat berupa baskom-baskom yang pada seluruh permukaannya dipenuhi lubang-lubang. Masing-masing baskom mempunyai lubang dengan diameter tertentu yang mewakili ukuran tertentu.

Resiko yang ditanggung oleh KTIMN adalah resiko yang timbul karena sifat produk dan perubahan kondisi pasar. Resiko yang timbul karena sifat produk adalah seperti menurunnya kualitas benih (benih menjadi lemah atau bahkan mati) karena jauhnya jarak yang harus ditempuh pada saat pengangkutan benih dari tempat produsen ke tempat konsumen. Untuk mengatasi resiko yang timbul karena sifat produk maka produk dikemas sedemikian rupa dalam kantong plastik yang berisi air dan oksigen agar kualitas benih tetap terjaga. Resiko yang timbul akibat kondisi pasar di antaranya adalah ketika benih tidak habis tejual (permintaan rendah). Maka oleh KTIMN benih yang tidak habis tejual tersebut dijual kembali pada hari Minggu (hari lelang) atau dibesarkan sendiri untuk dijadikan lele dumbo ukuran konsumsi.

KTIMN memberikan pinjaman dana untuk pembuatan bak penampungan induk dan bak pemijahan, dan sarana produksi berupa peralatan dan pakan kepada petani pembenih anggota KTIMN. Besarnya nilai pinjaman dana dan sarana produksi yang diberikan kepada petani tergantung dari besarnya dana dan persediaan yang dimiliki oleh KTIMN dan juga penilaian KTIMN terhadap kemampuan petani untuk mengembalikan pinjaman tersebut.

KTIMN selalu memberikan informasi kepada para petani pembenih anggota KTIMN jika ada pesanan khusus dari petani pembesar. Dalam hal ini KTIMN bertugas mencocokkan antara jadwal panen petani dengan jadwal pesanan.

#### ***D) Pedagang Pengumpul Lokal (PPLok)***

PPLok membeli benih lele dumbo dari petani pembenih bukan anggota KTIMN di lokasi produksi. Ukuran dan harga benih lele dumbo yang dibeli oleh PPLok disajikan dalam Tabel 15.

PPLok menjual benih lele dumbo di pasar benih. Di pasar benih PPLok mempunyai tempat khusus untuk menjual benih lele dumbo dan ikan-ikan lainnya. Penjualan benih lele dumbo tidak dilakukan setiap hari karena tidak setiap hari ada stok dari petani.

PPLok melakukan pengangkutan dari lokasi produksi ke tempat petani pembesar dengan menggunakan tong-tong yang diangkut dengan mobil bak terbuka atau jerigen-jerigen yang diangkut dengan sepeda motor.

PPLok mengelompokkan benih-benih yang dibeli dari para petani pembenih ke dalam beberapa ukuran (Tabel 15). Benih-benih distandarisasi dengan bantuan alat berupa baskom-baskom yang pada seluruh permukaannya mempunyai lubang-lubang. Masing-masing baskom mempunyai lubang dengan diameter tertentu yang mewakili ukuran tertentu.

Resiko yang ditanggung oleh PPLok adalah resiko yang timbul karena sifat produk dan perubahan kondisi pasar. Resiko yang timbul karena sifat produk adalah seperti menurunnya kualitas benih (benih menjadi lemah, bahkan mati) karena jauhnya jarak yang harus ditempuh pada saat pengangkutan benih dari tempat produsen ke tempat konsumen. Untuk mengatasi resiko yang timbul karena sifat produk maka produk dikemas sedemikian rupa dalam kantong plastik yang berisi air dan oksigen agar



kualitas benih tetap terjaga. Resiko yang timbul akibat kondisi pasar di antaranya adalah ketika benih tidak habis terjual (permintaan rendah). Maka benih yang tidak habis terjual tersebut dijual kembali oleh PPLok dengan harga yang lebih rendah.

#### **6.1.4. Struktur Pasar**

Analisis struktur pasar dilokasi penelitian dapat dilakukan dengan melihat banyaknya jumlah pembeli dan penjual yang terlibat, keadaan produk, dan syarat keluar masuk pasar.

##### **6.1.4.1. Jumlah Lembaga Pemasaran**

Pada tingkat petani pembenih anggota KTIMN, jika dilihat dari sisi pembeli, bentuk pasar yang dihadapi adalah monopsoni. Hal ini dapat dilihat dari jumlah petani yang lebih banyak yaitu 60 orang (Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, 1999) sedangkan jumlah KTIMN hanya 1 kelompok.

---

Pada tingkat petani pembenih bukan anggota KTIMN, jika dilihat dari sisi pembeli, bentuk pasar yang dihadapi adalah oligopsoni. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli (PPLok) lebih sedikit, yaitu 3 orang, daripada jumlah penjual (petani), yaitu 3 orang.

Pada tingkat KTIMN, jika dilihat dari sisi penjual, maka bentuk pasar yang dihadapi adalah monopoli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjual (KTIMN) 1 kelompok sedangkan jumlah pembeli (lebih dari 50 petani pembesar).

Pada tingkat PPLok, jika dilihat dari sisi penjual, maka pasar yang dihadapi adalah oligopoli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjual (PPLok) yang sedikit (3 orang) dibandingkan dengan jumlah pembeli (15-20 petani pembesar).

#### 6.1.4.2. Keadaan Produk

Pada tingkat petani produk masih standar/homogen (belum dikelompokkan ke dalam ukuran tertentu). Setelah produk dijual ke KTIMN atau PPLok, produk dikelompokkan ke dalam beberapa ukuran (Tabel 15). Produk yang telah dikelompokkan ke dalam ukuran tertentu ini dijual yang harga yang berbeda untuk tiap ekornya (diferensiasi). Dan pembeli dapat membeli produk sesuai dengan ukuran dan harga yang disukai.

Dengan demikian dilihat dari karakteristik jumlah penjual-pembeli dan keadaan produknya, maka bentuk pasar yang dihadapi petani pembenih anggota KTIMN adalah monopsoni, bentuk pasar yang dihadapi petani pembenih bukan anggota KTIMN adalah oligopsoni murni, bentuk pasar yang dihadapi KTIMN adalah monopoli, dan bentuk pasar yang dihadapi PPLok adalah oligopsoni differensiasi.

Tabel 17. Keadaan Produk pada Tiap Tingkatan Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani

Tingkatan Lembaga	Keadaan Produk
Petani Pembenih Anggota KTIMN	Standar/homogen
Petani Pembenih Bukan Anggota KTIMN	Standar/homogen
KTIMN	Diferensiasi
PPLok	Diferensiasi

Sumber: Data primer, 2000

Struktur pasar yang dihadapi pada tiap tingkat lembaga pemasaran pada pemasaran benih lele dumbo dari Desa Sindumartani berdasarkan jumlah penjual-pembeli dan keadaan produk disajikan pada Tabel 18.

Tabel 18. Struktur Pasar pada Tiap Tingkatan Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani

Tingkatan Lembaga	Jumlah (orang)		Struktur Pasar	
	Penjual	Pembeli	Sisi Penjual	Sisi Pembeli
Petani Pembenuh Anggota KTIMN	63	1	Persaingan Murni	Monopsoni
Petani Pembenuh Bukan Anggota KTIMN	5	3	Persaingan Murni	Oligopsoni Murni
KTIMN	1	>50	Monopoli	Persaingan Monopolistik
PPLok	3	15-20	Oligopoli Diferensiasi	Persaingan Monopolistik

Sumber: Data primer, 2000

#### 6.1.4.3. Syarat Keluar-Masuk Pasar

Mudah tidaknya bagi pedagang baru untuk masuk pasar dapat dilihat dari adanya hubungan antarlembaga dan modal yang dimiliki pedagang. Hubungan antarlembaga yang erat terjadi antara para petani anggota KTIMN dengan KTIMN. Para petani anggota KTIMN sangat terikat dengan KTIMN karena KTIMN adalah sebuah lembaga yang dibentuk oleh para petani sendiri yang berfungsi (salah satunya) adalah untuk mensentralisasi pemasaran benih lele dumbo para petani di Desa Sindumartani. Dengan adanya keterikatan ini, maka sangat sulit bagi pedagang lain untuk membeli benih lele dumbo langsung dari petani anggota KTIMN.

Sedangkan bagi PPLok, disamping harus memiliki hubungan yang erat dengan petani pembenuh, PPLok juga membutuhkan modal untuk membeli benih dumbo dalam jumlah besar dari petani pembenuh yang besarnya

berkisar antara Rp 1–2 juta. Disamping itu, modal tersebut juga digunakan untuk menanggung biaya pemasaran, serta untuk modal cadangan untuk mengantisipasi penundaan pembayaran dari konsumen. Menurut informasi petani pembenih setempat, jika seorang petani telah menjadi pelanggan seorang PPLok, maka peluang PPLok lainnya untuk berhubungan dengan petani pembenih tersebut sangat kecil sekali. Hal ini dikarenakan PPLok tersebut sudah lama dikenal dan adanya kelancaran dan ketepatan waktu dalam pembayaran.

#### **6.1.5. Perilaku Pasar**

##### **6.1.5.1. Sistem Penentuan Harga Benih Lele Dumbo**

Ada dua sistem penentuan harga benih lele dumbo antara petani pembenih dengan KTIMN atau PPLok, yaitu:

1. Ditentukan oleh pedagang

Dalam sistem ini, petani pembenih hanya menerima harga yang ditetapkan oleh KTIMN atau PPLok berdasarkan harga yang berlaku.

2. Tawar-menawar

Sistem ini terjadi antara PPLok dengan petani pembenih bukan anggota KTIMN. Dalam sistem ini, harga pembelian benih lele dumbo oleh PPLok berdasarkan kesepakatan antara petani pembenih dengan PPLok. Petani pembenih akan melakukan penawaran harga yang ditentukan oleh PPLok tersebut dengan berpedoman pada informasi yang para petani miliki tentang harga yang berlaku di tingkat petani. PPLok menentukan harga

dengan berpedoman pada harga beli yang berlaku di tingkat konsumen dan banyaknya penawaran pada saat ini.

#### **6.1.5.2. Sistem Pembayaran Benih Lele Dumbo**

Cara pembayaran dari KTIMN atau PPLok kepada petani pembenih dibagi dua, yaitu:

1. Sistem pembayaran kemudian (kredit)

Sistem ini terjadi antara KTIMN dengan petani pembenih anggota KTIMN. Dalam sistem ini, benih lele dumbo dibayar pada setiap awal pekan. Petani dapat menyetor hasil produksi setiap hari, tetapi pembayaran baru diterima pada hari Senin minggu berikutnya.

2. Sistem pembayaran tunai

Cara ini terjadi antara PPLok dengan petani pembenih bukan anggota KTIMN. Dalam sistem ini, PPLok langsung membayar kepada petani setelah terjadi kesepakatan harga.

---

#### **6.1.5.3. Kerjasama Antara Lembaga Pemasaran**

KTIMN merupakan sebuah lembaga yang bekerja mengikuti prinsip-prinsip koperasi. Dengan demikian fungsi KTIMN adalah melayani kebutuhan anggota dalam mengembangkan usaha pembenihan lele dumbo.

KTIMN melakukan hubungan kerjasama dengan petani pembesar berupa pembinaan terhadap petani pembesar. Dalam hal ini KTIMN memberikan bimbingan kepada petani pembesar tentang penanganan yang

tepat terhadap benih-benih yang dibeli oleh petani pembesar dari KTIMN. Dari kegiatan ini KTIMN dapat mengetahui di daerah mana dan perlakuan apa yang paling cocok untuk benih KTIMN.

PPLok melakukan hubungan kerjasama dengan petani pembenih bukan anggota KTIMN dalam bentuk hubungan pelanggan. Hubungan pelanggan antara PPLok dengan petani pembenih bukan anggota KTIMN ini akan memudahkan bagi petani untuk memasarkan hasil produksinya, dan bagi PPLok memudahkan dalam mendapatkan benih untuk dijual kepada petani pembesar.

#### **6.1.6. Marjin Pemasaran**

Marjin pemasaran adalah penjumlahan dari seluruh biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran selama proses penyaluran komoditas dari satu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya. Marjin pemasaran juga merupakan imbalan jasa yang diterima oleh lembaga pemasaran sebagai pedagang pengumpul yang pada akhirnya didistribusikan ke konsumen akhir. Dalam penelitian ini marjin pemasaran dihitung berdasarkan kedua pola saluran pemasaran yang ada dalam penelitian, yang meliputi biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran yang terlibat. Besarnya marjin pemasaran dan penyebarannya untuk saluran Pola I dan Pola II dapat dilihat pada Tabel 19. dan Tabel 20.

