

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN UDANG GALAH DI KECAMATAN LUT TAWAR KABUPATEN ACEH TENGAH

¹⁾ Kiagus Muhammad Zain.Basriwijaya ²⁾ Siti Kamariyah ³⁾ Suri Purnama Febri

^{1,3)} Program Studi Budidaya Perairan

²⁾ Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Samudra

Email : zainkiagus@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pendapatan Udang Galah (*Macrobrachium Rosenbergii*) dan apakah pemasaran Udang Galah (*Macrobrachium Rosenbergii*) efisien atau tidak, selain itu juga untuk mengetahui saluran pemasaran Udang Galah (*Macrobrachium Rosenbergii*) di Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei. Hasil penelitian diketahui rata-rata jumlah pendapatan usahatani tambak udang di Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah yaitu sebesar Rp. 22.609.002, hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu petani – pedagang besar – konsumen. Rata-rata biaya pemasaran Udang Galah yang dikeluarkan yaitu Rp. 10.000/kg. berdasarkan hasil perhitungan efisiensi pemasaran Udang Galah di Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah sebesar 3,7 dan dikatakan efisien karena < 5%.

Kata Kunci: Kecamatan Lut Tawar, Udang Galah (Macrobrachium Rosenbergii), Pendapatan, Pemasaran.

PENDAHULUAN

Luas perairan umum di Indonesia saat ini kurang lebih 14 juta ha, meliputi 101,95 juta ha sungai dan rawa 1,78 juta ha danau alam, serta 0,03 juta ha danau buatan. Di dalam perairan tersebut hidup berbagai macam jenis ikan. Hal ini merupakan potensi alami yang sangat bagus untuk mengembangkan usaha perikanan di Indonesia. Salah satu budidaya tambak yang memiliki prospek usaha yang cukup baik untuk dikembangkan adalah budidaya Udang Galah.

Udang merupakan suatu komoditas perikanan andalan Indonesia yang menjadi komoditas ekspor. Terdapat beberapa jenis udang yang banyak dipelihara petambak di Indonesia, yaitu Udang Galah, udang vaname, udang api-api, dan udang putih. Udang budidaya yang dikaitkan dengan pasar ekspor Indonesia adalah Udang Galah dan udang vaname, sedangkan jenis udang lainnya digunakan untuk keperluan pasar dalam negeri (Kementerian Perdagangan, 2013).

Provinsi Aceh telah diakui merupakan salah satu daerah penghasil udang terbaik di Indonesia. Komoditas

udang yang menjadi andalan adalah Udang Galah dengan pertumbuhan sangat tinggi dan pangsa pasar yang luas merupakan keunggulan dari udang tersebut (Wiharyanto, 2011).

Kecamatan Lut Tawar adalah salah satu kecamatan yang masih banyak masyarakat bermatapencaharian sebagai petani tambak. Hal ini dapat dilihat dari luas tambak yang ada di Lut Tawar seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1. Luas Tambak Udang Galah.

Kecamatan	Teknologi Budidaya (Tradisional)
Aceh Tengah Timur	777,50
Lut Tawar	990,00
Aceh Tengah Barat	65,00
Aceh Tengah Utara	80,00
Aceh Tengah Selatan	155,00
Jumlah	2.067,50

Sumber : Badan Pusat Statistik 2018

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Kecamatan Lut Tawar memiliki kawasan tambak paling luas dibandingkan dengan Kecamatan lainnya karena sebagian masyarakat Lut Tawar pekerjaan pokoknya sebagai petani tambak dan sebagian masyarakat nya juga memiliki pekerjaan sampingan selain menjadi petani tambak.

