

BAB 3

Budidaya Pembenihan Ikan Konsumsi

A. Perencanaan Usaha Pembenihan Ikan Konsumsi

1. Ide dan Peluang Usaha Pembenihan Ikan Konsumsi

Kegiatan budidaya ikan saat ini merupakan salah satu usaha ekonomi produktif bagi masyarakat. Segmen usaha budidaya ikan berdasarkan proses produksinya, dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu usaha pembenihan, pendederasan, dan pembesaran ikan. Usaha pembenihan merupakan suatu tahapan kegiatan perikanan yang *outputnya* adalah benih ikan. Usaha pembesaran merupakan kegiatan perikanan yang *outputnya* adalah ikan berukuran konsumsi. Usaha pendederasan merupakan kegiatan perikanan yang *outputnya* adalah benih ikan tetapi ukurannya lebih besar dari *output* pembenihan. Komoditas usaha yang dipilih dalam kegiatan budidaya ikan sangat bergantung pada permintaan pasar, teknis operasional, serta implementasinya.

Permintaan ikan konsumsi khususnya ikan lele yang semakin meningkat menjadikan peluang usaha sangat terbuka bagi para pelaku usaha pembesaran. Dengan tingkat konsumsi yang tinggi yang terlihat melalui warung-warung makanan dengan menu ikan lele, berdampak secara langsung terhadap kebutuhan benih ikan lele oleh para pengusaha. Kondisi ini membuat para petani pembenihan ikan lele untuk semakin memanfaatkan usaha pemasaran produknya, karena banyak konsumen yang datang langsung ke lokasi pembenihan.

Untuk satu siklus usaha pembenihan dengan jangka waktu antara 40-45 hari dapat menghasilkan benih ikan lele 30.000-50.000 ekor dengan berbagai macam ukuran.

Berdasarkan ukurannya, dalam satu siklus tersebut sebagian besar ditawarkan/dijual dengan ukuran 5-6 cm.

2. Sumberdaya yang dibutuhkan dalam Pembenihan Ikan Konsumsi

Sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha pembenihan ikan konsumsi adalah :

a. *Man* (manusia)

Sumber daya manusia adalah faktor daya yang berasal dari manusia. Dalam sebuah kegiatan usaha, manusia adalah faktor paling penting. Karena sebagai pelaku utama yang melaksanakan proses untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. *Money* (uang)

Uang adalah faktor yang dibutuhkan untuk membiayai semua kebutuhan yang diperlukan selama proses produksi, seperti untuk pembelian bahan baku yang akan diolah, perawatan mesin produksi ataupun gaji para karyawan.

c. *Material* (bahan)

Material adalah bahan-bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi sebuah usaha, terdiri dari bahan mentah, bahan setengah jadi, dan bahan jadi.

d. *Machine* (peralatan)

Machine berasal dari bahasa Inggris yang artinya mesin. Mesin adalah salah satu sarana yang sangat diperlukan dalam sebuah proses produksi. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, alat-alat yang mendukung proses produksipun juga menjadi lebih canggih, sehingga dapat menghemat biaya dan tenaga.

e. *Method* (cara kerja)

Metode adalah penetapan kerja atau tips-tips untuk tercapainya tujuan dalam sebuah proses produksi. Dalam sebuah proses produksi diperlukan metode yang membimbing seseorang untuk menghasilkan produk yang baik. Tanpa sebuah metode, tidak akan ada petunjuk untuk melaksanakan proses produksi akibatnya produk yang dihasilkan tidak memuaskan.

f. *Market* (pasar)

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kelancaran usaha. Jika proses produksi dihentikan maka pengusaha akan kehilangan pekerjaan. Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui produk seperti apa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat dipasarkan dengan baik.

g. *Information* (Informasi)

Informasi juga dibutuhkan agar usaha menjadi lebih lancar dan berkelanjutan. Proses produksi tidak akan berkembang dengan baik jika tidak memiliki informasi pasar produk usaha dari seorang professional maupun dari berbagai media, seperti internet, buku, majalah maupun koran.

Tugas Kelompok

1. Tentukan salah satu jenis ikan yang dibudidayakan di daerah sekitar lingkunganmu!
2. Sebutkan sumber daya apa saja yang dibutuhkan untuk membuat usaha tersebut tersebut!
3. Presentasikan dalam pembelajaran!

3. Perencanaan usaha Pemberian Ikan Konsumsi

Perencanaan usaha pada umumnya memuat pokok pokok pikiran sebagai berikut:

a. Nama perusahaan

Pemilihan nama perusahaan harus dipikir baik-baik karena berdampak jangka panjang. Pemberian nama harus berorientasi ke depan, tidak hanya pada faktor-faktor yang kekinian.

b. Lokasi

Lokasi terbagi atas lokasi perusahaan, lokasi pertokoan, dan lokasi pabrik/industri. Ada 2 hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi yaitu :

- 1) *Backward linkage* atau disebut pertalian ke belakang, yaitu bagaimana sumber daya (*resources*) yang akan digunakan. Termasuk dalam hal ini adalah bahan baku, tenaga kerja, suasana, dan kondisi masyarakat setempat.
- 2) *Forward linkage* atau disebut pertalian ke depan, yaitu daerah pemasaran hasil produksi. Apakah tersedia konsumen yang cukup untuk menyerap hasil produksi.

c. Komoditi yang diusahakan

Pemilihan komoditi yang akan diusahakan dapat mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- 1) Membanjirnya permintaan masyarakat terhadap jenis-jenis hasil usaha tertentu, baik berupa barang-barang ataupun jasa.
- 2) Teridentifikasinya kebutuhan tersembunyi masyarakat akan barang-barang atau jasa tertentu.

- 3) Kurangnya saingan dalam bidang usaha yang kita kerjakan.
 - 4) Adanya kemampuan yang meyakinkan untuk bersaing usaha dengan orang lain dalam mengembangkan suatu bidang usaha yang sama.
- d. Konsumen yang dituju
- Prospek konsumen ini didasarkan atas bentuk usaha dan jenis usahanya. Jika jenis usaha yang dijalankan berbentuk industri tentu jangkauan konsumen yang dituju lebih jauh dibandingkan dengan usaha bentuk pertokoan.
- e. Pasar tujuan
- Sebuah perusahaan yang mulai memasuki pasar akan menempatkan perusahaannya sebagai pemimpin pasar (*market leader*), penantang pasar (*market challenger*), pengikut pasar (*market follower*), atau perelung pasar (*market nichers*). Penguasaan pasar dalam arti menyebarluaskan produk merupakan faktor menentukan dalam pengembangan usaha. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen.
- f. Partner yang diajak kerjasama
- Partnership* adalah suatu asosiasi atau persekutuan dua orang atau lebih untuk menjalankan suatu usaha mencari keuntungan. Walaupun persekutuan ini banyak dilakukan dalam bidang usaha yang mencari laba, tetapi ada juga persekutuan yang dibentuk tidak untuk mencari laba. Bentuk partnership dapat mengatasi beberapa kelemahan yang terdapat pada bentuk usaha perseorangan.
- g. Personil yang dipercaya untuk menjalankan perusahaan
- Pilihlah seseorang untuk menjalankan perusahaan karena kejujurannya.
- h. Jumlah modal yang diharapkan dan yang tersedia
- Pada umumnya pengusaha pemula pada saat akan mendirikan usaha, jumlah modal yang tersedia sangat minim. Modal utama adalah semangat dan kejujuran. Jika modal yang dimiliki pengusaha sangat terbatas, maka dapat dilakukan kerja sama dengan partner, yang masing-masing menyertorkan modalnya. Semua sumber dan kemampuan pengumpulan modal ini harus ditulis.
- i. Peralatan perusahaan yang perlu disediakan
- Peralatan yang perlu disediakan adalah sesuai dengan kepentingan usaha. Peralatan usaha pertokoan, akan berbeda dengan usaha kerajinan dan industri. Untuk pertama kali membuka usaha, pikirkan peralatan yang sangat diperlukan. Peralatan yang tidak begitu diperlukan peggunaannya sebaiknya tidak dibeli terlebih dahulu, sebab akan mengganggu uang kas. Ada dua hal yang dipertimbangkan dalam menyediakan peralatan yaitu ekonomis dan *prestise*.

j. Penyebaran promosi

Sebagai suatu usaha baru, tentu belum dikenal oleh masyarakat. Oleh sebab itu, harus direncanakan apakah usaha ini perlu diperkenalkan/dipromosikan atau tidak. Jika akan dipromosikan harus direncanakan bentuk promosi, tempat/media mempromosikan, keunggulan apa yang akan ditunjukkan.

