



## ANALISIS RANTAI PASOK IKAN NILA DI KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN MUSI RAWAS

### SUPPLY CHAIN ANALYSIS OF TILAPIA FISH IN PURWODADI DISTRICT MUSI RAWAS REGENCY

Ira Primalasari<sup>1</sup>, Vera Octalia<sup>1</sup>, Maheran Mulyadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Silampari, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Corresponding Author e-mail : [iraprimalasari20@gmail.com](mailto:iraprimalasari20@gmail.com)

#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis rantai pasok ikan nila dan menghitung margin pemasaran yang didapat oleh setiap lembaga pemasaran. Pengambilan data dengan survei dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Informasi tersebut mengenai pelaku usaha ikan nila. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan analisis margin pemasaran. Analisis kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan rantai pasok usaha ikan nila. Metode analisis margin pemasaran dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terjadi di tingkat petani (harga beli) dengan harga di tingkat Lembaga pemasaran (harga jual). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat 3 pola rantai pasok ikan nila di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Musi Rawas yaitu; Pola aliran rantai pasok 1, Pola aliran rantai pasok 2, dan Pola rantai pasok 3. Margin pemasaran yang diperoleh oleh masing-masing rantai pasok berbeda-beda. Margin pemasaran yang tertinggi diperoleh pada aliran rantai pasok ke 3 dengan persentase sebesar 100%. Hal ini terjadi karena pada rantai pasok ini pembudidaya menjual langsung hasil ikan kepada konsumen.

**Kata kunci : Rantai Pasok, Ikan Nila**

#### PENDAHULUAN

Ikan nila merupakan salah satu ikan tawar yang banyak di budidayakan di Provinsi Sumatera Selatan. Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi ikan nila sebagai lauk pauk dan sumber protein. Meningkatnya jumlah konsumsi ikan nila berpengaruh dengan jumlah produksi yang juga semakin tinggi.

Menurut data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan di Provinsi Sumatera Selatan memiliki jumlah Produksi ikan nila setiap tahunnya. Berikut data produksi ikan nila di Provinsi Sumatera Selatan.



Tabel 1. Data Produksi Ikan Nila di Provinsi Sumatera Selatan

No	Tahun	Produksi (Ton)
1	2010	0
2	2011	63.807,00
3	2012	95.443,00
4	2013	120.129,00
5	2014	140.561,00
6	2015	196.841,00
7	2016	128.911,80
8	2017	160.594,19
9	2018	123.609,43
10	2019	94.963,01
11	2020	29.118,76

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2022

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan fluktuasi data produksi ikan nila yang ada di Sumatera Selatan. Produksi ikan nila tertinggi yaitu pada tahun 2016 sebanyak 196.841,00 ton. Sedangkan pada Tahun 2020 produksi ikan nila hanya mencapai 29.118,76 ton. Tinggi rendahnya produksi ikan nila tersebut berkaitan dengan para pembudidaya ikan nila yang semakin berkurang yang disebabkan karena beberapa kendala, salah satunya adalah karena irigasi yang kering. Sehingga banyak pembudidaya skala kecil yang berhenti untuk membudidayakan ikan nila. Menurut Firmansyah, dkk (2022), menyatakan bahwa ruang lingkup kegiatan budidaya ikan mencakup

pengendalian pertumbuhan dan pembiakan. Budidaya ikan bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih tinggi atau lebih banyak dan lebih baik daripada membiakkan ikan berkembang secara alami. Kabupaten Musi Rawas merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan. Salah satu tempat yang membudidayakan ikan nila terletak di Kecamatan Purwodadi. Budidaya ikan nila merupakan peranan penting dalam meningkatkan jumlah produksi ikan nila sampai kepada konsumen. Salah satu usaha yang menyalurkan ikan nila dari pembudidaya sampai kepada konsumen merupakan salah satu bentuk kegiatan rantai pasok.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner untuk memperoleh informasi dari pemilik usaha ikan nila dan pihak-pihak yang terkait. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait yang berhubungan dengan penelitian rantai pasok usaha



ikan nila. Peneliti juga menggunakan informasi dari jurnal, literatur dan buku-buku sebagai referensi.

## Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode survei. Menurut Feni, dkk (2022), metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode survei akan diperoleh informasi langsung baik dari kelompok maupun individu. Pengambilan data dengan survei dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Informasi tersebut mengenai pelaku usaha ikan nila.

## Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan analisis margin pemasaran. Analisis kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan rantai pasok usaha ikan nila. Analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan secara menyeluruh tentang data dan informasi yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah yang ada. Menurut Marisa, *et al* (2021) analisis kualitatif

dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis rantai pasok dan rantai nila usaha ikan nila.

Metode analisis margin pemasaran dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang terjadi di tingkat petani (harga beli) dengan harga di tingkat Lembaga pemasaran (harga jual). Margin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$MP = Hp - Hb$$

Dimana:

MP : margin pemasaran (rupiah/kg)

Hp : harga penjualan (rupiah/kg)

Hb : harga beli (rupiah/kg)

Untuk menghitung keuntungan setiap Lembaga pemasaran yang terlibat, diperoleh dari selisih antara rata-rata total penerimaan dengan rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pembudidaya ikan selama satu periode (Suryati, 2021).

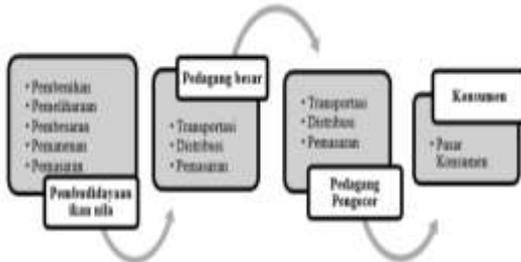
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Karakteristik Responden Rantai Pasok Usaha Ikan Nila

Menurut Khadijah (2019), proses rantai pasok merupakan gambaran dalam mekanisme suatu bisnis yang terdiri dari beberapa

rangkaian proses mulai dari produk sampai kepada konsumen. Pola rantai pasok ikan nila di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Musi Rawas yang terjadi di lapangan terdapat 3 pola aliran rantai pasok ikan nila., yaitu : pola rantai pasok 1, pola rantai pasok 2 dan pola rantai pasok 3. Ketiga rantai pasok yang terjadi di lapangan menunjukkan adanya keterlibatan antara berbagai lembaran pemasaran. Berikut merupakan beberapa rangkaian siklus rantai pasok ikan nila di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Musi Rawas.

### a. Pola Rantai Pasok 1



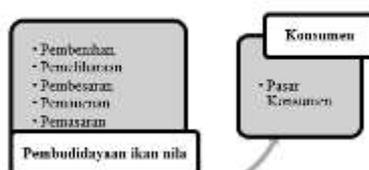
Gambar 1. Pola Rantai Pasok Ikan Nila 1

### b. Pola Rantai Pasok 2



Gambar 2. Pola Rantai Pasok 2

### a. c. Pola Rantai Pasok 3



Gambar 3. Pola Rantai Pasok 3

Berdasarkan Gambar di atas menunjukkan pola rantai pasok ikan nila yang ada di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Musi Rawas. Pola rantai pasok ikan nila yang terjadi melibatkan berbagai pihak yang mendukung dalam kegiatan yaitu pembudidaya ikan nila, pedagang besar, pedagang pengecer baru ke konsumen. Pada masing-masing lembaga terdapat beberapa aktifitas dalam menunjang kegiatan rantai pasok ikan nila ini. Pembudidaya ikan nila di Kecamatan Purwodadi terdiri dari pembudidaya besar dan pembudidaya kecil. Pelaku utama dalam rantai pasok ikan adalah pembudidaya ikan nila, karena mereka memiliki tahapan kegiatan yang rumit seperti Mulai dari pembenihan, pemeliharaan, pembesaran, pemanenan dan pemasaran. Menurut Hasan, *et al* (2020) menyatakan bahwa sebelum melakukan kegiatan budidaya ikan, langkah pertama yang harus diperhatikan dalam persiapan budidaya adalah pengelolaan tanah dan air. Pengelolaan tanah bertujuan untuk menciptakan kondisi optimum tanah agar dapat menyediakan lingkungan yang layak sebagai tempat hidup ikan, sedangkan tujuan pengelolaan air bertujuan untuk mempercepat proses



dekomposisi unsur-unsur organik dari pupuk menjadi unsur anorganik yang dapat menyuburkan kolam