Tabel 19. Biaya, Keuntungan, dan Majin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani untuk Pola I (Rp/1000 ekor)

Lembaga Pemasaran	2-3 cm		3-4 cm		4-5 cm		5-6 cm		6-7 cm		7-8 cm		8-12 cm	
	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%
<b>Petani</b>														
Marjin	13.350,00	89,00	22.250,00	89,00	31.150,00	89,00	44.500,00	89,00	62.300,00	89,00	75.650,00	89,00	111.250,00	89,00
Biaya														
- Transportasi	685,71	4,57	685,71	2,74	685,71	1,96	685,71	1,37	685,71	0,98	685,71	0,81	685,71	0,55
Keuntungan	12.664,29	84,43	21.564,29	86,26	30.464,29	87,04	43.814,29	87,63	61.614,29	88,02	74.964,29	88,19	110.564,29	88,45
Harga jual	13.350,00	89,00	22.250,00	89,00	31.150,00	89,00	44.500,00	89,00	62.300,00	89,00	75.650,00	89,00	111.250,00	89,00
Rasio Keuntungan-Biaya	18,47		31,45		44,43		63,90		89,85		109,32		161,24	
<b>KTIMN</b>														
Harga beli	13.350,00	89,00	22.250,00	89,00	31.150,00	89,00	44.500,00	89,00	62.300,00	89,00	75.650,00	89,00	111.250,00	89,00
Marjin	1.650,00	11,00	2.750,00	11,00	3.850,00	11,00	5.500,00	11,00	7.700,00	11,00	9.350,00	11,00	13.750,00	11,00
Biaya														
- Petugas Pemasaran	600,00	4,00	1.000,00	4,00	1.400,00	4,00	2.000,00	4,00	2.800,00	4,00	3.400,00	4,00	5.000,00	4,00
- Kantong plastik, oksigen, tali, konsumsi	225,00	1,50	375,00	1,50	525,00	1,50	750,00	1,50	1.050,00	1,50	1.275,00	1,50	1.875,00	1,50
Keuntungan	825,00	5,50	1.375,00	5,50	1.925,00	5,50	2.750,00	5,50	3.850,00	5,50	4.675,00	5,50	6.875,00	5,50
Harga jual	15.000,00	100,00	25.000,00	100,00	35.000,00	100,00	50.000,00	100,00	70.000,00	100,00	85.000,00	100,00	125.000,00	100,00
Rasio Keuntungan-Biaya	1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00		1,00	
Total Biaya	825,00	5,50	1.375,00	5,50	1.925,00	5,50	2.750,00	5,50	3.850,00	5,50	4.675,00	5,50	6.875,00	5,50
Total Keuntungan	825,00	5,50	1.375,00	5,50	1.925,00	5,50	2.750,00	5,50	3.850,00	5,50	4.675,00	5,50	6.875,00	5,50
Total Marjin	1.650,00	11,00	2.750,00	11,00	3.850,00	11,00	5.500,00	11,00	7.700,00	11,00	9.350,00	11,00	13.750,00	11,00

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Tabel 20. Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Benih Lele Dumbo dari Desa Sindumartani untuk Pola II (Rp/1000 ekor)

Lembaga Pemasaran	4-5 cm		6-7 cm		7-8 cm		8-12 cm	
	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%	Rp/1000 ek	%
<b>Petani Pembenuh</b>								
Marjin:	35.000,00	58,33	70.000,00	73,68	110.000,00	81,48	150.000,00	85,71
a. Biaya								
- Transportasi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b. Keuntungan	35.000,00	58,33	70.000,00	73,68	110.000,00	81,48	150.000,00	85,71
Harga jual	35.000,00	58,33	70.000,00	73,68	110.000,00	81,48	150.000,00	85,71
<b>PPLok</b>								
Harga beli	35.000,00	58,33	70.000,00	73,68	110.000,00	81,48	150.000,00	85,71
Marjin:	25.000,00	41,67	25.000,00	26,32	25.000,00	18,52	25.000,00	14,29
a. Biaya								
- Transportasi	3.000,00	5,00	3.000,00	3,16	3.000,00	2,22	3.000,00	1,71
- Tenaga Kerja	2.400,00	4,00	3.800,00	4,00	5.400,00	4,00	7.000,00	4,00
- Kantong plastik, oksigen, tali, konsumsi	900,00	1,50	1.425,00	1,50	2.025,00	1,50	2.625,00	1,50
b. Keuntungan	18.700,00	31,17	16.775,00	17,66	14.575,00	10,80	12.375,00	7,07
Harga jual	60.000,00	100,00	95.000,00	100,00	135.000,00	100,00	175.000,00	100,00
Rasio Keuntungan-Biaya	2,97		2,04		1,40		0,98	
Total Biaya	6.300,00	10,50	8.225,00	8,66	10.425,00	7,72	12.625,00	7,21
Total Keuntungan	18.700,00	31,17	16.775,00	17,66	14.575,00	10,80	12.375,00	7,07
Total Marjin	25.000,00	41,67	25.000,00	26,32	25.000,00	18,52	25.000,00	14,29

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Dari Tabel 19 dan 20 dapat dilihat bahwa total marjin terbesar terdapat pada pola II, yaitu sebesar Rp 25.000,00/1000 ekor benih untuk semua

ukuran. Besarnya total marjin pada pola II dikarenakan besarnya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil oleh PPLok.

Biaya yang dikeluarkan oleh PPLok sebesar Rp 6.300,00/1000 ekor benih ukuran 4-5 cm, Rp 8.225,00/1000 benih ukuran 6-7 cm, Rp 10.425,00/1000 ekor benih ukuran 7-8 cm, dan Rp 12.625,00/1000 ekor benih ukuran 8-12 cm. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh PPLok karena adanya biaya transportasi yang besarnya Rp 3.000,00/1000 ekor benih untuk semua ukuran.

Keuntungan yang diambil oleh PPLok sebesar Rp 18.700,00/1000 ekor benih ukuran 4-5 cm, Rp 16.775,00/1000 ekor benih ukuran 6-7 cm, Rp 14.575,00/1000 ekor benih ukuran 7-8 cm, dan Rp 12.375,00/1000 benih ukuran 8-12 cm. Besarnya keuntungan yang diambil oleh PPLok adalah karena tingginya harga jual PPLok. Dengan demikian rasio keuntungan-biaya terbesar juga terdapat pada PPLok pada pola II khususnya untuk benih-benih ukuran 4-5 cm, 6-7 cm, dan 7-8 cm, yaitu masing-masing 2,97,, 2,04, dan 1,40. Sedangkan untuk benih-benih ukuran 5-6 cm dan 8-12 cm, rasio keuntungan-biaya terbesar terdapat pada KTIMN pada pola I, yaitu 1,00.

Dari kedua pola pemasaran, *farmer's share* (fs) terbesar terdapat pada pola I, yaitu 89,00% untuk semua ukuran benih. Sedangkan fs pada pola II berbeda untuk tiap ukuran. Untuk benih ukuran 4-5 cm, fs 58,33%; benih ukuran 6-7 cm, fs 73,68%; benih ukuran 7-8 cm, fs 81,48%; dan benih ukuran 8-12 cm, fs 85,71%.



## **6.2. Pemasaran dan Keragaan Pasar Lele Dumbo Konsumsi**

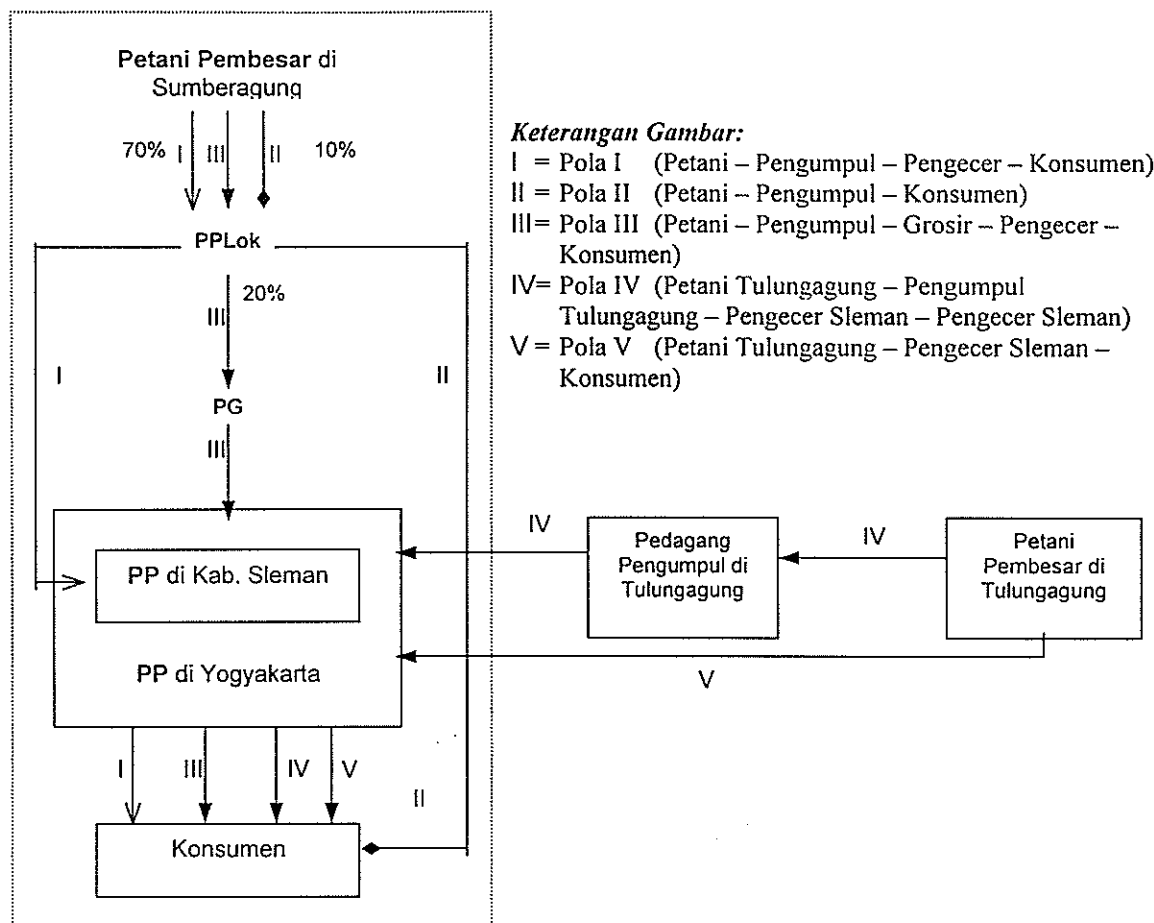
### **6.2.1. Komoditas Lele Dumbo Konsumsi**

Lele dumbo konsumsi yang dijual oleh petani pembesar lele dumbo di Desa Sumberagung adalah dumbo yang berukuran 6-7 ekor/kg, 6-10 ekor/kg, atau 6-12 ekor/kg dengan rata-rata harga jual di tingkat petani Rp 5.000,00/kg.

Waktu yang dibutuhkan oleh petani pembesar lele dumbo untuk memproduksi lele dumbo ukuran (dominan) konsumsi lebih kurang 60 hari. Dengan demikian, dari tiap petak kolam milik seorang petani untuk tiap 2 bulannya –jika kondisi alam mendukung– akan menghasilkan lele dumbo ukuran (dominan) konsumsi dengan rata-rata hasil 300 kg untuk tiap petak kolam.

### **6.2.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran**

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran lele dumbo konsumsi dari Desa Sumberagung adalah petani pembesar, pedagang pengumpul lokal (PPLok), pedagang grosir (PG), dan pedagang pengecer (PP). Lembaga pemasaran dan saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran lele dumbo konsumsi dari Desa Sumberagung disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Saluran Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung

Dari Gambar 6. dapat diketahui bahwa terdapat tiga pola pemasaran lele dumbo konsumsi dari Desa Sumberagung. Pemasaran pola I mempunyai jalur: petani pembesar – PPLok – PP – konsumen. Pemasaran pola II mempunyai jalur: petani pembesar – PPLok – konsumen. Pemasaran pola III mempunyai jalur: petani pembesar – PPLok – PG – PP – konsumen.

Dari 30 petani contoh yang diambil, yang melalui pola I sebanyak 21 petani contoh (70,00%) dengan volume penjualan 300 – 500 kg; melalui pola II sebanyak 3 petani contoh (10,00%) dengan volume penjualan 25-50 kg;

dan yang melalui pola III sebanyak 6 petani contoh (20,00%) dengan volume penjualan 250 – 300 kg. Karena harga jual lele dumbo yang relatif sama, yaitu Rp 5.000/kg, maka tidak ada alasan khusus bagi petani untuk memilih saluran pemasaran mana yang akan petani tempuh. Hanya hubungan antara petani dengan pedagang yang akan menentukan kepada siapa petani akan menjual hasil produksinya.

### 6.2.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran lele dumbo konsumsi dari Desa Sumberagung melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disajikan dalam Tabel 21.

Tabel 21. Fungsi-fungsi Pemasaran pada Tiap Lembaga Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung.