4. Kebutuhan pasar terhadap Benih Ikan Konsumsi

Sumberdaya perikanan Indonesia dibagi menjadi dua kategori yaitu perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Potensi perikanan di Indonesia masih belum dimanfaatkan secara optimal, namun produksi budi daya terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kenaikan jumlah produksi ikan berpengaruh langsung terhadap kenaikan konsumsi ikan penduduk Indonesia per kapita per tahun.

Tingkat konsumsi ikan penduduk Indonesia pada tahun 2001 sebesar 9,96 kg/kapita/tahun meningkat menjadi 17,01 kg/kapita/tahun pada tahun 2005. Berdasarkan data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (2013), tingkat konsumsi ikan pada tahun 2010 - 2012 rata-rata mengalami kenaikan hingga 5,44 persen. Pada tahun 2010, tingkat konsumsi ikan mencapai 30,48 kg/kapita per tahun, pada tahun 2011 sebanyak 32,25 kg/kapita per tahun, sedangkan pada tahun 2012, tingkat konsumsi ikan mencapai 33,89 kg/kapita per tahun. Kecenderungan tersebut mendorong berkembangnya usaha-usaha perikanan budi daya, mulai dari pemberian, pemeliharaan, pengemasan, dan pemasaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan benih ikan terus meningkat, sehingga dipastikan usaha pemberian akan terus berkembang dengan pesat. Alasan lain menyatakan bahwa sebagian besar pembudi daya ikan menganggap budi daya pemberian ikan lebih menguntungkan dibandingkan pembesaran. Salah satu usaha pemberian ikan yang berkembang di Indonesia adalah ikan lele.

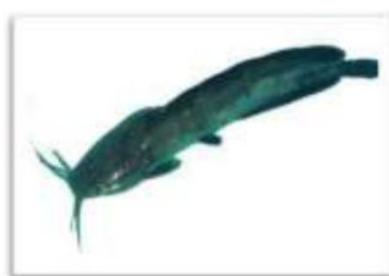
Lele adalah salah satu jenis ikan yang bergizi tinggi, sehingga mampu mendukung asupan masyarakat untuk konsumsi ikan yang kaya akan omega 3. Lele merupakan jenis ikan yang digemari masyarakat, walaupun sebelum tahun 1990-an ikan lele belum begitu popular sebagai makanan lezat, namun oleh warung-warung pecel lele menjadi makanan popular yang merakyat dan menyebar ke mana-mana. Berdasarkan data Bank Indonesia (2010), dengan produksi benih per hari lebih dari 175.000 benih lele membuktikan bahwa Kabupaten Boyolali menjadi salah satu sentra usaha pemberian ikan lele di Indonesia. Namun jika dikaitkan dengan kebutuhan benih lele di wilayah ini yang mencapai lebih dari 300.000 benih per hari membuat peluang usaha pemberian semakin terbuka.

Tugas Kelompok

1. Amati dan cermati cerita di atas!
2. Carilah dan kunjungi dinas perikanan atau balai benih ikan yang ada di lingkungan anda!
3. Wawancarailah petugas dinas perikanan atau balai benih ikan yang ada di lingkungan anda!
4. Mintalah data mengenai pembudi daya ikan, jenis ikan yang biasa dibudidayakan, dan berapa jumlah benih yang dihasilkan di lingkungan anda!
5. Bagaimana peluang usaha pemberian ikan berdasarkan pengamatan pasar yang anda lakukan?
6. Menurut anda, seberapa besar potensi perikanan yang ada di lingkungan anda berdasarkan pengamatan pasar yang anda lakukan?

B. Penerapan Sistem Pemberian Ikan Konsumsi berdasarkan Daya Dukung Wilayah

1. Aneka Produk Ikan Konsumsi



Sumber: Dokumen Kemendikbud
Gambar Jenis-jenis ikan konsumsi : (a) benih, (b) konsumsi

Tugas Individu

1. Amati dan cermati gambar 1!
2. Sebutkan nama-nama ikan pada gambar tersebut beserta nama latinnya!
3. Jenis ikan apa yang sering anda konsumsi?
4. Apa kesan yang anda dapatkan setelah mengamati gambar tersebut?

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, kebutuhan akan protein dari ikan juga semakin meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pemerintah terus berupaya untuk meningkatkan produksi ikan melalui usaha budi daya. Perikanan budi daya merupakan salah satu subsektor yang sangat potensial untuk dikembangkan karena dapat menerapkan rekayasa teknologi sehingga dapat menciptakan produk perikanan yang berkualitas dan berkesinambungan. Berdasarkan fungsinya, sumber daya perikanan Indonesia terdiri dari ikan konsumsi dan nonkonsumsi.

Ikan konsumsi adalah jenis-jenis ikan yang lazim dikonsumsi oleh manusia sebagai sumber pangan. Ikan konsumsi dapat diperoleh salah satunya dari proses budi daya. Contoh ikan konsumsi yang sering dibudidayakan antara lain: lele, gurami, nila, mas, bawal, patin, dan jenis lainnya. Ikan-ikan tersebut dapat dibedakan berdasarkan morfologinya. Pengenalan struktur ikan tidak terlepas dari morfologi ikan, yaitu bentuk tubuh ikan sebagai ciri-ciri yang mudah dilihat dan diingat. Morfologi ikan sangat berhubungan dengan habitat ikan tersebut.

Tugas Kelompok

1. Amati lingkungan sekitarmu!
2. Catatlah jenis ikan konsumsi yang dibudidayakan di lingkungan sekitarmu!
3. Tuliskan ciri-ciri morfologi dari masing-masing jenis ikan tersebut!
4. Diskusikan bersama kelompok, kemudian presentasikan dan simpulkan!
5. Ungkapkan pemahaman yang timbul dengan adanya jenis-jenis ikan yang dapat dikonsumsi di Negara Indonesia!

Lembar Kerja 1

Nama kelompok :

Nama anggota :

.....
.....
.....
.....

Kelas :

Identifikasi jenis-jenis ikan konsumsi

Nama ikan konsumsi	Ciri-ciri morfologi

KESIMPULAN

.....
.....
.....
.....
.....
.....

UNGKAPAN PEMAHAMAN

.....
.....
.....
.....
.....
.....

a. Ikan lele lokal (*Clarias batrachus*)

Lele lokal merupakan jenis ikan konsumsi air tawar dengan ciri-ciri tubuh memanjang dan kulit licin, serta identik dengan warna punggung hitam dan warna perut (abdomen) putih keabu-abuan (Gambar 2). Lele lokal merupakan ikan asli Indonesia yang mempunyai beberapa nama daerah, antara lain: ikan kalang (Padang), maut (Gayo, Aceh), pintet (Kalimantan Selatan), keling (Makasar), cepi (Bugis), lele atau lindi (Jawa Tengah). Lele bersifat *nocturnal*, yaitu aktif bergerak mencari makanan pada malam hari. Berdasarkan kebiasaan makan, lele merupakan hewan karnivora yaitu golongan ikan yang sumber makanannya berasal dari bahan hewani.

Usaha pembesaran lele mempunyai prospek yang cukup cerah, karena permintaan konsumen semakin meningkat. Pengembangan usaha pembesaran ikan yang baik akan meningkatkan hasil budi daya secara berkelanjutan. Segmentasi pasar lele sangat luas tergantung pada ukuran dan permintaan serta kebutuhan konsumen. Pada tahun 2013, benih ikan lele dengan ukuran 5-7 cm dijual dengan harga Rp 170-Rp 200/ekor, ukuran 7-9 cm berkisar Rp 210 – Rp 250/ekor, dan ukuran 9-11 cm berkisar Rp. 250- Rp. 300/ekor.



Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.2 Ikan lele

b. Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*)

Ikan Nila merupakan jenis ikan konsumsi yang hidup di air tawar, merupakan ikan hasil introduksi dari Afrika Bagian Timur pada tahun 1969. Saat ini, ikan nila menjadi komoditas andalan dan unggulan ikan konsumsi air tawar untuk memenuhi kebutuhan konsumen domestik dan luar negeri. Ikan Nila sangat mudah dibudidayakan dan dipasarkan karena merupakan

salah satu jenis ikan yang paling disukai oleh masyarakat. Morfologi ikan nila adalah garis vertikal yang berwarna gelap di sirip ekor sebanyak enam buah. Garis seperti itu juga terdapat di sirip punggung dan sirip dubur, bersifat omnivora (Gambar 3.).



Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.3 Ikan Nila

Harga benih nila dipasaran biasanya dijual berdasarkan ukuran bobot dengan harga Rp. 25.000 – Rp. 28.000,-/kg. Jumlah benih nila per kg >500 ekor. Teknik budidaya nila relatif mudah, sehingga sangat layak dilakukan pada semua skala usaha (rumah tangga, mikro, kecil, menengah, dan besar).

c. Ikan Gurami (*Oosphronemus gouramy*)

Gurami merupakan jenis ikan konsumsi air tawar, bentuk badan pipih lebar, bagian punggung berwarna merah sawo dan bagian perut berwarna kekuningan/keperak-perakan (Gambar 4). Gurami merupakan ikan asli Indonesia yang berasal dari daerah Sunda (Jawa Barat, Indonesia) dan disebarluaskan ke Malaysia, Thailand, Ceylon, dan Australia. Di Jawa, gurami dikenal dengan sebutan gurameh, di Sumatra disebut kala atau kalui,



Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.4 Ikan gurami

sedangkan di Kalimantan disebut kalui. Ikan Gurami mempunyai nilai ekonomi yang sangat tinggi dengan cita rasa yang enak sehingga digemari banyak orang dari berbagai kalangan di dalam dan luar negeri

Harga Gurami di pasaran sangat bervariasi tergantung pada umur, dimana gurami dengan umur 1-2 bulan dijual dengan harga Rp 400 - Rp 500/ekor. Benih gurami dijual berdasarkan umur dengan harga relatif mahal karena permintaannya relatif lebih tinggi dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya. Oleh sebab itu, budidaya ikan gurami khususnya pembenihan memiliki potensi ekonomi yang sangat besar.

d. Ikan Bawal (*Colossoma Macropomum*)

Bawal air tawar saat ini banyak diminati sebagai ikan konsumsi, paling banyak dibudidayakan di daerah Jawa. Bawal mempunyai beberapa keistimewaan, diantaranya pertumbuhan cukup cepat, nafsu makan tinggi serta termasuk pemakan segalanya (omnivora), lebih banyak makan dedaunan, daya tahan yang tinggi terhadap kondisi limnologi yang ekstrim, dengan citarasa daging yang sangat enak hampir menyamai daging ikan gurami.



Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.5 Ikan bawal

Pengayaan

Peserta diminta menuliskan jenis-jenis produk budi daya pembenihan ikan konsumsi di daerahnya.

Tugas Kelompok

1. Amati dan cermati penjelasan diatas!
2. Sebutkan nama jenis ikan di atas (Gambar 2., 3., 4., dan 5.), berdasarkan daerah asal anda!
3. Carilah informasi harga jual benih ikan konsumsi yang dibudidayakan di daerah anda?
4. Diskusikan bersama kelompok, kemudian presentasikan, dan simpulkan!
5. Ungkapkan pemahaman anda yang timbul setelah mengetahui potensi perikanan di daerah masing-masing!

Lembar Kerja 2

Nama kelompok :

Nama anggota :

.....
.....
.....

Kelas :

Nama daerah ikan konsumsi

Nama ikan konsumsi	Nama lokal	Nama Ikan Berdasarkan Daerah Masing-masing

Nilai jual

Nama ikan	Satuan	Nilai Jual

KESIMPULAN

.....
.....
.....
.....
.....
.....

UNGKAPAN PEMAHAMAN

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Manfaat Ikan Konsumsi

Dari sebuah riset studi pada tahun 2006 yang dilakukan oleh *Harvard School of Public Health*, diketahui bahwa tingkat kematian akibat penyakit jantung pada orang dewasa yang makan ikan dua kali sepekan, lebih rendah (36%) daripada mereka yang makan ikan sedikit atau tidak sama sekali. Ikan merupakan sumber makanan penting karena mengandung dua asam lemak omega-3, yaitu *Eicosapentaenoic Acid* (EPA) dan *Docosahexaenoic Acid* (DHA). Omega-3 membantu menurunkan tekanan darah yang akan menjaga kesehatan jantung. Tubuh tidak memproduksi omega-3, harus didapatkan melalui asupan makanan.

Berikut ini contoh aneka masakan ikan sebagai sumber asam lemak omega-3 (Gambar 6).



Sumber: Dokumen Kemendikbud
Gambar 3.6 Aneka masakan ikan

Jelaskan manfaat ikan konsumsi yang anda ketahui!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Jelaskan manfaat Omega-3 bagi manusia yang anda ketahui!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Jelaskan cara pengolahan ikan agar tidak menimbun lemak!

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Perencanaan Produksi

Memulai bisnis usahakan dapat memberikan keuntungan bagi yang menjalankannya. Dengan mempelajari dan memahami cara-cara khusus yang harus dilakukan untuk mencapai keberhasilan, memungkinkan kita untuk memulai budi daya ikan dengan cara yang benar.

Usaha budi daya pemberian ikan dapat memberikan keuntungan cukup besar. Dengan mempelajari dan memahami cara-cara untuk mencapai keberhasilan, memungkinkan untuk memulai kegiatan budi daya secara baik dan benar. Keberhasilan wirausaha pemberian ikan konsumsi tergantung pada perencanaan usaha (*business plan*). Berikut ini adalah hal-hal yang perlu diperhatikan saat membuat rencana usaha pemberian ikan konsumsi:

- a. Pilih lokasi usaha yang dekat dengan sumber air, bahan/peralatan usaha, tenaga kerja, serta dekat dengan lokasi pemasaran.
- b. Tentukan jenis ikan yang akan dibudidayakan. Ikan yang dibudidayakan dapat lebih dari satu jenis. Penentuan jenis ikan akan menentukan kesiapan yang diperlukan dalam pelaksanaan usaha budi daya ikan.
- c. Urus izin dan daftarkan usaha pada instansi terkait.
- d. Membangun wadah budi daya ikan (tergantung pada jenis ikan yang dipilih).
- e. Kembangkan satu areal budi daya ikan dengan membangun kolam pemberian.
- f. Dapatkan pasar dan kembangkan jaringan pemasaran.
- g. Harus dapat mengelola keuangan dengan baik dan benar.

Tugas Kelompok

1. Buatlah rencana bisnis budi daya pemberian ikan!
2. Diskusikan dengan kelompokmu dan presentasikan!
3. Simpulkan!

4. Kebutuhan Alat dan Bahan

a. Alat penunjang pemberian

Kegiatan pemberian ikan lele tidak membutuhkan perlatan yang rumit.

Peralatan yang digunakan dalam proses pemberian ikan lele sebagai berikut:

- 1) Peralatan pengadaan air bersih seperti pompa air atau pompa celup (aerator),
- 2) Pemijahan ikan lele seperti kakaban,
- 3) Pendekungan benih ikan lele seperti blower, dan
- 4) Pemanenan atau penyortiran benih ikan lele seperti seser.
- 5) Pengemasan benih ikan lele seperti plastik, sterofoam, dan tabung oksigen



a.



