

## Analisis Rantai Pasok Budidaya Ikan Lele Pada UMKM Easy Farm Indonesia

<sup>1</sup> Doni Sahat Tuan Manalu, <sup>2</sup> Inayatul Maula, <sup>3</sup> Nisrina Ayushafa Deanova, <sup>4</sup> Putri Luciyani Gunawan, <sup>5</sup> Tiffany Claudia Siallagan, <sup>6</sup> Adam De Al Varoziq, <sup>7</sup> Nur Faizatul Lutfiah

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Sekolah Vokasi IPB

Alamat: Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128, Bogor, Indonesia

Korespondensi penulis: [inayatul22maula@apps.ac.id](mailto:inayatul22maula@apps.ac.id)

**Abstract.** Indonesia's significant potential in the fisheries sector, particularly in catfish aquaculture, offers substantial opportunities for economic development and business growth. This study analyzes the catfish supply chain from Easy Farm in Bekasi, West Java, to end consumers through middlemen and restaurants. Two supply streams are examined to evaluate efficiency, identify potential improvements, and provide strategic recommendations for supply chain management. Analytical methods include performance measurement, barrier identification, and evaluation of potential efficiency enhancements. Findings indicate that collaboration with middlemen and restaurants can expand market reach but also pose challenges related to supply quality and sustainability. Recommendations include investment in infrastructure and technology, increased collaboration with supply chain partners, and the development of sustainable marketing strategies.

**Keywords:** Fisheries, Catfish, Management, and Supply Chain

**Abstrak.** Potensi besar Indonesia dalam sektor perikanan, khususnya budidaya ikan lele, menawarkan peluang signifikan untuk pengembangan ekonomi dan pertumbuhan bisnis. Studi ini menganalisis rantai pasok ikan lele dari Easy Farm di Bekasi, Jawa Barat, hingga konsumen akhir melalui tengkulak dan restoran. Dua aliran pasok dikaji untuk mengevaluasi efisiensi, mengidentifikasi potensi perbaikan, dan memberikan rekomendasi strategis untuk manajemen rantai pasok. Metode analisis termasuk pengukuran kinerja, identifikasi hambatan, dan evaluasi potensi peningkatan efisiensi. Temuan menunjukkan bahwa kolaborasi dengan tengkulak dan restoran dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menimbulkan tantangan terkait kualitas dan keberlanjutan pasokan. Rekomendasi termasuk investasi dalam infrastruktur dan teknologi, peningkatan kolaborasi dengan mitra pasok, serta pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan mengenai manajemen rantai pasok budidaya lele.

**Kata kunci:** Perikanan, Ikan Lele, Manajemen, dan Rantai Pasok

## LATAR BELAKANG

Potensi Indonesia dalam pembangunan sektor perikanan dan pertanian sangat besar. Sektor perikanan budidaya di Indonesia menawarkan prospek yang sangat menjanjikan. Peran sektor perikanan dalam ekonomi Indonesia mencakup penyediaan bahan baku industri, bahan pangan bagi masyarakat, dan penciptaan lapangan kerja. Produksi perikanan budidaya, terutama ikan air tawar, terus meningkat dari kabupaten/kota hingga tingkat nasional. Salah satu jenis perikanan budidaya air tawar yang biasa dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah ikan lele.

Provinsi Jawa Barat menjadi pusat produksi komoditas ikan lele di Indonesia. Produksi ikan Lele di Jawa Barat menurut data perikanan budidaya, Jawa Barat

memproduksi komoditas ikan lele sebanyak 5.698.601 ton. Hal ini dapat menjadi potensi besar mengingat permintaan dan jumlah konsumsi ikan lele di Jawa Barat juga cukup tinggi.