Fungsi Pemasaran	Petani Pembesar	Pedagang Pengumpul Lokal	Pedagang Grosir	Pedagang Pengecer
Pembelian	-	√	√	√
Penjualan	√	√	√	√
Pengemasan	-	-	-	√
Pengangkutan	-	√	√	√
Standarisasi dan Grading	-	√	-	-
Penanggungan Resiko	-	√	√	√
Pembiayaan	-	-	-	-
Informasi Pasar	-	-	-	√

Sumber: Data primer, 2000

#### A) Petani Pembesar

Pada umumnya petani menjual semua hasil produksinya pada saat panen kepada pedagang pengumpul lokal di lokasi produksi. Di lokasi

produksi, semua lele dumbo yang baru dipanen dan siap untuk dijual ditampung dalam bak tidak permanen yang terbuat dari deklik.

### ***B) Pedagang Pengumpul Lokal (PPLok)***

PPLok membeli lele dumbo dari petani di lokasi produksi pada saat panen. Sebelum membeli, PPLok melakukan pemilihan terhadap lele dumbo yang ditampung oleh petani dalam bak deklik berdasarkan ukuran dan mutu. Ukuran lele dumbo yang paling banyak dibeli oleh PPLok adalah lele dumbo konsumsi, yaitu lele dumbo yang berukuran 6-7 ekor/kg, 6-10 ekor/kg, atau 6-12 ekor/kg. Sedangkan mutu lele dumbo yang baik dapat dilihat dari ada tidaknya penyakit atau luka pada tubuh lele dumbo.

Pedagang pengumpul lokal menjual lele dumbo dengan cara mengirim lele dumbo tersebut ke tempat tinggal pedagang grosir atau pedagang pengecer.

Alat transportasi yang biasa digunakan untuk mengangkut lele dumbo dari satu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lain adalah mobil bak terbuka dan sepeda motor. Mobil bak terbuka biasa digunakan oleh pedagang-pedagang yang menjual lele dumbo dalam jumlah besar. Sedangkan sepeda motor biasa digunakan oleh pedagang yang menjual ikan dalam jumlah lebih sedikit.

Dari semua hasil produksi petani PPLok melakukan pemilihan terhadap lele dumbo berdasarkan ukuran, yaitu lele dumbo mana yang termasuk dalam konsumsi; dan mutu, yaitu lele dumbo yang sehat (tidak

cacat), Lele dumbo hasil produksi petani yang tidak termasuk lele dumbo konsumsi dan cacat biasanya tidak dibeli.

### ***C) Pedagang Grosir (PG)***

Pedagang grosir membeli lele dumbo yang dikirim oleh pedagang pengumpul lokal ke tempatnya. Pedagang grosir menjual lele dumbo di tempat atau mengirim ke tempat pedagang pengecer. Alat transportasi yang biasa digunakan PG untuk mengangkut lele dumbo ke lembaga pemasaran lain adalah mobil bak terbuka. Mobil bak terbuka digunakan oleh PG karena PG menjual lele dumbo dalam jumlah besar.

Resiko yang menjadi tanggungan PG adalah resiko yang timbul karena sifat produk. Resiko yang timbul karena sifat produk tersebut adalah menyusutnya berat lele dumbo selama masa pengangkutan maupun penampungan sementara. Maka dari itu PG juga memasukkan biaya penyusutan produk ke dalam biaya pemasaran.

---

### ***D) Pedagang Pengecer (PP)***

PP membeli lele dumbo yang dikirim oleh PPLok atau PG ke tempatnya. Pada umumnya PP menerima kiriman lele dumbo pada sore atau malam hari karena lele dumbo-lele dumbo tersebut harus di jual di pasar pada keesokan harinya.

PP menjual lele dumbo di pasar-pasar. Di pasar, PP menjual lele dumbo dan ikan-ikan lainnya pada sebuah los (petak berukuran 1 x 1 m<sup>2</sup>)

yang PP sewa dari pihak pengelola pasar. Tetapi ada juga PP yang menjual lele dumbo di tempat-tempat yang tidak disediakan khusus oleh pengelola pasar untuk tempat berjualan, seperti badan jalan, trotoar, dll.

PP melakukan penyiangan, pembersihan, dan pengemasan terhadap lele dumbo yang dibeli oleh konsumen.

Alat transportasi yang digunakan oleh PP untuk mengangkut lele dumbo dari tempat tinggalnya ke pasar mobil bak terbuka dan sepeda motor. Mobil bak terbuka biasa digunakan oleh PP yang menjual ikan (termasuk lele dumbo) di pasar dalam jumlah besar. Sedangkan sepeda motor biasa digunakan oleh PP yang menjual ikan dalam jumlah lebih sedikit.

Seperti halnya PG, resiko susutnya berat lele dumbo juga menjadi tanggungan PP. PP juga memasukkan biaya penyusutan ke dalam biaya pemasaran untuk menutupi kerugian akibat susutnya berat lele dumbo tersebut.

---

Pedagang pengecer akan memberitahukan kepada lembaga pemasaran sebelumnya (PPLok atau PG) mengenai mutu produk yang diinginkan oleh konsumen. Misalnya untuk saat-saat tertentu, konsumen lebih menyukai lele dumbo ukuran 6-7 ekor/kg atau konsumen tertentu (khususnya pedagang pecel lele) lebih menyukai lele dumbo ukuran 6-10 ekor/kg, dan sebagainya. Pemberitahuan ini dilakukan agar lembaga pemasaran sebelumnya menyediakan lele dumbo sesuai dengan mutu yang diinginkan oleh konsumen.

#### **6.2.4. Struktur Pasar**

Analisis struktur pasar dilokasi penelitian dapat dilakukan dengan melihat banyaknya jumlah pembeli dan penjual yang terlibat, keadaan produk, dan syarat keluar masuk pasar.

##### **6.2.4.1. Jumlah Lembaga Pemasaran**

Pada tingkat petani, jika dilihat dari sisi pembeli, bentuk pasar yang dihadapi adalah oligopsoni. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli (PPLok), yaitu 5 PPLok, yang lebih sedikit daripada jumlah penjual (petani) yaitu 60 orang (Dinas Perikanan Kabupaten Sleman, 1999).

Pada tingkat PPLok pola I dan II, jika dilihat dari sisi penjual, bentuk pasar yang dihadapi adalah oligopoli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjual (PPLok) lebih sedikit, yaitu 5 PPLok, daripada jumlah pembeli (PP untuk pola I dan konsumen untuk pola II). Pada tingkat PPLok pada pola III, jika dilihat dari sisi pembeli, bentuk pasar yang dihadapi adalah monopsoni. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli (PG) yang hanya satu.

Pada tingkat PG pada pola III, jika dilihat dari sisi penjual, bentuk pasar yang dihadapi adalah monopoli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjual (PG) yang hanya satu.

##### **6.2.4.2. Keadaan Produk**

Keadaan produk lele dumbo konsumsi adalah standar/homogen dari tingkat petani hingga tingkat pedagang pengecer, di mana lele dumbo yang

termasuk ukuran konsumsi adalah lele dumbo yang dalam berat 1kg terdiri 6-10 ekor. Dengan demikian jika dilihat dari karakteristik jumlah penjual-pembeli dan keadaan produknya, maka bentuk pasar yang dihadapi petani pembesar adalah oligopsoni murni, bentuk pasar yang dihadapi PPLok pada pola I dan II adalah oligopoli murni, bentuk pasar yang dihadapi PPLok pada pola III adalah monopsoni, bentuk pasar yang dihadapi PG adalah monopoli.

Struktur pasar yang dihadapi pada tiap tingkat lembaga pemasaran pada pemasaran benih lele dumbo konsumsi dari Desa Sumberagung berdasarkan jumlah penjual-pembeli dan keadaan produk disajikan pada Tabel 22.

Tabel 22. Struktur Pasar pada Tiap Tingkatan Lembaga Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung

Tingkatan Lembaga	Jumlah (orang)		Struktur Pasar	
	Penjual	Pembeli	Sisi Penjual	Sisi Pembeli
Petani Pembesar	60	5	Persaingan Murni	Oligopsoni Murni
Pedagang Pengumpul Lokal	5	1/>5	Persaingan Murni/Oligopoli Murni	Monopsoni/Persaingan Murni
Pedagang Grosir	1	5	Monopoli	Persaingan Murni
Pedagang Pengecer	5	>5	Persaingan Murni	Persaingan Murni

Sumber: Data primer, 2000

#### 6.2.4.3. Syarat Keluar-Masuk Pasar

Bagi pedagang baru yang ingin masuk pasar lele dumbo harus bersedia untuk membeli dengan harga yang lebih tinggi dari harga biasa dan mempunyai hubungan yang baik dengan petani lele dumbo. Pedagang pengumpul baru pada umumnya harus bersedia membayar dengan harga



lebih tinggi apabila ingin mendapatkan lele dumbo dari petani pembesar yang sudah mempunyai hubungan pelanggan dengan pedagang pengumpul yang lama. Penambahan harga bagi pedagang pengumpul baru berkisar dari Rp 100,- hingga Rp 200,- per kilogram lele dumbo.

Hubungan dengan petani pembesar ini diperlukan untuk memudahkan dalam mendapatkan lele dumbo untuk dijual, sedangkan bagi petani hubungan ini akan memudahkan petani dalam memasarkan hasil produksinya. Hubungan yang baik dengan petani pembesar diwujudkan dalam ketepatan dalam pembayaran, pemberian bantuan untuk membantu lancarnya proses proses produksi seperti pemberian kredit tidak berbunga dan sebagainya.

## **6.2.5. Perilaku Pasar**

### **6.2.5.1. Sistem Penentuan Harga Lele Dumbo**

Seperti pada pemasaran benih lele dumbo dari Desa Sindumartani, ada dua sistem penentuan harga lele dumbo antara petani pembesar dengan pedagang, yaitu:

#### **1. Ditentukan oleh pedagang**

Dalam sistem ini, petani pembenih hanya menerima harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul berdasarkan harga yang berlaku.

Sistem ini berlaku antara pedagang dengan petani pelanggan.

## 2. Tawar-menawar

Sistem ini terjadi antara pedagang pengumpul baru dengan petani pembesar. Dalam sistem ini, penetapan harga pembelian berdasarkan kesepakatan antara petani pembesar dengan pedagang pengumpul baru. Pada umumnya petani pembesar akan melakukan penawaran harga yang lebih tinggi daripada harga yang petani pembesar terima dari pedagang pengumpul yang sudah menjadi pelanggan. Pedagang pengumpul menentukan harga dengan berpedoman pada harga beli yang berlaku di tingkat konsumen dan banyaknya penawaran pada saat ini.

### **6.2.5.2. Sistem Pembayaran Lele Dumbo**

Seperti pada pemasaran benih lele dumbo dari Desa Sindumartani, cara pembayaran dari pedagang pengumpul kepada petani pembesar pada pemasaran lele dumbo dibagi dua, yaitu:

#### 1. Sistem pembayaran kemudian

---

Sistem ini terjadi antara pedagang pengumpul dengan petani pembesar pelanggan. Dalam sistem ini, lele dumbo dibayar pada 1 hari sampai 1 minggu setelah masa panen tergantung kesepakatan antara petani pembesar dengan pedagang.

#### 2. Sistem pembayaran tunai

Cara ini terjadi antara pedagang pengumpul baru dengan petani pembesar. Dalam sistem ini, pedagang pengumpul baru langsung

membayar kepada petani setelah terjadi kesepakatan harga pada saat panen.

#### **6.2.5.3. Kerjasama Antara Lembaga Pemasaran**

Kerjasama yang terjadi antara pedagang dengan petani atau antara pedagang dengan pedagang yang lain adalah kerjasama karena hubungan pelanggan. Kerjasama ini diwujudkan dalam bentuk pemberian informasi mengenai perkembangan pasar lele dumbo.

#### **6.2.6. Marjin Pemasaran**

Dalam penelitian ini marjin pemasaran dihitung berdasarkan ketiga pola saluran pemasaran yang ada dalam penelitian, yang meliputi biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran yang terlibat. Besarnya marjin pemasaran dan penyebarannya untuk saluran pemasaran pola I, II, dan III dapat dilihat pada Tabel 24.

---

Tabel 23. Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran pada Setiap Lembaga Pemasaran Lele Dumbo Konsumsi dari Desa Sumberagung untuk Pola I, II, dan III (Rp/kg).