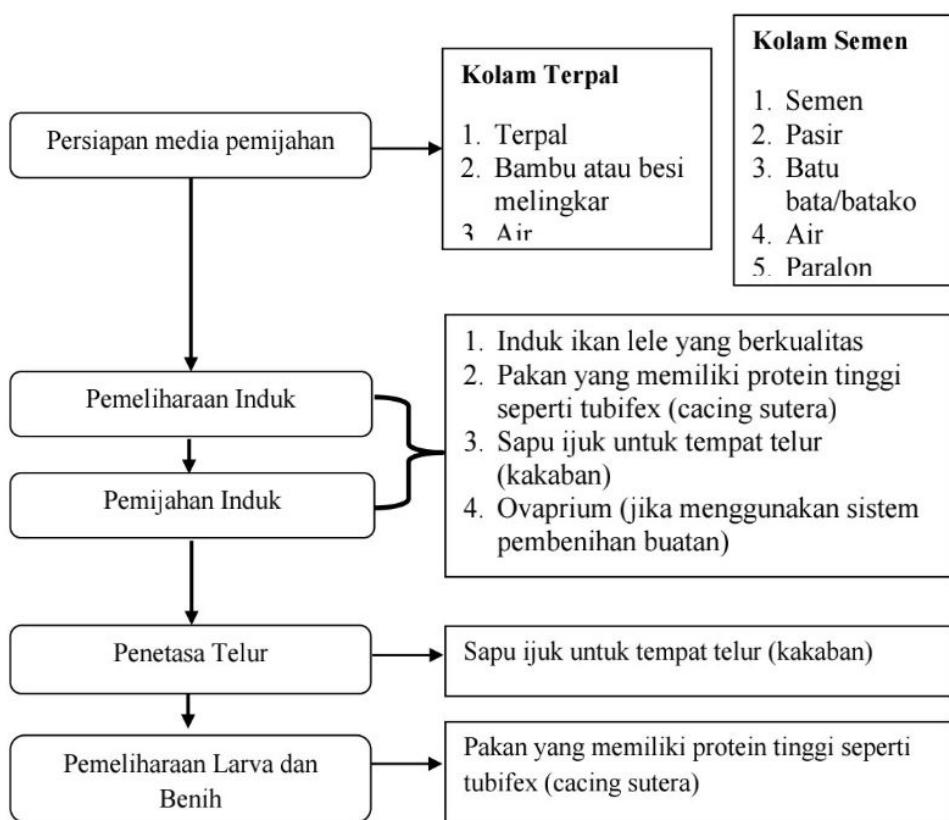
b.

Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.7 Peralatan budidaya ikan (a = tabung oksigen, b = pompa listrik/aerator)

b. Bahan penunjang pemberian

Sebelum melakukan pemberian ikan lele, perlu menentukan atau memilih bahan yang akan digunakan. Bahan yang digunakan tergantung pada proses pemberian yaitu persiapan sarana dan prasarana (media pemijahan indukan), pemeliharaan induk, pemijahan/pemberian, penetasan telur, dan pemeliharaan larva dan benih. Bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pemberian ikan lele tersaji pada Gambar 8.



Gambar 3.8 Diagram alir proses pemberian ikan dan bahan-bahan yang dibutuhkan

Induk ikan lele dan pakan merupakan bahan yang paling perlu diperhatikan, agar proses produksi dapat berlangsung dengan baik. Dengan demikian diharapkan produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen, yang pada akhirnya mendatangkan keuntungan yang memungkinkan usaha berkembang dengan baik. Beberapa persyaratan dalam memilih bahan (induk ikan, pakan ikan, dan lain-lain) yaitu:

- 1) Ikan yang dipilih sebaiknya yang mudah dipelihara, atau bila usaha tersebut adalah pemberian ikan maka sebaiknya ikan yang dipilih adalah jenis yang mudah dalam pemijahan, serta diharapkan dalam pelaksanaannya cukup menggunakan peralatan yang sederhana, sehingga biaya produksi lebih ringan.
- 2) Bahan baku yang disediakan harus berkualitas, karena untuk memperoleh suatu hasil produksi yang baik dibutuhkan bahan baku yang baik pula, contohnya untuk memperoleh benih yang baik diperlukan induk ikan yang baik pula.
- 3) Bahan baku yang disediakan hendaknya yang mudah didapatkan di sekitar tempat usaha, artinya bila sewaktu-waktu memerlukan bahan baku tersebut maka dapat secara mudah diperoleh atau tidak perlu menunggu lama, sehingga proses produksi tidak terhambat.

4) Bahan baku yang tersedia hendaknya yang relatif murah, dengan demikian diharapkan usaha yang dijalankan dapat mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

5. Proses Produksi Ikan Konsumsi

a. Proses Pembenihan Ikan Lele

Pembenihan adalah suatu tahap kegiatan dalam budi daya yang sangat menentukan tahap kegiatan selanjutnya yaitu pembesaran. Pembenihan juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pemeliharaan yang bertujuan untuk menghasilkan benih dan selanjutnya menjadi komponen input untuk kegiatan pembesaran. Berikut merupakan diagram alir proses produksi pembenihan ikan konsumsi mulai dari persiapan sarana dan prasarana sampai pemeliharaan larva dan benih seperti diperlihatkan pada Gambar 10.



Gambar 3.9 Diagram alir proses pembenihan ikan

Dalam kegiatan pembenihan ikan konsumsi khususnya ikan lele, perlu diperhatikan beberapa hal agar memenuhi standar produksi yaitu :

a) Persiapan sarana dan prasarana (media pemijahan indukan)

Dalam pemijahan indukan ikan, langkah utama yang harus dilakukan adalah persiapan kolam. Kolam yang digunakan dapat terbuat dari terpal, fiberglass, kolam semi permanen, dan permanen (tembok bersemen) (Gambar 11). Pastikan kolam yang akan digunakan bersih agar anakan ikan yang baru menetas tidak terkontaminasi penyakit.



a. Kolam terpal persegi



b. Kolam terpal lingkaran



c. Kolam alami

Sumber: Dokumen Kemendikbud
Gambar 3.10 Media pemeliharaan ikan

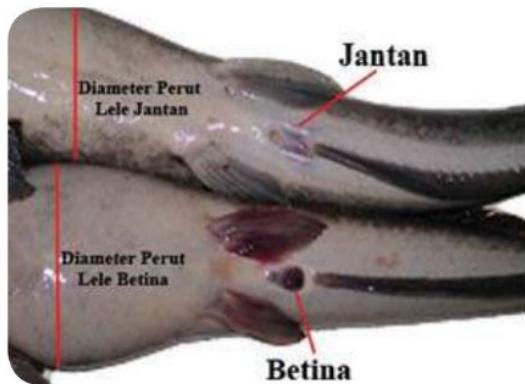
b) Pemeliharaan induk

Pemeliharaan induk bertujuan untuk menumbuhkan dan mematangkan gonad (sel telur dan sperma). Penumbuhan dan pematangan dapat dipacu dengan pendekatan pengendalian kondisi lingkungan, pakan berkualitas, dan hormonal. Pada pendekatan lingkungan, media hidup dibuat seoptimal mungkin sehingga nafsu makan ikan meningkat di dalam wadah pemeliharaan. Ciri-ciri induk ikan lele siap memijah adalah calon induk jantan dan betina terlihat mulai berpasang-pasangan dan kejar-kejaran.

1). Ciri-ciri induk lele jantan

- Kepalanya lebih kecil dari induk ikan lele betina.
- Warna kulit dada agak tua bila dibanding induk ikan lele betina.
- Urogenital papilla* (kelamin) agak menonjol, memanjang ke arah belakang, terletak di belakang anus, dan warna kemerahan.

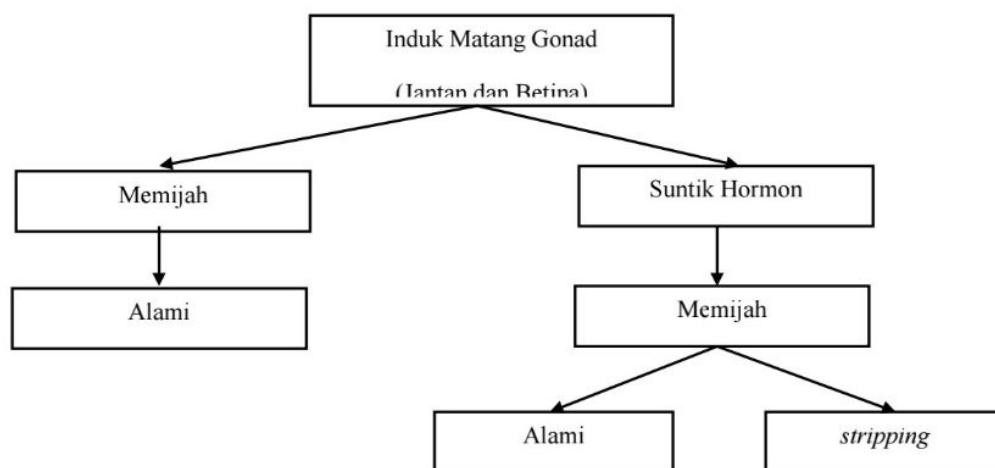
- (d) Gerakannya lincah, tulang kepala pendek dan agak gepeng (*depress*).
 - (e) Perutnya lebih langsing dan kenyal bila dibanding induk lele betina.
 - (f) Kulit lebih halus dibanding induk lele betina.
- 2). Ciri-ciri induk lele betina
- (a). Kepalanya lebih besar dibanding induk lele jantan.
 - (b). Warna kulit dada agak terang.
 - (c). *Urogenital papilla* (kelamin) berbentuk oval (bulat daun), berwarna kemerahan, lubangnya agak lebar, dan terletak di belakang anus.
 - (d). Gerakannya lambat, tulang kepala pendek, dan agak cembung.
 - (f). Perutnya lebih besar dan lunak.