Easy Farm merupakan salah satu pembudidaya ikan lele yang berpusat di Kota Bekasi, Jawa Barat. Saat ini, Easy Farm termasuk salah pemasok besar di pasar komoditas ikan lele di Jawa Barat. Untuk memasarkan hasil panennya, Easy Farm bekerja sama dengan tengkulak. Easy Farm memiliki dua aliran rantai pasok yakni:

Aliran 1: Easy Farm → Tengkulak → Pasar → Konsumen

Aliran 2: Easy Farm → Restoran → Konsumen

Rantai pasok merupakan suatu konsep dalam menjalankan usaha dan menjadi suatu kunci dalam keberlangsungan bisnis (Surbakti et al., 2020). Aktivitas dalam logistik dan rantai pasok pasti menemukan berbagai permasalahan yang terjadi, kolaborasi manajemen rantai pasok sebagai partner dalam rantai pasok dalam menerapkan proses manajemen risiko untuk mengurangi munculnya risiko pada rantai pasok (Riskiana et al., 2021). Agar dapat memenuhi permintaan pelanggan, pihak yang terlibat terdiri dari pihak langsung maupun tidak langsung. Tidak hanya produsen dan pemasok saja, tetapi komponen yang terlibat terdiri dari transportasi, gudang, pengecer, bahkan konsumen akhir (Chopra & Meindl, 2007).

Harga ikan lele di pasar pada tahun 2024 mencapai Rp 28.000,00. Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan dengan Easy Farm sebagai produsen, mereka menjual ikan lele pada tengkulak dengan harga Rp 22.000/kg. Hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa peternak ikan lele mendapatkan keuntungan yang sangat sedikit karena mereka terbiasa memasarkan hasil panen kepada tengkulak ataupun pengumpul. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian mengenai sistem manajemen rantai pasok yang efisien dan kuat agar peternak ikan lele bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Kajian mengenai efisiensi rantai pasok ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi harga dan margin pada setiap bagian dalam lembaga pemasaran.

Tujuan dari penelitian makalah yang kami analisis adalah:

1. Menganalisis efisiensi rantai pasok pada usaha budidaya ikan lele mencakup pemahaman mendalam mengenai proses-produk dalam rantai pasok.
2. Menentukan atribut penting yang dapat mempengaruhi efisiensi rantai pasok

## KAJIAN TEORITIS

### Manajemen Rantai Pasok

*Supply chain management* merupakan pembauran kegiatan pengadaan material, proses konversi dari produk setengah jadi hingga menjadi produk akhir, dan dilanjutkan pada proses pengiriman ke konsumen akhir kemudian diikuti proses lainnya seperti penyediaan bahan mentah, pelacakan pesanan, pemencaran informasi, pengukuran suatu kinerja, dan pengembangan produk baru (Anwar, 2011). *Supply chain* terdiri dari semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. *Supply chain* meliputi tidak hanya produsen dan pemasok, tetapi juga transporter, gudang, pengecer dan bahkan pelanggan itu sendiri (Chopra & Meindl, 2007). Tujuan dari *supply chain management* adalah untuk menciptakan jaringan yang cepat, efisien, dan jaringan dari hubungan bisnis atau rantai pasokan, untuk mendapatkan produk perusahaan dari konsep ke pasar (O'Brien dan Marakas, 2009). Pendekatan *Supply Chain Management* (SCM) diyakini akan mampu meningkatkan efektivitas setiap rantai distribusi, sehingga menjamin produk sesuai tuntutan konsumen (Fatahilah et al.)

## METODE PENELITIAN

### Metode Pengumpulan Data

Data Primer didapatkan melalui wawancara dengan Easy Farm Indonesia sebagai objek penelitian sesuai daftar pertanyaan yang telah disediakan. Data sekunder sebagai data penunjang yang dikumpulkan dari lembaga yang terkait seperti BPS, Kementerian Kelautan dan Perikanan. Identifikasi rantai pasok komoditas ikan lele menggunakan studi literatur sehingga diperoleh gambaran terkait aliran produk, aliran biaya, dan aliran informasi lele di Easy Farm. Analisis deskriptif mengubah tabulasi data menjadi bentuk yang lebih ringkas.

### Metode Analisis

Analisis yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan AHP. Berikut ini adalah metode analisis yang digunakan dalam penelitian:

### Nalisis Manajemen Rantai Pasok

Analisis kinerja rantai pasok berisi penilaian dalam proses pemasaran yang berasal dari responden diantaranya adalah produsen, pedagang pengumpul, pedagang eceran, dan konsumen. Analisis kinerja rantai pasok berisikan pendekatan aliran informasi, aliran produk dan aliran uang.

## a) Margin Pemasaran

Margin pemasaran digunakan untuk memberikan keterangan perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir (Kai et al., 2016).