**Pembenihan**, Merupakan bagian awal yang sangat penting dalam produksi usaha budidaya ikan nila. Benih ikan nila termasuk ikan yang mudah di budidaya dan tidak ribet dalam pemeliharanya. Menurut Yuliati (2013), ikan nila merupakan ikan yang mampu bertahan hidup dalam lingkungan yang tidak baik, artinya faktor penting dalam budidaya ikan nila adalah kecukupan air untuk bertahan hidup. Benih ikan nila yang disebar memiliki ukuran yang sama dan memiliki umur yang sama. Hal ini untuk meminimalisir resiko yang akan terjadi, jika ada benih yang lebih besar tentunya akan terjadi persaingan dalam hal mendapatkan makanan. Sehingga ikan yang kecil tidak akan mampu bertahan hidup jika dicampur dengan ikan yang lebih besar. Ukuran benih ikan nila yang diambil yaitu 4-5 inci dengan harga ikan nila yaitu Rp 300,-/ekor. Jumlah pembelian benih oleh para pembudidaya ikan berbeda-beda. Untuk pembudidaya skala kecil pembelian benih berkisar antara 100-500 ekor, sedangkan untuk para pembudidaya besar pembelian

benih berkisar antara 1.000-20.000 ekor

**Pemeliharaan dan Pembesaran**, merupakan rangkaian kegiatan pada budidaya ikan nila. Menurut Matondang (2021), kegiatan pembesaran memiliki peran penting karena kualitas, kuantitas dan kontinuitas pasokan ikan yang dibutuhkan konsumen sangat tergantung dari produksi oleh pembudidaya ikan. Pemeliharaan dan pembesaran ikan nila ini berkaitan dengan pakan yang diberikan. Hal ini dikarenakan pakan memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ikan. Pemberian pakan juga sangat perlu diperhatikan dalam budidaya ikan hal ini akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas ikan nila. Jenis pakan yang digunakan oleh pembudidaya ikan nila di Kecamatan Purwodadi yaitu pakan dengan merek 1053 pakan ikan nila komplit butiran dengan harga Rp 415.000. Pakan ikan 1053 memiliki kadar air (Max) sebesar 12,0% kemudian protein sebesar 30,0%-32,0%. Lemak (Min) sebesar 7%, serat kasar (Max) sebesar 6,0% dan kadar abu (Max) sebesar 12,0%. Merek yang lain yaitu KKP RI IP 1617112020 dengan harga Rp 325.000 Analisa pupuk KKP



yaitu protein (Min) sebesar 26%, Lemak (Min) sebesar 5%, Serat (Max) sebesar 6%, Kadar Abu (Max) sebesar 10% dan Kadar air (Max) sebesar 12%. Para Pembudidaya ikan nila skala besar biasanya membeli pakan langsung dari distributor pakan ikan dan juga menyediakan atau menjual pakan kepada para budidaya skala kecil. Pembelian dilakukan dengan menggunakan mobil pick up atau truck. Sedangkan para budidaya ikan nila skala kecil membeli pakan melalui pembudidaya besar. Pembelian dilakukan dengan menggunakan sepeda motor.