Lembaga Pemasaran	Pola I		Pola II		Pola III	
	Rp/kg	%*)	Rp/kg	%*)	Rp/kg	%*)
<b>Petani</b>						
Marjin:	5.000,00	83,33	5.025,00	83,75	4.966,67	76,41
a. Biaya	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
b. Keuntungan	5.000,00	83,33	5.025,00	83,75	4.966,67	76,41
Harga jual	5.000,00	83,33	5.025,00	83,75	4.966,67	76,41
<b>Pedagang Pengumpul</b>						
Harga beli	5.000,00	83,33	5.025,00	83,75	4.966,67	76,41
Marjin:	525,00	8,75	975,00	16,25	433,33	6,67
a. Biaya	124,74	2,08	124,74	2,08	124,74	1,92
- Transportasi	44,96	0,75	44,96	0,75	44,96	0,69
- Tenaga	60,28	1,00	60,28	1,00	60,28	0,93
- Makan	19,50	0,33	19,50	0,33	19,50	0,30
b. Keuntungan	400,26	6,67	850,26	14,17	308,59	4,75
Harga jual	5.525,00	92,08	6.000,00	100,00	5.400,00	83,08
Rasio Keuntungan-Biaya	3,21		6,82		2,47	
<b>Pedagang Grosir</b>						
Harga beli	-	-	-	-	5.400,00	83,08
Marjin:	-	-	-	-	350,00	5,38
a. Biaya	-	-	-	-	127,50	1,96
- Transportasi	-	-	-	-	37,50	0,58
- Tenaga	-	-	-	-	62,50	0,96
- Lain-Lain	-	-	-	-	27,50	0,42
b. Keuntungan	-	-	-	-	222,50	3,42
Harga jual	-	-	-	-	5.750,00	88,46
Rasio Keuntungan-Biaya	-	-	-	-	1,75	
<b>Pedagang Pengecer</b>						
Harga beli	5.525,00	92,08	-	-	5.750,00	88,46
Marjin:	475,00	7,92	-	-	750,00	11,54
a. Biaya	57,57	0,96	-	-	66,67	1,03
- Transportasi	17,69	0,29	-	-	17,69	0,27
- Tenaga	24,40	0,41	-	-	24,40	0,38
- Retribusi	10,96	0,18	-	-	10,96	0,17
- Air bersih	0,71	0,01	-	-	0,71	0,01
- Makan	3,81	0,06	-	-	3,81	0,06
b. Keuntungan	417,43	6,96	-	-	683,33	10,51
Harga jual	6.000,00	100,00	-	-	6.500,00	100,00
Rasio Keuntungan-Biaya	7,25		-	-	11,87	
Total Biaya	182,31	3,04	124,74	2,08	318,91	4,91
Total Keuntungan	817,69	13,63	850,26	14,17	1.214,42	18,68
Total Marjin	1.000,00	16,67	975,00	16,25	1.533,33	23,59

Keterangan: \*) Angka persentase terhadap harga beli konsumen

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Berdasarkan total marjin pemasaran yang terjadi, pola III memiliki total marjin pemasaran lebih besar daripada pola I dan II, yaitu Rp 1.533,33/kg

atau 23,59% dari harga jual pedagang pengecer. Total margin pemasaran pada pola I sebesar Rp 1.000,00/kg atau 16,67% dari harga jual pedagang pengecer dan total margin pemasaran pada pola II Rp 975,00/kg atau 16,25% dari harga jual pedagang pengecer. Besarnya total margin pada pola III dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat pada pola III sehingga total biaya yang dikeluarkan dan total keuntungan yang diambil besar.

Pada pola III margin pemasaran terbesar diambil oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 750,00 atau 11,54% dari harga jualnya. Sedangkan margin pemasaran yang diambil oleh pedagang pengumpul dan pedagang grosir masing-masing sebesar Rp 433,33 atau 6,67% persen dari harga jual pedagang pengecer dan Rp 350,00 atau 5,38% dari harga jual pedagang pengecer.

Besarnya margin pemasaran pedagang pengecer pada pola III dikarenakan keuntungan yang diambil oleh pedagang pengecer cukup besar yaitu Rp 683,33/kg atau 10,51% dari harga jualnya dibandingkan dengan keuntungan yang diambil oleh pedagang pengumpul atau pedagang grosir yaitu masing-masing sebesar Rp 308,59/kg atau 4,91% dan Rp 222,50/kg atau 3,42% dari harga jual pedagang pengecer. Sementara itu persentase biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah terkecil dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang grosir. Persentase biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah 1,03% dari harga jualnya, sedangkan persentase biaya

yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang grosir adalah 1,17% dan 1,96% dari harga jual pedagang pengecer.

Pada pola I, margin pemasaran terbesar diambil oleh pedagang pengumpul yaitu 8,75% dari harga jual pedagang pengecer, sedangkan margin pemasaran yang diambil oleh pedagang pengecer 7,92% dari harga jual pedagang pengecer. Hal ini terjadi karena biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul lebih besar yaitu 2,08% dari harga jual pedagang pengecer daripada biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu 0,96% persen dari harga jualnya. Sementara itu keuntungan yang diambil oleh pedagang pengecer pada pola I lebih besar yaitu 6,96% dari harga jualnya daripada keuntungan yang diambil oleh pedagang pengumpul yaitu 6,67% dari harga jual pedagang pengecer.

Pada pola II, margin pemasaran yang diambil oleh pedagang pengumpul sebesar 16,25% dari harga jualnya yang terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan sebesar 7,08% dan 14,47% dari harga jualnya.

---

Untuk melihat besarnya bagian yang diterima oleh petani, digunakan *farmer's share* atau persentase harga jual di tingkat petani terhadap harga jual di tingkat pedagang pengecer untuk pola I dan III atau harga di tingkat pedagang pengumpul untuk pola II. *Farmer's share* untuk kedua pola saluran pemasaran di atas dapat dilihat pada Tabel 25.

Dari Tabel 25. dapat dilihat bahwa, *farmer's share* pada pola II merupakan terbesar, yaitu 83,75%, dibandingkan dengan pola I, yaitu 83,33% dan pola III, yaitu 75,41%. *Farmer's share* pola III yang kecil terjadi karena

harga jual dari petani lebih rendah yaitu hanya Rp 4.966,67/kg dibandingkan dengan harga jual petani pada pola II dan pola I yaitu sebesar Rp 5.025,00/kg dan Rp 5.000,00/kg.

Tabel 24. *Farmer's Share* Saluran Pemasaran Lele Dumbo Pola I, II dan III dari Desa Sumberagung

Saluran Pemasaran	<i>Farmer's Share (%)</i>
Pola I	83,33 (16,67)
Pola II	83,75 (16,25)
Pola III	76,41 (23,59)

*Keterangan:* Angka dalam kurung merupakan besarnya total margin pemasaran

Sumber: Data primer, 2000

#### 6.2.6.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam rangka penyaluran lele dumbo dari daerah produsen ke konsumen, yang dinyatakan dalam Rp/kg. Komponen biaya pemasaran lele dumbo dari lokasi penelitian terdiri dari biaya transportasi, tenaga kerja, air bersih, konsumsi tenaga kerja, dan lain-lain yang dapat dilihat pada Tabel 26.

Biaya transportasi merupakan biaya bahan bakar yang dikeluarkan untuk alat transportasi yang digunakan, yaitu mobil bak terbuka atau sepeda motor. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 44,96/kg atau 0,75% dari harga jual pedagang pengecer bagi pedagang pengumpul pada pola I dan II, dan 0,69% dari harga pedagang pengecer bagi pedagang pengumpul pada pola III. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang grosir sebesar Rp 37,50/kg atau 0,58% dari harga jual pedagang pengecer. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang

pengecer sebesar Rp 17,69/kg atau 0,29% dari harga jualnya bagi pedagang pengecer pada pola I dan 0,27% dari harga jualnya bagi pedagang pengumpul pada pola III.

Biaya tenaga kerja merupakan biaya upah terhadap tenaga kerja yang digunakan oleh pedagang untuk mengurus pemasaran lele dumbo. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 60,28/kg atau 1,00% dari harga jual pedagang pengecer dan pedagang pengumpul bagi pedagang pengumpul pada pola I dan II, dan 0,93% dari harga jual pedagang pengecer bagi pedagang pengecer pada pola III. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang grosir sebesar Rp 62,50/kg atau 0,96% dari harga jual pedagang pengecer. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp 24,40/kg atau 0,41% dari harga jualnya bagi pedagang pengecer pada pola I dan 0,38% dari harga jualnya bagi pedagang pengecer pada pola III.

Biaya makan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang untuk makan pedagang lele dumbo dan tenaga kerjanya. Biaya makan yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 19,50/kg atau 0,33% dari harga jual pedagang pengecer bagi pedagang pengumpul pola I dan II, dan 0,30% dari harga jual pedagang pengecer bagi pedagang pengumpul pola I. Biaya makan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada pola I dan pola III sebesar Rp 3,81/kg atau 0,06% dari harga jualnya.

Penyebaran biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran tidak merata. Hal ini karena perlakuan atau biaya-biaya dalam



penanganan lele dumbo berbeda antara lembaga pemasaran. Penyebaran biaya pemasaran lele dumbo dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 25. Penyebaran Biaya Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung

Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/kg)					
	Pola I	%*)	Pola II	%*)	Pola III	%*)
Pedagang Pengumpul	124,74	12,47	124,74	12,79	124,74	8,14
Pedagang Grosir	-	-	-	-	127,50	8,32
Pedagang Pengecer	57,57	5,76	-	-	66,67	4,35
Total	182,31	18,23	124,74	12,79	318,91	20,80

Keterangan: \*) Persentase terhadap total margin  
Sumber: Data primer, 2000

Pada pola I, biaya pemasaran terbesar ditanggung oleh pedagang pengumpul yaitu Rp 124,74/kg atau 12,47% dari total margin pemasaran. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada pola I disebabkan oleh adanya biaya tenaga dan makan serta biaya transportasi untuk pengiriman lele dumbo dari produsen ke tempat pedagang selanjutnya yang mempunyai jarak cukup jauh. Pada pola II, biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengumpul Rp 124,74/kg atau 12,79% dari total margin pemasaran. Pada pola III, biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang grosir yaitu Rp 127,50/kg atau 8,32% dari total margin pemasaran. Besarnya biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang grosir, karena pedagang grosir banyak melakukan fungsi-fungsi pemasaran sehingga mengeluarkan biaya yang paling besar dan tingkat harga beli pedagang grosir yang lebih rendah dibandingkan harga beli pedagang pengecer. Kecilnya biaya pemasaran pengecer untuk pola I dan

pola III karena pedagang pengecer menangani lele dumbo dalam jumlah kecil sehingga biaya yang dikeluarkan kecil.

#### 6.2.6.2. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran. Penyebaran keuntungan lele dumbo pada Tabel 27.

Tabel 26. Penyebaran Keuntungan Pemasaran Lembaga Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung

Lembaga Pemasaran	Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)					
	Pola I	%)	Pola II	%)	Pola III	%)
Pedagang Pengumpul	400,26	40,03	850,26	87,21	308,59	20,13
Pedagang Grosir	-	-	-	-	222,50	14,51
Pedagang Pengecer	417,43	41,74	-	-	683,33	44,57
Total	817,69	81,77	850,26	87,21	1.214,42	79,20

Keterangan: \*) Persentase dari total margin pemasaran

Sumber: Data primer, 2000

Penyebaran keuntungan pemasaran yang terjadi pada masing-masing lembaga pemasaran tidak merata. Keuntungan lembaga pemasaran terbesar pada pola I ada pada pedagang pengecer, yaitu Rp 417,43/kg atau 41,74% dari total margin pemasaran. Pada pola II, keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 850,26/kg atau 87,21% dari total margin pemasaran. Pada pola III, keuntungan pemasaran terbesar ada pada pedagang pengecer, yaitu Rp 683,33/kg atau 44,57% dari total margin pemasaran. Jadi baik pada pola I, II maupun pola III, keuntungan lembaga

pemasaran lele dumbo, terdapat pada pedagang pengecer atau pedagang pengumpul yang menjual lele dumbo langsung ke konsumen.

Tabel 27. Rasio Keuntungan Terhadap Biaya Pemasaran dalam Pemasaran Lele Dumbo dari Desa Sumberagung

Lembaga Pemasaran	Rasio Keuntungan Terhadap Biaya Pemasaran (Rp/kg)		
	Pola I	Pola II	Pola III
Pedagang Pengumpul	3,21	6,82	2,47
Pedagang Grosir	-	-	1,75
Pedagang Pengecer	7,25	-	11,87

Sumber: Data primer, 2000

Pada Tabel 28, dapat dilihat bahwa rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran lele dumbo baik pola I, pola II maupun pola III yang terbesar terdapat pada pedagang pengecer (pola I dan III) dan pedagang pengumpul (pola II), yaitu 7,25 pada pola I, 6,82 pada pola II, dan 11,87 pada pola III. Rasio 7,25, 6,82, dan 11,87 artinya setiap satu rupiah (Rp 1,-) biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer akan memperoleh keuntungan sebesar Rp 7,25 pada pola I, Rp 6,82 pada pola II, dan Rp 11,87 pada pola III.

Tingginya rasio ini karena biaya yang dikeluarkan cukup rendah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pada tingkat lainnya.