Margin pemasaran ditentukan dengan perhitungan:

$$Mm = Pr - Pf \dots\dots\dots(1)$$

**Keterangan :**

Mm	=Margin pemasaran	(Rp/Kg)
Pr	=Harga jual pada tingkat pedagang	(Rp/Kg)
Pf	=Harga beli pada tingkat petani produsen	(Rp/Kg)

b) *Farmer's share*

*Farmer's share* bertujuan untuk melihat persentase keuntungan atau bagian yang diterima oleh petani. Hubungan negatif antara *farmer's share* dan margin pemasaran menyebabkan rendahnya margin pemasaran berdampak pada tingginya nilai *farmer's share*, yang mengindikasikan petani memperoleh keuntungan yang tinggi. Secara matematis *farmer's share* dirumuskan sebagai berikut:

$$Fsi = (Pf/Pr) \times 100 \% \dots\dots\dots(2)$$

**Keterangan :**

Fsi	= <i>Farmer's Share</i>	(%)
Pf	= Harga yang diterima petani	(Rp)
Pr	= Harga yang dibayarkan oleh konsumen	(Rp)

## c) Pembentukan Atribut Kepentingan Rantai Pasok

*Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan pendekatan dasar dalam mengambil atau membuat keputusan (Marimin & Slamet, 2010). metode AHP digunakan untuk menilai tindakan yang dikaitkan dengan perbandingan pengutamaan pilihan. Berikut ini merupakan tahapan prosedur AHP menurut Saaty (1993):

## 1. Dekomposisi masalah

Menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan kedalam struktur yang menyusun rangkaian sistem sehingga tujuan dapat dicapai secara rasional.

## 2. Penilaian/pembobotan

Penilaian dilakukan apabila proses dekomposisi telah tersusun, selanjutnya dilakukan penilaian dengan membandingkan berdasarkan tingkat kepentingan.

## 3. Uji konsistensi

Normalisasi bobot tingkat kepentingan pada tiap-tiap elemen hirarki

## 4. Penetapan prioritas

Atribut perbandingan relatif selanjutnya diolah untuk menentukan tahapan alternatif dari seluruh alternatif.

## 5. Prioritas Sintesis

Prioritas didapat dari hasil perkalian prioritas lokal dengan prioritas dari kriteria bersangkutan yang ada pada level atasnya dan menambahkannya ke masing-masing elemen dalam level yang dipengaruhi oleh kriteria. Hasilnya berupa gabungan atau lebih dikenal dengan istilah prioritas global yang kemudian dapat digunakan untuk memberikan bobot prioritas lokal dari elemen yang ada pada level terendah dalam hirarki sesuai dengan kriterianya

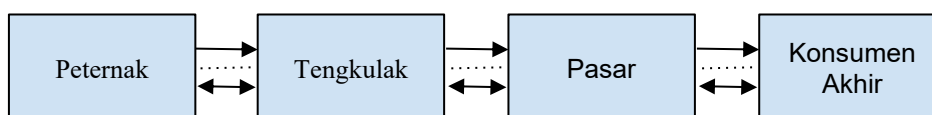
## 6. Pengambilan/penetapan keputusan

Pengambilan keputusan berperan sebagai hasil dari suatu proses dimana alternatif-alternatif terbaik yang dipilih berdasarkan kriterianya

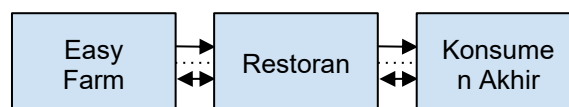
# HASIL DAN PEMBAHASAN

## Manajemen Rantai Pasok Ikan Lele di Easy Farm

Rantai pasok adalah proses yang melibatkan pergerakan dan perubahan barang dari tahap bahan baku hingga mencapai konsumen akhir dengan mempertimbangkan beberapa aliran yakni aliran barang, aliran keuangan, dan aliran informasi. Masing-masing aktor dalam rantai pasok memiliki peran masing-masing. Easy Farm sebagai aktor produsen atau petani ikan lele. Ruang lingkup bisnis rantai pasok memiliki peran yaitu memastikan barang sampai dengan waktu yang tepat dan keadaan yang baik sampai dengan kondisi baik. Selain itu, rantai pasok juga menjadi peran dalam efisiensi biaya pengiriman sampai ke konsumen. Easy Farm memiliki dua saluran rantai pasok, yang dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.



