

**ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN BENIH IKAN PATIN (*Pangasius* sp.) DALAM RANGKA PEMANFAATAN LAHAN PEKARANGAN (URBAN FARMING) DI POKDAKAN “TERATAI” KOTA BINJAI**

Oleh:  
Supriyadi  
Universitas Darma Agung  
E-Mail:  
[Supriyadi12@gmail.com](mailto:Supriyadi12@gmail.com)

**ABSTRACT**

This research analyzes the business and marketing of catfish (*Pangasius* sp.) seeds in the Pokdakan “Teratai” in Sumber Mulyorejo Village, East Binjai District, Binjai City. In addition, it determines the driving and inhibiting factors of the business, analyzes them with SWOT, and determines the marketing strategy formulation. The research sample consisted of 10 individuals from the Pokdakan “Teratai”, 3 agents/collecting traders, and 19 retailers/aquarium shops. The results indicate that the catfish seed business in the Pokdakan “Teratai” is a viable and profitable venture, with the potential to generate significant returns over the course of a single year. The total profit was IDR 99,239,500, the production BEP was 847,002 fish, and the price BEP was IDR 247. Three marketing channels for catfish seeds were established. The first channel was the most efficient, with a marketing margin value (price difference at the marketing institution level) of IDR 0. The farmer's share (the share received by farmers from the price paid by consumers) is 100%, and the marketing efficiency (comparison of marketing costs and product value) is the lowest at 7.14%. The business is driven by internal strengths and external opportunities, while internal weaknesses and external threats hinder the business. The SWOT analysis of the Pokdakan “Teratai” is in quadrant I, which supports an aggressive strategy. This strategy is designed to maximize strengths and take advantage of existing opportunities to continue to advance and achieve greater profits.

*Keywords: Pokdakan “Teratai”, Profit, BEP, Marketing Analysis, SWOT Analysis*

**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis usaha dan pemasaran benih Ikan Patin (*Pangasius* sp.) di Pokdakan “Teratai”, Kelurahan Sumber Mulyorejo, Kecamatan Binjai Timur, Kota Binjai. Selain itu untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat usaha, menganalisis dengan SWOT, serta menentukan Formulasi Strategi Pemasaran. Jumlah sampel penelitian yaitu 10 orang anggota Pokdakan, 3 orang agen/pedagang pengumpul, dan 19 orang pedagang pengecer/toko akuarium. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha benih Ikan Patin di Pokdakan “Teratai” dalam kurun waktu 1 (satu) tahun sebanyak 10 (sepuluh) siklus produksi dari Bulan September 2022 s/d Agustus 2023 sangat layak untuk dijalankan. Total keuntungan sebesar Rp. 99.239.500,- BEP Produksi sebesar 847.002 ekor, dan BEP Harga sebesar Rp. 247,-. Terbentuk 3 saluran pemasaran benih Ikan Patin. Dimana saluran I adalah saluran yang paling efisien dengan nilai margin pemasaran (perbedaan harga di tingkat lembaga pemasaran) sebesar Rp. 0,-, *farmer's share* (bagian yang diterima pembudidaya dari harga yang dibayar konsumen) 100%, dan efisiensi pemasaran (perbandingan biaya pemasaran dan nilai produk) paling rendah yaitu sebesar 7,14%. Faktor yang menjadi pendorong usaha berupa kekuatan internal dan peluang eksternal, sedangkan faktor yang menjadi penghambat usaha berupa kelemahan internal dan ancaman eksternal. Adapun analisis SWOT Pokdakan “Teratai” berada pada Kuadran I, yaitu mendukung Strategi Agresif dimaknai strategi yang mendukung Pokdakan “Teratai” untuk memaksimalkan

kekuatan serta memanfaatkan peluang yang ada untuk terus maju dan meraih keuntungan yang lebih besar.

*Kata kunci : Pokdakan “Teratai”, Keuntungan, BEP, Analisis Pemasaran, Analisis SWOT*

## 1. PENDAHULUAN

Sektor agribisnis yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan adalah bidang perikanan. Salah satu potensi perikanan Indonesia yang berkembang adalah budidaya perikanan (*aquaculture*). Perikanan sebagai bagian dari sumberdaya ekonomi maritim, keberadaannya sangat strategis dalam memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan nasional. Bahkan, Badan Pangan Dunia/FAO (*Food and Agriculture Organization of The United Nation*) telah memprediksi bahwa sub sektor perikanan budidaya menjadi salah satu sumberdaya yang akan sangat diandalkan ke depan utamanya dalam memenuhi kebutuhan pangan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat global (Soetjipto, dkk, 2019).