### 6.3. Penampilan Usaha Pembenihan Lele Dumbo

#### 6.3.1. Keadaan Modal

Modal dalam melakukan usaha pembenihan lele dumbo berupa lahan, bak, dan peralatan dengan total nilai modal sebesar Rp 5.915.118,43. Lahan yang digunakan untuk melakukan usaha ini seluas 2500 m<sup>2</sup>. Lahan ini

diperoleh dengan cara menyewa seharga Rp 620/m<sup>2</sup>/tahun. Di atas lahan seluas 2500 m<sup>2</sup> ini dibuat 5 buah kolam pendederan yang berukuran masing-masing 500 m<sup>2</sup>. Rata-rata total biaya untuk pembuatan kolam pendederan sebesar Rp 1.000.000,00.

Bak merupakan kolam permanen yang terbuat dari batu bata dan semen yang berukuran 5 x 4 x 1 m<sup>3</sup>. Bak yang digunakan dalam usaha pembenihan lele dumbo berjumlah 3 buah: 2 buah untuk penampungan induk dan 1 buah untuk pemijahan. Rata-rata total biaya pembuatan bak sebesar Rp 3.251.294,40.

Perlatan yang digunakan di antaranya cangkul, sikat, ember, jaring benih, jaring kebul, ijuk, hafa benih, hafa kebul, dan drum. Rata-rata total nilai peralatan yang digunakan sebesar Rp 113.824,03. Dengan demikian total modal Rp 5.915.118,43.

Selama masa satu tahun usaha, total nilai modal berkurang Rp 741.318,10 sehingga total nilai modal pada akhir tahun Rp 5.173.800,33, di mana nilai bak penampungan induk menyusut sebesar Rp 271.144,51 sehingga nilai akhirnya menjadi Rp 1.084.578,04, nilai bak pemijahan menyusut sebesar Rp 379.144,37 sehingga nilai akhirnya menjadi Rp 1.516.457,48, dan nilai peralatan menyusut Rp 91.059,22 sehingga nilai akhirnya menjadi Rp 22.764,81.

Dengan keadaan modal di atas, maka modal bersih petani untuk usaha pembenihan pada awal tahun sebesar Rp 1.113.824,03 atau nisbah

modal petani terhadap modal keseluruhan adalah 18,83%. Dan pada akhir tahun nisbah modal petani menjadi 100% dari seluruh modal usaha.

Tabel 28. Pernyataan Modal Usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2500 m<sup>2</sup>

Macam	Nilai awal (Rp)	Pembelian (Rp)	Penjualan (Rp)	Tambahan nilai/ Penyusutan (Rp)	Nilai akhir (Rp)
Modal					
Lahan					
a. Milik sendiri	0,00				0,00
b. Sewa (2500m <sup>2</sup> x 620/m <sup>2</sup> /tahun)	1.550.000,00				1.550.000,00
Pembuatan kolam	1.000.000,00				1.000.000,00
Bak penampungan induk	1.355.722,55			-271.144,51	1.084.578,04
Bak pemijahan	1.895.571,85			-379.114,37	1.516.457,48
Peralatan	113.824,03			-91.059,22	22.764,81
	5.915.118,43				5.173.800,33
Hutang					
a. Lahan Sewa	1.550.000,00				0,00
b. Pinjaman	3.251.294,40				0,00
Modal bersih petani	1.113.824,03				5.173.800,33
Nisbah modal petani (%)	18,83				100,00

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

### 6.3.2. Pendapatan dan Keuntungan

Pendapatan kotor usaha pembenihan adalah nilai yang diperoleh dari perkalian antara volume produksi dengan harga benih. Rata-rata total nilai produksi dari semua ukuran benih selama satu tahun sebesar Rp 30.019.746,11.

Pengeluaran untuk usaha pembenihan lele dumbo terdiri atas pengeluaran tidak tetap (*variable cost*) dan pengeluaran tetap (*fixed cost*). Yang termasuk pengeluaran tidak tetap usaha pembenihan adalah pengeluaran untuk induk betina, induk jantan, pakan tambahan, dan pupuk kandang. Sedangkan yang termasuk pengeluaran tetap adalah penyusutan

alat, penyusutan bak penampungan induk, penyusutan bak pemijahan, dan tenaga kerja.

Dalam satu tahun pengeluaran untuk induk betina sebesar Rp 90.000,00, induk jantan Rp 54.000,00, pakan tambahan Rp 2.044.023,17, dan pupuk kandang Rp 197.890,19. Sedangkan penyusutan alat Rp 91.059,22, penyusutan bak penampungan induk Rp 271.144,51, penyusutan bak pemijahan Rp 379.114,37, dan tenaga kerja Rp 993.842,36.

Dengan demikian pendapatan bersih total usaha pembenihan lele dumbo yang diperoleh petani untuk luas lahan 2500 m<sup>2</sup> sebesar Rp 25.798.672,29. Sedangkan penghasilan bersih total usaha pembenihan lele dumbo sebesar Rp 23.760.978,13 yang diperoleh dari pengurangan pendapatan bersih total usaha pembenihan dengan sewa lahan Rp 1.550.000,00 dan bunga pinjaman 15% dalam 1 tahun yaitu Rp 487.694,16.

Imbalan kepada seluruh modal diperoleh dengan cara mengurangi nilai tenaga kerja keluarga yang digunakan dalam usaha pembenihan dari pendapatan bersih total usaha pembenihan. Nilai tenaga kerja keluarga petani diperoleh dari perkalian antara nilai kerja per hari dengan jumlah hari kerja petani selama setahun atau sama dengan Rp 5.000,00/hari x 55 hari yaitu sebesar Rp 275.000,00. Jadi imbalan kepada seluruh modal adalah Rp 25.898.672,29 dikurangi Rp 275.000,00 yaitu sebesar Rp 25.623.672,29 atau 462,15% dari rata-rata seluruh modal.

Imbalan kepada modal petani diperoleh dengan mengurangi nilai kerja keluarga dari penghasilan bersih usaha pembenihan, yaitu Rp

23.860.978,13 dikurangi Rp 275.000,00 atau sama dengan Rp 23.585.978,13 atau 750,23% dari nilai rata-rata modal petani.

Tabel 29. Pendapatan dan Pengeluaran usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2500 m<sup>2</sup>

Macam	Tunai (Rp)	Tidak Tunai (Rp)	Inventaris (Rp)	Total (Rp)
Pendapatan kotor Ustan				
a. Benih Lele dumbo	30.019.746,11			30.019.746,11
	30.019.746,11	0	0	30.019.746,11
<i>Dikurangi pengeluaran tidak tetap</i>				
a. Induk betina	90.000,00			90.000,00
b. Induk jantan	54.000,00			54.000,00
c. Pakan	2.044.023,17			2.044.023,17
d. Pupuk	197.890,19			197.890,19
	2.385.913,36	0	0	2.385.913,36
Marjin kotor total (a)	27 633 832,75	0	0	27 633 832,75
Pengeluaran tetap				
a. Penyusutan alat		91 059,22		91 059,22
b. Penyusutan bak penampungan induk		271 144,51		271 144,51
c. Penyusutan bak pemijahan		379 114,37		379 114,37
d. Perawatan bak		100 000,00		100 000,00
e. Tenaga kerja	993 842,36			993 842,36
Total (b)	993842,36	841 318,10	0	1 835 160,46
Pendapatan bersih Ustan (a-b)	26 639 990,39	-841 318,10	0	25 798 672,29
<i>Dikurangi pembayaran sewa lahan + bunga</i>	2.037.694,16			2 037 694,16
<b>Penghasilan bersih Ustan</b>	<b>24.602.296,23</b>	<b>-741.318,10</b>		<b>23 760 978,16</b>

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Imbalan kepada tenaga kerja petani dapat dihitung dengan cara mengurangi bunga modal petani dari penghasilan bersih usaha pembenihan. Bunga 15% untuk modal petani sebesar Rp 3.143.812,18 adalah Rp 471.571,83. Jadi, imbalan kepada tenaga kerja keluarga sama dengan Rp 23.860.978,13 dikurangi Rp 471.571,83 atau sama dengan Rp 23.389.406,30 untuk tiap setara tahun kerja.

### 6.3.3. Arus Uang Tunai

Dari Tabel 31. dapat diketahui bahwa pendapatan kotor, pengeluaran tidak tetap, pengeluaran tetap, pendapatan bersih, dan penghasilan bersih usaha pembenihan ada yang bersifat tunai dan tidak tunai.

Semua pendapatan kotor usaha pembenihan lele dumbo bersifat tunai, yaitu sebesar Rp 30.019.746,11, karena tidak ada hasil produksi yang dikonsumsi oleh petani atau dihadiahkan kepada pihak lain. Begitu juga pengeluaran tidak tetap usaha pembenihan, semuanya bersifat tunai. Sedangkan untuk pengeluaran tetap, kecuali pengeluaran untuk tenaga kerja, semuanya bersifat tidak tunai. Total pengeluaran tunai dari pengeluaran tidak tetap sebesar Rp 2.385.013,36 dan dari pengeluaran tetap sebesar Rp 993.842,36.

Tabel 30. Ukuran Arus Uang Tunai Usaha Pembenihan Lele Dumbo untuk Luas Lahan 2500m<sup>2</sup>

Macam	Jumlah (Rp)
Penerimaan tunai usaha (a)	30.019.746,11
Pengeluaran tunai:	
a. Tidak tetap	2.385.913,36
b. Tetap	993.842,36
Pengeluaran tunai usaha (b)	3.379.755,72
Pendapatan tunai usaha (c) = (a-b)	26.639.990,39
Pinjaman tunai yang diterima usaha (d)	3.251.294,40
Sewa lahan, bunga pinjaman dan uang pokok (e)	5.288.988,56
Kelebihan uang tunai usaha (c + d - e)	24.602.296,23

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Dengan mengurangi pengeluaran tunai dari penerimaan tunai, maka diperoleh pendapatan tunai usaha pembenihan lele dumbo sebesar Rp 26.639.990,39. Kelebihan uang tunai usaha Rp 24.602.296,23 merupakan



nilai yang diperoleh dari pengurangan pendapatan tunai usaha dengan sewa lahan dan bunga pinjaman beserta uang pokok pinjaman.

#### **6.4. Penampilan Usaha Pembesaran Lele Dumbo**

##### **6.4.1. Keadaan Modal**

Modal dalam melakukan usaha pembesaran lele dumbo berupa: lahan dan peralatan. Lahan yang digunakan seluas 600 m<sup>2</sup> yang diperoleh dengan cara menyewa seharga Rp 1.541,67/m<sup>2</sup>/tahun sehingga modal untuk lahan usaha pembesaran sebesar Rp 925.000,20/tahun.

Di atas lahan seluas 600 m<sup>2</sup> tersebut dibuat 24 kolam pembesaran lele dumbo dengan ukuran masing-masing 25 m<sup>2</sup>. Biaya pembuatan kolam seluas Rp 100.000,00/kolam sehingga modal untuk pembuatan kolam dalam usaha pembesaran sebesar Rp 2.400.000,00.

Peralatan yang dibutuhkan dalam melakukan usaha pembesaran di antaranya adalah: cangkul, sekop, seser, gerobak, deklit, ember, timbangan, dan lain-lain dengan nilai rata-rata Rp 638.972,60.

Dengan demikian total nilai modal yang dibutuhkan dalam usaha pembesaran lele dumbo adalah sebesar Rp 3.963.972,80, dan nilai modal akan berkurang pada akhir tahun karena adanya penyusutan nilai peralatan sebesar Rp 127.794,52 sehingga nilai akhir modal sebesar Rp 3.836.178,28.

Untuk memenuhi modal di atas, petani mendapatkan hutang untuk sewa lahan dan pinjaman tunai yang masing-masing besarnya Rp 925.000,20 dan Rp 1.500.000,00. Dengan demikian modal bersih petani

pada awal tahun sebesar Rp 1.538.972,60 dan nisbah modal petani pada awal tahun adalah 38,82%.

Tabel 31. Pernyataan Modal Usaha Pembesaran Lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m<sup>2</sup>

Macam	Nilai awal (Rp)	Pembiayaan (Rp)	Penjualan (Rp)	Tambahan nilai/ Penyusutan (Rp)	Nilai akhir (Rp)
Modal					
Lahan					
a. Milik sendiri	0,00				0,00
b. Sewa (600m <sup>2</sup> x Rp 1.541,67/m <sup>2</sup> /tahun)	925.000,20				925.000,20
Pembuatan kolam (24 x Rp 100.000,-)	2.400.000,00				2.400.000,00
Peralatan	638.972,60			-127.794,52	511.178,08
	3.963.972,80				3.836.178,28
Hutang					
a. Lahan Sewa	925.000,20				0,00
b. Pinjaman	1.500.000,00				0,00
Modal bersih petani	1.538.972,60				3.836.178,28
Nisbah modal petani (%)	38,82				100,00

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

#### 6.4.2. Pendapatan dan Keuntungan

Pendapatan kotor total usaha pembesaran lele dumbo berasal dari lele dumbo konsumsi dan lele dumbo besar yang dijual maupun yang dikonsumsi oleh petani. Nilai lele dumbo konsumsi Rp 28.450.352,33 dan lele besar Rp 6.946.427,40 sehingga pendapatan kotor total usaha pembesaran Rp 35.426.779,73.