**Gambar 1. Aliran Rantai Pasok I**



**Gambar 2. Aliran Rantai Pasok II**

Berikut ini merupakan keterangan aliran pada rantai pasok:

- : Aliran barang
- ←... : Aliran keuangan
- ↔ : Aliran informasi

### 1. Petani Ikan Lele

Easy Farm merupakan peternakan ikan lele yang berlokasi di Komp. Bumi Dirgantara Permai Jl Suryadarma Blok CE No 8, RT/RW 02/11, Jatisari, Kec. Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat. Easy Farm berintegrasi menghasilkan produk unggul yang sehat, alami dan

bergizi. Selain itu Easy Farm juga bergerak di bidang lain seperti pendidikan, pariwisata, ekonomi kreatif, kuliner dan sosial. Oleh karena itu, Easy Farm menyediakan kolam bioflok ikan lele, kolam pemancingan, kebun sayur, buah, dan bunga.

Easy Farm memakai sistem sortasi dan grading pada proses pembesaran ikan lele, hal tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas ikan lele. Pengiriman yang dilakukan pada Easy Farm ini terkhusus hanya daerah Jabodetabek saja agar dapat terjaga kesegaran dan kualitas ikan lelenya.

2. Tengkulak

Tengkulak merupakan pedagang pertama pada aliran rantai pasok I ikan lele di Easy Farm. Tengkulak dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli ikan lele secara langsung dari Easy Farm dan kemudian menjualnya kembali ke pasar. Tengkulak biasanya membeli dengan jumlah 1 – 2 kwintal perminggu dengan harga jual dari Easy Farm ke tengkulak sebesar Rp 22.500/kg sedangkan harga jual dari tengkulak ke pasar sebesar Rp 25.000/kg.

3. Restoran

Restoran merupakan konsumen pertama yang mengolah ikan lele dari Easy Farm untuk dijual kembali ke konsumen dengan sudah menggunakan proses pengolahan. Restoran biasanya membeli dengan jumlah 5 kg per hari dengan harga jual dari Easy Farm ke restoran seharga Rp 24.000/kg.

4. Konsumen Akhir

Konsumen akhir merupakan aktor yang paling akhir dalam rantai pasok ikan lele pada Easy Farm. Konsumen akhir biasanya membeli ikan lele di Easy Farm dengan jumlah yang cenderung sedikit dibandingkan dengan aktor lainnya karena digunakan untuk konsumsi rumah tangga. Rata-rata konsumen akhir membeli sebanyak 1 – 2 kg/hari dengan harga jual dari Easy Farm sebesar Rp 28.000/kg.

### **Analisis Margin Pemasaran**

Salah satu parameter kuantitatif untuk menilai efisiensi rantai pasok adalah analisis margin pemasaran. Perbedaan harga antar tingkat lembaga pemasaran mungkin disebabkan oleh biaya dari fungsi pemasaran yang dilakukan dalam saluran pemasaran, serta keuntungan yang diperoleh sebagai imbalan atas layanan fungsi pemasaran yang dilakukan.

**Tabel 1. Margin Pemasaran Rantai Pasok Easy Farm**

Jenis Saluran	Saluran Rantai Pasok	
	I	II
<b>Easy Farm</b>		
Harga Jual	22.500	24.000
<b>Tengkulak</b>		
Harga Beli	22.500	
Margin Pemasaran	2.500	
Harga Jual	25.000	
<b>Pasar</b>		
Harga Beli	25.000	
Margin Pemasaran	3.000	
Harga Jual	28.000	
<b>Restoran</b>		
Harga Beli		24.000
Margin Pemasaran		
Harga Jual		
<b>Konsumen</b>		
Harga Beli	28.000	
<b>Total Margin</b>	5.500	

Berdasarkan pada tabel 1, margin pemasaran total tertinggi terdapat pada saluran rantai pasok I (Easy farm - Tengkulak - Pasar - Konsumen Akhir) yakni sebesar Rp 5.500 /Kg. Pada saluran rantai pasok II (Easy farm - Restoran - Konsumen Akhir) margin pemasaran dipegang penuh oleh Easy Farm selaku petani ikan lele.

#### **Analisis *Farmer's Share***

Berdasarkan pada tabel 2, nilai *Farmer's Share* pada saluran rantai pasok I sebesar 80,35% dan nilai *Farmer's Share* pada saluran rantai pasok II sebesar 100%. *Farmer's Share* 100% menunjukkan bahwa petani menerima keuntungan penuh atas harga yang dibayarkan konsumen.

