PROPOSAL USAHA BUDIDAYA IKAN NILA

Oleh :

|  |  |
| --- | --- |
| Krisna | 065116158 |
| Reza Rizaldi |  |
| Pahmi Alifya Bahri |  |
| M. Alfian |  |
| Joko Suprianto |  |

PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2019

# RINGKASAN USAHA

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami dapat menyelesaikan proposal usaha ini dengan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam tak lupa kamu lantunkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta para sahabatnya, tabiin-tabiin nya dan insyaAllah kepada kita semua selaku umatnya hingga akhir zaman. Proposal usaha yang kami usulkan ini bernama “Budidaya ikan nila”.

Ikan nila (Oreochromis niloticus) merupakan jenis ikan konsumsi air tawar dengan bentuk tubuh memanjang dan pipih kesamping dan warna putih kehitaman. Ikan nila berasal dari Sungai Nil dan danau-danau sekitarnya. Sekarang ikan ini telah tersebar ke negara-negara di lima benua yang beriklim tropis dan subtropis. Sedangkan di wilayah yang beriklim dingin, ikan nila tidak dapat hidup dengan baik.

Dengan proposal yang kami buat ini harapannya bisa menjadi bahan untuk masyarakat yang ingin membuat usaha “Budidaya Ikan Nila”.

Kami sebagai penulis juga mengucapkan terimakasih atas kesempatan yang di berikan sehingga kami bisa membuat proposal usaha ini dengan baik dan benar, terimakasih pula kami ucapakan kepada Kewirausaan yang telah memberi arahan dan membimibing sehingga proposal ini selesai dengan benar.

# DAFTAR ISI

[RINGKASAN USAHA 2](#_Toc534212118)

[DAFTAR ISI 3](#_Toc534212119)

[BAB I DESKRIPSI USAHA 4](#_Toc534212120)

[1.1 Nama Usaha 4](#_Toc534212121)

[1.2 Visi Dan Misi Usaha 4](#_Toc534212122)

[1.3 Tujuan 5](#_Toc534212123)

[1.4 Jenis Produk 5](#_Toc534212124)

[1.5 Tim Manajemen 5](#_Toc534212125)

[BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN 5](#_Toc534212126)

[2.1 Lingkungan Usaha 5](#_Toc534212127)

[2.2 Kondisi Pasar 5](#_Toc534212128)

[2.3 Rencana Pemasaran 5](#_Toc534212129)

[2.4 Target Pasar 6](#_Toc534212130)

[BAB 3 ASPEK PRODUKSI 7](#_Toc534212131)

[3.1 Lokasi Usaha 7](#_Toc534212132)

[3.2 Penetapan Harga 7](#_Toc534212133)

[3.3 Sumber-Sumber Produk / Bahan 7](#_Toc534212134)

[3.4 Tenaga Kerja 7](#_Toc534212135)

[BAB IV ASPEK KEUANGAN 8](#_Toc534212136)

[4.1 Biaya Produksi 8](#_Toc534212137)

[4.2 Perencanaan Laba Rugi 8](#_Toc534212138)

[BAB V PENUTUP 9](#_Toc534212139)

[Kesimpulan 9](#_Toc534212140)

# BAB I DESKRIPSI USAHA

## Nama Usaha

Usaha yang akan kami rintis adalah Budidaya ikan nila karena ikan nila merupakan jenis ikan yang sudah sangat terkenal di kalangan masyarakat. Rasa daging ikan yang enak membuat banyak orang menyukainya. Harga ikan nila pun terjangkau untuk kalangan masyarakat. Maka dari itu kami ingin merintis budidaya ikan nila dengan nama **“Go Nila”**

## 1.2 Visi Dan Misi Usaha

a. Visi

Menjadi pengusaha budidaya ikan nila terbesar di Kalimantan Tengah dan Menjadikan usaha yang mampu bersaing dan tumbuh berkembang dengan sehat serta mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

b. Misi

1. Menghasilkan produk yang berkualitas dan terjamin. Yang memberikan deviden yang memuaskan bagi para pelanggan.

2. Memberikan harga yang terjangkau bagi semua kalangan mesyarakat. Berdaya saing tinggi melalui pengolahan yang profesional demi kepuasan pelanggan.

3. Menjalin hubungan yang baik kepada para relasi, kemitran kerja agar menjadi lebih baik, saling menguntungkan dan tidak terjadi kesalahpahaman.

## 1.3 Tujuan

Tujuan kami memilih usaha ini yaitu :

1. Memberi peluang kerja bagi orang lain.

2. Menarik minat konsumen dengan makanan yang sehat dan bergizi.

3. Mengembangkan petani Nila yang ada di Indonesia,

4. Mencari pengalaman berwirausaha,

5. Mencari penghasilan.

## 1.4 Jenis Produk

Produk yang kami buat adalah ikan nila yang siap di pasarkan, ke berbagai kolam pemancingan, rumah makan, pasar, pedagang ikan dan lain-lain. Karena, pada saat ini produk ikan nila banyak di nikmati oleh kalangan masyarakat, tetapi pemasokkan kurang.