Sumber: Dokumen Kemendikbud
Gambar 3.11 Ciri ikan jantan dan betin

- 3). Syarat induk lele yang baik:
- (a) Kulitnya lebih kasar dibanding induk lele jantan.
 - (b) Induk lele diambil dari lele yang dipelihara dalam kolam sejak kecil supaya terbiasa hidup di kolam.
 - (c) Berat badannya berkisar antara 100-200 gram, tergantung kesuburan badan dengan ukuran panjang 20-5 cm.
 - (d) Bentuk badan simetris, tidak bengkok, tidak cacat, tidak luka, dan lincah.
 - (e) Umur induk jantan di atas tujuh bulan, sedangkan induk betina berumur satu tahun.

- (f) Frekuensi pemijahan bisa satu bula sekali, dan sepanjang hidupnya bisa memijah lebih dari 15 kali dengan syarat apabila makanannya mengandung cukup protein.
- c) Pemijahan/pembenihan
- Pemijahan/pembenihan adalah proses pembuahan telur oleh sperma. Telur dihasilkan oleh induk betina dan sperma dihasilkan oleh induk jantan. Induk betina yang telah matang gonad berarti siap melakukan pemijahan. Proses pemijahan/pembenihan dapat berlangsung secara alami dan buatan. Pemijahan/pembenihan ikan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pemberian alami dan buatan.



Gambar 3.12 Proses Pemijahan

(1) Pembenihan alami

Pembenihan alami dilakukan dengan cara menyiapkan induk betina sebanyak 2 x jumlah sarang yang tersedia dan induk jantan sebanyak jumlah sarang atau satu pasang per sarang. Tata caranya sebagai berikut:

- masukkan induk yang terpilih ke kolam,
- masukkan makanan yang berprotein tinggi (cacing, ikan ruah, pellet, dan semacamnya) setiap hari dengan dosis (jumlah berat makanan) 2-3% dari berat total ikan yang ditebar,

- (c) kemudian induk ikan dibiarkan selama 10 hari,
- (d) setelah induk dalam kolam selama 10 hari, air dalam kolam dinaikkan sampai 10-15 cm di atas lubang sarang peneluran atau kedalaman air dalam sarang sekitar 20-25 cm,
- (e) kemudian induk ikan dibiarkan selama 10 hari dan tidak perlu diberi makan,
- (f) selama 10 hari berikutnya induk ikan telah memijah dan bertelur,
- (g) setelah 24 jam, telur telah menetas di sarang dan benih ikan akan hidup bergerombol (berkumpul), selanjutnya benih ikan dikeluarkan dari sarang dan dimasukan ke kolam pendedaran.

(2) Pemberian Buatan

Pemberian buatan dapat dilakukan dengan penambahan larutan ovaprim untuk mempercepat kematangan gonad induk sehingga cepat melakukan pemijahan. Pemijahan/ pemberian buatan (*Induced Breeding* atau *hypophysasi*) yaitu perangsang, indukan untuk kawin dengan cara memberikan suntikan cairan hormon (ovaprim) ke dalam tubuh ikan. Pada selang waktu 12 jam penyuntikan, telur mengalami ovulasi (keluarnya telur dari jaringan ikat indung telur). Selama ovulasi, perut ikan betina akan membengkak sedikit demi sedikit karena ovarium menyerap air sebagai waktu yang tepat untuk melakukan pengurutan perut (*stripping*). Setelah telur ikan keluar, selanjutnya dilakukan pembuahan (*fertilisasi*) dengan cara menambahkan sperma indukan jantan. Selang 8 jam, telur tersebut menetas dan menjadi benih, selanjutnya benih ikan didekeran sampai ukuran yang ditentukan.

d). Penetasan telur

Penetasan telur bertujuan untuk mendapatkan larva, untuk itu telur hasil pemijahan diambil dari bak pemijahan kemudian diinkubasikan dalam media penetasan/wadah khusus (wadah penetasan). Wadah ini berbentuk bak, tangki, akuarium, kolam atau ember berukuran besar.

e). Pemeliharaan larva dan benih

Pemeliharaan larva merupakan kegiatan yang paling menentukan keberhasilan usaha pemberian karena sifat larva merupakan stadia paling kritis dalam siklus hidup biota budi daya, termasuk tahapan yang cukup sulit.

Tugas Kelompok

1. Amati dan cermati cerita di atas!
2. Carilah usaha budi daya di daerah anda dan dokumentasi!
3. Sebutkan sarana dan prasarana produksi yang digunakan dalam proses pemberian ikan!
4. Tanyakan ke pembudi daya ikan di daerah anda tentang teknik-teknik pemberian ikan!
5. Ceritakan teknik pemberian ikan konsumsi dengan cara mewawancara pembudi daya ikan di daerah anda!
6. Dokumentasikan cara pemberian ikan konsumsi yang sering dilakukan di daerah anda dengan foto atau video!
7. Diskusikan bersama kelompok, kemudian presentasikan, dan simpulkan!
8. Ungkapkan pemahaman yang timbul setelah mengetahui potensi perikanan di daerah masing-masing!

6. Pemeriksaan kualitas hasil produksi Ikan Konsumsi

Perencanaan produk bukan hanya merencanakan dari produksi saja, tetapi juga proses-proses yang memungkinkan produk tersebut berkelanjutan, yakni :

- a) Produk yang akan dihasilkan harus yang memungkinkan disenangi dan sesuai dengan selera konsumen.
- b) Persyaratan produk yang akan dihasilkan harus sesuai dengan mutu produk yang dinginkan konsumen.

Pengendalian kualitas proses produksi merupakan usaha mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk. Pengendalian kualitas bertujuan agar hasil atau produk sesuai dengan spesifikasi yang direncanakan (memuaskan konsumen). Pengendalian kualitas dapat dilakukan melalui 3 (tiga) tahap, yaitu :

- a) Menentukan standar kualitas produk.
- b) Mengadakan tindakan koreksi.
- c) Merencanakan perbaikan secara terus menerus untuk menilai standar yang telah ditetapkan.

Pengendalian kualitas pada dasarnya adalah suatu kegiatan terpadu antar bagian-bagian usaha dalam perusahaan, yaitu :

a) Bagian pemasaran.

Mengadakan penilaian-penilaian tingkat kualitas yang dikehendaki oleh para konsumen.

b) Bagian perencanaan.

Merencanakan model produk sesuai dengan spesifikasi yang disampaikan oleh bagian pemasaran.

c) Bagian pembelian bahan.

Memilih bahan sesuai dengan spesifikasi yang diminta oleh bagian perencanaan, bagian produksi, serta memilih peralatan yang akan digunakan dan melakukan proses produksi sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan.

7. Pengemasan Produk Ikan Konsumsi

a. Metode tertutup

Pengemasan sistem tertutup yaitu pengemasan ikan hidup dengan menggunakan tempat atau wadah tertutup, udara dari luar tidak dapat masuk kedalam media tersebut. Pengemasan dengan metode ini dapat dilakukan pada pengangkutan jarak jauh dalam waktu relatif lama. Alat pengangkut dapat menggunakan kantong plastik yang diberi media air dan oksigen. Teknik pengemasan sistem tertutup dilakukan dengan cara:

- 1) menyiapkan kantong plastik polietilen,
- 2) mengisi kantong plastik dengan air bersih dan benih ikan,
- 3) kemudian mengeluarkan dari kantong plastik dengan tujuan untuk menghilangkan karbondioksida, dan dilanjutkan memasukkan oksigen dari tabung ke dalam plastik sampai volume udara $1/3-1/4$ bagian.



a.



b.

Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.13 (a = Pemberian oksigen dalam kemasan plastik, b = Pengemasan menggunakan sterofoam)

- 4) setelah pengisian oksigen, mengikat mulut kemasan secara rapat dengan karet gelang
- 5) plastik berisi benih ikan yang sudah siap kemudian dimasukkan dalam sterofoam sehingga tidak mudah pecah dan mudah diangkut

Terdapat kelebihan dan kekurangan dari metode pengemasan tertutup. Kelebihannya antara lain:

- 1) media air tahan terhadap guncangan selama pengangkutan,
- 2) dapat dilakukan untuk pengangkutan jarak jauh (dengan pesawat terbang),
- 3) memudahkan penataan dalam pemanfaatan ruang selama pengangkutan.

Kekurangannya antara lain:

- 1) media air tidak dapat bersentuhan dengan udara langsung (tidak ada difusi oksigen dari udara) sehingga tidak ada suplai oksigen tambahan,
- 2) tidak dapat dilakukan pergantian air, dan
- 3) memerlukan kecermatan dalam memperhitungkan kebutuhan oksigen dengan lama waktu pengangkutan.

b. Metode terbuka

Pengemasan dengan metode terbuka yaitu sistem pengemasan ikan hidup yang diangkut dengan wadah atau tempat yang menggunakan media air yang masih dapat berhubungan dengan udara bebas. Pengemasan metode terbuka dilakukan untuk mengangkut benih dalam jarak dekat yang tidak memerlukan waktu lama. Alat pengangkut berupa drum, plastik, peti berinsulator, dan lain lain. Setiap wadah dapat diisi air bersih \pm 15 liter untuk mengangkut sekitar 5000 ekor benih ukuran 3-5 cm (disesuaikan dan tergantung pada alat pengangkut). Pengemasan metode terbuka dilakukan dengan cara memuaskan benih ikan terlebih dahulu agar laju metabolisme dan ekresinya dapat berkurang pada saat pengakutan, sehingga air tidak keruh oleh kotoran ikan (untuk pengangkutan lebih dari 5 jam). Tahapan pengemasan ikan selama transportasi yaitu:

- 1) siapkan wadah,
- 2) masukkan air dan benih dalam wadah,
- 3) memberikan pededuh di atas wadah agar benih ikan tidak mengalami stress pada suhu yang tinggi,
- 4) jumlah padat penebaran tergantung dari ukuran benih, dimana benih dengan ukuran 10 cm dapat diangkut dengan kepadatan maksimal $10.000/m^3$ atau 10 ekor/liter,
- 5) setiap 4 jam sekali, mengganti seluruh air di tempat yang teduh.



Sumber: Dokumen Kemendikbud

Gambar 3.14 Pengemasan cara terbuka (a = penyortiran benih, b = drum penyimpanan benih, c = truk pengiriman benih)

Terdapat kelebihan dan kekurangan dari metode pengemasan terbuka.

Kelebihannya antara lain:

- 1) difusi oksigen melalui udara ke media air masih dapat berlangsung,
- 2) dapat dilakukan penambahan oksigen melalui aerator, dan
- 3) dapat dilakukan pergantian air sebagian selama perjalanan.

Kekurangannya antara lain:

- 1) dapat menimbulkan stres pada ikan,
- 2) tidak dapat dilakukan untuk pengiriman jarak jauh
- 3) metode ini sangat cocok untuk pengiriman ikan ukuran konsumsi melalui darat/laut.

Tugas Kelompok

1. Amati dan cermati cerita diatas!
2. Sebutkan dan jelaskan metode lain yang digunakan untuk proses pengemasan dan pendistribusian benih ikan!
3. Beli benih ikan, kemudian praktikan cara pengemasan sesuai dengan kreativitas anda!
4. Catatlah berapa lama ikan tersebut dapat bertahan hidup? Kemudian jumlah ikan yang hidup dan mati!
5. Diskusikan bersama kelompok, kemudian presentasikan, dan simpulkan!

Lama Penyimpanan (jam ke-)	Jumlah Ikan (ekor)	
	Hidup	Mati
1		
2		
3		
4		
5		

KESIMPULAN

C. Menghitung Titik Impas (*Break Even Point*) Usaha Pemberian Ikan Konsumsi

1. Pengertian Titik Impas (*Break Even Point*)

BEP (Break Event Point) adalah suatu keadaan dimana usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (titik impas). Analisis BEP merupakan alat analisis untuk mengetahui batas nilai produksi atau volume produksi suatu usaha untuk mencapai nilai impas, artinya usaha tersebut tidak mengalami keuntungan atau pun kerugian. Suatu usaha dikatakan layak, jika nilai BEP produksi lebih besar dari jumlah unit yang sedang diproduksi dan BEP harga harus lebih rendah daripada harga yang berlaku saat ini.

2. Manfaat dari BEP

Analisis BEP digunakan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian modal atau investasi usaha dan mengetahui produksi minimal usaha yang menghasilkan atau menjual produknya agar tidak menderita kerugian. Analisis BEP sangat penting saat membuat usaha agar tidak mengalami kerugian. Secara umum manfaat BEP sebagai berikut :

- a. Alat perencanaan untuk menghasilkan laba.
- b. Memberikan informasi mengenai berbagai tingkat volume penjualan, serta hubungannya dengan kemungkinan memperoleh laba menurut tingkat penjualan yang bersangkutan.
- c. Mengukur dan menjaga agar penjualan dan tingkat produksi tidak lebih kecil dari BEP.
- d. Mengevaluasi laba dari perusahaan secara keseluruhan.
- e. Menganalisis perubahan harga jual, harga pokok dan besarnya hasil penjualan atau tingkat produksi. Sehingga analisis terhadap BEP merupakan suatu alat perencanaan penjualan dan sekaligus perencanaan tingkat produksi, agar perusahaan secara minimal tidak mengalami kerugian. Selanjutnya karena harus memperoleh keuntungan berarti perusahaan harus berproduksi di atas BEP-nya.

3. Menghitung BEP

Produksi minimal usaha harus menghasilkan atau menjual produknya agar tidak menderita kerugian. BEP adalah suatu keadaan dimana usaha tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian (titik impas). Analisa BEP merupakan alat analisis untuk mengetahui batas nilai produksi atau volume produksi suatu usaha untuk mencapai nilai impas, artinya usaha tersebut tidak mengalami keuntungan ataupun kerugian. Suatu usaha dikatakan layak, jika nilai BEP produksi lebih besar dari jumlah unit

yang sedang diproduksi saat ini dan BEP harga harus lebih rendah daripada harga yang berlaku saat ini. BEP produksi dan harga dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{BEP Produksi} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Penjualan}}$$

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Total Produksi}}$$

4. Contoh Menghitung BEP

Untuk mengetahui bagaimana cara perhitungan *Break Even Point* (BEP) agar saat melakukan usaha tidak mengalami kerugian. Berikut adalah cara perhitungan secara sederhana. Perhatikan data dibawah ini !

CV Jaya Abadi merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang pembudidayaan dan perdagangan Benih Ikan Konsumsi di Sukabumi. Pada awal usaha CV Jaya Abadi mengalami kerugian yang tidak jelas, padahal produksi terus jalan dan penjualan juga sangat bagus. Setelah diamati lebih mendalam ternyata CV Jaya Abadi tidak memperhitungkan nilai BEP, jadi harga jual yang ditawarkan oleh CV Jaya Abadi terlalu rendah dan tidak mampu menutupi biaya produksi. Oleh sebab itu CV Jaya Abadi akhirnya melakukan perhitungan BEP.