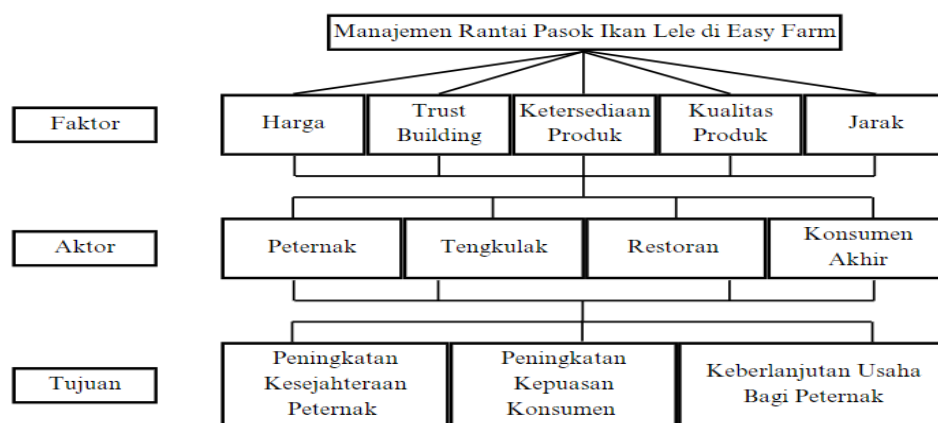
**Tabel 2. Farmer's Share Rantai Pasok Ikan Lele di Easy Farm**

Saluran Rantai Pasok	Harga		Farmer's Share (%)
	Petani (Rp/kg)	Konsumen (Rp/Kg)	
Saluran I	22.500	28.000	80,35
Saluran II	24.000	24.000	100

Nilai efisiensi tertinggi terdapat pada saluran rantai pasok II karena peternak hanya perlu menyalurkan produk ke restoran sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi.

### Analisis Pembentukan Atribut Kepentingan Rantai Pasok

Alternatif skenario pada rantai pasok komoditas ikan lele di Easy Farm menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Langkah pertama dalam menggunakan metode AHP adalah menentukan terlebih dahulu terkait alternatif pilihan yang dapat mempengaruhi efisiensi rantai pasok komoditas ikan lele di Easy Farm. Untuk menentukan faktor yang paling berpengaruh, diperlukan penilaian atribut kepentingan dengan skala 1 – 5 yang mengartikan bahwa semakin besar nilai faktor atribut semakin berpengaruh pada efisiensi rantai pasok. Berikut ini adalah bagan dari beberapa alternatif yang mempengaruhi efisiensi manajemen rantai pasok ikan lele di Easy Farm.

**Gambar 3. Atribut Penting Pada Rantai Pasok Ikan Lele di Easy Farm**

### Analisis Faktor Rantai Pasok

Analisis faktor dilakukan untuk menentukan faktor paling penting yang dapat mempengaruhi efisiensi rantai pasok ikan lele di Easy Farm. Beberapa atribut kepentingan bagian faktor yakni harga, kepercayaan, ketersediaan, kualitas dan jarak.



Berikut ini adalah keterangan faktor dalam pembobotan:

X1: Harga

X2: Kepercayaan

X3: Ketersediaan

X4: Kualitas

X5: Jarak

**Tabel 3. Hasil Awal Kepentingan Atribut Faktor Rantai Pasok Easy Farm**

Faktor	X1	X2	X3	X4	X5
Harga (X1)	1,00	4,00	0,33	0,33	0,25
Kepercayaan (X2)	0,25	1,00	0,33	0,25	0,50
Ketersediaan (X3)	3,00	3,00	1,00	0,33	2,00
Kualitas (X4)	4,00	4,00	3,00	1,00	0,25
Jarak (X5)	4,00	2,00	0,50	4,00	1,00
Bobot	12,25	14,00	5,16	5,91	4,00

**Tabel 4. Hasil Pembobotan Kepentingan Atribut Faktor Rantai Pasok Easy Farm**

Faktor	X1	X2	X3	X4	X5	Average
Harga (X1)	0,08	0,28	0,06	0,05	0,06	0,11
Kepercayaan (X2)	0,02	0,07	0,06	0,04	0,12	0,06
Ketersediaan (X3)	0,24	0,21	0,19	0,05	0,50	0,24
Kualitas (X4)	0,32	0,28	0,58	0,16	0,06	0,28
Jarak (X5)	0,32	0,14	0,09	0,67	0,25	0,29