Salah satu jenis ikan air tawar yang potensial untuk dikembangkan adalah Ikan Patin (*Pangasius sp.*). Ikan Patin adalah ikan perairan tawar yang termasuk ke dalam famili *Pangasidae* dengan nama umum *catfish*. Ikan Patin merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan prospek yang baik untuk dijual di dalam dan luar negeri (ekspor). Hal ini disebabkan daging Ikan Patin memiliki kandungan kalori dan protein yang cukup tinggi, rasa dagingnya khas, enak, lezat, dan gurih. Ikan Patin dinilai lebih aman untuk kesehatan karena kadar kolesterolnya rendah dibandingkan dengan daging ternak. Keunggulan ini menjadikan Ikan Patin sebagai salah satu primadona perikanan tawar

Adanya dukungan pemerintah dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) yang memilih Ikan Patin menjadi salah satu komoditas utama dalam program industrialisasi perikanan budidaya agar produksinya meningkat terus dari tahun ke tahun. Usaha pembenihan Ikan Patin merupakan salah satu usaha yang digeluti oleh pembudidaya ikan di wilayah

Sumatera Utara. Usaha pembenihan Ikan Patin telah memberikan peluang terhadap kesempatan kerja, khususnya pada masyarakat Kota Binjai.

Salah satu unit usaha pembenihan yang tergolong aktif di wilayah Kecamatan Binjai Timur adalah Kelompok Pembudidaya Ikan (Pokdakan) “Teratai”. Saat ini, Pokdakan “Teratai” adalah merupakan satu-satunya Pokdakan yang menghasilkan komoditas benih Ikan Patin untuk wilayah Kecamatan Binjai Timur. Kelompok ini memiliki visi “Menjadi kelompok percontohan yang mandiri, terdepan, dan mampu mensejahterakan anggotanya serta memajukan daerah setempat”. Sehingga kelompok ini diharapkan dapat mendukung Kota Binjai menjadi sentra perikanan yang tangguh dan mandiri.

Pokdakan “Teratai” memanfaatkan lahan pekarangan yang berada di sekitar rumah untuk kegiatan usaha benih Ikan Patin. Pemanfaatan lahan pekarangan dapat membantu untuk menunjang kebutuhan bahan pangan/makanan dan dapat dijadikan sebagai salah satu potensi untuk peningkatan perekonomian di Kelurahan Mulyorejo, Kecamatan Binjai Timur.

Terlepas dari berbagai persoalan yang terdapat dalam pembenihan Ikan Patin, tidak kalah pentingnya dengan pemasaran pada benih Ikan Patin itu sendiri. Karena apabila pada aspek pemasaran terdapat kendala maka kegiatan pembenihan Ikan Patin juga akan mengalami hambatan. Untuk itu diperlukan adanya analisis usaha dan analisis strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam memaksimalkan bisnis usaha benih Ikan Patin tersebut.

Dari dasar inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Benih Ikan Patin (*Pangasius sp.*) dalam

rangka Pemanfaatan Lahan Pekarangan (*Urban Farming*) di Pokdakan “Teratai” Kota Binjai.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Benih Ikan Patin (*Pangasius* sp.)

Ikan Patin (*Pangasius* sp.) sering disebut juga ikan dori atau di pasar global lebih dikenal dengan merek *Indonesian Pangasius* memiliki keunggulan lebih banyak dari produk impor, diantaranya adalah kualitas daging yang memiliki tekstur lembut dan gurih, serta kadar air yang lebih rendah. Selain itu patin juga kaya akan gizi, karena mengandung asam lemak omega 3, 6 dan omega 9 yang dapat mencegah penyumbatan darah (Soetjipto, dkk, 2019).

### B. *Urban Farming*

*Urban farming* atau *urban agriculture* adalah kegiatan budidaya tanaman atau memelihara hewan ternak di dalam dan di sekitar wilayah kota besar (*metropolitan*) atau kota kecil untuk memperoleh bahan pangan atau kebutuhan lain dan tambahan finansial (Bareja, 2010 dalam Elfida, 2020).

