

# ANALISIS RANTAI NILAI USAHA AGROINDUSTRI IKAN PATIN SALAI DI DESA PENYASAWAN KECAMATAN KAMPAR KABUPATEN KAMPAR

Adi Wahyu Dwi Nugroho, Novia Dewi, Jumatri Yusri  
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau  
[Nugroho9184@gmail.com](mailto:Nugroho9184@gmail.com)

## ABSTRACT

This study aims to identify the value chain of catfish agroindustry in Desa Penyesawan, to analyze the value or margin received on each chain involved in salted catfish agro industry and to analyze the added value of catfish salai in Desa Penyesawan. The method of determining the sample using purposive sampling method. With this method got 9 business agent of catfish salt agroindustry as research sample. Data analysis method used is descriptive method of quantitative and qualitative. The data used in this study is the primary data in the form of questionnaires in the form of questionnaires and secondary data in the form of data obtained from relevant agencies. Result of research indicate that there are 2 pattern of value chain that is pattern I: farmer-perpetrator of business-consumer (19,26) and pattern II: farmer-perpetrator of business-merchant retailer-consumer (10,41). The comparison of marketing efficiency at the same actor level shows that the value chain of pattern II is more efficient than the value chain of pattern I (10.41).

**Keywords : Salai Patin Fish, Agroindustry, Value Chain, Actor**

## PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi dari peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Ikan patin adalah ikan perairan tawar yang termasuk ke dalam *famili pangasidae* dengan nama umum adalah *catfish*. Diantara beberapa jenis patin tersebut, yang telah berhasil dibudidayakan, baik dalam pembenihan maupun pembesaran dalam skala usaha mikro, kecil, dan menengah adalah 2 spesies, yakni ikan patin siam (*Pangasius hypophthalmus*; nama latin sebelumnya adalah *P. sutchi*) dan

patin jambal (*Pangasius djambal*) (Tim Penelitian dan Pengembangan Perkreditasi dan UMKM, 2010). Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki keunggulan komparatif di sektor perikanan Kabupaten Kampar juga terkenal sebagai sentra produksi ikan patin. Kecamatan Kampar merupakan daerah penghasil ikan patin terbesar dengan hasil produksi sebanyak 6.250,50 ton. Agroindustri merupakan kegiatan pemanfaatan hasil pertanian menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi, sekaligus menjadi suatu tahapan pembangunan pertanian berkelanjutan. Agroindustri menjadi subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada

pengolahan sumberdaya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah komoditas. Ikan patin segar merupakan bahan baku dalam agroindustri ikan patin salai yang ketersediaannya harus senantiasa berkelanjutan guna kelangsungan operasional industri pengolahan. Proses penyampaian produk dari produsen sampai kepada konsumen akan melibatkan banyak pelaku dalam aktivitas setiap rantai. Banyaknya aktor yang terlibat dan panjangnya rantai nilai komoditi ikan patin salai menyebabkan penambahan biaya dari mulainya penyalaaian yang membutuhkan bahan baku, tenaga kerja, transportasi, yang setiap indikatornya menimbulkan biaya akan dimasukkan kepenghitungan rantai nilai (*value chain*) bagaimana nilai atau margin yang diterima dari setiap rantai.

Ikan patin segar merupakan bahan baku dalam agroindustri ikan patin salai yang ketersediaannya harus senantiasa berkelanjutan guna kelangsungan operasional industri pengolahan. Proses penyampaian produk dari produsen sampai kepada konsumen akan melibatkan banyak pelaku dalam aktivitas setiap rantai. Banyaknya aktor yang terlibat dan panjangnya rantai nilai komoditi ikan patin salai menyebabkan penambahan biaya dari mulainya penyalaaian yang membutuhkan bahan baku, tenaga kerja, transportasi, yang setiap indikatornya menimbulkan biaya akan dimasukkan kepenghitungan rantai nilai (*value chain*) bagaimana nilai atau margin

yang diterima dari setiap rantai. Dengan demikian memunculkan beberapa perumusan masalah penelitian :

1. Bagaimana rantai nilai (*value chain*) agroindustri ikan patin salai di Desa Penyesawan.
2. Bagaimana nilai atau margin yang diterima pada setiap rantai yang terlibat dalam agroindustri ikan salai patin.
3. Bagaimana nilai tambah pada proses rantai nilai agroindustri ikan patin salai di desa penyesawan

#### **Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi rantai nilai (*value chain*) agroindustri ikan patin salai di Desa Penyesawan.
2. Menganalisis nilai atau margin yang diterima pada setiap rantai yang terlibat dalam agroindustri ikan patin salai.
3. Menganalisis nilai tambah ikan patin salai di Desa Penyesawan

#### **Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi pemerintah dan instansi terkait, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menentukan kebijakan yang berkaitan dengan sektor pertanian.

