

ANALISIS PEMASARAN IKAN AIR TAWAR DI KECAMATAN BARONG TONGKOK KABUPATEN KUTAI BARAT

*Freshwater Fish Marketing Analysis
in Barong Tongkok District, West Kutai Regency*

Samuel Rizal¹⁾, Elly Purnamasari²⁾, Heru Susilo²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

²⁾Staf Pengajar Jurusan Sosek Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman
Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua Samarinda, Indonesia
Email: samuelrizal024@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the costs, income, marketing margins, marketing channels and marketing efficiency of freshwater fish in Barong Tongkok District, West Kutai Regency. This research was conducted from July 2021 to June 2022. The sample determination was based on the Census method, namely by taking one population group as a whole with a total of 4 respondents, namely tilapia cultivators business owners, Snowball Sampling method with a total of 4 respondents. The main data (primary) was obtained from business owners by means of interviews using a questionnaire. Data were analyzed by quantitative analysis. The results of the analysis show that the average cost of all respondent cultivators is IDR.11,359,817/year, the average profit is IDR. 3,140,183/year. The applicable marketing channels are level 0 channels and level 1 channels. The resulting marketing margin is IDR. 6000. Freshwater fish marketing channel in Barong Tongkok District, West Kutai Regency has an efficiency value of 83% so it can be concluded that the applicable marketing channel is efficient because the efficiency value is more than 50%.

Keywords: Freshwater Fish Farming, Profit Analysis, Marketing Margin, Marketing Channels, Efficiency.

PENDAHULUAN

Kabupaten Kutai Barat merupakan satu diantara beberapa kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar, baik perikanan tangkap maupun budidaya. Data pada tahun 2018 menunjukkan jumlah RTP perikanan tangkap sebanyak sekitar 7.756 jiwa. Adapun untuk perikanan budidaya terdapat sekitar 4.497 jiwa pembudidaya perikanan aktif. Kondisi ini didukung dengan sumberdaya alam berupa keberadaan areal sungai yang mencapai 1.416,5 ha dan danau seluas sekitar 18.424,8 ha. Dengan demikian sumberdaya perikanan Kutai Barat sangat potensial untuk terus berkembang. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Barat. 2018).

Produksi perikanan budidaya berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Barat 2018 di Kecamatan Barong Tongkok dibagi menjadi beberapa sektor yaitu budidaya kolam *Fresh water pond* dengan jumlah produksi sebanyak 172.3 ton, keramba sebanyak 835.1 ton dan jaring apung sebanyak 7.6 ton dengan total jumlah produksi yang dihasilkan dari semua sektor budidaya yang ada adalah sebanyak 1.015 ton. Dapat dilihat jumlah produksi ikan air tawar di kecamatan barong tongkok cukup besar namun masih banyak pedagang yang membeli ikan dari luar kecamatan Barong Tongkok dan di pasarkan dalam Corresponding author. Email address: samuelrizal024@gmail.com (Samuel)

DOI:

Received: 15-9-2022; Accepted: 4-10-2023; Published: 25-7-2024

Copyright (c) 2024 Samuel Rizal, Elly Purnamasari, Heru Susilo

Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis Published by Faculty of Fisheries and Marine Affairs, University of Mulawarman and This work is licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

pasar yang berada di Kecamatan Barong Tongkok, oleh karena itu perlu kajian berkaitan dengan kegiatan pemasaran ikan air tawar agar dapat mengetahui seberapa efisien saluran pemasaran ikan yang dijalankan dalam proses pemasaran ikan dari pembudidaya hingga sampai ke konsumen akhir di Kecamatan Barong Tongkok. Berdasarkan uraian diatas maka perlu untuk melakukan penelitian ini dengan judul Analisis Pemasaran Ikan Air Tawar di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh para pengusaha atau pembudidaya dalam usahanya untuk memperthankan kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan laba dan untuk perkembangan usahanya. Berhasil tidaknya usaha tersebut tergantung pada keahliannya dibidang pemasaran,produksi, keuangan, dan sumberdaya manusia (Firdaus, 2008).