Pengeluaran usaha pembesaran lele dumbo terdiri atas pengeluaran tidak tetap (*variable cost*) dan pengeluaran tetap (*fixed cost*). Yang termasuk pengeluaran tidak tetap usaha pembesaran lele dumbo adalah pengeluaran untuk benih, pakan tambahan, pupuk kandang, obat-obatan, dan tenaga kerja. Yang termasuk pengeluaran tetap adalah biaya penyusutan alat.

Dalam satu tahun usaha pembesaran, pengeluaran untuk benih sebesar Rp 6.262.508,00, untuk pakan tambahan sebesar Rp 15.184.534,60, untuk pupuk kandang sebesar Rp 35.509,25, untuk obat-obatan sebesar Rp 12.386,42, untuk tenaga kerja sebesar Rp 168.755,18, dan penyusutan peralatan Rp 127.794,52. Dengan demikian jumlah pengeluaran tidak tetap dalam satu tahun usaha sebesar Rp 21.663.693,45 dan jumlah pengeluaran tetap Rp 127.794,52.

Dari pendapatan kotor total dan pengeluaran total usaha pembesaran didapat pendapatan bersih total usaha yaitu sebesar Rp 13.635.291,76. Sedangkan penghasilan bersih total usaha pembesaran didapat dari pengurangan pendapatan bersih usaha dengan sewa lahan dan bunga pinjaman, yaitu sebesar Rp 12.485.291,56.

Imbalan kepada seluruh modal diperoleh dengan cara mengurangi pendapatan bersih total usaha pembesaran dengan nilai tenaga kerja keluarga. Nilai tenaga kerja keluarga petani adalah perkalian antara jumlah hari kerja petani dan keluarganya dengan tingkat upah yang berlaku. Petani pembesar dan keluarganya bekerja selama 46,5 hari dalam satu kali masa tanam atau selama 186 hari dalam 1 tahun dengan 4 kali masa tanam. Besarnya nilai tenaga kerja keluarga adalah 186 hari x Rp 5.000,00/hari atau sebesar Rp 930.000,00/tahun. Jadi, imbalan kepada seluruh modal adalah Rp 13.635.291,76 dikurangi Rp 930.000,00 atau sama dengan Rp 12.705.291,76 atau 369,60% dari rata-rata seluruh modal.

Tabel 32. Pendapatan dan Pengeluaran Usaha Pembesaran Lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m<sup>2</sup>

Macam	Tunai (Rp)	Tidak Tunai (Rp)	Inventaris (Rp)	Total (Rp)
Pendapatan kotor Ustan				
a. Lele dumbo konsumsi	27.785.709,59	694.642,74		28.480.352,33
b. Lele besar	5.557.141,92	1.389.285,48		6.946.427,40
	33.342.851,51	2.083.928,22	0	35.426.779,73
<i>Dikurangi pengeluaran tidak tetap</i>				
a. Benih	6.262.508,00			6.262.508,00
b. Pakan	15.184.534,60			15.184.534,60
c. Pupuk	35.509,25			35.509,25
d. Obat-obatan	12.386,42			12.386,42
e. Tenaga kerja	168.755,18			168.755,18
	21.663.693,45			21.663.693,45
Marjin kotor total (a)	11.679.158,06	2.083.928,22	0	13.763.086,28
Pengeluaran tetap				
a. Penyusutan alat		127.794,52		127.794,52
Total (b)	0	127.794,52	0	127.794,52
Pendapatan bersih Ustan (a-b)	11.679.158,06	1.956.133,70	0	13.635.291,76
<i>Dikurangi pembayaran sewa lahan + bunga pinjaman</i>	1.150.000,20			1.150.000,20
Penghasilan bersih Ustan	10.529.157,86	1.956.133,70	0	12.485.291,56

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Imbalan kepada modal petani diperoleh dengan cara mengurangi penghasilan bersih total usaha pembesaran dengan nilai tenaga kerja keluarga, yaitu Rp 12.485.291,56 dikurangi Rp 930.000,00 atau sama dengan Rp 11.555.291,56 atau 519,32% dari rata-rata modal petani.

Imbalan kepada tenaga kerja diperoleh dengan cara mengurangi penghasilan bersih total usaha pembesaran dengan bunga modal petani, yaitu Rp 12.485.291,56 dikurangi 930.000,00 atau sama dengan Rp 12.260.291,56 untuk setara satu tahun.

### 6.4.3. Arus Uang Tunai

Pendapatan kotor, pengeluaran, pendapatan bersih, dan penghasilan bersih usaha pembesaran ada yang bersifat tunai dan tidak tunai. Pendapatan kotor tunai usaha pembesaran lele dumbo diperoleh dari penjualan lele dumbo konsumsi dan lele dumbo besar.

Semua pengeluaran tidak tetap tunai usaha pembesaran adalah pengeluaran tunai dengan jumlah semua pengeluaran tidak tetap sebesar Rp 21.663.693,45. Sedangkan semua pengeluaran tetap usaha pembesaran bersifat tidak tunai.

Tabel 33. Ukuran Arus Uang Tunai Usaha Pembesaran Lele Dumbo untuk Luas Lahan 600 m<sup>2</sup>

Macam	Jumlah (Rp)
Penerimaan tunai Ustan (a)	33.342.851,51
Pengeluaran tunai:	
a. Tidak tetap	21.663.693,45
b. Tetap	0
Pengeluaran tunai Ustan (b)	21.663.693,45
Pendapatan tunai Ustan (c) = (a-b)	11.679.158,06
Pinjaman tunai yang diterima usaha (d)	1.500.000,00
Sewa lahan, bunga pinjaman dan uang pokok (e)	955.000,20
Kelebihan uang tunai Ustan (c + d - e)	10.724.157,86

Sumber: Diolah dari data primer, 2000

Dari Tabel 33. dapat diketahui bahwa pendapatan tunai usaha pembesaran Rp 11.679.158,06 dan kelebihan uang tunai usaha pembesaran Rp 10.529.157,86 yang merupakan pengurangan pendapatan tunai usaha pembesaran dengan sewa lahan dan bunga pinjaman beserta uang pokok pinjaman.

### 6.5. Implikasi Kebijakan

Dari analisis keragaan pasar benih lele dumbo diketahui bahwa struktur pasar yang dihadapi petani pembenih anggota KTIMN adalah monopsoni dan struktur pasar yang dihadapi petani pembenih bukan anggota KTIMN adalah oligopsoni murni. Dan dari analisis keragaan pasar lele dumbo konsumsi diketahui bahwa struktur pasar yang dihadapi petani pembesar adalah oligopsoni murni.

KTIMN sebagai pembeli tunggal bagi benih lele dumbo yang diproduksi oleh petani pembenih anggota KTIMN di Desa Sindumartani pada dasarnya melakukan kegiatan pembelian tersebut adalah bertujuan untuk memusatkan penjualan benih anggota KTIMN dan menetapkan harga jual yang sama bagi seluruh petani. Dengan adanya KTIMN yang berfungsi sebagai sentra penjualan benih lele dumbo di Desa Sindumartani, harga penjualan yang diterima petani menjadi stabil dan memperbesar *share* petani.

---

Bentuk pasar oligopsoni murni yang dihadapi oleh petani pembenih bukan anggota KTIMN dan petani pembesar lele dumbo menyebabkan adanya tawar-menawar dalam menetapkan harga penjualan petani dan mengharuskan adanya hubungan yang sedemikian rupa antara penjual (petani) dengan pembeli (pedagang perantara) untuk menjaga agar petani tidak menjual ikan atau pedagang tidak membeli kepada pedagang perantara atau petani yang lain.

## VII. KESIMPULAN DAN SARAN

### 7.1. Kesimpulan

1. Luas lahan yang digunakan untuk kegiatan perikanan di Desa Sindumartani tergolong sempit yaitu 82,17 hektar atau 10,66% dari luas wilayah desa.
2. Rata-rata umur petani pembenih 38,65 tahun dengan rata-rata pendidikan formal 11,85 tahun dan rata-rata pengalaman berusaha lele dumbo 8,85 tahun. Jumlah petani pemilik sama banyaknya dengan jumlah petani penyewa. Sebagian besar (76,67%) petani pembenih menjadikan usaha pembenihan lele dumbo sebagai usaha utama.
3. Sarana produksi yang digunakan dalam usaha pembenihan lele dumbo antara lain induk betina, induk jantan, pupuk kandang, pakan tambahan, kolam, peralatan, dan tenaga kerja.

---

4. Terdapat dua pola pemasaran benih lele dumbo di lokasi penelitian, yaitu: pola I: Petani Pembenih Anggota KTIMN – KTIMN – Petani Pembesar; dan pola II: Petani Pembenih non-Anggota KTIMN – PPLok – Petani Pembesar. Cara penjualan petani pola I merupakan cara yang paling banyak dilakukan, yaitu 86,66% petani responden, sedangkan pola II 13,33% responden. Alasan petani memilih pola I karena sebagian besar petani pembenih merupakan anggota dari KTIMN sehingga petani harus menjual hasil produksinya kepada KTIMN.

5. Bentuk pasar yang terjadi di tingkat petani pembenih anggota KTIMN ditinjau dari sisi pembeli adalah monopsoni, sedangkan di tingkat petani pembenih bukan anggota KTIMN adalah oligopsoni murni. Bentuk pasar di tingkat KTIMN ditinjau dari sisi penjual adalah monopoli dan bentuk pasar di tingkat PPLok ditinjau dari sisi penjual adalah oligopoli diferensiasi. Ada hambatan bagi pedagang baru untuk masuk pasar, yang antara lain dalam bentuk modal yang dimiliki dan adanya hubungan langganan antara pedagang.
  6. Terdapat dua sistem penentuan harga penjualan benih lele dumbo antara petani dengan pedagang, yaitu: (1) Ditentukan oleh pedagang, antara petani pola I dengan KTIMN; (2) Sistem tawar-menawar, antara petani pola II dengan PPLok. Sistem pembayaran oleh pedagang kepada petani ada dua cara, yaitu: (1) Dibayar kemudian (kredit), antara petani pola I dengan KTIMN; (2) Dibayar tunai, antara petani pola II dengan PPLok:
- 
7. Hasil dari analisis margin pemasaran menunjukkan total margin terkecil dan *farmer's share* terbesar terdapat pada pola I. Dengan kata lain pemasaran benih lele dumbo pola I efisien, sehingga dilihat dari kepentingan petani, pola I mempunyai nilai yang lebih menguntungkan.
  8. Luas lahan yang dijadikan kolam untuk budidaya ikan di Desa Sumberagung 16,98 hektar atau 0,92% dari luas wilayah desa. Dengan kata lain luas lahan yang digunakan untuk kegiatan perikanan cukup



sempit bila dibandingkan dengan luas lahan yang digunakan untuk pertanian (sawah 24,00% dan ladang/tegal/kebonan 27,92%).

9. Rata-rata umur petani pembesar 44,14 tahun dengan rata-rata pendidikan formal 12,38 tahun dan rata-rata pengalaman berusaha lele dumbo 4,98 tahun. Sebagian besar (73,33%) petani pembesar adalah petani penyewa dan sebagian besar (76,67%) petani pembesar menjadikan usaha pembesaran lele dumbo sebagai usaha sampingan.
10. Sarana produksi yang digunakan dalam usaha pembesaran lele dumbo antara lain benih lele dumbo, pupuk kandang, pakan tambahan, obat-obatan, kolam, peralatan, dan tenaga kerja.
11. Terdapat tiga pola pemasaran lele dumbo konsumsi di lokasi penelitian, yaitu: pola I: Petani Pembesar – PPLok – PP – Konsumen; pola II: Petani Pembesar – PPLok – Konsumen; dan pola III: Petani Pembesar – PPLok – PG – PP – Konsumen. Cara penjualan petani pola I merupakan cara yang paling banyak dilakukan, yaitu 70,00% petani responden, sedangkan pola III 20,00% dan pola II 10,00%. Tidak ada alasan khusus bagi petani untuk memilih pola saluran pemasaran mana yang akan ditempuh karena harga jual petani relatif sama, yaitu Rp 5.000,00/kg.
12. Bentuk pasar yang terjadi di tingkat petani pembesar ditinjau dari sisi pembeli adalah oligopsoni murni. Bentuk pasar di tingkat PPLok (pola I dan II) ditinjau dari sisi penjual adalah oligopoli murni, sedangkan di tingkat PPLok (pola III) ditinjau dari sisi pembeli adalah monopsoni. Bentuk pasar di tingkat PG ditinjau dari sisi penjual adalah monopoli.

Seperti pada pemasaran benih lele dumbo, ada hambatan bagi pedagang baru untuk masuk pasar komoditas lele dumbo konsumsi, yang antara lain dalam bentuk modal yang dimiliki dan adanya hubungan langganan antara pedagang.