2. Bagi kalangan akademisi penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya ataupun penelitian sejenis.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Penyasawan Kabupaten Kampar. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Penyasawan merupakan salah satu desa penghasil ikan patin terbesar di Kecamatan Kampar. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan terhitung dari bulan Septemberr 2016 sampai bulan Maret 2017. Kegiatan penelitian ini meliputi penyusunan proposal penelitian, analisis data, dan penyusunan hasil penelitian.

### **Metode Pengambilan Populasi**

Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* di Desa Penyasawan Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Desa tersebut dipilih karena merupakan sentra produksi ikan patin salai di Kecamatan Kampar dan terdapat usaha agroindustri ikan patin salai.

### **3.3. Metode Pengambilan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Data primer yang diambil yakni identitas pelaku

usaha yaitu: nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pengalaman berusaha, pendapatan, pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan, jumlah tanggungan keluarga dan domisili kegiatan usaha yang dilakukan. Rantai nilai agroindustri ikan patin salai

a. Pemetaan rantai nilai.

1. Aktor dalam rantai nilai

Informasi yang dibutuhkan meliputi: (1) jumlah pelaku usaha, (2) jumlah pedagang pengecer (3) lokasi setiap aktor yang terlibat.

2. Aktivitas dalam rantai nilai

Analisis rantai nilai dilakukan dengan mengidentifikasi dan mendeskripsikan secara rinci aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh setiap aktor dalam rantai nilai. Kemudian setiap aktivitas yang dilakukan oleh setiap aktor akan dikaitkan dengan biaya.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam rantai nilai agroindustri ikan patin salai ini terdiri dari aktivitas primer dan aktivitas sekunder yang akan dijelaskan secara deskriptif dan terperinci sesuai dengan keadaan nyata di lapangan.

b. Nilai Rantai atau Marjin

Keuntungan

Informasi data yang dibutuhkan meliputi: (1) Harga yang diterima petani (produsen), (2) Harga beli dan harga jual pelaku usaha ikan patin salai, (3) Harga beli dan harga jual pedagang pengecer, (4) Harga beli pedagang pengecer atau retail,

(5) Biaya pemasaran, (6) Keuntungan pemasaran.

c. Efisiensi Pemasaran

Informasi data yang dibutuhkan meliputi: (1) Total biaya pemasaran meliputi: biaya pembelian ikan patin segar, biaya pengolahan, biaya transportasi, biaya tenaga kerja. (2) Total nilai produk meliputi jumlah hasil produksi yang dijual dan harga jual produk.

Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi yang terkait dengan penelitian. Selain itu dilakukan studi literatur dari buku, hasil penelitian, jurnal yang mendukung dalam penelitian ini.

### 3.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah diperoleh dilanjutkan dengan pentabulasian yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya data tersebut

$$M_p = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan;

$M_p$  = Marjin pemasaran di tingkat ke-i (Rp/Kg)

$P_{si}$  = Harga jual di tingkat ke-i (Rp/Kg)

$P_{bi}$  = Harga beli pasar di tingkat ke-i (Rp/Kg)

$$M_i = L_i + \pi_i \dots\dots\dots(2)$$

Dari kedua persamaan di atas, maka diperoleh:

$$P_{si} - P_{bi} = L_i + \pi_i$$

Sedangkan keuntungan lembaga pemasaran pada tingkat i dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi_i = P_{si} - P_{bi} - L_i$$

Keterangan;

$L_i$  = Biaya lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/Kg)

$\pi_i$  = Keuntungan lembaga pemasaran pada tingkat ke-i (Rp/Kg)