Tujuan penelitian ini yaitu, Mengidentifikasi saluran pemasaran. mengetahui seberapa besar keuntungan budidaya ikan air tawar, Mengetahui seberapa besar margin pemasaran, Mengetahui efisiensi pemasaran Ikan air tawar hasil budidaya di Kecamatan Barong Tongkok.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat, dimulai bulan 7 september 2021 hingga 30 september 2022. Tahapan Pra Survei hingga ujian pendadaran skripsi dimulai bulan Maret 2021 sampai dengan bulan juni 2022.

Metode Pengumpulan data

Penelitian dilakukan dengan metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1989). Data yang dikumpulkan mencakup data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer (*primary data*) merupakan data utama yang digunakan atau diperoleh dalam penelitian ini. Data ini diperoleh dengan cara observasi di lokasi penelitian dan mengadakan wawancara secara langsung dengan pengusaha ikan air tawar hasil budidaya di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat pada wawancara ini digunakan daftar pertanyaan (kuisioner) yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun jenis-jenis data primer yang diperlukan yaitu : Identitas responden, Biaya produksi, Jumlah produksi, Harga jual, Saluran pemasaran, tingkat efisiensi, Kendala

2. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data review*) merupakan data penunjang yang diperlukan dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, laporan dari instansi atau dinas yang terkait, hasil penelitian yang menunjang, monografi Kecamatan Barong Tongkok serta sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Adapun jenis metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Metode Sensus

Metode penelitian sensus merupakan penelitian yang mengambil satu kelompok populasi sebagai sampel secara keseluruhan dan menggunakan kuisioner yang terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Usman dan Akbar, 2008). Berdasarkan informasi tersebut dimana keseluruhan pembudidaya ikan air tawar yang berada di Kecamatan Barong Tongkok terdiri dari 4 orang pembudidaya di ambil semua sebagai responden.

2. Metode Bola Salju (*Snowball Method*)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk kajian pemasaran adalah metode *Snowball Sampling*. Metode ini meminta informasi dari sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya, demikian secara terus menerus hingga seluruh

kebutuhan sampel penelitian dapat terpenuhi (Santoso, 2005). Dalam hal ini sumber informasi adalah dari pembudidaya ikan air tawar yang memasarkan produknya ke pedagang perantara. Pedagang perantara tersebut terdiri dari: pedagang pengumpul, pedagang besar, agen, pedagang pengecer dan sebagainya hingga akhirnya sampai kemudian sampai ke tangan konsumen (langsung dan tidak langsung). Jumlah responden pedagang perantara tergantung dengan dari informasi dan kodisi di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 8 responden yaitu 4 pembudidaya dan 4 pedagang pengecer.

Metode analisis data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan deskriptif kualitatif, data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan akan disajikan dalam bentuk tabel, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

1. Total biaya (*Total Cost*)

Menurut suratiyah (2015) untuk menghitung besarnya biaya total (total cost) diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya tetap (Fixed Cost/FC) dengan Biaya Variabel (Variable Cost/VC) dengan rumus

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC : Total cost / Total biaya (Rp/Thn)

FC : Fixed Cost/Biaya Tetap (Rp/Thn)

VC : Variabel Cost/Biaya Tidak Tetap (Rp/Thn)

2. Penerimaan adalah total pendapatan yang diterima oleh produsen berupa uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Menurut Boediono (2002) yang dimaksud dengan penerimaan (revenue) adaah penerimaan produksi dari hasil penjualan outputnya. Secara matematis dapat dihitung dengan rumus :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR : Total Revenue/Total Penerimaan (Rp/Thn)

P : Price/Harga (Rp/Thn)

Q : Quantity/Jumlah Produk (Rp/Thn)

3. Soekartawi (2003), menambahkan keuntungan dapat ditulis sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π : Keuntungan (Rp/Thn)

TR : Total Revenue/Total Penerimaan (Rp/Thn)

TC : Total Cost/Total Biaya (Rp/Thn)

4. Margin pemasaran : menurut Sugiono (2009), untuk menghitung margin pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/panen)

Hp= Harga Penjualan (Rp/panen)

Hb= Harga Pembelian (Rp/panen)

5. Menurut Soekertawi (2002), Saluran dikatakan efisien apabila masing masing saluran pemasaran mempunyai persentase margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase harga yang diterima pembudidaya lebih tinggi atau lebih dari 50%. Perhitungan efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$Lp = \frac{Hp}{He} \times 100\%$$