Untuk menjual hasil panen dari tambaknya, biasanya petani tambak tersebut menjual hasil tambaknya kepada pedagang besar yang langsung menampung hasil produksi tambak udang dari para petani. Biasanya para pedagang besar tersebut menyediakan wadah/tempat untuk penampungan hasil panen Udang Galah para petani, hal ini menjadi suatu keuntungan bagi petani karena tidak harus menyediakan wadah/tempat untuk hasil panennya. Kemudian setelah hasil panen

didapatkan dari petani tambak udang, pedagang besar langung membawa ke gudang tempat penyimpanan Udang Galah tersebut. Hasil panen tambak disortasi terlebih dahulu karena setiap hasil panen memiliki harga yang berbeda-beda perkilonya. Dari penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis Pendapatan dan Pemasaran Udang Galah di Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di desa Asir -Asir Pusaka Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Penelitian ini dilakukan pada bulan September - Oktober 2020.

Populasi pada penelitian ini adalah petani tambak udang dan lembaga pemasaran di Desa Asir -Asir Pusaka

Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Sampel pada penelitian ini adalah 25 petani tambak udang dari jumlah populasi satu desa tersebut dan 1 lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran Udang Galah di Desa Asir-Asir Pusaka Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan sengaja (Sugiyono, 2016).

Teknik analisis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisis pendapatan, biaya pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran juga efisiensi pemasaran. Sedangkan untuk saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Berikut adalah metode analisis data dari penelitian ini :

1. Analisis pendapatan Udang Galah Pendapatan yaitu total penerimaan yang diterima dalam periode maupun waktu tertentu (BN. Marbun 2003).

$$\pi = TR - TC$$

Ket : π : Pendapatan usaha tani
 TR : Total penerimaan
 TC : Total biaya

2. Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran dapat diukur dengan menggunakan pendekatan

organisasi pasar. Analisis pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

a. Biaya pemasaran, yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran komoditas pertanian (Rahim dan Astuti, 2007). Dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Bp = Bp_1 + Bp_2 + Bp_3 + \dots + Bp_n$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran
 Bp₁, Bp₂, Bp₃, : Biaya pemasaran tiap – tiap lembaga

b. Margin Pemasaran yaitu perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen untuk produk dengan harga yang diterima (Sudiyono, 2002).

Rumusnya yaitu:

$$Mji = Psi - Pbi \text{ atau}$$

$$Mji = bti + \pi i$$

$$\pi i = Mji - bti$$

Keterangan :

Mji : Marjin pemasaran ke-i (Rp)

Psi : Harga jual lembaga Pemasaran ke-i (Rp)

Pbi : Harga beli lembaga pemasaran ke-i (Rp)

bti : Biaya total lembaga pemasaran t ke-i (Rp)

πi : Keuntungan lembaga pemasaran ke-i (Rp)

3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dan nilai produk biasanya dinyatakan dengan persen (%). Efisiensi pemasaran terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi.

Semakin kecil efisiensi pemasaran yang terjadi, maka akan semakin efisien pemasaran tersebut. Kriteria efisiensi pemasaran apabila $E_p < 5\%$ (Sudiono,2004). Rumusnya yaitu :

$$E_p = \frac{B_p}{H_e} \times 100\%$$

Keterangan :

Ep : Efisiensi pemasaran

Bp : Biaya pemasaran

He : Harga eceran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan petani tambak Udang Galah selama usaha tani berjalan. Biaya tetap biasanya tidak tergantung pada tingkat barang atau jasa yang dihasilkan. Dalam hal ini biaya tetap dapat dikatakan tidak berpengaruh terhadap jumlah produksi yang dihasilkan. Penggunaan biaya tetap pada penelitian ini terdiri dari biaya sewa lahan, biaya penyusutan jaring saringan, pompa air, galian, piber, jaring pintu air, sampan.

Penggunaan biaya tetap paling banyak terdapat pada biaya sewa lahan yaitu dengan rata-rata Rp 20.400.000 per periode. Selain itu penggunaan biaya tetap paling rendah yaitu biaya penggunaan biaya penyusutan galian karena hanya memiliki rata-rata Rp 18.288 per

periodenya. Jika ditotal semua biaya tetap yang digunakan oleh 25 responden, dimana biaya-biaya tersebut tidak jauh berbeda jumlah atau harga beli per unitnya yaitu sekitar Rp 591.831.195 dengan rata-rata penggunaan yaitu sekitar Rp.23.673.248. Hal ini terjadi karena setiap penggunaan biaya tetap pada alat untuk usahatani tambak Udang Galah memiliki jumlah unit berbeda-beda tergantung dengan jumlah luas lahan yang dimiliki oleh setiap responden.