Kemudian untuk menghitung efisiensi dari pemasaran ikan patin salai di Kecamatan Kampar dihitung dengan menggunakan rumus Soekartawi (2002)

$$E_p = \frac{BP}{TNP} \times 100\%$$

dianalisa dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Untuk mengetahui bagaimana rantai nilai (*value chain*) dari komoditi ikan patin salai di Kecamatan Kampar dilakukan pemetaan rantai nilai dengan mengidentifikasi setiap aktor dan aktivitas yang terjadi dalam rantai nilai yang dilakukan melalui penelusuran dan keterkaitan ke belakang (*back forward*) dan ke depan (*go forward*) dari produsen. Untuk melihat hubungan setiap aktor yang terlibat dalam rantai nilai maka digunakan model, tabel gambar dan diagram (ACIAR, 2012).

Untuk mengetahui nilai marjin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran, maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus marjin pemasaran Limbong dan Sitorus (1987) dalam Ariyanto (2010):

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran (%)

Bp = Biaya pemasaran (Rp/ kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp)

Jika nilai  $Ep \leq 50$  persen, maka saluran pemasaran dikatakan efisien dan apabila nilai  $Ep > 50$  persen maka saluran pemasaran dikatakan tidak efisien. Semakin besar nilai efisiensi maka semakin tidak efisien pemasaran yang terjadi. Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (Ep) semakin kecil (Soekartawi, 2002 dalam Bisuk 2009).

Kemudian digunakan perhitungan rugi laba industri ikan patin salai disajikan dalam bentuk laporan rugi-laba dan nilai tambah pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Laporan nilai tambah**

No	Variabel (Output, Input, Harga)	Notasi
1	Hasil/ produksi (kg/proses)	A
2	Bahan baku (kg/proses)	B
3	Tenaga kerja (orang/proses)	C
4	Faktor konversi (1/2)	$d = a/b$
5	Koefisien tenaga kerja (3/2)	$e = c/b$
6	Harga produk rata-rata (Rp/kg)	F
7	Upah rata-rata (Rp/orang) 1 x produksi	G
<b>Pendapatan dan Keuntungan</b>		
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9	Sumbangan input lain (Rp/kg)*	I
10	Nilai produk (Rp/kg) (4x6)	$j = d \times f$
11	a. Nilai tambah (Rp/kg) (10-8-9)	$k = j - h - i$
	b. Ratio nilai tambah (%) (11a/10)	$l (\%) = k/j \times 100\%$
12	a. Imbalan tenaga kerja (Rp/hk) (5x7)	$m = e \times g$
	b. Bagian tenaga kerja (%) (12a/11a)	$n (\%) = m/k \times 100\%$
13	a. Keuntungan (Rp) (11a - 12a)**	$o = k - m$
	b. Tingkat keuntungan (%) (13a/11a)	$p (\%) = o/k \times 100\%$
14	Margin (10-8) (Rp)	$q = j - h$
	a. Pendapatan tenaga kerja (%) (12a/14)	$r (\%) = (m/q) \times 100\%$
	b. Sumbangan input lain (%) (9/14)	$s (\%) = (i/q) \times 100\%$
	c. Keuntungan perusahaan (%)	$t (\%) =$

Sumber: Hayami (1989)

Analisis nilai tambah menurut Hayami (1989) sebagai berikut:

Faktor Konversi	=	$\frac{\text{Hasil produksi dari sekali proses produksi}}{\text{Jumlah bahan baku sekali proses produksi}}$
Nilai produk	=	Faktor Konversi x Harga proses
Koefisien Tenaga Kerja	=	$\frac{\text{Jumlah tenaga kerja sekali proses produksi}}{\text{Jumlah bahan baku dalam sekali proses produksi}}$
Nilai tambah	=	Nilai produk - Harga Bahan Baku - Sumbangan Input Lain*
Ratio Nilai tambah (%)	=	$\frac{\text{Nilai tambah}}{\text{Nilai produk}} \times 100\%$

$$\begin{aligned} \text{Imbalan tenaga kerja} &= \text{koefisien tenaga kerja} \times \text{upah rata-rata} \\ \text{Bagian tenaga kerja (\%)} &= \frac{\text{Imbalan tenaga kerja}}{\text{Nilai tambah}} \times 100\% \\ \text{Keuntungan}^{**} &= \text{Nilai tambah} - \text{Imbalan tenaga kerja} \\ \text{Tingkat Keuntungan (\%)} &= \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Nilai tambah}} \times 100\% \end{aligned}$$