13. Sistem penentuan harga penjualan lele dumbo antara petani dengan pedagang menggunakan dua cara, yaitu: (1) Ditentukan oleh pedagang, antara petani dengan PPLok langganan; (2) Sistem tawar-menawar, antara petani dengan PPLok baru. Sistem pembayaran oleh pedagang kepada petani ada dua cara, yaitu: (1) Dibayar kemudian, antara petani dengan PPLok langganan; (2) Dibayar tunai, antara petani dengan PPLok baru:
14. Hasil dari analisis margin pemasaran menunjukkan total margin terkecil dan *farmer's share* terbesar terdapat pada pola II. Dengan kata lain pemasaran lele dumbo konsumsi pola II efisien, sehingga dilihat dari kepentingan petani, pola II mempunyai nilai yang lebih menguntungkan.
15. Pendapatan bersih total dan penghasilan bersih total usaha pembenihan lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 2500 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp 25.798.672,29 per tahun dan 23.760.978,13. Sedangkan pendapatan tunai dan kelebihan uang tunai usaha pembenihan lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 2500 m<sup>2</sup> sebesar Rp 26.639.990,39 per tahun dan Rp 24.602.296,23 per tahun.
16. Pendapatan bersih total dan penghasilan bersih total usaha pembesaran lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 600 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp

13.625.291,76 per tahun dan Rp 12.485.291,56 per tahun. Sedangkan pendapatan tunai dan kelebihan uang tunai usaha pembesaran lele dumbo dengan penggunaan lahan seluas 600 m<sup>2</sup> adalah sebesar Rp 11.679.158,06 per tahun dan Rp 10.724.157,86 per tahun.

## 7.2. Saran

1. Agar petani pembenih lele dumbo pada saluran pemasaran benih lele dumbo pola II mempunyai *farmer's share* tinggi seperti *farmer's share* petani pembenih pola I, maka perlu dibuat lembaga yang fungsinya sama seperti KTIMN di wilayah petani pembenih pola II.
2. Untuk meningkatkan *farmer's share* petani pembesar pada pola III pemasaran lele dumbo konsumsi maka perlu adanya sebuah lembaga yang anggotanya adalah para petani pembesar sendiri, yang bisa mengatur mekanisme penjualan lele dumbo konsumsi hasil produksi petani sehingga petani mempunyai daya tawar yang baik juga sekaligus dengan adanya lembaga ini dapat memperpendek saluran pemasaran lele dumbo.
3. Diperlukan suatu penelitian lebih lanjut mengenai pendapatan rumah tangga petani yang berasal dari luar usaha pembenihan atau pembesaran lele dumbo, sehingga diketahui penghasilan keluarga yang nantinya dengan penghasilan keluarga ini dapat dilakukan penilaian terhadap kemiskinan atau sebaran pendapatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Dep. Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Balai Desa Sindumartani. 1999. *Monografi Desa Sindumartani*. Balai Desa Sindumartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman. Yogyakarta.
- Balai Desa Sumberagung. 1999. *Monografi Desa Sumberagung..* Balai Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman. Yogyakarta.
- Biro Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. 1999. *Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka*. Biro Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Dahl, D.C. and Hammond, J.W. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industri*. McGraw Hill Book Company. Ney York.
- 
- Dinas Perikanan Kabupaten Sleman. 1999. *Laporan Tahunan Dinas Perikanan Kabupaten Sleman*. Yogyakarta
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI-Press. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT Prenhallindo, Jakarta
- Limbong, W.H. dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Diktat. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Nazir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian*. Cetakan Ketiga. Ghalia Indonesia. Jakarta

Prihartono, Rasidik, Arie. 2000. *Mengatasi Permasalahan Budi Daya Lele Dumbo*. PT Penebar Swadaya. Jakarta

Purwono, Joko. 1993. *Analisis Efisiensi Pemasaran Daging Sapi atau Kerbau di Wilayah Kodya Bogor*. Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Santoso, B. 1995. *Petunjuk Praktis Budidaya Lele Dumbo dan Lokal*. Kanisius. Yogyakarta.

Soekartawi, dkk. 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. UI-Press. Jakarta

Soemarsono, M. 1997. *Analisis Pendapatan dan Pemasaran Komoditi Jahe sebagai Usaha Sampingan*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Soetomo, M. 1987. *Teknik Budidaya Ikan Lele Dumbo*. CV. Nian Baru Offset. Bandung.

---

Susanto, H. 1993. *Budidaya Ikan lele*. Kanisius. Yogyakarta.

Suyanto, Rachmatun.. 1999. *Budidaya Ikan Lele*. Cetakan XXIII. PT Penebar Swadaya. Jakarta.

Lampiran 1. Rincian Pengeluaran, Jumlah dan Nilai Produksi, dan Total Pendapatan Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo Tahun 2000

114

Tabel A. Rincian Pengeluaran Usaha Pembenihan Lele Dumbo Tahun 2000

No.	Luas Lahan (Ha)	Induk Betina	Induk Betina	Pengeluaran Tidak Tetap (Rp/th)		Pengeluaran Tetap (Rp/th)			Total Pengeluaran (Rp/th)	
				Pakan	Pupuk	Penyusutan alat	Penyusutan bak Induk	Penyusutan bak pemijahan		Gaji Buruh
1	1,600	90.000,00	54.000,00	1.130.000	410.000	582.788	400.000	100.000	7.200.000	9.966.788
2	0,300	90.000,00	54.000,00	774.000	360.000	109.273	300.000	300.000	3.600.000	5.587.273
3	0,080	90.000,00	54.000,00	1.138.500	99.000	29.139	100.000	200.000	137.500	1.848.139
4	0,250	90.000,00	54.000,00	676.000	0	91.061	300.000	200.000	0	1.411.061
5	0,210	90.000,00	54.000,00	142.500	0	76.491	200.000	200.000	0	762.991
6	0,150	90.000,00	54.000,00	774.000	0	54.636	80.000	80.000	120.000	1.252.636
7	0,300	90.000,00	54.000,00	1.237.500	450.000	109.273	300.000	200.000	1.575.000	4.015.773
8	0,500	90.000,00	54.000,00	1.698.000	445.140	182.121	100.000	100.000	5.400.000	8.069.261
9	0,015	90.000,00	54.000,00	560.000	0	5.464	40.000	40.000	0	789.464
10	0,100	90.000,00	54.000,00	158.341	446.306	36.424	30.000	0	300.000	1.115.071
11	0,300	90.000,00	54.000,00	1.368.000	338.365	109.273	200.000	100.000	1.128.850	3.388.488
12	0,300	90.000,00	54.000,00	1.045.000	0	109.273	600.000	600.000	1.375.000	3.873.273
13	0,032	90.000,00	54.000,00	427.500	0	11.801	100.000	50.000	0	733.301
14	0,660	90.000,00	54.000,00	836.000	825.000	240.400	400.000	300.000	6.600.000	9.345.400
15	0,010	90.000,00	54.000,00	290.250	0	3.642	18.000	100.000	0	555.892
16	0,400	90.000,00	54.000,00	1.698.000	445.148	145.679	200.000	150.000	3.000.000	5.782.827
17	0,100	90.000,00	54.000,00	249.500	0	36.424	40.000	100.000	55.000	624.924
18	0,150	90.000,00	54.000,00	522.500	0	54.636	60.000	50.000	220.000	1.051.136
19	0,300	90.000,00	54.000,00	2.280.000	383.966	109.273	300.000	300.000	2.500.000	6.017.239
20	0,400	90.000,00	54.000,00	1.140.000	234.000	145.697	200.000	200.000	1.920.000	3.983.697
21	0,500	90.000,00	54.000,00	1.698.000	445.140	182.121	100.000	100.000	5.400.000	8.069.261
22	0,015	90.000,00	54.000,00	560.000	0	5.464	40.000	40.000	0	789.464
23	0,100	90.000,00	54.000,00	158.341	446.306	36.424	30.000	0	300.000	1.115.071
24	0,300	90.000,00	54.000,00	1.368.000	338.365	109.273	200.000	100.000	1.128.850	3.388.488
25	0,300	90.000,00	54.000,00	1.045.000	0	109.273	600.000	600.000	1.375.000	3.873.273
26	0,032	90.000,00	54.000,00	427.500	0	11.801	100.000	50.000	0	733.301
27	0,660	90.000,00	54.000,00	836.000	825.000	240.400	400.000	300.000	6.600.000	9.345.400
28	0,010	90.000,00	54.000,00	290.250	0	3.642	18.000	100.000	0	555.892
29	0,400	90.000,00	54.000,00	1.698.000	445.148	145.679	200.000	150.000	3.000.000	5.782.827
30	0,100	90.000,00	54.000,00	249.500	0	36.424	40.000	100.000	55.000	624.924
T	8,575	2.700.000,00	1.620.000,00	26.476.182	6.936.884	3.123.269	5.696.000	4.910.000	52.990.200	104.452.635
R	0,286	90.000,00	54.000,00	882.639,40	231.229,47	104.108,97	189.866,67	163.666,67	1.768.340,00	3.481.751,17

Sumber: Data primer, 2000

Tabel B. Rincian Pengeluaran Usaha Pembesaran Lele Dumbo Tahun 2000

No.	Luas Lahan (Ha)	Pengeluaran Tidak Tetap (Rp/th)					Pengeluaran Tetap (Rp/th) (Penyusutan alat)	Total Pengeluaran (Rp/th)
		Benih	Pakan	Pupuk	Obat-obatan	Tenaga Kerja		
1	0,053	1.425.000	3.600.000	9.000	3.000	60.000	117.971	5.214.971
2	0,058	28.104.000	78.960.000	144.000	48.000	1.920.000	129.100	109.305.100
3	0,031	29.925.000	73.800.000	108.000	36.000	360.000	69.447	104.298.447
4	0,018	1.710.000	4.800.000	12.000	4.000	0	40.066	6.566.066
5	0,011	902.400	309.000	9.000	3.000	0	24.707	1.248.107
6	0,019	1.140.000	4.050.000	0	4.000	40.000	42.737	5.276.737
7	0,065	1.330.000	896.000	12.000	4.000	40.000	144.681	2.426.681
8	0,047	1.976.000	5.200.000	12.000	4.000	120.000	104.616	7.416.616
9	0,036	1.900.000	6.000.000	15.000	5.000	50.000	80.131	8.050.131
10	0,080	2.280.000	6.400.000	12.000	4.000	140.000	178.069	9.014.069
11	0,043	2.375.000	800.000	15.000	5.000	150.000	94.599	3.439.599
12	0,010	1.140.000	2.880.000	12.000	4.000	0	22.259	4.058.259
13	0,150	1.140.000	4.800.000	0	0	0	117.971	6.057.971
14	0,010	1.520.000	3.840.000	12.000	4.000	0	22.259	5.398.259
15	0,020	1.520.000	3.840.000	12.000	4.000	0	44.517	5.420.517
16	0,056	1.662.500	4.800.000	12.000	4.000	26.000	124.648	6.629.148
17	0,080	2.256.000	4.800.000	12.000	4.000	120.000	178.069	7.370.069
18	0,020	3.040.000	3.888.000	12.000	4.000	100.000	44.517	7.088.517
19	0,500	19.000.000	53.000.000	150.000	50.000	3.600.000	1.112.931	76.912.931
20	0,060	2.470.000	8.536.000	0	4.000	80.000	133.552	11.223.552
21	0,047	1.976.000	5.200.000	12.000	4.000	120.000	104.616	7.416.616
22	0,036	1.900.000	6.000.000	15.000	5.000	50.000	80.131	8.050.131
23	0,080	2.280.000	6.400.000	12.000	4.000	140.000	178.069	9.014.069
24	0,043	2.375.000	800.000	15.000	5.000	150.000	94.599	3.439.599
25	0,010	1.140.000	2.880.000	12.000	4.000	0	22.259	4.058.259
26	0,150	1.140.000	4.800.000	0	0	0	117.971	6.057.971
27	0,010	1.520.000	3.840.000	12.000	4.000	0	22.259	5.398.259
28	0,020	1.520.000	3.840.000	12.000	4.000	0	44.517	5.420.517
29	0,056	1.662.500	4.800.000	12.000	4.000	26.000	124.648	6.629.148
30	0,080	2.256.000	4.800.000	12.000	4.000	120.000	178.069	7.370.069
T	1,899	124.585.400	318.559.000	684.000	236.000	7.412.000	3.793.985	455.270.385
R	0,063	4.152.846,67	10.618.633,33	22.800,00	7.866,67	247.066,67	126.466,17	15.175.679,50

Sumber: Data primer, 2000

Tabel C. Jumlah dan Nilai Produksi Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo Tahun 2000