Biaya penyusutan pada usahatani tambak udang tersebut terdiri dari biaya penyusutan jaring saringan, pompa air, galian, piber, jaring pintu air, sampan. Penggunaan biaya penyusutan paling besar yaitu biaya penyusutan pada jaring pintu air yaitu sekitar Rp.1.849.501 per periodenya.

Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan berubahnya volume kegiatan. Biaya variabel pada usahatani tambak Udang Galah ini yaitu biaya benih, biaya pupuk, biaya racun, biaya pakan, beserta biaya tenaga kerja (Bagi hasil/tidak memperhitungkan HKP) Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Penggunaan Biaya Variabel Pada Usaha Tambak Udang Galah.

No	Biaya Variabel	Total Harga (Rp)	Rata-Rata (Rp)
1	Benih	87.960.000	3.518.400
2	Pakan	140.140.000	5.605.600
3	Pupuk :		
	a. TSP	8.760.000	730.000
	b. Urea	25.200.000	1.008.000
5	Racun :		
	a. Akodan	28.200.000	1.128.000
	b. Darmasan	28.200.000	1.128.000
	c. Arvo	16.900.000	676.000
	d. Pegasus	20.645.000	825.800
	e. Diajinon	28.200.000	1.128.000
6	Biaya Tenaga Kerja	25.400.000	1.016.000
	Jumlah	409.605.000	16.384.200
	Rata-rata	40.960.500	1.676.380

Penggunaan biaya variabel usahatani tambak Udang Galah sebesar Rp. 1.676.380 per periode dilakukan usaha tani tambak Udang Galah tersebut. Rata-rata penggunaan biaya variable terbesar yaitu pada penggunaan pakan, yaitu Rp. 5.605.600 dan rata-rata penggunaan biaya variabel terkecil yaitu pada penggunaan racun Arvo yaitu Rp.676.000. Mengenai penggunaan biaya variabel, para responden hanya memasukkan biaya benih, biaya pakan, biaya pupuk, biaya racun pada usahatani tambak Udang Galah tanpa memasukkan biaya tenaga kerja dengan perhitungan HKP. Hal ini dikarenakan biaya tenaga kerja dibayar disaat sudah panen dan sudah sesuai dengan kesepakatan antara pemilik tambak dan pekerjanya. Untuk membayar upah para

pekerja tersebut, petani harus memperoleh pendapatan terlebih dahulu.

Rata-rata penggunaan biaya tenaga kerja yaitu Rp. 1.016.000 per periodenya. Upah untuk pemeliharaan dalam maupun luar keluarga sama yaitu Rp. 100.000 per tenaga kerja sedangkan upah untuk panen yaitu Rp. 150.000. dalam hal ini, pemeliharaan dilakukan setiap hari dan panen hanya dilakukan sekali selama satu periode.

Pemakaian biaya tetap lebih banyak yaitu Rp.591.831.195 dengan rata-rata penggunaan biaya tetap Rp.23.673.248 dibanding dengan penggunaan biaya variabel yaitu Rp. 409.605.000 dan rata-rata penggunaan biaya variabel yaitu Rp.16.384.200. Perhitungan biaya produksi didapatkan dari penjumlahan antar biaya tetap dan biaya variabel pada

usahatani tambak Udang Galah yaitu dengan rata-rata Rp.40.057.448 per periode. Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan selama masa produksi berjalan. Produksi yaitu hasil dari jasa akibat penggunaan maupun manfaat faktor-faktor produksi. Produksi sangat dipengaruhi oleh tingkat kombinasi tepat antara faktor-faktor produksi yang telah dilakukan oleh para petani tambak Udang Galah di desa tersebut.