Keterangan:

\* = Bahan penolong

\*\* = Imbalan bagi modal dan manajen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Umum Daerah Penelitian

#### 4.1.1. Keadaan Geografis Desa Penyasawan

Penyasawan merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Kampar secara administrasi mempunyai batasan sebagai berikut:

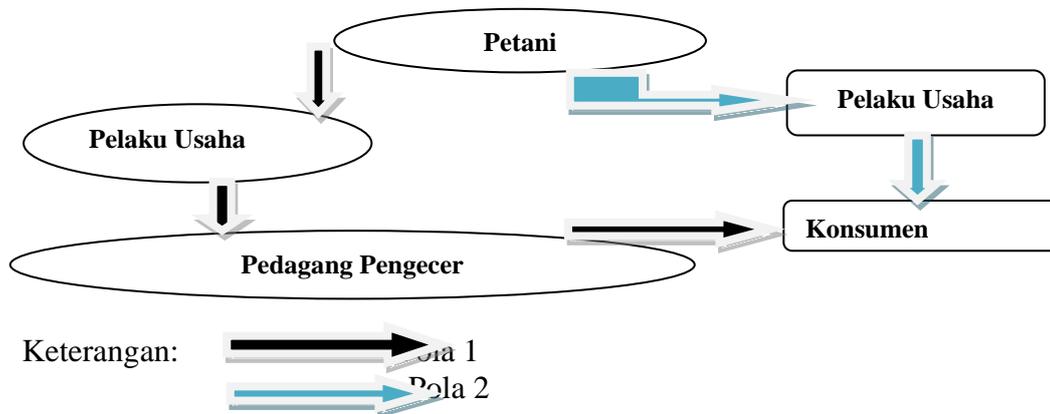
1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pulau Jambu Kecamatan Kampar.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Rumbio dan Pulau sarak kecamatan kampar
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Ranah Singkuang dan Siabu kecamatan Kampar.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Ranah kecamatan Kampar
5. Luas Desa Penyasawan adalah 2014 hektar, dengan persentase luas perkebunan mencapai 1130 hektar, luas pemukiman seluas 375 hektar, Perkantoran 0,8 hektar, luas pekarangan 138 hektar, dan luas prasarana umum lainnya mencapai 27,6 hektar, luas persawahan 336 hektar, luas kuburan 7 hektar.

#### Profil Pelaku Usaha Agroindustri Ikan Patin Salai

Pelaku usaha yang berada di lokasi penelitian terdiri dari sembilan pelaku usaha ikan patin salai, seluruh pelaku usaha tidak membudidayakan ikan patin segar sebagai bahan baku ikan salai, jadi pelaku usaha sangat bergantung pada petani pembudidaya ikan patin segar. Skala produksi ikan patin salai dalam seminggu yakni tiga kali produksi, satu kali proses produksi rata-rata membutuhkan bahan baku sebanyak 379 kg ikan patin segar, proses penyalaian mulai dari pembersihan sampai pengemasan membutuhkan waktu sekitar 2 x 24 jam atau kurang lebih dua hari.

Pelaku usaha yang berada di lokasi penelitian memiliki dua pola pemasaran, pola satu : pelaku usaha – konsumen sedangkan pola dua : pelaku usaha – pedagang pengecer – konsumen. Dari kesembilan pelaku usaha hanya satu pelaku usaha yang berada pada pola dua, selebihnya berada pada pola satu dimana pelaku usahanya sendiri yang memasarkan produk ikan patin salainya kekonsumen akhir. Pasar penjualan ikan patain salai antara lain : Aceh,

Medan, Tembilahan, Taluk kuantan, Pekanbaru, Dumai.  
**Peta rantai nilai agroindustri ikan salai di Kecamatan Kampar**



**Gambar 1. Skema rantai nilai agroindustri ikan patin salai di Kecamatan Kampar**

### 1. Rantai Nilai Pola I

Aktor yang terlibat dalam rantai nilai agroindustri ikan patin salai pola I adalah petani ikan patin segar melakukan penjualan ikan patin kepada pelaku usaha agroindustri dalam bentuk ikan patin segar, ikan segar yang diperoleh pelaku agroindustri yaitu dengan cara memesan kepada petani ikan patin kemudian petani akan langsung mengantarnya ke pelaku agroindustri sesuai dengan jumlah yang dipesan oleh pelaku industri di Kecamatan Kampar tersebut. Ikan segar yang dibeli pelaku usaha kemudian langsung diolah menjadi ikan patin salai dan kemudian akan dipasarkan kepada konsumen akhir.