Pembenihan				Pembesaran				
No.	Luas Lahan (Ha)	Produksi Benih (ekor)	Nilai (Rp)	No.	Luas Lahan (Ha)	Lele Dumbo Konsumsi (Rp)	Lele Besar (Rp)	Penenmaan Total (Rp)
1	1,600	966.598	48.329.900	1	0,053	5.381.250	1.312.500	6.693.750
2	0,300	766.502	38.325.100	2	0,058	106.190.000	25.900.000	132.090.000
3	0,080	229.152	11.457.600	3	0,031	129.150.000	31.500.000	160.650.000
4	0,250	124.167	6.208.325	4	0,018	9.225.000	2.250.000	11.475.000
5	0,210	6.220	311.000	5	0,011	4.381.875	1.068.750	5.450.625
6	0,150	196.781	9.839.050	6	0,019	4.305.000	1.050.000	5.355.000
7	0,300	141.706	7.085.275	7	0,065	5.740.000	1.400.000	7.140.000
8	0,500	1.000.000	50.000.000	8	0,047	10.660.000	2.600.000	13.260.000
9	0,015	85.779	4.288.925	9	0,036	8.968.750	2.187.500	11.156.250
10	0,100	369.044	18.452.175	10	0,080	10.250.000	2.500.000	12.750.000
11	0,300	112.885	5.644.250	11	0,043	7.431.250	1.812.500	9.243.750
12	0,300	799.482	39.974.100	12	0,010	3.649.000	890.000	4.539.000
13	0,032	114.739	5.736.925	13	0,150	4.920.000	1.200.000	6.120.000
14	0,660	550.003	27.500.125	14	0,010	6.150.000	1.500.000	7.650.000
15	0,010	96.094	4.804.700	15	0,020	5.125.000	1.250.000	6.375.000
16	0,400	853.751	42.687.550	16	0,056	8.071.875	1.968.750	10.040.625
17	0,100	8.010	400.500	17	0,080	10.947.000	2.670.000	13.617.000
18	0,150	110.136	5.506.800	18	0,020	8.712.500	2.125.000	10.837.500
19	0,300	192.647	9.632.325	19	0,500	82.000.000	20.000.000	102.000.000
20	0,400	415.781	20.789.050	20	0,060	101.475.000	24.750.000	126.225.000
21	0,500	1.000.000	50.000.000	21	0,047	10.660.000	2.600.000	13.260.000
22	0,015	85.779	4.288.925	22	0,036	8.968.750	2.187.500	11.156.250
23	0,100	369.044	18.452.175	23	0,080	10.250.000	2.500.000	12.750.000
24	0,300	112.885	5.644.250	24	0,043	7.431.250	1.812.500	9.243.750
25	0,300	799.482	39.974.100	25	0,010	3.649.000	890.000	4.539.000
26	0,032	114.739	5.736.925	26	0,150	4.920.000	1.200.000	6.120.000
27	0,660	550.003	27.500.125	27	0,010	6.150.000	1.500.000	7.650.000
28	0,010	96.094	4.804.700	28	0,020	5.125.000	1.250.000	6.375.000
29	0,400	853.751	42.687.550	29	0,056	8.071.875	1.968.750	10.040.625
30	0,100	8.010	400.500	30	0,080	10.947.000	2.670.000	13.617.000
T	8,575	11.129.258,500	556.462.925,000	T	1,899	608.906.375,000	148.513.750,000	757.420.125,000
R	0,286	370.975,283	18.548.764,167	R	0,063	20.296.879,167	4.950.458,333	25.247.337,500

Sumber: Data primer, 2000

Tabel D. Total Pendapatan Usaha Pembenihan dan Pembesaran Lele Dumbo Tahun 2000

No.	Luas Lahan (Ha)	Total Penerimaan (Rp)	Total Pengeluaran (Rp)	Total Pendapatan (Rp)	No.	Luas Lahan (Ha)	Total Penerimaan (Rp)	Total Pengeluaran (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
1	1,600	48.329.900	9.822.788	38.507.112	1	0,053	6.693.750	5.214.971	1.478.779
2	0,300	38.325.100	5.443.273	32.881.827	2	0,058	132.090.000	109.305.100	22.784.900
3	0,080	11.457.600	1.704.139	9.753.461	3	0,031	160.650.000	104.298.447	56.351.553
4	0,250	6.208.325	1.267.061	4.941.264	4	0,018	11.475.000	6.566.056	4.908.934
5	0,210	311.000	618.991	-307.991	5	0,011	5.450.625	1.248.107	4.202.518
6	0,150	9.839.050	1.108.636	8.730.414	6	0,019	5.355.000	5.276.737	78.263
7	0,300	7.085.275	3.871.773	3.213.502	7	0,065	7.140.000	2.426.681	4.713.319
8	0,500	50.000.000	7.925.261	42.074.739	8	0,047	13.260.000	7.416.616	5.843.384
9	0,015	4.288.925	645.464	3.643.461	9	0,036	11.156.250	8.050.131	3.106.119
10	0,100	18.452.175	971.071	17.481.104	10	0,080	12.750.000	9.014.069	3.735.931
11	0,300	5.644.250	3.244.488	2.399.762	11	0,043	9.243.750	3.439.599	5.804.151
12	0,300	39.974.100	3.729.273	36.244.827	12	0,010	4.539.000	4.058.259	480.741
13	0,032	5.736.925	589.301	5.147.624	13	0,150	6.120.000	6.057.971	62.029
14	0,660	27.500.125	9.201.400	18.298.725	14	0,010	7.650.000	5.398.259	2.251.741
15	0,010	4.804.700	411.892	4.392.808	15	0,020	6.375.000	5.420.517	954.483
16	0,400	42.687.550	5.638.827	37.048.723	16	0,056	10.040.625	6.629.148	3.411.477
17	0,100	400.500	480.924	-80.424	17	0,080	13.617.000	7.370.069	6.246.931
18	0,150	5.506.800	907.136	4.599.664	18	0,020	10.837.500	7.088.517	3.748.983
19	0,300	9.632.325	5.873.239	3.759.086	19	0,500	102.000.000	76.912.931	25.087.069
20	0,400	20.789.050	3.839.697	16.949.353	20	0,060	126.225.000	11.223.552	115.001.448
21	0,100	50.000.000	7.925.261	42.074.739	21	0,080	13.260.000	7.416.616	5.843.384
22	0,400	4.288.925	645.464	3.643.461	22	0,056	11.156.250	8.050.131	3.106.119
23	0,010	18.452.175	971.071	17.481.104	23	0,020	12.750.000	9.014.069	3.735.931
24	0,660	5.644.250	3.244.488	2.399.762	24	0,010	9.243.750	3.439.599	5.804.151
25	0,032	39.974.100	3.729.273	36.244.827	25	0,150	4.539.000	4.058.259	480.741
26	0,300	5.736.925	589.301	5.147.624	26	0,010	6.120.000	6.057.971	62.029
27	0,300	27.500.125	9.201.400	18.298.725	27	0,043	7.650.000	5.398.259	2.251.741
28	0,010	4.804.700	411.892	4.392.808	28	0,080	6.375.000	5.420.517	954.483
29	0,400	42.687.550	5.638.827	37.048.723	29	0,036	10.040.625	6.629.148	3.411.477
30	0,500	400.500	480.924	-80.424	30	0,047	13.617.000	7.370.069	6.246.931
T	8,574	556.462.925,000	100.132.535,000	456.330.390,000	T	1,899	757.420.125,000	455.270.385,000	302.149.740,000
R	0,286	18.548.764,17	3.337.751,17	15.211.013,000	R	0,063	25.247.337,50	15.175.679,50	10.071.658,00

Sumber: Data primer, 2000

Lampiran 2. Contoh Pernyataan Modal, Pendapatan dan Keuntungan, dan Arus Tunai Usaha Pembenuhan dan Pembesaran Lele Dumbo Petani Responden

Nama : Budiono Luas lahan : 16.000 m<sup>2</sup>  
 Pendidikan : SLTA Lama berusaha : 8 tahun  
 Produk : Benih Lele Dumbo

Tabel A. Pernyataan Modal Usaha Pembenuhan Lele Dumbo Petani Contoh

Macam	Nilai awal (Rp)	Pembelian (Rp)	Penjualan (Rp)	Tambahan nilai/ Penyusutan (Rp)	Nilai akhir (Rp)
<b>Modal</b>					
<b>Lahan</b>					
a. Milik sendiri (5.000m <sup>2</sup> x Rp 7.000/m <sup>2</sup> )	35.000.000				35.000.000
b. Sewa (11.000m <sup>2</sup> x Rp 250/m <sup>2</sup> /tahun)	2.750.000				2.750.000
Pembuatan kolam (15 x Rp 100.000,-)	1.500.000				1.500.000
Bak penampungan induk (4 x Rp 500.000)	2.000.000			-400.000	1.600.000
Bak pemijahan (1 x Rp 500.000)	500.000			-100.000	400.000
Peralatan	728.485			-582.788	145.697
	42.478.485				41.395.697
<b>Hutang</b>					
a. Lahan Sewa (11.000m <sup>2</sup> x Rp 250/m <sup>2</sup> /tahun)	2.750.000				0
b. Pinjaman	2.500.000				0
Modal bersih petani	37.228.485				41.395.697
Nisbah modal petani (%)	87,64				100,00

Tabel B. Pendapatan dan Pengeluaran Usaha Pembenuhan Lele Dumbo Petani Contoh

Macam	Tunai (Rp)	Tidak Tunai (Rp)	Inventaris (Rp)	Total (Rp)
<b>Pendapatan kotor Ustan</b>				
a. Benih Lele dumbo	48.329.900			48.329.900
	48.329.900	0	0	48.329.900
<i>Dikurangi</i> pengeluaran tidak tetap				
a. Induk betina	90.000			90.000
b. Induk jantan	54.000			54.000
a. Pakan	1.130.000			1.130.000
b. Pupuk	410.000			410.000
	1.684.000	0	0	1.684.000
Marjin kotor total (a)	46.645.900	0	0	46.645.900
<b>Pengeluaran tetap</b>				
a. Penyusutan alat		582.788		582.788
b. Penyusutan bak penampungan induk		400.000		400.000
c. Penyusutan bak pemijahan		100.000		100.000
d. Perawatan bak		100.000		100.000
e. Tenaga Kerja	7.200.000			7.200.000
Total (b)	7.200.000	1.182.788	0	8.382.788
Pendapatan bersih Ustan (a-b)	39.445.900	-1.082.788	0	38.263.112
<i>Dikurangi</i> pembayaran sewa lahan + bunga	3.125.000			3.125.000
Penghasilan bersih Ustan	36.320.900	-1.082.788	0	35.138.112

Tabel C. Ukuran Arus Uang Tunai Usaha Pembenuhan Lele Dumbo Petani Contoh

Macam	Jumlah (Rp)
Penerimaan tunai Ustan (a)	48.329.900
Pengeluaran tunai:	
a. Tidak tetap	1.684.000
b. Tetap	7.200.000
Pengeluaran tunai Ustan (b)	8.884.000
Pendapatan tunai Ustan (a-b)	39.445.900
<i>Dikurangi</i> biaya pembayaran sewa lahan + bunga pinjaman	3.125.000
Kelebihan uang tunai Ustan	36.320.900





Lampiran 3. Penggunaan dan Nilai Penyusutan Peralatan Usaha Pembenihan 118 dan Pembesaran Lele Dumbo

Tabel A. Penggunaan dan Nilai Penyusutan Peralatan pada Usahatani Pembenihan Lele Dumbo di Desa Sindumartani

Nama Peralatan	Jumlah	Harga Satuan	Nilai	Umur	Nilai Penyusutan
1. Cangkul	2	26.000,00	52.000,00	24	2.166,67
2. Sikat	2	4.000,00	8.000,00	3	2.666,67
3. Ember	4	3.500,00	14.000,00	12	1.166,67
4. Ijuk	5	3.500,00	17.500,00	8	2.187,50
5. Drum	1	40.000,00	40.000,00	60	666,67
6. Hafa induk/benih	2	35.000,00	70.000,00	5	14.000,00
7. Hafa kebul	6	7.000,00	42.000,00	12	3.500,00
8. Jaring benih	2	22.500,00	45.000,00	30	1.500,00
9. Jaring kebul	1	12.000,00	12.000,00	12	1.000,00
Total			300.500,00		28.854,17

Tabel B. Penggunaan dan Nilai Penyusutan Peralatan pada Usahatani Pembesaran Lele Dumbo di Desa Sumberbagung

Nama Peralatan	Jumlah	Harga Satuan	Nilai	Umur	Nilai Penyusutan
1. Ember	3	4.000,00	12.000,00	24	1.000,00
2. Cangkul	2	30.000,00	60.000,00	60	2.000,00
3. Sikat	1	15.000,00	15.000,00	60	500,00
4. Drum	5	30.000,00	150.000,00	60	5.000,00
5. Deklik	1	12.500,00	12.500,00	24	1.041,67
6. Krat	3	25.000,00	75.000,00	60	2.500,00
7. Gerobak	1	200.000,00	200.000,00	60	6.666,67
8. Timbangan	1	110.000,00	110.000,00	120	1.833,33
9. Seser	1	11.000,00	11.000,00	12	1.833,33
Total			645.500,00		22.375,00