Rata-rata jumlah produksi petani tambak Udang Galah adalah sebesar 993 kg dengan nilai produksi rata-rata sebesar Rp 79.548.000. Dapat diketahui bahwa harga produksi Udang Galah disesuaikan pada ukurannya. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan maka didapatkan informasi bahwa petani tambak udang lebih banyak menghasilkan Udang Galah dengan size 30, size 40, size 50, dan size PP (eceran) juga dengan harga yang bervariasi sesuai dengan ukuran Udang Galah tersebut. Harga Udang Galah yang memiliki ukuran size 30 dijual dengan harga Rp.89.000/Kg, size 40 dijual dengan harga Rp.72.000/Kg, size 50 dijual dengan harga Rp.65.000/Kg, size PP dijual dengan harga Rp.35.000/Kg. Size PP biasanya di dibeli oleh konsumen.

Nilai produksi diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi dan harga produksi sehingga petani dapat

memperhitungkan hasil produksinya per periode. Dalam penelitian ini usaha tani biasanya dilakukan 1 tahun 2 kali produksi tergantung dengan cuaca. Jika cuaca musim penghujan maka para petani akan beralih pada usahatani tambak udang vanammei namun jika cuaca musim kemarau maka petani akan kembali berusaha tambak Udang Galah.

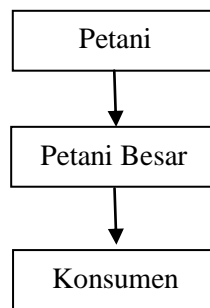
Pendapatan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pendapatan bersih petani tambak Udang Galah. Pendapatan bersih adalah besarnya total penerimaan petani dari hasil penjualan Udang Galah dikurangi dengan biaya produksi dan upah (dibayar disaat panen namun tidak bagi hasil) yang dikeluarkan oleh para petani tambak udang tersebut. Rata-rata jumlah pendapatan usahatani tambak Udang Galah ini adalah sebesar Rp. 39.450.552 per periode. Dalam hal pendapatan pada penelitian ini bahwa hasil pendapatan petani didapatkan setelah membayar upah kepada pekerja sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak namun bukan bagi hasil. Jadi pendapatan bersih petani didapat dari pendapatan dikurang dengan upah kerja perawatan, panen kemudian hasil dari pengurangan tersebutlah pendapatan bersih petani selama satu kali periode panen di dapatkan.

Saluran pemasaran dalam penelitian ini adalah organisasi yang saling terhubung

dari untuk menyalurkan barang/jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran yang terjadi di desa ini hanya melalui dua tahap pemasaran yaitu, dari petani tambak Udang Galah langsung ke pedagang besar untuk disalurkan ketangan konsumen atau juga untuk di kirim kedalam maupun luar kota. Hal ini mengakibatkan harga di petani tambak tidak terlalu murah dan petani tambak akan mendapatkan keuntungan yang besar karena dalam hal ini tidak ada pemangkasan harga dari agen-agen atau pengumpul lagi melainkan langsung ke pedagang besarnya untuk sampai kepada

tangan konsumen. Selain itu harga yang diterima oleh konsumen juga tidak terlalu tinggi karna tidak melalui jalur agen atau pengumpul desa lagi.

Pola saluran pemasaran Udang Galah dapat diketahui dengan cara melihat arus pemasaran Udang Galah mulai dari petani hingga sampai ketangan konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran Udang Galah di Desa Asir-Asir Pusaka Kecamatan Aceh Tengah Barat Kabupaten Aceh Tengah dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar : Saluran pemasaran

Gambar diatas menjelaskan bahwa saluran pemasaran yang terjadi tidak melibatkan agen atau pengumpul desa. Dalam pemasaran ini terlibat langsung adalah pedagang besar yang menjual Udang Galah kepada ke perusahaan luar kota atau kepada pengecer-pengecer setempat. Mengenai pola pemasaran hasil produksi Udang Galah dijual oleh petani

kepada pedagang besar dikarenakan harga jual yang diperoleh oleh petani tidak rendah sehingga petani dapat menghasilkan keuntungan. Pada pola saluran pemasaran ini, konsumen juga mendapatkan keuntungan yaitu harga beli oleh konsumen tidak terlalu mahal dan tidak terlalu jauh perbedaan antara harga beli pedagang besar dan harga yang

dibayar oleh konsumen karena pada pemasaran ini tidak melalui pengumpul desa maupun pengumpul kecamatan.