### 2. Rantai Nilai Pola II

Aktor yang terlibat pada rantai nilai pola II yakni petani yang mengantarkan ikan patin segar yang telah dipesan oleh pelaku usaha agroindustri lalu mengolahnya

menjadi ikan patin salai, selanjutnya pelaku agroindustri mendistribusikan hasil olahannya ke berbagai tempat melalui pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer langsung memasarkan kepada konsumen akhir. Pada rantai nilai pola II mengalami penambahan aktor yakni pedagang pengecer. dikarenakan pelaku usaha tidak langsung memasarkan salainya sendiri ke konsumen akhir sehingga pada pola II terjadi penambahan aktor.

### Marjin Keuntungan Rantai Nilai Agroindustri Ikan patin salai

Rantai nilai yang terjadi pada agroindustri ikan patin salai di Kecamatan Kampar terdiri dari 2 pola yang melibatkan aktor-aktor rantai nilai yang melakukan aktivitasnya. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh setiap aktor akan menambah nilai dari produk dan marjin dari rantai tersebut.

**Tabel 2. Marjin keuntungan rantai nilai pola I**

Uraian	Satuan (Rp/Kg)	Persentase (%)
<b>Petani</b>		
Harga Jual	12.500	63,13
<b>Pelaku Usaha</b>		
Harga Beli	12.500	63,13
Marjin Pemasaran	7.300	36,87
Biaya Pemasaran	3.815,4	19,26
Marjin Keuntungan	3.484,6	17,59
Harga Jual	19.800 <sup>1</sup>	100
Total Marjin	7.300	
Total Biaya Pemasaran	3.815,4	
Efisiensi Pemasaran		19,26

Keterangan:

- 1 = Penyusutan ikan patin segar dijadikan ikan patin salai per kilogram ikan patin segar 33% x harga jual per kilogram ikan patin salai

Berdasarkan perhitungan marjin pada Tabel 2 marjin pemasaran rantai nilai produksi ikan patin salai di Kecamatan Kampar pola I harga bahan baku Rp.12.500. Marjin pemasaran yang diterima oleh pelaku usaha pada pola I adalah 36,13 persen atau sebesar Rp.7.300

per kilogram dan efisiensi pemasaran memiliki nilai 19,26 persen atau sebesar Rp.3.815,4 per kilogram. Hal ini dikarenakan pelaku usaha langsung menjual produk olahan ikan patin salai kepada konsumen dengan menanggung biaya pengiriman produk tersebut.

**Tabel 3. Marjin keuntungan rantai nilai pola II**

Uraian	Satuan (Rp/Kg)	Persentase
<b>Petani</b>		
Harga Jual	12.500	
<b>Pelaku Usaha</b>		
Harga Bahan Baku	12.500	63,13
Marjin Pemasaran	7.300	36,87
Biaya Pemasaran	143	0,72
Marjin Keuntungan	7.157	36,15
Harga Jual	19.800 <sup>1</sup>	100
<b>Pedagang Pengecer</b>		
Harga Beli	19.800	89,55
Marjin Pemasaran	2.310	10,45
Biaya Pemasaran	2.143	9,69
Marjin Keuntungan	167	0,75
Harga Jual	22.110 <sup>2</sup>	100
Total Marjin	9.610	
Total Biaya Pemasaran	2.286	
Efisiensi Pemasaran		10,41

Keterangan:

- 1 = penyusutan ikan patin segar dijadikan ikan patin salai 33% x harga jual per kilogram ikan patin salai

2 = penyusutan ikan patin segar dijadikan ikan patin salai 33% x harga jual per kilogram ikan patin salai

Berdasarkan perhitungan margin pada Tabel 3 margin pemasaran rantai nilai produksi ikan patin salai di Kecamatan Kampar pola II harga bahan baku Rp.12.500. Margin pemasaran yang diterima oleh pelaku usaha pada pola II adalah 36,13 persen atau sebesar Rp.7.300 per kilogram dan efisiensi pemasaran memiliki nilai 0,72 persen atau sebesar Rp.143 per kilogram. Hal ini dikarenakan pelaku usaha tidak

mengeluarkan biaya pengiriman produk. Margin pemasaran yang diterima oleh pedagang pengecer sebesar 10,45 persen atau sebesar Rp.2.310 per kilogram dan efisiensi pemasaran memiliki nilai 9,69 persen atau sebesar Rp.2.143 per kilogram. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer menanggung biaya pengiriman produk ikan patin salai kepada konsumen.