**Pemanenan dan Pemasaran,** merupakan rangkaian akhir kegiatan budidaya ikan nila. Pemanenan dilakukan ketika ikan sudah besar biasanya mencapai 3 sampai 4 bulan masa panen. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmatillah, *et al* (2018), pemanenan dapat dilakukan setelah mencapai 3 bulan. Kegiatan pemanenan ini biasanya ada yang dilakukan secara bergotong royong yang dibantu oleh tetangga maupun keluarga terdekat. Hal ini biasanya dilakukan oleh para pembudidaya kecil. Selain itu ada juga yang menggunakan sistem upah dengan

memotong harga pada ikan yang akan dijual, ataupun pembudidaya membayar upah kepada tenaga kerja yang bekerja untuk memanen ikan. Sistem ini biasanya dilakukan kepada para pembudidaya ikan besar. Menurut Sri (2021), menyatakan bahwa penentuan jalur dan rute yang efektif untuk mempermudah dan melancarkan penyampaian produk tersebut tepat waktu, sehingga nilai unit dan kualitas bawang tidak mudah rusak. Pada tahapan kegiatan ini biasanya para pembudidaya ikan kecil memasarkan hasil budidayanya kepada pembudidaya besar. Sedangkan para pembudidaya besar akan memasarkan kepada pedagang besar. Selanjutnya para pedagang besar akan memasarkan ikan kepada para pengecer ataupun langsung kepada konsumen. Pemasaran ikan nila yang ada di Kabupaten Musi Rawas telah sampai ke luar Kabupaten Musi Rawas, diantaranya telah dijual ke Kota Lubuklinggau, Jambi, Empat Lawang, Lahat dan Pagar Alam. Menurut Sugiman (dkk), 2023 menyatakan bahwa pemasaran ikan nila tidak terlepas dari Lembaga pemasaran. Kelembagaan pemasaran dalam pertanian mempunyai kontribusi yang



sangat penting dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan serta kesejahteraan pelaku usaha. Hal ini membuktikan bahwa produksi ikan nila yang dihasilkan sudah mampu mencukupi kebutuhan konsumsi para konsumen di Kabupaten Musi Rawas.

**Pedagang besar**, merupakan seseorang yang membeli dan menjual ikan nila dalam jumlah besar. Dimana pedagang besar tidak melakukan kegiatan budidaya ikan, namun hanya menjual hasil panen ikan yang telah dipanen. Pedagang berperan dalam rantai pemasaran ikan nila. Dalam hal ini pedagang besar mendistribusikan ikan nila kepada pengecer atau langganannya, ataupun dengan konsumen langsung. Penjualan dilakukan dengan menggunakan transportasi yaitu mobil atau langsung ke tempat penampungan ikan. Biasanya pedagang besar akan membedakan ukuran ikan nila, baik itu yang ukuran sedang dan ukuran besar. Harga yang diberikan juga berbeda-beda.

**Pedagang Pengecer**, merupakan bagian dari pelaku rantai pemasaran yang memasarkan ikan nila langsung kepada konsumen. Para pengecer ini biasanya membeli langsung kepada

pedagang besar. Pedagang pengecer menggunakan sepeda motor untuk memasarkan ikan nila baik itu di pasar maupun keliling rumah warga.

Pada rantai pasok ikan nila terdiri Aliran rantai pasok ikan nila terdiri dari aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan.

a. Aliran produk ikan nila

Menurut Matondang (2021), aliran produk melibatkan perpindahan produk mentah dari pemasok ke konsumen. Aliran produk pada penelitian ini yaitu berasal dari pembudidaya ikan nila yang ada di Kecamatan Purwodadi. Para pembudidaya membeli benih ikan nila di Tempat Pembenihan Ikan (TPI) dengan harga Rp 300,-/ekor. Sebelumnya para pembudidaya memiliki kolam sebagai tempat pemeliharaan benih. Aliran produk ini dimulai dari pembenihan ikan nila, pembesaran dan pemeliharaan barulah sampai ke pemanenan dan pemasaran. Pemeliharaan ikan nila sampai pada tahap pembesaran sampai pemanenan, berkisar antara 3 sampai 4 bulan. Barulah ikan nila dapat dipasarkan kepada konsumen. Kegiatan pemanenan dilakukan dengan



melakukan pengepakan yaitu memasukkan ikan nila yang siap dijual ke dalam kantong plastik yang telah diberikan gas oksigen. 1 kantong plastik memiliki berat 6 Kg. Kantong yang telah terisi ikan akan di distribusikan ke luar Kabupaten, diantara ada yang ke Pagar Alam, Lahat, dan Jambi. Setiap satu kali keberangkatan membawa 50-100 kantong.