Berdasarkan hasil rata rata faktor rantai pasok Easy Farm menggunakan pembobotan kepentingan, atribut yang menjadi bagian paling penting dalam manajemen rantai pasok Easy Farm adalah jarak yakni dengan rata rata pembobotan 0,29. Jarak menjadi faktor penting dalam manajemen rantai pasok karena semakin jauh jarak pengiriman dalam rantai pasok Easy Farm, maka dibutuhkan biaya pengiriman atau biaya transportasi yang lebih besar pula. Selain itu, jarak juga berpengaruh pada kualitas ikan karena semakin jauh dan lama perjalanan maka potensi kerusakan ikan akan semakin besar.

#### **Analisis Aktor**

Diperlukan analisis aktor untuk menentukan siapa aktor terpenting yang dapat mempengaruhi efisiensi rantai pasok ikan lele di Easy Farm. Pada rantai pasok Easy Farm

terdapat beberapa atribut penting dari aktor rantai pasok Easy Farm yakni petani, tengkulak, restoran dan konsumen. Dalam perhitungan pembobotan aktor dalam rantai pasok memiliki variabel setiap aktornya, berikut ini merupakan variabel aktor pada rantai pasok:

Y1: Petani

Y2: Pengumpul

Y3: Restoran

Y4: Konsumen

**Tabel 5. Hasil Awal Kepentingan Atribut Aktor Rantai Pasok Easy Farm**

Aktor	Y1	Y2	Y3	Y4
Petani (Y1)	1,00	4,00	3,00	2,00
Pengumpul (Y2)	0,25	1,00	3,00	5,00
Restoran (Y3)	0,33	0,33	1,00	4,00
Konsumen (Y4)	0,50	0,20	0,25	1,00
Bobot	2,08	5,53	7,25	12,00

**Tabel 6. Hasil Pembobotan Kepentingan Atribut Aktor Rantai Pasok Easy Farm**

Faktor	X1	X2	X3	X4	Average
Petani (Y1)	0,48	0,72	0,41	0,16	0,44
Pengumpul (Y2)	0,12	0,18	0,41	0,41	0,28
Restoran (Y3)	0,16	0,06	0,13	0,33	0,17
Konsumen (Y4)	0,24	0,03	0,03	0,08	0,09

Untuk menentukan aktor yang paling berpengaruh di manajemen rantai pasok Easy Farm dapat dilihat dari urutan hasil rata rata pembobotan kepentingan atribut. Aktor terpenting dalam manajemen rantai pasok Easy Farm adalah Petani dengan nilai rata rata 0,44. Petani dianggap aktor paling berpengaruh karena dapat memberikan stok ikan Lele yang mencukupi dan berkualitas.

### Analisis Tujuan

Dalam manajemen rantai pasok ikan lele di Easy Farm tentu diperlukan tujuan yang tepat agar sistem manajemen rantai pasok ikan lele di Easy Farm lebih terarah. Oleh karena itu, diperlukan metode AHP untuk membandingkan kepentingan atribut tujuan yang terpenting di rantai pasok Easy Farm. Atribut kepentingan tujuan yang perlu dibandingkan yakni peningkatan kesejahteraan peternak peningkatan kepuasan konsumen dan keberlanjutan usaha

bagi peternak. Dalam perhitungan pembobotan tujuan dalam rantai pasok memiliki variabel setiap atributnya, berikut ini merupakan variabel tujuan pada rantai pasok:

Y1: Peningkatan Kesejahteraan Petani

Y2: Peningkatan Kepuasan Konsumen

Y3: Keberlanjutan Usaha Bagi Petani

**Tabel 7. Hasil Awal Kepentingan Atribut Tujuan Rantai Pasok Easy Farm**

Tujuan	Z1	Z2	Z3
Peningkatan Kesejahteraan Petani (Z1)	1,00	3,00	0,20
Peningkatan Kepuasan Konsumen (Z2)	0,33	1,00	4,00
Keberlanjutan Usaha Bagi Petani (Z3)	5,00	0,25	1,00
Bobot	6,33	4,25	5,20