Fungsi pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam proses pemasaran Udang Galah. Setiap lembaga melakukan

funksinya sesuai dengan kebutuhan lembaga tersebut. Adapun fungsi-fungsi saluran pemasaran Udang Galah di Desa Asir-Asir Pusaka Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 3. Fungsi Pemasaran Usaha Tambak Udang Galah

No	Fungsi Pemasaran	Petani	Pedagang Besar	Konsumen
1	Fungsi Pertukaran			
	a. Pembelian	T	Y	Y
	b. Penjualan	Y	Y	T
2	Fungsi Fisik			
	a. Penyimpanan	T	Y	T
	b. Pengemasan	T	Y	T
	c. Bongkar Muat	T	Y	T
	d. Transportasi	T	Y	T
3	Fungsi Fasilitas			
	a. Penanggung Resiko	T	Y	T
	b. Informasi Pasar	Y	Y	T

Sumber : Data Primer, 2020 (Diolah)

Keterangan :

T = Tidak Melakukan

Y = Ya, melakukan

Dapat dilihat bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran Udang Galah di Desa Aisir-Asir Pusaka Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah meliputi 3 fungsi yaitu Fungsi pertukaran, Fungsi Fisik, dan Fungsi Fasilitas. Dalam fungsi-fungsi tersebut terdapat beberapa indikator yaitu pada fungsi fisik terdiri dari pembelian dan penjualan. Pembelian adalah suatu tindakan untuk mendapatkan barang dengan pertukaran untuk di pakai sendiri atau dijual kembali. Sedangkan penjualan

adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan konsumen secara langsung.

Fungsi fisik yaitu meliputi penyimpanan, pengemasan, bongkar muat, transportasi. Penyimpanan adalah penyediaan barang-barang sampai dibutuhkan oleh konsumen pada waktu tertentu. Fungsi pengemasan yaitu tempat untuk melindungi hasil produksi dari kerusakan-kerusakan sehingga lebih mudah disimpan dan tahan lama. Bongkar muat merupakan suatu kegiatan untuk mengangkut suatu produk dari alat

transportasi agar lebih meminimalisir kemungkinan kerusakan. Sedangkan transportasi adalah alat untuk mengangkut barang dari suatu tempat ke tempat lain.

Fungsi fasilitas terdiri dari penanggung resiko dan informasi pasar. Fungsi penanggung resiko adalah menanggung semua resiko yang mungkin terjadi. Sedangkan informasi bertujuan untuk mengumpulkan berbagai informasi pasar agar petani maupun pedagang besar dapat mengetahui informasi tentang permintaan beserta pemasaran yang ada di pasar, selain itu juga untuk mengetahui berapa tinggi rendahnya harga di pasar saat itu. Dari tabel diatas juga dapat dilihat bahwa pedagang besar melakukan semua fungsi-fungsi pemasaran untuk menjalankan usaha nya.