#### b. Aliran informasi ikan nila

Aliran informasi merupakan aliran yang terjadi pada rantai pasok ikan nila, informasi yang didapat berupa jumlah pesanan ikan nila, kualitas benih ikan nila yang dipesan, informasi mengenai waktu pengantaran ikan nila.. Para pembudidaya akan menelfon langsung langganan yang ada di luar Kabupaten terkait dengan stok yang ada di tempatnya. Selanjutnya jika para pelanggan yaitu pedagang besar masih memiliki stok ikan yang cukup, maka akan mencari informasi pedagang besar lain yang kekurangan stok ikan nila. Disisi lain para pembudidaya juga mengecek informasi harga pakan yang telah masuk. Jika stok pakan di gudang akan menipis maka pembudidaya akan segera memesan pakan ikan nila.

Pemesanan dilakukan agar tidak terjadinya kesalahan dalam pengantaran dan menghitung pakan itu sendiri.

Menurut Rantung *et al* (2016) salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan *supply chain* (Rantai pasok) dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat di antara jaringan atau mata rantai. Begitu juga aliran rantai pasok pakan meliputi kuantitas atau jumlah permintaan dan persediaan pakan dan informasi harga serta informasi waktu. Pedagang besar akan menginformasikan harga yang akan disepakati antar pembudidaya pembesaran dan pedagang besar.

#### c. Aliran keuangan ikan nila

Aliran keuangan yang terjadi pada rantai pasok ikan nila di Kabupaten Musi Rawas berhubungan dengan finansial, seperti pembayaran pada transaksi jual beli ikan, jadwal dan waktu pembayaran serta perjanjian yang telah disepakati. Pembudidaya ikan membayar langsung seharga Rp 350,- per ekor secara tunai kepada TPI. Begitu juga dengan pembayaran pakan. Harga pakan yang mahal, membuat para pembudidaya kecil kesulitan untuk membayar pakan secara tunai. Hal ini



membuat para pembudidaya kecil memiliki hutang pakan dan membayarnya setelah panen. Penjualan ikan yang dilakukan ke pedagang besar akan dibeli secara tunai. Begitu juga dengan para konsumen yang langsung membayar tunai ikan yang dibeli. Hal ini sesuai dengan pernyataan Setiadi (2017) bahwa aliran finansial pada rantai pasok ikan nila akan mengalir dari hilir ke hulu.

**Margin Pemasaran Ikan Nila di Kabupaten Musi Rawas** Menurut Susilowati (2022) margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang

harus dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin timbul karena adanya biaya-biaya tambahan yang dikelaurkan oleh pelaku pemasaran selama proses pendistribusian. Analisis margin pemasaran dapat digunakan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran yang ada di tiap lembaga pemasaran. Margin pemasaran dapat di peroleh pada pola rantai pemasaran yang panjang, sedang maupun pendek dalam saluran pemasaran yang terjadi. Berikut ini merupakan tabel margin pemasaran yang diperoleh pada usaha ikan nila:

**Tabel 2. Margin Pemasaran Ikan Nila**

No	Uraian	Rantai Pasok					
		I		II		III	
		Nilai (Rp/Kg)	%	Nilai (Rp/Kg)	%	Nilai (Rp/Kg)	%
1	<b>Pembudidaya ikan</b>						
	Harga beli	23.000		23.000		23.000	
	Harga Jual	26.000		26.000		26.000	
	Biaya Pemasaran	1.500		1.500		1.500	
	Margin Pemasaran	3.000	20	3.000	36,36	3.000	100
	Keuntungan Pemasaran	1.500		2.500		2.500	
2	<b>Pedagang Besar</b>						
	Harga Beli	28.000		28.000			
	Harga Jual	33.000		35.000			
	Biaya Pemasaran	4.000		3.500			
	Margin Pemasaran	5.000	33	7.000	63,64		
	Keuntungan Pemasaran	1.000		3.500			
3	<b>Pengecer</b>						
	Harga Beli	33.000					
	Harga Jual	40.000					
	Biaya Pemasaran	2.500					
	Margin Pemasaran	7.000	46,67				
	Keuntungan Pemasaran	4.500					
4	<b>Konsumen</b>						
	Harga Beli	40.000		35.000		26.000	
	Margin Pemasaran Total	15.000		11.000		4.000	