Keterangan :

Lp = Bagian (%) harga yang diterima produsen/lembaga pemasaran lain

Hp= Harga pada produsen persatuan barang (Rp/Kg)

He= Harga eceran per satuan barang (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Barong Tongkok merupakan ibu kota dari Kabupaten Kutai Barat yang memiliki luas wilayah seluas 492.21 km². Jarak dari Kecamatan Barong Tongkok menuju ke pusat pemerintahan Kabupaten Kutai Barat berjarak 0.30 km, Secara administratif Kecamatan Barong Tongkok berbatasan langsung dengan wilayah sebagai berikut : Sebelah utara berbatas dengan Kecamatan Tering, Sebelah timur berbatas dengan Kecamatan Manoor Bulatn dan Kecamatan Sekolaq Darat, Sebelah selatan berbatas dengan kecamatan Damai, Sebelah Barat berbatas dengan Kecamatan Linggang Bigung dan Kecamatan Nyuatan

Kecamatan Barong Tongkok merupakan salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk paling besar dari kecamatan lainnya. Penduduk Kecamatan Barong Tongkok berjumlah 23.611 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 12.411jiwa (52.56%) dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 11.200 jiwa (47.44%).(Kabupaten Kutai Barat Dalam Angka, 2018).

Gambaran Umum Usaha Budidaya

Pembudidaya yang menjadi responden yaitu sebanyak 4 orang, proses budidaya ikan nila dengan menggunakan kolam terpal dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan kolam

Tahap awal yaitu pembuatan kolam. Kolam yang dibuat dengan perencanaan ukuran terlebih dahulu. Umumnya ukuran kolam yang digunakan adalah 2x3x1 meter atau 4x6x1 meter. Rangka yang mengelilingi kolam menggunakan balok kayu dan papan atau rangka baja ringan sesuai dengan kemampuan modal dan jika terpal sudah terpasang tidak boleh lupa menguji ketahanan atau untuk melihat adanya kebocoran atau tidak. Rendam kolam terpal untuk beberapa hari sebelum digunakan, untuk memastikan kondisi kolam terpal ideal. Kolam terpal yang ideal memperhatikan temperature air berkisar 25-30° celcius dan pH air harus berkisar 6,5-8.

2. Pemilihan benih ikan

Pemilihan bibit ikan yang baik dapat meningkatkan atau meminimalisir kerugian akibat dari kematian bibit ikan. Pemilihan bibit yang baik bibit ikan nila yang berukuran 12 cm sebelum bibit ikan dibeli harus memastikan kondisi bibit ikan nila yang sehat dengan ciri-ciri: ukuran dan bentuk ikan seragam antara satu dengan lainnya, benih ikan lebih aktif dan gesit saat berenang, tidak ada cacat maupun luka pada bagian tubuh ikan dan tidak terjangkit viruspenyakit.

3. Penebaran benih ikan nila

Sebelum penebaran benih ikan nila perlu dilakukannya perbandingan jumlah bibit ikan nila dengan ukuran kolam yang sudah disiapkan. Tujuannya bibit ikan memiliki ruang gerak yang cukup sehingga tidak bersaing satu dengan yang lainnya. Proses penebaran bibit ikan nila yaitu : letakkan bibit ikan nila yang berada pada plastik yang berisi air dan udara ke dalam kolam terpal. Selanjutnya biarkan proses adaptasi ikan nila dengan air yang ada dikolam sekitar 10-15 menit agar bibit ikan tidak stress. Kemudian bibit ditebar dengan cara membuka plastik dan biarkan bibit ikan nila keluar dengan sendirinya.