**Tabel 8. Hasil Pembobotan Kepentingan Atribut Tujuan Rantai Pasok Easy Farm**

Aktor	Z1	Z2	Z3	Average
Peningkatan Kesejahteraan Petani (Z1)	0,15	0,70	0,03	0,30
Peningkatan Kepuasan Konsumen (Z2)	0,05	0,23	0,76	0,35
Keberlanjutan Usaha Bagi Petani (Z3)	0,78	0,05	0,19	0,34

Menurut hasil pembobotan kepentingan atribut, tujuan utama dari manajemen rantai pasok di Easy Farm adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan bobot 0,35. Easy Farm selalu mengutamakan kepuasan konsumen agar konsumen menjadi lebih loyal dan berlangganan untuk membeli lele di Easy Farm sehingga tujuan utama dari manajemen rantai pasok di Easy Farm adalah meningkatkan kepuasan konsumen.

Maka, dari uraian diatas kita mendapatkan hasil bahwa alternatif pilihan yang dapat mempengaruhi efisiensi rantai pasok ikan lele di Easy Farm adalah faktor jarak dalam rantai pasok Easy Farm, peternak sebagai aktor paling berpengaruh pada rantai pasok Easy Farm dan tujuan utama dari manajemen rantai pasok ikan lele di Easy Farm adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga, alternatif pilihan ini perlu menjadi fokus utama yang diperhatikan dalam manajemen rantai pasok Easy Farm agar sistem rantai pasok lebih efisien.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat dua saluran rantai pasok pada Easy Farm. Saluran I (Easy Farm - Tengkulak - Pasar - Konsumen). Saluran II (Easy Farm - Restoran - Konsumen). Saluran rantai pasok yang efisien pada Easy Farm terdapat pada saluran II yang memiliki margin pemasaran Rp 2000 dan Farmer's Share (100%).
2. Pada metode AHP yang kami analisis, atribut yang paling berpengaruh dalam efisiensi manajemen rantai pasok ikan lele di Easy Farm adalah jarak, peternak, dan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga, atribut-atribut diatas perlu menjadi fokus Easy Farm agar dapat mengefisienkan rantai pasoknya.

Perlu dilakukan upaya perbaikan kinerja pada Rantai pasok Easy Farm agar lebih efisien. Hal ini dapat dicapai dengan memilih pemasok dan tengkulak berdasarkan kepentingan-kepentingan atribut yang disampaikan di atas seperti jarak yang dekat dan biaya pengiriman yang rendah. Petani juga perlu memperhatikan kualitas dari produksi ikan lele agar harga agar dapat memberikan keuntungan yang tinggi sehingga para petani lebih sejahtera. Jika ikan lele yang dijual berkualitas maka konsumen akan mendapatkan kepuasan dan usaha ternak lele di Easy Farm bisa berkelanjutan.

## DAFTAR REFERENSI

- Chopra, S., & Meindl, P. (2007). Supply chain management. Strategy, planning & operation. In Das Summa Summarum des Management. [https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9320-5\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9320-5_22)
- Kai, Y., Baruwadi, M., & Tolinggi, W. K. (2016). Analisis distribusi dan margin pemasaran usahatani kacang tanah di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1(1), 70–78. <https://doi.org/10.37046/agr.v0i1.1409>
- Marimin, & Slamet, A. S. (2010). Analisis pengambilan keputusan manajemen rantai pasok bisnis komoditi dan produk pertanian. *Pangan*, 19(2), 169–188. <https://doi.org/10.33964/jp.v19i2.184>
- Riskiana, W., Aman, M., & Rifa'i, A. (2021). Analisis risiko rantai pasok dengan House of Risk di PT. Petrogas Prima Service. *Borobudur Engineering Review*, 1(2), 89–95. <https://doi.org/10.31603/benr.3165>
- Saaty, T. L. (1993). *Pengambilan keputusan bagi para pemimpin, proses hirarki analitik untuk pengambilan keputusan dalam situasi yang kompleks*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Surbakti, J. A., Sri, N., & Dewi, I. A. L. (2020). Identifikasi dan efisiensi kinerja rantai pasok ikan lele di Kota Kupang. *Jurnal Vokasi Ilmu-Ilmu Perikanan (Jvip)*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.35726/jvip.v1i1.496>