**Tabel 4. Efisiensi pemasaran pada masing-masing pola dan aktor rantai nilai**

Pola Rantai Nilai	Aktor	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
	Pelaku Usaha Kosumen Akhir	19.800	3.815,4	19,26
	Pelaku Usaha	19.800	143	0,72
	Ped. Pengecer	22.110	2.143	9,69
	Konsumen Akhir			

Berdasarkan perhitungan efisiensi pada setiap pola pada setiap level aktor rantai nilai yang sama pelaku usaha, maka pola rantai yang paling efisien adalah pola rantai II dengan nilai efisiensi sebesar 10,41 atau 0,72 persen. Hal ini diindikasikan karena perbedaan aktivitas yang terjadi dipelaku usaha pada setiap pola rantai nilai. Rantai nilai pola II, pelaku usaha melakukan pemasaran ikan patin salai tidak langsung kekonsumen akhir melainkan kepedagang pengecer sehingga pelaku usaha tidak mengeluarkan biaya pengiriman, karena biaya pengiriman telah ditanggung oleh pedagang pengecer dengan harga yang sama dengan penjualan pada pola 1. Kecilnya

biaya yang dikeluarkan pelaku usaha pola II disebabkan karena pelaku usaha tidak menanggung biaya pengantaran ikan patin salai kepada pedagang pengecer sehingga pelaku usaha tidak mengeluarkan biaya transportasi.

#### **Nilai Tambah Agroindustri Ikan Patin Salai**

Analisis nilai tambah merupakan metode perkiraan sejauh mana bahan baku yang mendapat perlakuan mengalami perubahan ini, sehingga diperlukan nilai tambah yang dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan. Adapun analisis nilai tambah pengolahan ikan patin segar menjadi ikan patin salai dapat dilihat dari Tabel 5.

**Tabel 5. Nilai tambah agroindustri ikan patin salai**

No	Variabel (Output, Input, Harga)	Notasi
1	Hasil/ produksi (kg/proses)	114,84
2	Bahan baku (Kg/proses)	379
3	Tenaga kerja (orang/proses)	3
4	Faktor konversi (1/2)	0,30
5	Koefisien tenaga kerja (3/2)	0,007
6	Harga produk rata-rata (Rp/kg)	60.000
7	Upah rata-rata (Rp/proses produksi/orang)	1.890
<b>Pendapatan dan Keuntungan</b>		
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	12.500
9	Sumbangan input lain (Rp/kg)*	1.004
10	Nilai produk (Rp/kg) (4x6)	18.000
11	a. Nilai tambah (Rp/kg) (10-8-9)	4.496
	b. Ratio nilai tambah (%) (11a/10)	24,97
12	a. Imbalan tenaga kerja (Rp/hk) (5 x 7 )	13,23
	b . Bagian tenaga kerja (%) (12a/11a)	0,29
13	a. Keuntungan (Rp) (11a – 12a)**	4.482,77
	b. Tingkat keuntungan (%) (13a/11a)	99,70
14	Margin (10-8) (Rp)	5.500
	a. Pendapatan tenaga kerja (%) (12a/14)	0,24
	b. Sumbangan input lain (%) (9/14)	18,24
	c. Keuntungan perusahaan (%) (13a/14)	81,50

Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa setiap kali proses pengolahan ikan patin salai membutuhkan bahan baku sebanyak 379 kg, yang akan menghasilkan 114,48 kg produksi ikan salai dengan harga Rp. 60.000/kg. Setiap kali proses produksi membutuhkan 3 orang tenaga kerja dengan upah rata-rata Rp.1.890 per orang/kg.