4. Pemeliharaan dan pemberian pakan bibit ikan nila

Dalam proses budidaya ikan khususnya pada kegiatan pembesaran, faktor yang terpenting adalah ketersediaan pakan dalam jumlah yang cukup, dan harus mengandung seluruh nutrient yang diperlukan, yakni karbohidrat, lemak, protein, mineral dan vitamin dalam jumlah yang cukup seimbang. kondisi tersebut juga sangat dibutuhkan bagi usaha bidang budidaya perikanan (Kordi, 2009). Pemberian pakan pada bibit ikan nila harus sesuai dengan masa pertumbuhan ikan. Pakan yang diberikan harus sesuai dengan porsi atau sesuai dengan jumlah ikan yang di budidayakan. Pakan tidak boleh terlalu banyak agar sisa pakan yang tidak habis tidak mengotori kolam dan tidak menimbulkan penyakit pada ikan. Pemberian pakan ikan nila kira-kira 2-3 kali dalam satu hari. Takaran pakan yang diberikan di setiap kolam dengan estimasi 1000 ekor per kolam sekitar 500gram pakan. Pakan alami yang digunakan

sebagai pakan tambahan bisa menggunakan dedaunan seperti daun singkong, daun talas, dan kangkung.

5. Pemanenan hasil budidaya ikan nila

Masa pemeliharaan ikan nila berlangsung 5-6 bulan hingga ikan memiliki bobot ideal untuk dilakukannya pemanenan. Hasil panen ikan nila dijual oleh pembudidaya kepada pedagang pengecer dengan harga Rp. 30.000/kg. Ukuran rata-rata ikan nila saat panen adalah 5 sampai 6 ekor per kilo gramnya.

Analisis Keuntungan, Saluran, Margin dan Efisiensi pemasaran ikan Air Tawar

Analisis keuntungan bertujuan untuk mengatahui besar keuntungan dari usaha yang dikelola. Jenis ikan yang dibudidayakan adalah Ikan Nila. Berdasarkan hasil perhitungan pendapatan disetiap responden berbeda-beda tergantung jumlah produksi yang dihasilkan. Hal ini dibuktikan dengan total keuntungan yang dihasilkan oleh responden pembudidaya ikan air tawar. Dapat dilihat dari Tabel 2 jumlah pendapatan dari keseluruhan responden sebesar Rp12.560.733 dan rata-rata keuntungan yang diterima oleh responden sebesar Rp3.140.183.

Tabel 2. Keuntungan yang didapat oleh pembudidaya di Barong Tongkok

No	Responden	TC(Rp/Tahun)	TR (Rp/Produksi)	TR (Rp/Thn)	I (Rp/tahun)
1	Muhidin	10.598.667	7.200.000	14.400.000	3.801.333
2	Agus	11.795.600	7.500.000	15.000.000	3.204.400
3	Sopian	16.733.000	10.900.000	21.800.000	5.067.000
4	Nardi	6.312.000	3.900.000	7.800.000	1.488.000
Jumlah					12.560.733
Rata-rata					3.140.183

Sumber: Data primer diolah, 2022

Saluran adalah para pelaku bisnis atau semua perusahaan perantara yang terlibat dalam mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen akhir. (Sumarwan, 2015). Saluran yang digunakan dalam proses penyaluran produk perikanan budidaya air tawar sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran tingkat 0 karena tidak sedikit warga yang langsung mendatangi lokasi budidaya untuk membeli ikan langsung kepada pembudidaya, harga yang diberikan kepada konsumen adalah sebesar Rp.30.000/kg.
2. Saluran pemasaran tingkat 1 dimana pembudidaya langsung menjual hasil panen ikannya kepada pedagang pengecer dengan harga Rp.30.000/kg dan pedagang pengecer langsung menjual produk perikanannya kepada konsumen dengan harga sebesar Rp.36.000/kg.

Penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengecer langsung di pasar dengan menempati lapak yang telah disediakan. Pasar Jaras adalah pasar tempat para pedagang pengecer memasarkan produknya yang berlokasi di Kecamatan Barong Tongkok. Data tersebut diperoleh dengan menelusuri jalur pemasaran ikan dari pembudidaya sampai ke konsumen.

Margin tata niaga adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin ini diterima oleh lembaga niaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tata niaga (semakin banyak lembaga niaga yang terlibat) maka semakin besar margin tata niaga (Daniel, 2001).