Biaya pemasaran yaitu semua biaya yang dikeluarkan dari sejak produk selesai produksi kemudian disimpan di dalam gudang sampai produk tersebut dijual sampai produk tersebut berubah bentuk menjadi uang tunai. Selama proses penyaluran berlangsung memerlukan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka harga produk tersebut akan semakin tinggi. Jika semakin panjang suatu saluran pemasaran maka biaya yang dikeluarkan akan semakin tinggi. Rata-rata biaya pemasaran yang terjadi yaitu Rp. 10.000/Kg. Pemasaran di Desa tersebut hanya ada

satu pola saluran pemasaran, satu pedagang besar yang menampung hasil panen tambak Udang Galah di desa tersebut. Dalam biaya pemasaran yang sudah di teliti, biaya-biaya pemasaran meliputi transportasi untuk mengangkat hasil panen dari petani ke gudang atau dari gudang ke tempat tujuan pemesanan Udang Galah. Selain transportasi juga ada biaya penyimpanan, biaya pengemasan dan biaya bongkar muat. Biasanya biaya bongkar muat dilakukan di gudang tersebut dan dimasukkan ke dalam piber. Udang-udang yang sudah dikemas di dalam piber kemudian siap untuk di kirim ke luar kota yang sudah ada kerja sama dengan pedagang besar penampung hasil produksi dari petani tersebut.

Margin pemasaran biasanya digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran berbedabeda karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitasaktivitas serta keuntungan yang diinginkan oleh lembaga pemasaran tersebut. Rata-rata margin pemasaran yang terjadi di desa tersebut yaitu Rp. 11.000/Kg hal ini mengakibatkan nilai laba yang didapatkan oleh pedagang besar per kilonya tinggi karena hanya terdapat satu saluran pemasaran saja.

Efisiensi pemasaran yaitu suatu ukuran keberhasilan dinilai dari segi besarnya biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan. Dalam efisiensi pemasaran terdapat dua faktor yang sangat menentukan efisien atau tidaknya sebuah saluran, yaitu keuntungan pemasaran beserta harga jual/eceran. Hal ini sesuai dengan pendapat menurut Sudiyono (2002) mengatakan bahwa “efisiensi pemasaran terjadi bila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi”. Jika semakin kecil biaya pemasaran yang terjadi maka akan semakin efisien juga saluran pemasarannya. Rata-rata efisiensi pemasaran sebesar 3,7%, hal ini menunjukkan bahwa efisiensi pada saluran pemasaran ini efisien karena nilai efisiensi pemasarannya yaitu < 5 % sesuai dengan kriteria efisiensi pemasaran.

SIMPULAN

1. Rata-rata jumlah pendapatan bersih usahatani tambak Udang Galah yaitu sebesar Rp. Rp. 22.609.002.
2. Hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu:
Petani→Pedagang Besar→Konsumen
3. Rata-rata biaya pemasaran Udang Galah yaitu Rp. 10.000/ Kg.
4. Rata-rata margin pemasaran yaitu Rp. 11.000/Kg

5. Dari hasil perhitungan efisiensi pemasaran Udang Galah sebesar 3,7% dan dinyatakan efisien karena < 5%.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. *Kota Aceh Tengah Dalam Angka 2018*. Kota Aceh Tengah: BPS.
- Charter William K dan Millon F Usry 2002. *Akuntansi Biaya*. Jakarta Salemba Empat.
- Gustiyan, H. 2003 – 2004. *Analisis Pendapatan Usahatani untuk Produk Pertanian*. Salemba empat, Jakarta.
- Kotler 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- M. Ghufuran H. Kordi, *Budidaya Perairan* buku kesatu (Jakarta: Citra Aditya Bakti 2008) , h.16
- Mahyu Danil (2013) *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireun*”. *Journal Ekonomika Universitas Al – Muslim Bireun Aceh* Vol. Iv No 7:9
- Mahmud, U. K Sumantadinata dan Panjaitan, N. H 2013. *Pengkajian Usaha Tambak Udang Galah Tradisional Di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan*. Technical Report, Jurusan Budidaya Perairan, Universitas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Soekartawi, *Faktor – Faktor Produksi*, Jakarta; Salemba Empat (2012).

- Sudiyono,A. 2001. *Pemasaran Pertanian*.
Malang Universitas Muhammadiyah
Malang
- Suyanto Dkk. 2004, *Klasifikasi dan
Morfologi Udang Galah (Penaeus
monodon)*.