Faktor konversi adalah rasio antara hasil produksi terhadap bahan baku. Nilai faktor konversi pada Tabel 7 di atas sebesar 0,30 menunjukkan bahwa setiap 1 kg bahan baku (ikan patin segar) akan menghasilkan produksi sebesar 0,30 kg ikan salai. Koefisien tenaga kerja menunjukkan rasio antara tenaga kerja

terhadap bahan baku. Nilai koefisien tenaga kerja sebesar 0,007 artinya setiap 0,007 orang dapat mengerjakan 1 kg bahan baku ikan salai (setiap 7 orang mampu memproduksi sebesar 1.000 kg bahan baku ikan salai/ikan segar).

Proses produksi dilakukan 3 kali dalam 1 minggu. Nilai tambah agroindustri ikan patin salai sebesar Rp. 4.496 per kilogram. Keuntungan yang didapatkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp. 4.482,77 per kg bahan baku. Angka tersebut diperoleh dari nilai tambah dikurang upah tenaga kerja rata-rata. Setiap kg bahan baku menghasilkan margin sebesar Rp.5.500 yang terdiri dari pendapatan tenaga kerja,

sumbangan input lain dan keuntungan perusahaan. Sumbangan input lain berasal dari bahan penolong yakni cuka dan kayu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Rantai nilai agroindustri yang panjang dan melibatkan banyak aktor menunjukkan terdapat tiga tahap aktivitas yaitu, pengadaan input, produksi, dan pemasaran. Pada tahapan pengadaan input produksi dilakukan oleh Pelaku Usaha. Pada tahap produksi ikan patin salai aktor utama yang terlibat yaitu Pelaku Usaha yang melakukan pengasapan atau penyalai. Selanjutnya pada tahap penjualan atau distribusi aktor utamanya adalah Pelaku Usaha dan pedagang pengumpul. Aktor-aktor tersebut melakukan aktivitas pembelian dan penjualan ikan patin salai.

Terdapat 2 pola rantai nilai agroindustri ikan patin salai di Desa Penyesawan yang dipisahkan oleh aktivitas yang dilakukan oleh masing-masing aktor dan membentuk rantai. Pola tersebut antara lain Pola I terdiri dari petani—pelaku usaha—konsumen. Pola rantai nilai II melibatkan petani—pelaku usaha—pedagang pengumpul—konsumen. Marjin pemasaran tertinggi diperoleh oleh Pelaku Usaha pada setiap

rantai nilai yaitu sebesar Rp.47.500 per kilogram karena Pelaku Usaha melakukan aktivitas yang lebih banyak mengeluarkan biaya dan berisiko tinggi. Perbandingan perhitungan tingkat efisiensi pada level aktor yang sama (Pelaku Usaha), diperoleh bahwa rantai nilai pola II lebih efisien daripada pola I (79,17 persen) dikarenakan Pelaku Usaha langsung memenuhi kebutuhan bahan baku dari petani dan tidak menanggung biaya penjualan Ikan Patin Salai karena Ikan Salai ditransfer dan ditanggung oleh pedagang pengumpul.