## 1.5 Tim Manajemen

Pengelola Kolam = Joko Suprianto

Penglelola Pakan = M. Alfian

Pemasaran = Krisna dan Reza Rizaldi

Sponsorship = Pahmi Alifya Bahri

## 

## BAB II ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## 2.1 Lingkungan Usaha

Kami memilih lingkungan usaha di perkotaan yang menjadi pusat perekonomian, dengan banyaknya perusahaan startup dan umkm yang semakin berkembang di industri 4.0 . Dengan kondisi lingkungan yang seperti ini memungkinkan kami untuk menawarkan jasa software house.

## 2.2 Kondisi Pasar

Dalam menjalankan usaha software house target pasar kami yaitu startup yang baru berkembang dan juga umkm, karena diera digital sekarang ini kondisi pasar untuk kebutuhan pembuatan aplikasi semakin meningkat, untuk menganani masalah ini kami menjadi software.

## 2.3 Rencana Pemasaran

Adapun strategi pemasaran yang dapat kami lakukan adalah:

* Dekat dengan target market.

Target utama pemasaran adalah dekat dengan startup yang baru berkembang. Sehingga dengan mudah mempromosikan jasa yang kami tawarkan.

* Mudah di akses

Kantor yang mudah di akses oleh masyarakat akan memudahkan calon pelanggan. Untuk melakukan diskusi dengan aplikasi/web apa yang ingin dibuat

* Dari seminar

Promosi ini merupakan promosi yang cukup bagus, karena manjadi narasumber disebuah acara dengan tema IT menjadikan kami lebih dikenal banyak orang.

* Melalui internet dan social media

Internet adalah salah satu tempat kami untuk memasaran jasa pembuatan website dan juga aplikasi android. Dengan membuat desain iklan yang menarik sehingga para calon pelanggan bisa melihat dan juga mudah menghubungi kami, media yang kami gunakan untuk ini adalah beriklan adalah facebook dan juga google.

## 2.4 Target Pasar

Karena usaha kami bergerak dalam bidang Software House target pasar kami adalah startup dan umkm yang baru berkembang.

### BAB 3 ASPEK PRODUKSI

## 3.1 Lokasi Usaha

Dalam mendirikan usaha budidaya ikan nila maka harus mencari tempat yang strategis, karena pada umum nya sebagian konsumennya akan merasa nyaman jika tempat penjualan produk yang ingin di belinya tidak jauh dari tempat mereka dan jalan yang di laluinya tidak hancur. Sehingga para pemasok yang ingin membeli produk kita tidak susah membawa barang yang ingin di pesannya tersebut.

Lokasi yang sedang kami incar adalah di tempat orang biasa berlalu lalang. Terkhusus di daerah yang ramai penduduk. Karena, Lokasi ini lah yang dapat membuka jalan kesuksesan dalam menjalakan usaha yang sedang kita tekuni.

## 3.2 Penetapan Harga

Harga yang saya tetapkan adalah harga yang diperkirakan akan terjangkau oleh masyarakat sekitar. Setelah memperhitungkan dengan cukup matang, akhirnya saya tetapkan sebagai harga yang saya tawarkan agak murah dari harga umum di pasaran . Jika di pasaran harga perkilo ikan nila di jual dengan harga 30.000-35.000, maka saya akan menjual ikan nila yang saya produksi dengan harga kisaran 20.000-25.000 perkilo. Harga itu pun akan disesuaikan dengan perkembangan selanjutnya.

## 3.3 Sumber-Sumber Produk / Bahan

Untuk sumber-sumber bahan baku atau supplier saya mengambil dari pembibitan yang di lakukan oleh pengusaha ikan nila yang sudah terjamin dan terbukti kualitasnya. Dengan harga yang murah sehingga dengan begitu tidak merugikan bagi saya sebagai pelaku budidaya ikan.

Untuk pakan nya kami mengambil dari toko-toko khusun untuk pakan ikan nila yang ada di tempat sekita kami.

## 3.4 Tenaga Kerja

Untuk tenaga kerja kita hanya akan mengandalkan struktur organisasi yang telah kita buat seperti pada bab sebelumnya yaitu :

Pengelola Kolam = **Joko Suprianto**

Penglelola Pakan = **M. Alfian**

Pemasaran = **Krisna dan Reza Rizaldi**

Sponsorship = **Pahmi Alifya Bahri**

# BAB IV ASPEK KEUANGAN

## 4.1 Biaya Produksi

## 4.2 Perencanaan Laba Rugi

# BAB V PENUTUP

## Kesimpulan