Perhitungan BEP didasarkan dari perhitungan biaya yang difokuskan pada kegiatan pemberian saja dengan menggunakan berbagai asumsi, antara lain:

- Satu siklus kegiatan pemberian, terdiri dari pemijahan induk sampai dengan panen benih yang siap diberikan.
- Satu siklus kegiatan pemberian > 30 hari.
- Biaya produksi yang dibutuhkan dalam 1 siklus pemberian sebesar Rp. 450.000 yang terperinci pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Operasional satu Siklus Pemberian

No.	Kebutuhan	Jumlah	Biaya Satuan (Rp.)	Biaya Total (Rp.)
1	Media pemeliharaan	2	50.000	100.000
2	Induk ikan lele	1 paket	100.000	100.000
3	Artemia dan kutu air	1 paket	100.000	100.000
4	Biaya Listrik (aerator)	1 paket	100.000	100.000
5	Lain-lain	-	50.000	50.000
Total				450.000

- d. Hasil dari kegiatan pemberian yang dilakukan dalam 1 siklus, antara lain:
 - 1) Pada satu siklus pemijahan ikan cupang dapat menghasilkan telur sekitar 10.000 butir.
 - 2) Setelah masa inkubasi, 90% telur menetas menjadi benih atau larva, berarti $90\% \times 10.000 = 9000$ benih.
- e. Jika benih yang dihasilkan 9000 ekor, sedangkan asumsi harga jual benih ikan lele dihargai Rp 200/ekor (ukuran 6-9 cm), maka dalam satu siklus pemberian dapat dihasilkan pendapatan kotor (omset) sebesar $Rp 200 \times 9.000 = Rp 1.800.000$ per siklus pemberian.
- f. Jadi perkiraan dalam satu siklus pemberian ikan cupang dapat dihasilkan pendapatan bersih selama satu tahun sebesar:

$$\begin{aligned}
 \text{Pendapatan bersih} &= \text{Pendapatan kotor} - \text{biaya produksi} \\
 &= Rp 1.800.000 - Rp. 450.000 \\
 &= Rp 1.350.000 \text{ per siklus pemberian}
 \end{aligned}$$

Selain perhitungan dan asumsi inti kegiatan pemberian, untuk menghitung pembiayaan keseluruhan usaha budidaya ikan lele masih ada aspek yang harus diperhatikan seperti aspek-aspek kegiatan pemeliharaan induk yang bertujuan menghasilkan induk matang gonad yang berkualitas bagi kegiatan pemberian, selain itu masih ada kegiatan pendederan dan pembesaran yang memiliki pasar yang lebih luas lagi.

Kemudian jika dilakukan analisis BEP maka biaya produksi menjadi dasar perhitungan BEP. Jika biaya produksi yang dikeluarkan untuk budidaya pemberian ikan lele sebesar Rp. 450.000 dan total produksi sebanyak 9.000 ekor, dengan harga jual benih ikan lele Rp. 200/ekor maka:

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Produksi} &= \frac{\text{Rp } 450.000}{\text{Rp } 2.000} \\
 &= 2250 \text{ ekor}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Harga} &= \frac{\text{Rp } 450.000}{9000 \text{ ekor}} \\
 &= \text{Rp } 50/\text{ekor}
 \end{aligned}$$

D. Promosi Produk Hasil Usaha Pemberian Ikan Konsumsi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan.

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga (Simamora, 2003:285).

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menumbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Menurut Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (1993: 222) promosi adalah “arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menyebabkan pertukaran dalam pemasaran”.

Harini (2008:71) berpendapat bahwa “promosi adalah salah satu bentuk komunikasi, yaitu suatu tahap khusus dimaksudkan untuk dapat merebut kesediaan menerima dari orang lain atas ide, barang dan jasa”.

Kemudian menurut Cannon, Perreault, Mccarthy (2009:69) “promosi adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku”.

2. Tujuan Strategi Promosi Penjualan

Dalam memasarkan sebuah produk, tak jarang para pelaku usaha mengadakan *event-event* khusus untuk mempromosikan produk unggulannya kepada masyarakat. Kegiatan tersebut sengaja dilakukan para pelaku usaha untuk mendukung strategi pemasaran mereka sehingga produk yang dimilikinya semakin dikenal luas oleh semua lapisan masyarakat.

Berbagai macam strategi promosi pun dilakukan para pelaku usaha untuk menarik minat calon konsumennya dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap brand image produknya. Misalnya saja promosi besar-besaran melalui potongan harga (diskon khusus), memberikan sampel gratis untuk produk-produk terbaru, atau sekedar memberikan pelayanan khusus bagi para konsumen yang membeli produk dalam jumlah yang cukup banyak. Anda bisa menggunakan salah satu strategi

tersebut untuk memanjakan para konsumen dan meningkatkan omset penjualan setiap bulannya.

Namun, sebelum merencanakan dan menjalankan strategi promosi penjualan, sebaiknya tentukan terlebih dahulu tujuan promosi yang ingin Anda capai. Hal ini penting agar program promosi yang direncanakan bisa sesuai dengan tujuan utama yang ingin dibidik pelaku usaha. Berikut adalah beberapa tujuan utama mempromosikan sebuah produk.

a) Memberikan daya tarik khusus bagi para pelanggan

Keberadaan *event* promosi penjualan tentunya sangat ditunggu-tunggu oleh sebagian besar para pelanggan. Biasanya para pelanggan sengaja menanti *event* promosi sebuah produk untuk mendapatkan penawaran harga yang lebih murah. Kondisi inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen, sehingga mereka tidak segan untuk ikut bergabung dengan antrian yang cukup panjang atau turun langsung berdesak-desakan di lokasi promosi untuk mendapatkan produk unggulan yang sedang diobral besar-besaran.

b) Meningkatkan angka penjualan

Sebagian besar pelaku usaha sengaja mengadakan kegiatan promosi besar-besaran untuk meningkatkan volume penjualan dan mendapatkan omset besar setiap bulannya. Biasanya strategi ini dijalankan para pelaku usaha yang memiliki stok persediaan barang di gudang cukup melimpah. Jadi, strategi promosi tersebut sengaja dilakukan untuk menghabiskan stok lama atau persediaan barang di gudang serta mempercepat perputaran uang agar bisa segera balik modal.

c) Membangun loyalitas konsumen

Tujuan pelaku usaha mengadakan kegiatan promosi tidak hanya untuk meningkatkan penjualan produk, namun juga untuk membangun loyalitas dari para konsumennya. Hal ini dilakukan untuk menjaring para konsumen yang awalnya hanya sekedar ingin coba-coba, menjadi pelanggan tetap yang akan menggunakan produk-produk yang dibuat secara berkelanjutan. Tentunya untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan strategi promosi jitu, misalnya saja dengan memberikan diskon 25% untuk pembelian selanjutnya, atau memberikan kupon khusus yang bisa ditukarkan dengan produk gratis setelah mengumpulkan lima buah kupon pembelian. Dengan hadiah menarik, maka konsumen pun semakin senang membeli produk-produk yang ditawarkan.

3. Fungsi Strategi Promosi Penjualan

Promosi perusahaan memang sangat penting karena mempengaruhi hasil penjualan suatu produk atau barang, dan tentunya itu sangat berdampak besar terhadap berlangsungnya aktivitas suatu perusahaan. Strategi promosi perusahaan

sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh. Selain itu kegiatan promosi juga memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, karena biasanya kegiatan promosi dijadikan sebagai cara berkomunikasi langsung dengan calon konsumen. Sehingga kita dapat memperoleh informasi akurat dari para konsumen, mengenai respon produk yang kita tawarkan. Berikut beberapa manfaat lain dari adanya kegiatan promosi :

- a. Mengetahui produk yang diinginkan para konsumen
- a. Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk
- b. Mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sampai ke konsumen
- c. Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran
- d. Mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen
- e. Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya
- f. Menciptakan image sebuah produk dengan adanya promosi

4. Kegiatan Promosi Penjualan

Mempromosikan produk pemberian ikan adalah suatu tahapan yang cukup menantang bagi pemilik usaha / petani ikan. Promosi yang dilakukan haruslah tepat sasaran. Siapa yang akan menjadi konsumen utama (segmentasi pasar). Tentunya kita tidak ingin menghabur-haburkan uang untuk melakukan promosi yang kurang tepat sasaran. Berikut beberapa cara promosi yang murah tapi tepat sasaran.

- a. Mulut ke mulut atau testimonial
- b. Promosi melalui jejaring social
- c. Loyalty programs
- d. Up-selling
- e. Mengadakan suatu pameran
- f. Blog dan video
- g. Stiker promosi di tempat-tempat menunggu

E. Laporan Kegiatan Usaha Pemberian Ikan Konsumsi

1. Pengertian Laporan Kegiatan Usaha Pemberian Ikan Konsumsi

Membuat laporan kerap kali dilakukan dalam mengerjakan tugas laporan prakerin atau laporan kegiatan yang ditugaskan oleh guru di sekolah. Laporan harus mempunyai format penulisan yang baik. Selain itu, isi yang mudah dipahami sudah menjadi keharusan agar pembaca mengerti apa yang dimaksud dalam isi laporan tersebut, sehingga pembaca akan antusias membacanya.