### **Saran**

1. Pelaku Usaha diharapkan dapat menjaga hubungan baik dengan supplier bahan baku maupun dengan pedagang pengumpul atau untuk menjaga keberlanjutan pasokan bahan baku ikan patin segar di pengolahan atau penyalai serta untuk menyalurkan ikan patin salai hasil olahan Pelaku Usaha hingga ke konsumen akhir.
2. Sebaiknya Pelaku Usaha melakukan *grading* untuk Ikan Salai hasil olahannya pada kualitas sesuai dengan kualitas pasar yang dituju baik pasar lokal maupun pasar yang berada di luar daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- ACIAR. 2012. **Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin : Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai**. ACIAR Monograph No. 148. Australian Centre for International Agricultural Research: Canberra.
- Alma, B, 2004, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Edisi Refisi, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Aminah S, P, B. 2012. **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Semarang**. Skripsi Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negri Walisongo.
- Amstrong dan Kotler. 1999. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jakarta: Erlangga
- Anonim. 2015. Pengertian Pelaku Usaha. [www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-pelaku-usaha-definisi.html?m=1](http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-pelaku-usaha-definisi.html?m=1) (Diakses 03 April 2017)
- Ariaty, W. 2015. **Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Agroindustri Beras Di Kecamatan Bungaraya Kabupaten Siak**. Skripsi Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Riau.
- Ariyanto. 2008. **Analisis tataniaga Sayuran Bayam (Kasus Desa Ciauruten Ilir, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor)**. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar. 2013. **Kampar dalam angka 2013**. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar.
- Baroh, I. 2007. **Analisis Nilai Tambah dan Distribusi Keripik Nangka Studi Kasus pada Agroindustri Keripik Nangka di Lumajang**. LP UMM. Malang.
- Bisuk, P. 2009. **Analisis Tataniaga dan Elastisitas Transmisi Harga CPO Internasional Terhadap Harga TBS (Tandan Buah Segar) Kelapa Sawit**. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.
- David Simchi-Levi, 2000, **Designing And Managing The Supply Chain**. ,Mc Graw-Hill Compains Inc, United States of America
- Fandy T, 1997, **Strategi Pemasaran**, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Indrajit, R, E, dan Richardus D. 2002. **Konsep Manajemen Supply Chain**. Jakarta. Grasindo
- Iriyanto dan Widiyanti. 2013. **Jamur Kuping di Kabupaten Karanganyar**. Jurnal SEPA: Vol. 9 No.2 Februari 2013.
- Ismail S. (2012). **Manajemen Strategik**. Jakarta: Erlangga
- Kaplinsky, R and Morris, M. 2001. **A Handbook for Value Chain Research**. <http://www.ids.ac.uk/ids/global/valchn.html#manuals>. Diunduh pada tanggal 24 Januari 2016.
- Kodrat, D, S. 2009. **Manajemen Distribusi**. Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kodrat, D. 2009. **Manajemen Distribusi**. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kordi, M. G. H. 2005. **Budidaya Ikan Patin : Biologi, Pembenihan dan Pembesaran**. Yayasan

- Pustaka Nusatama,  
Yogyakarta.
- Kotler, P. 2009. **Manajemen Pemasaran Jilid 1**. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Erlangga
- Kuncoro, M. 2005. **Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif**. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, A. 2013. **Rantai Nilai (Value Chain) Agribisnis Labu Di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang**. Diponegoro Journal of Economics Vol. 2 No. 4 tahun 2013 : 1-10.
- Mahoo, P.E. 2011. *Market Efficiency Analysis of Jatropha Value Chain: Case Study of Monduli and Arumeru Districts*. Dissertation of Master of Science of Agricultural Economics. The Sokoine University of Agriculture. Morogoro. Tanzania.
- Marvin, L. 2011. **Analisis Sistem Supply Chain Management (SCM) di Kebun dan Pabrik Minyak Sawit Gunung Meliau, PTPN XIII, Kalimantan Barat, dalam Rangka Peningkatan Kualitas dan Produktivitas Crude Palm Oil (CPO) dan Inti Sawit**. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Monzery, H., S. Khaswarina dan N. Dewi. 2014. **Analisis rantai nilai agroindustri susu bubuk kedelai (studi kasus industri sumber gizi nabati dan melilea di kota pekanbaru)**. Jurnal SAGU Volume 13, Nomor 1, Maret 2014.
- Monzery, H A. 2014. **Analisis Rantai Nilai Agroindustri Susu Bubuk Kedelai**. Universitas Riau.
- Pearce dan Robinson, 2008, **Manajemen Strategik**, Salemba Empat, Jakarta.
- Porter, M.E. 1985. **Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance : with a new introduction**. The Free Press. New York, USA
- Poster, Michael, E. (1985), **“Competitive Advantage: Creating and Sustaining superior Performance”**, Free Press, Ney York.
- Purnamasari. 2014. **Analisis Kinerja Operasional Pasar Tradisional Kota Bekasi (Skripsi)**. Fakultas Ekonomi. Jurusan Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Santoso., 1999. **Kesehatan dan Gizi**. Rineka Cipta, Jakarta
- Siagian, Sondang P. 2002. **Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja**. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Soekartawi, 1993, **Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern**, Pustaka Harapan, Jakarta.
1999. **Agribisnis: Teori dan Aplikasinya Edisi 1 Cetakan 5**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
2000. **Pengantar agroindustri**. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
2002. **Prinsip- Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi Edisi Revisi**. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sudiyono A. 2001. **Pemasaran Pertanian**. Universitas muhammadiyah Malang. Malang.