### C. Strategi Pemasaran

Kegiatan pemasaran dilakukan untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Hanafie (2010) yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan untuk menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen.

Sedangkan menurut Asmarantaka (2012) pemasaran adalah proses dalam mengalirkan produk mulai dari petani (produsen primer) sampai ke konsumen akhir.

### D. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah salah satu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor baik internal maupun eksternal secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan.

Analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan mempertimbangkan sekaligus

mengevaluasi 4 (empat) komponen utama, yaitu:

- a. *Strengths* (kekuatan) melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis yang sedang dikerjakan.
- b. *Weakness* (kelemahan) adalah masalah-masalah yang dihadapi organisasi untuk diperbaiki. Melihat seberapa jauh faktor yang menjadi kelemahan dalam bisnis yang sedang dikerjakan.
- c. *Opportunities* (kesempatan) yang dapat menolong organisasi bagaimana kesempatan bisa diraih. Seberapa jauh faktor yang menjadi peluang dalam bisnis yang sedang dikerjakan.
- d. *Threats* (ancaman), faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu bisnis.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang didukung dengan analisis kuantitatif, dimana data digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel yang akan diteliti.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah Pokdakan “Teratai” yang beranggotakan 10 (Sepuluh) orang, pedagang pengumpul/agen sebanyak 3 (Tiga) orang, dan pedagang pengecer/toko akuarium sebanyak 19 (Sembilan belas) orang. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah pembudidaya Ikan Patin pada Pokdakan “Teratai” dan lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran benih Ikan Patin di lokasi penelitian yaitu pedagang pengumpul/agen dan pedagang pengecer/toko akuarium.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisa Pemasaran Benih Ikan Patin di Pokdakan “Teratai”

#### Faktor Pendorong dan Penghambat Usaha

##### Faktor Pendorong

Berdasarkan hasil penelitian usaha benih Ikan Patin di Pokdakan “Teratai”, diperoleh faktor pendorong baik dari

faktor internal berupa kekuatan maupun faktor eksternal berupa peluang.

#### 1) **Kekuatan:**

- a) Memiliki aspek legal formal berupa Akta Notaris No. 112 Tanggal 26 Agustus 2016, SK Lurah No.- Tanggal 07 Oktober 2021, Nomor Induk Berusaha (NIB) No. 1205230043389, dan Sertifikat Cara Pembenihan Ikan yang Baik (CPIB) dari Dirjen Perikanan Budidaya KKP RI No. 2380.3108.A2.B1-Form CPIB22 Tanggal 31 Agustus 2022.
- b) Potensi sumber daya alam. Pokdakan "Teratai" mempunyai lahan pribadi yang cukup, didukung dengan kemudahan akses jalan dan sumber air yang memadai.
- c) Modal usaha yang cukup. Dalam menjalankan usahanya, Pokdakan "Teratai" menggunakan modal usaha sendiri tanpa bantuan dari pihak perbankan atau lembaga keuangan lainnya.
- d) Memiliki pembukuan dan laporan usaha yang baik. Pokdakan "Teratai" mempunyai pembukuan/catatan budidaya ikan yang rapi dan tersimpan dengan baik.
- e) Mempunyai sumber daya manusia (SDM) yang cukup. Pokdakan "Teratai" memiliki anggota yang sudah berpengalaman dalam teknis budidaya ikan.

#### 2) **Peluang:**

- a) Peluang pasar terbuka luas, baik dalam maupun luar daerah. Permintaan akan benih Ikan Patin untuk budidaya pembesaran dan ikan hias selalu ada di setiap bulannya.
- b) Dukungan kebijakan pemerintah dalam sektor perikanan budidaya. Pokdakan "Teratai" memperoleh pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan teknis oleh Penyuluh Perikanan dari Pemerintah Kota Binjai.
- c) Tidak ada pesaing usaha benih Ikan Patin di Kecamatan Binjai Timur.
- d) Adanya pabrik pengolahan fillet Ikan Patin. Dengan dibangunnya pabrik

pengolahan fillet Ikan Patin di Sumatera Utara akan menjadi peluang bagi Pokdakan "Teratai" untuk menjalin kemitraan dalam penyediaan benih Ikan Patin untuk kebutuhan pabrik.