Sumber: Data Primer di Olah, 2023



Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan margin pemasaran yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran pada setiap rantai pasok ikan nila. Pada rantai pasok 1 pedagang pengecer mendapatkan margin pemasaran tertinggi sebesar 46,67%. Pedagang pengecer lebih besar mendapatkan margin pemasaran dikarenakan para pengecer memberikan harga kepada konsumen dengan harga yang tinggi. Harga ikan bisa mencapai Rp 40.000 per kg. Sedangkan untuk pedagang besar mendapatkan margin pemasaran sebesar 33%. Sedangkan pembudidaya mendapatkan margin sebesar 20%. Keuntungan yang diterima oleh pembudidaya ikan pada lebih kecil dibandingkan dengan keuntungan yang diterima oleh Pedagang pengecer. Biaya pemasaran yang di keluarkan oleh pembudidaya juga lebih kecil, hal ini dikarenakan para pembudidaya telah memiliki pelanggan pedagang besar untuk memasarkan ikannya. Sedangkan para pedagang besar memasarkan ikannya tidak hanya pada satu tempat. Sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan lebih besar.

Pada rantai pasok ke 2 margin

pemasaran tertinggi yang didapat masih terletak pada lembaga pedagang besar sebesar 63,64%. Sedangkan pembudidaya ikan mendapatkan margin sebesar 36,36. Keuntungan pemasaran pada rantai ini juga sama, yaitu lebih besar yang diperoleh oleh lembaga pemasarannya. Harga jual ikan oleh pembudidaya lebih murah dibandingkan dengan lembaga pemasarannya yang mencapai Rp 35.000 per kg. Hal ini dikarenakan tempat penjualan oleh pedagang besar lebih besar jangkauannya, sehingga disesuaikan dengan transportasi yang digunakan. Konsumen dalam hal ini membeli ikan kepada pedagang besar, sehingga harga nya sudah semakin tinggi.

Pada rantai pasok ke 3 margin pemasaran yang di dapatkan oleh pembudidaya ikan 100%. Keuntungan yang diperoleh oleh pembudidaya ikan lebih besar dibandingkan dengan rantai pasok ke 1 dan 2. Hal ini dikarenakan pembudidaya langsung menjual ikan kepada konsumen tanpa melalui perantara lembaga pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam jual beli ikan, maka semakin sedikit keuntungan dan margin



pemasaran yang didapat oleh pembudidaya ikan. Beberapa alasan para pembudidaya memilih untuk menjual melalui pedagang perantara karena belum adanya wadah untuk menampung ikan yang besar dan sudah dipanen, tidak mau repot dan takut ikan akan mati jika tidak segera di jual, membayar hutang. Sehingga sebagian besar para pembudidaya menjual hasil panen ikan kepada para pedagang pemasaran. Hanya sebagian kecil saja dijual kepada konsumen, padahal sebenarnya keuntungan yang diperoleh akan lebih besar jika langsung dijual oleh konsumen

## KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian rantai pasok ikan nila yaitu terdapat 3 pola rantai pasok ikan nila di Kecamatan Purwodadi Kabupaten Musi Rawas antara lain pola aliran rantai pasok 1 yang melibatkan pembudidaya ikan nila kemudian melibatkan saluran pemasaran yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer baru sampai kepada konsumen. Pola aliran rantai pasok ke 2 melibatkan pembudidaya ikan nila kemudian ke pedagang besar setelah itu baru sampai kepada konsumen. Pola

rantai pasok terakhir yaitu ke 3 tidak melibatkan rantai pemasaran, mulai dari pembudidaya ikan nila langsung ke konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh oleh masing-masing rantai pasok berbeda-beda. Margin pemasaran yang tertinggi diperoleh pada aliran rantai pasok ke 3 dengan persentase sebesar 100%. Hal ini terjadi karena pada rantai pasok ini pembudidaya menjual langsung hasil ikan kepada konsumen pembelian pupuk bersubsidi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah dan Andi Amran Asriadi. 2022. Trend Nilai Tukar Perikanan Budidaya dan Perikanan Tangkap di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Agribis*. 15 (2). 204-2053
- Feni, R. Fithri Mufriantje dan Bob Hendra. 2022. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Usaha Penggilingan Padi di Kota Bengkulu. *Jurnal Agribis*. 15 (1). 1928-1934.
- Hasan, N. Afifa., I.Maulana., S.Wahyuni., Novita, D. Anugrah., Fitri., Hafza., Naharia., Y.Sahodding., A.Rifai., Hartono., Aminullah., Elihami. 2020. Budidaya Ikan Nila Pada Kolam Tanah. *Maspul Journal of Community Empowerment*. 1(2), 24-33.
- Khadijah, A., Tauny Akbari dan M. Syamsul Maarif. 2019. Analisis Supply Chain Ikan Tuna di PPI Binuangeun. *Jurnal Marina*



- Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan* 5(1), 21-28
- Marisa, J. R. Syahni., R.A.Hadiguna dan Nofialdi. 2021. Analisis Rantai Nilai Ikan Nila: Studi Kasus di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Pendidikan Islam*. 10(2), 829-842 Doi: 10.30868/ei.v10i02.2358.
- Matondang, D.T., Hendrik dan Tince Sofyani. 2021. Analisis Rantai Pasok Input Usaha Keramba Jaring Apung di Kelurahan Haranggaol Kecamatan Haranggaol Horison Kabupaten Simalungun Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir*. 2(4), 26-36
- Rahmatillah, R.,C.W.Verminda.,A. Haitami. 2018. Analisis Usaha Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Dsa Beringin Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agri Sains*. 2(2), 1-9
- Rantung Ml.,Adolfina, Wenas RS. 2016. Analisis Kinerja Rantai Pasok Komoditas Kacang di Pasar Tradisional Beriman Kota Tomohon, *Jurnal EMBA*. 4(2), 849-858
- Sugiman, Herri Fariadi dan Evi Andriani. 2023. Motif dan Pola Interaksi Antara Petani Kelapa Sawit dan Lembaga Pemasaran di Desa Dusun Baru 1 KEcamatan Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Agribis*. 16 (1). 2110-2117
- Susilowati, I., Istiqomah, Sukiman., S.D.Purnomo. 2022. Analisis Margin Pemasaran Ikan Layang di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*.6(1), 238-248.
- Sri Rahyu Endang Lestari. 2021. Manajemen Pemasaran Sawi (*Brassica Juncea*) di Hidroponik Center Palembang. *Jurnal Agribis*. 1635-1649.
- Setiadi, Rita, N., Suharno. 2017. Analisis Kinerja Rantai Pasok Ikan Nila Pada Bandar Sriandoyo Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas: *Pendekatan Food Supply Chain Networks (FCSN)*. *Jurnal Jofsa*. 1(2), 53-59
- Suryati, N. 2021. Keuntungan Usaha Pengolahan lempok di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Agribis*. 14 (1). 1726-1733.
- Statistik Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2023.Data Produksi Ikan Nila di Provinsi Sumatera Selatan.  
<https://statistik.kkp.go.id/home.php>
- Yuliati, P.,T. Kadarini.,Rusmaedi dan S. Surbandiyah. 2013. Pengaruh Padat Penebaran Terhadap Pertumbuhan dan Sintasan Dederan Ikan Nila Gift (*Oreochromis Niloticus*) di Kolam. *Jurnal Iktiologi*. 3(2)