Dari data lapangan yang telah diolah maka dapat dilihat besaran margin pemasaran yang telah terjadi di saluran pemasaran yang berlaku, dimana selisih harga yang dihasilkan dari harga pembelian ikan yaitu harga yang diberikan oleh pembudidaya sebesar Rp 30.000 dan harga penjualan adalah harga yang telah diatur oleh pedagang pengecer sebesar Rp 36.000 maka dari itu dapat menghasilkan margin pemasaran sebesar Rp 6.000, sehingga

harga yang di bayarkan konsumen sebesar Rp. 36.000 setelah harga tersebut di atur oleh pedagang pengecer untuk mendapatkan keuntungan dalam pemasaran.

Apabila saluran pemasaran yang dilakukan semakin pendek maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien. Sejalan dengan pendapat (Widiastuti dan Harisudin 2013) yang menyatakan bahwa panjang pendeknya yang dilaui oleh suatu hasil perikanan tergantung oleh beberapa faktor yaitu: jarak produsen ke konsumen, cepat tidak produk rusak, skala produksi dan posisi keuangan pengusaha. Hasil dari penelitian di lapangan menunjukan bahwa saluran pemasaran yang terjadi di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat adalah saluran pemasaran tingkat satu sehingga membuat tingkat efisiensi dalam alur pemasaran lebih efisien.

Menurut Soekartawi (2002), pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil perikanan dari produsen sampai ke konsumen dengan biaya yang lebih sedikit atau murah dan memberikan keuntungan yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam suatu proses pemasaran dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Saluran dikatakan efisien apabila masing masing saluran pemasaran mempunyai persentase margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase harga yang diterima pembudidaya lebih tinggi atau lebih dari 50%. Saluran pemasaran ikan air tawar di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat memiliki nilai efisiensi 83% sehingga dapat disimpulkan saluran pemasaran yang yang berlaku sudah efisien karena nilai efisiensi lebih dari 50%.

KESIMPULAN

Keuntungan yang diterima oleh keempat pembudidaya sebesar Rp12.560.733/tahun dengan keuntungan rata-rata yang diterima sebesar Rp3.140.183/tahun. Saluran pemasaran ikan air tawar di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat adalah saluran pemasaran tingkat 0 yaitu pembudidaya langsung kepada konsumen adapun saluran pemasaran lainnya adalah saluran pemasaran tingkat 1, yaitu : (Pembudidaya → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir). Margin pemasaran atau selisih harga yang terjadi diantara pembudidaya dan pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 6000/kg. Saluran pemasaran ikan air tawar di Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat efisien karena nilai efisiensi yang diperoleh adalah sebesar 83% (>50%).

SARAN

Keberhasilan pembudiaya terletak pada pengetahuan yang baik terhadap proses melakukan usaha budidaya dalam hal ini secara teknis maupun non teknis, juga agar dapat meningkatkan hasil panennya sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan perlunya pembudiaya melakukan survei harga agar pembudiaya tidak mengalami kerugian. Kepada pedagang pengecer disarankan agar mengadakan interaksi terutama dalam hal menentukan harga beli dan harga jual agar diharapkan adanya lebih keseragaman harga disemua lembaga. Kepada pemerintah disarankan agar pembudidaya lebih diperhatikan agar dapat membantu proses usaha yang dijalankan agar kedepannya menjadi lebih baik lagi, seperti diberikannya penyuluhan tentang proses budidaya yang baik dan benar serta tentang penyakit yang umumnya sering terjadi pada saat proses budidaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar P.S dan Usman. 2008. Pengantar Statistika. Bumi Aksara: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Barat. 2018. Kabupaten Kutai Barat Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Barat
- Boediono. 2002. *Ekonomi Makro: seri sinopsis pengantar ilmu ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Daniel. MC. 2001. *Pemasaran*. Penerbit Selemba Empat. Yogyakarta.
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kordi, M. M.G. H. 2009. *Budidaya Perairan*. Citra Ditya Bakti. Bandung
- Singarimbun. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 238 hal.
- Soekartawi. 2003. *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan analisis Cobb-Douglas*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 250 hal.
- Sugiono. 2009. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Sumarwan. Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*. IPB Press: Bogor
- Suratiyah, Ken. 2015. Ilmu Usahatani edisi revisi. Jakarta: Penebar Swadaya. 156 hal.
- Wisiatuti N. dan M. Harisudin. 2013. Saluran dan Marjin Pemasaran Jagung di Kabupaten Grobogan. Jurnal SEPA 9 (2).