- e) Kemudahan akses teknologi dan informasi. Melalui penggunaan teknologi yang berkembang menjadi keuntungan bagi Pokdakan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, meningkatkan pangsa pasar dan kemudahan meraih konsumen.

#### **Faktor Penghambat**

Berdasarkan hasil penelitian usaha benih Ikan Patin di Pokdakan "Teratai", maka diperoleh faktor penghambat baik dari faktor internal berupa kelemahan dan faktor eksternal berupa ancaman sbb:

##### 1) **Kelemahan:**

- a. Masih terdapat mortalitas (kematian) benih Ikan Patin pada proses budidaya dan pengiriman.
- b. Belum memiliki alat transportasi roda empat (pickup) sendiri.
- c. Minimnya promosi. Promosi yang dilakukan oleh Pokdakan "Teratai" masih terbilang kurang. Dimana promosi masih terbatas menggunakan media *Facebook* dan dari mulut ke mulut.
- d. Tidak mempunyai SOP yang tetap dan tertulis, usaha dijalankan berdasarkan pengalaman.
- e. Belum terdapat divisi khusus mengurus masalah pemasaran benih Ikan Patin.
- f. Pokdakan belum bisa memproduksi benih mandiri ukuran  $\frac{3}{4}$  inci. Pokdakan "Teratai" masih mendatangkan benih kecil ukuran  $\frac{3}{4}$  inci dari luar daerah yaitu Bekasi dan Jakarta Timur.

##### 2) **Ancaman:**

- a. Timbulnya penyakit benih Ikan Patin bawaan dari luar daerah.
- b. Adanya fluktuasi harga pakan yang cenderung naik, sedangkan harga benih Ikan Patin tetap.
- c. Persaingan harga tidak sehat (banting harga). Ketika produksi benih Ikan

- Patin dari luar daerah sedang melimpah, kompetitor memberikan harga yang lebih rendah kepada konsumen. Sehingga pembeli menjadi berkurang di saat produk luar daerah melimpah.
- d. Pengaruh iklim dan cuaca, mempengaruhi proses produksi dan pemasaran.
  - e. Lokasi sumber benih Ikan Patin jauh dari Pokdakan. Jarak angkut benih yang jauh akan mempengaruhi kualitas ikan selama dalam perjalanan. Sehingga memerlukan *handling* yang ketat agar benih ikan tetap selamat sampai tujuan.

Strategi bisnis benih Ikan Patin di Pokdakan “Teratai” berada pada **Strategi Agresif** yang artinya menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya, sehingga cenderung menerapkan **Strategi S-O (Strengths-Opportunities)**. Strategi yang dapat digunakan oleh Pokdakan “Teratai” yaitu:

### 1. Strategi Produk

Proses menetapkan dan penyediaan suatu produk bagi pasar yang dituju adalah strategi produk dalam meningkatkan dan memberi kepuasan bagi para konsumen dan ini sangat berguna untuk meningkatkan keuntungan sebuah perusahaan pada program jangka panjang, dengan penjualan dan pangsa pasar yang semakin meningkat.

- Menjaga kualitas benih Ikan Patin dan meningkatkan kuantitas penjualan. Karakteristik suatu produk yang baik dapat dilihat dari kualitas ikan patin, apakah benih sesuai spesifikasinya dengan yang telah ditetapkan dan disesuaikan dengan kemauan pelanggan juga mampu memberi pelayanan yang baik kepada pembeli. Farm Pembenuhan Ikan Patin di Pokdakan “Teratai” harus memiliki benih Ikan Patin yang berkualitas dengan ciri-ciri sbb:
  - Memiliki daya tahan tubuh yang kuat terhadap penyakit,
  - Memiliki pertumbuhan yang cepat,

- Memiliki ukuran yang seragam, dan
- Memiliki tingkat kelangsungan hidup yang tinggi.

- Menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk memajukan usaha. Untuk memproduksi benih Ikan Patin yang berkualitas Pokdakan “Teratai” berusaha membudidayakan, merawat benih ikan patin, adapun budidaya ikan patin memanfaatkan teknologi dan informasi dalam berbudidaya ikan sehingga produk dapat dimaksimalkan.
- Pokdakan “Teratai” mempunyai potensi sumberdaya alam dan legal formal yang diakui secara hukum. Dengan performa produk benih Ikan Patin yang berkualitas, pelanggan akan diuntungkan dan akan tetap memilih produk dari Pokdakan “Teratai”. Hal ini diharapkan akan meningkatkan loyalitas konsumen.
- Modal perlu ditambah agar dapat memenuhi permintaan pasar. Pokdakan “Teratai” diharapkan lewat modal yang cukup mampu menjaga kualitas produknya dan bertahan dalam meningkatkan kuantitas produk dan kesinambungan penjualan.

### 2. Strategi Harga

Menentukan harga yang tepat adalah sulit. Harga yang tepat yaitu tidak terlalu mahal di mata konsumen, namun masih memberikan keuntungan bagi Pokdakan “Teratai” dan tidak menjadi kelemahan Pokdakan di mata pesaing. Harga berpengaruh terhadap posisi kompetitif Pokdakan dan pangsa pasar. Dikarenakan harga menentukan pendapatan dan keuntungan Pokdakan “Teratai”. Maka Pokdakan “Teratai” dapat melakukan strategi harga dengan contoh sebagai berikut:

Kepada konsumen diberi potongan harga sebesar 30% jika ada benih ikan yang mati lebih dari 50% ketika proses pengiriman.

Faktor internal adalah faktor yang disesuaikan dengan tujuan pemasaran serta

eksternal yang disesuaikan dengan pasar dan permintaan konsumen inilah faktor-faktor yang mendukung budidaya ikan patin. Penetapan harga jual berfungsi untuk mengetahui tingkat pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Pokdakan "Teratai" menetapkan harga jual ke pembudidaya pembesaran sebesar Rp. 350,-, ke agen/pengumpul sebesar Rp. 325,- dan ke toko akuarium sebesar Rp. 400,-

### 3. Strategi Tempat dan Saluran Distribusi

Wilayah pemasaran benih Ikan Patin Pokdakan "Teratai" tersebar di wilayah Binjai, Medan, Serdang Bedagai, Tebing Tinggi, Deli Serdang, dan Aceh. Wilayah pemasaran yang cukup luas tersebut menjadi peluang bagi Pokdakan "Teratai" dalam memenuhi permintaan benih Ikan Patin.

Pokdakan "Teratai" juga bisa menjalin kemitraan dengan memasarkan benih Ikan Patin ke *stakeholder*/pembesaran Ikan Patin penyuplai bahan baku pabrik fillet Ikan Patin. Dengan adanya kemitraan tersebut, benih Ikan Patin akan dapat terjual dan tersalurkan.

### 4. Strategi Promosi

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pokdakan "Teratai" adalah cenderung dengan *personal seling* yang dilakukan melalui pembudidaya ikan sejenis. Seperti mendatangi langsung dan memberikan penawaran penjualan kepada agen, distributor atau pembudidaya pembesaran. Informasi dari mulut ke mulut serta pemasangan plang penunjuk lokasi merupakan promosi yang terbaik bagi Pokdakan "Teratai". Sehingga penduduk sekitar sangat mengenal tempat usaha benih Ikan Patin di Pokdakan "Teratai".

### 5. SIMPULAN

1. Analisa usaha benih Ikan Patin di Pokdakan "Teratai" adalah menguntungkan dan sangat layak untuk dijalankan, diperoleh total keuntungan sebesar Rp. 99.239.500,-

BEP Produksi sebesar 847.002 ekor (total produksi sebesar 1.112.650 ekor) dan BEP Harga sebesar Rp. 247,- (harga jual minimal Rp. 325,-).

2. a. Faktor yang menjadi pendorong usaha yaitu berupa kekuatan internal dan peluang eksternal.
  - 1) Kekuatan paling utama adalah potensi sumber daya alam yaitu lahan pribadi yang cukup, kemudahan akses jalan, dan sumber air yang mendukung usaha benih Ikan Patin (rating 4 dan skor 0,48) dan
  - 2) Peluang paling utama adalah adanya peluang pasar terbuka luas, baik dalam maupun luar daerah untuk budidaya pembesaran dan ikan hias selalu ada disetiap bulan (rating 4 dan skor 0,48).
- b. Faktor yang menjadi penghambat usaha yaitu berupa kelemahan internal dan ancaman eksternal.
  - 1) Kelemahan paling besar adalah belum memiliki alat transportasi roda empat (*pickup*) sendiri (rating 2,5 dan skor 0,20) dan
  - 2) Ancaman paling besar adalah persaingan harga tidak sehat (*banting harga*) dari kompetitor luar daerah.

### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal dan H.P. Puspitasari. 2018. *Mina Bisnis Ikan Cupang: Teori dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Anjar, Reva; A. Yustiati; Y. Andriani. 2022. *Teknik Pembenihan Ikan Patin (Pangasius hypophthalmus) Sistem Corong Fishing Engineering Catfish Funnel System*. Jurnal Akuatek, 3 (1): 33-40.
- Anonim. 2010. *Pola Pembiayaan Usaha Kecil Pembenihan Ikan Patin*. Jakarta: Bank Indonesia dan Biro Pengembangan BPR dan UMKM.
- Anoraga, Pandji., 2007. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Ardillah, F. Dan F. Hasan. 2020. *Saluran, Margin, dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan*. Agriscience, 1 (1): 12-25
- Arikunto S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asmarantaka, R.S. 2012. *Pemasaran Agribisnis*. Jakarta: Safa Printing.
- Bahri, Syamsul, & M.E. Jata. 2021. *System Analysis and Marketing Strategy Grouper (Ephinephelus Sp.) by Fishermen at Base Fish Landing (PPI) Oeba, Lama City District, Kupang City*. International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis, 4 (8): 1193-1199.
- BPS Kota Binjai. 2022. *Kota Binjai dalam Angka 2022*. CV. Rilis Grafika.
- Cahyono, Riyadi Tri, A. Suryantini, & J. Handoyo M. 2019. *The Feasibility of Developing Catfish Hatcheries as a Business in Minapolitan Area of Magelang District*. Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi, 8 (2): 122-134.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi Cetak II. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Delia, Siti Clarisa. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran dan Pendapatan Usaha Pengolahan Ikan Teri Asin di Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung*. IPB: Departemen Ekonomi Sumber Daya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Cetakan Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya. 2012. *Analisa Usaha Pembenihan Ikan Patin*. Jakarta: Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Djuita, Puspa. 2020. *Strategi Pemasaran Ikan Patin dan Peluang Binisnya (Study Kasus pada Kolam Ikan Patin di Daerah Kabupaten Banyuasin)*. Majalah Ilmiah Manajemen STIE Aprin Palembang, 9 (1): 160-166.
- Elfida. 2020. *Solusi Ketahanan Pangan Rumah Tangga Perkotaan*. Kepulauan Bangka Belitung: Dinas Ketahanan Pangan.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling, Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS.
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1986. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press
- Hanafie, Rita. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Handayani dan Nurlaila. (2010). *Pengembangan Model Intqual untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Internal di Pendidikan Tinggi*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.
- Handoyo, B; Irvan, E. Rahayuni, D. Day, dkk. 2020. *Patin, Komoditas Industri Budidaya Air Tawar*. Jambi: Balai Perikanan Budidaya Air Tawar Sungai Gelam.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Bandar Lampung: Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Hernowo. 2001. *Pembenihan Patin (Skala Kecil dan Besar, Solusi Permasalahan)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Husni, A.K. Hidayah, Maskan AF. 2014. *Analisis Finansial Usaha Tani Cabai Rawit (Capsicum frutescens L) di Desa Purwajaya Kecamatan Loa Janan*. Jurnal AGRIFOR, 13 (1): 49-52.
- Ibnu. 2020. *Break Even Point: Pengertian, Analisis, Contoh, Cara Hitung dan Optimasi Titik Impas*. Retrieved September 13, 2023, website:

- <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/apa-itu-break-even-point> .
- Ilahude, Mega Artha. 2013. *Analisis Sistem Pemasaran Kopra di Kabupaten Gorontalo (Suatu Studi di Kecamatan Limboto)*. Skripsi. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo.
- Irawan, Bambang. 2007. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah*. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 5 (4): 358-373.
- Ismail, Gofar, S. Supardi, dan S. Wahyuningsih. 2008. *Analysis Efficiency Marketing System of Fresh Layang Fish (Decapterus russelli) on Pelabuhan Fish Auction Place in Tegal City*. *Jurnal Mediaagro*, 4 (2): 39-50.
- Iswahyudi dan Sustiyana. 2019. *Pola Saluran Pemasaran dan Farmer's Share Jambu Air CV. Camplong*. *Jurnal Hexagro*, 3 (2): 33-38.
- Januwia, I. Kadek, Dunia, I. Ketut, & L. Indrayani. 2014. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4 (1).
- Jatmiko, Rahmad Dwi. 2003. *Manajemen Strategi, Edisi Satu*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Kai, Yusniawati, M. Baruwadi, & W.K. Tolinggi. 2016. *Analisis Distribusi dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo*. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1 (1): 70-78.
- Karimudin, Yos. 2020. *Pola Saluran Pemasaran Beras di Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17 (2): 239-264.
- Kasmir, Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi ke-2. Jakarta: Kencana.
- Khairuman dan D. Sudenda. 2002. *Budidaya Patin secara Intensif*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Khairuman dan D. Sudenda. 2009. *Budidaya Patin secara Intensif Edisi Revisi*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Kordi, M.G.H. 2005. *Pembesaran Ikan Patin: Biologi, Pembenihan dan Pembesaran*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Kotler, Philip & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaraan*. Jilid I, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, Sharath dan Praveena K.B. 2023. *Research Article, SWOT Analysis*. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 11 (9): 744-748.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Edisi ke-4. Jakarta: Erlangga.
- Mahyuddin, Kholish. 2010. *Panduan Lengkap Agribisnis Patin*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mantra, Ida Bagus. 2004. *Demografi Umum*. Cetakan ke-3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mubyarto. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi ke-3. PT. Pustaka LP3ES.
- Nitibaskara, R., Wibowo S., dan Uju. 2006. *Penanganan dan Transportasi Ikan Hidup untuk Konsumsi*. Bogor: Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas perikanan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor.
- Nugroho, Karyadi. 2015. *Evaluasi Kelayakan Usaha Pembenihan Ikan Patin pada Ilyas Afif Farm di Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*. Bogor: Institut Perikanan Bogor.
- Primyastanto, M., Candra Adi, Supriyadi, A. Nurhabib, A. Khoiri, P.A.N. Intan, & W. Fahma. 2020. *Analysis the Business Efficiency and Profitability of Catfish (Pangasius hypophthalmus) In Tulungagung*,



- East Java. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17 (4): 769-784.
- Puspita dan Wiyono Ahmad. 2014. *Budidaya Patin Cepat Panen*. Jakarta: Infra Pustaka.
- Rahim, Abd.; Suprpti S. dan D.R.D Hastuti. 2012. *Model Analisis Ekonomika Pertanian*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makasar.
- Ramli, M. 2009. *Biaya dan Keuntungan Pemasaran Ikan Patin Budidaya*. Jurnal Berkala Perikanan Terubuk Universitas Riau, 37 (2): 104-116.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisa SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Respati, A.B., M.N. Yusuf, & D.L. Hakim. 2020. *Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Padi (Studi Kasus di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh, 7 (1): 97-111.
- Riyadh, Muhammad Ilham. 2018. *Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok dan Penting di Lima Kabupaten Sumatera Utara*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 9 (2): 161-171.
- Rukmana, Rahmat dan H. Yudirachman. 2020. *Sukses Budidaya Ikan Patin secara Intensif*. Elex Media Komputindo.
- Sazmi, RM, D. Haryono, dan A. Suryani. 2018. *Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Ikan Patin di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah*. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA) Fakultas Pertanian Universitas Lampung, 6 (2): 133-141.
- Septya, Fanny, Rosnita, Roza Yulida, dan Yulia Andriani. 2022. *Urban Farming sebagai Upaya Ketahanan Pangan Keluarga di Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru*. Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3 (1): 105-114.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soekartawi. 2006. *Analisis Usaha Tani*. Jakarta: UI Press.
- Soetjipto, Widyono; R. Andriansyah, R.A. Qurrata A'yun, T. Setiadi, H. Susanto, A. Solah, dkk. 2019. *Peluang Usaha dan Investasi Patin*. Jakarta: Dirjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan, KKP.
- Sudana, I Wayan. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11 (2): 637-648.