Laporan adalah segala sesuatu, baik itu peristiwa ataupun kegiatan yang dilaporkan dan dapat berbentuk lisan ataupun tertulis berdasarkan fakta atau peristiwa yang terjadi. Laporan memiliki berbagai jenis, seperti laporan perjalanan, laporan penelitian, dan laporan perjalanan. Pada hakikatnya, laporan perjalanan adalah cerita tentang perjalanan yang kita lakukan dan termasuk laporan nonformal karena tidak menggunakan sistematika standar laporan resmi. Laporan kegiatan makanan khas daerah dibuat dalam bentuk proposal. Proposal ini yang dibuat bermanfaat untuk :

- a. membantu wirausaha untuk mengembangkan usaha dan menguji strategi dan hasil yang diharapkan dari sudut pandang pihak lain (investor)
- b. membantu wirausaha untuk berfikir kritis dan obyektif atas bidang usaha yang akan dijalankan
- c. sebagai alat komunikasi dalam memaparkan dan menyakinkan gagasan kepada pihak lain
- d. membantu meningkatkan keberhasilan para wirausaha

2. Menganalisis Laporan Kegiatan Usaha Pemberian Ikan Konsumsi

Laporan adalah alat pemberitahuan atau pertanggungjawaban dari suatu tim kerja yang disusun secara lengkap, sistematis, dan kronologis. Laporan merupakan suatu keterangan mengenai suatu peristiwa atau perihal yang ditulis berdasarkan berbagai data, fakta, dan keterangan yang melingkupi peristiwa atau perihal tersebut. Laporan mengenai peristiwa atau perihal yang bersifat penting atau resmi biasanya disampaikan dalam bentuk tulisan.

Menganalisis laporan berarti melakukan suatu kajian atau penelitian terhadap suatu laporan. Hal yang dianalisis dalam laporan dapat meliputi isi peristiwa, kronologi waktu, kelengkapan data, kebahasaan, dan bentuk laporan. Dalam menganalisis laporan yang perlu diperhatikan hal-hal berikut.

- a. Menyimak laporan dengan saksama, sehingga dapat menangkap informasi yang disampaikan secara utuh dan lengkap serta terperinci.

- b. Memahami isi laporan dari bentuk, isi, maupun kebahasaan.
- c. Menguraikan secara detail atau rinci pokok-pokok isi laporan.
- d. Melakukan pengecekan terhadap setiap hal yang dilaporkan secara detail dan cermat.
- e. Tidak mencampuradukkan antara fakta (yang bersifat objektif) dan opini atau pendapat (yang cenderung bersifat subjektif).
- f. Melakukan kajian terhadap kebenaran atau ketepatan hasil laporan tersebut.
- g. Memberikan suatu pandangan atau pendapat terhadap laporan berdasarkan suatu teori atau definisi (referensi).

Tugas Kelompok

Observasi dan Studi Pustaka

1. Amati salah satu proposal, kemudian simak dan pahami laporan tersebut!
2. Uraikan kembali isi laporan dengan kalimatmu sendiri!
3. Berilah tanggapan atas isi laporan tersebut!
4. Catat hasilnya pada Lembar Kerja 9 (LK 9)!
5. Persentasikan di depan kelas!

Lembar Kerja 9 (LK 9)

Nama kelompok :

Anggota :

Kelas :

Analisis Laporan Kegiatan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi

1. Sistematika laporan

.....
.....
.....
.....

2. Isi laporan

.....
.....
.....
.....

3. Tata Bahasa

.....
.....
.....
.....

4. Tata Letak Gambar

.....
.....
.....
.....

Pembahasan

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Kesimpulan

.....
.....
.....
.....
.....

3. Membuat Laporan Kegiatan Usaha Makanan Khas Daerah

Proposal usaha merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausahawan untuk mengembangkan semua unsur yang relevan, sehingga orang luas tertarik untuk menjalin kerja sama. Dalam pembuatan proposal ada sistematika yang bisa dijadikan pedoman seperti terlihat berikut.

Halaman Judul
Kata Pengantar
Halaman Pengesahan
Daftar Isi
Daftar Tabel
Daftar Gambar
Daftar Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Pembuatan Proposal Usaha
- B. Ruang Lingkup Usaha
- C. Visi dan Misi Perusahaan
- D. Jadwal Kegiatan

BAB II TINJAUAN UMUM

- A. Aspek Manajemen Usaha
 - 1. Nama Perusahaan
 - 2. Lokasi Usaha
 - 3. Struktur Organisasi
 - 4. Bentuk Badan Usaha
- B. Aspek Produksi
 - 1. Nama Produk
 - 2. Bahan Produk
 - 3. Peralatan
 - 4. Proses Produksi
 - 5. Biaya Produksi
 - 6. Lokasi Produksi
- C. Aspek Permodalan
 - 1. Sumber Modal

- 2. Proyeksi Sumber Modal
- 3. Cash Flow
- 4. Laporan Rugi / Laba
- 5. Laporan Neraca
- 6. Laporan Perubahan Modal

D. Aspek Pemasaran

BAB III PENUTUP

PENGOLAHAN



PETA MATERI PENGOLAHAN DAN WIRASAHA MAKANAN KHAS DAERAH

- A. Perencanaan Usaha Makanan Khas Daerah**
1. Ide dan Peluang Usaha Makanan Khas Daerah
 2. Sumber daya yang Dibutuhkan dalam Usaha Makanan Khas Daerah
 3. Perencanaan Pemasaran Usaha Makanan Khas Daerah
 4. Penyusunan Proposal Makanan Khas Daerah

- B. Penerapan Sistem Produksi Makanan Khas Daerah berdasarkan Daya Dukung Daerah**

1. Pengertian Makanan Khas Daerah
2. Karakteristik Makanan Khas Daerah
3. Teknik Pengolahan Makanan Khas Daerah
4. Jenis Bahan Kemas Olahan Makanan Khas Daerah
5. Teknik Pengemasan Makanan Khas Daerah

- C. Menghitung Titik Impas (*Break Event Point*) Usaha Makanan Khas Daerah**
1. Pengertian Titik Impas (*Break Event Point*)
 2. Strategi Menetapkan Harga Jual Makanan Khas Daerah
 3. Menghitung BEP

- D. Promosi Produk Hasil Usaha Makanan Khas Daerah**
1. Pengertian Promosi
 2. Tujuan Promosi
 3. Manfaat Promosi
 4. Sasaran Promosi
 5. Teknik dan Strategi Promosi

- E. Laporan Kegiatan Usaha Makanan Khas Daerah**

1. Pengertian Laporan Kegiatan Usaha Makanan Khas Daerah
2. Menganalisis Laporan Kegiatan Usaha Makanan Khas Daerah
3. Membuat Laporan Kegiatan Usaha Makanan Khas Daerah

Tujuan Pembelajaran

Setelah Mempelajari BAB IV Semester 1, siswa dapat:

1. Menyatakan pendapat tentang keanekaragaman bahan nabati dan hewani serta hasil olahannya, sebagai ungkapan rasa syukur kepada Tuhan serta bangsa Indonesia.
2. Merencanakan usaha makanan khas daerah sesuai dengan ide dan melihat peluang yang ada berdasarkan sumber daya yang tersedia di wilayah setempat berdasarkan rasa ingin tahu dan peduli lingkungan
3. Mengidentifikasi jenis, bahan, alat, dan proses pengolahan masakan khas daerah yang terdapat di wilayah setempat dan di Nusantara berdasarkan rasa ingin tahu dan peduli Lingkungan.
4. Merancang pengolahan masakan internasional berdasarkan orisinalitas ide yang jujur terhadap diri sendiri.
5. Menghitung titik impas usaha makanan khas daerah berdasarkan pengalaman usaha dan jiwa wirausaha yang tinggi
6. Membuat, menguji, dan mempresentasikan karya pengolahan masakan khas daerah sebagai peluang usaha dalam berwirausaha di wilayah setempat berdasarkan teknik dan prosedur yang tepat dengan disiplin dan tanggung jawab.
7. Membuat dan melaporkan kegiatan usaha makanan khas daerah berdasarkan tanggung jawab dan kejujuran.