

**PERENCANAAN USAHA BUDIDAYA LELE DENGAN MENGGUNAKAN
KOLAM TANAH DAN KOLAM TERPAL DI DESA PEGUYANGAN KANGIN
DENPASAR UTARA**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ikan lele adalah jenis ikan yang banyak ditemukan di benua Afrika dan Asia. Ikan jenis ini banyak dibudidayakan di Thailand, India, Philipina dan Indonesia. Di hailand produksi ikan lele mencapai 970 kg/100m²/tahun. Di India, produksi rata-rata tiap 7 bulan mencapai 1200 kg/Ha

Di Indonesia, daerah-daerah yang cukup maju dalam budidaya lele adalah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Selatan, Riau dan Jambi. Daerah-daerah tersebut disebut sentra lele karena umumnya dilakukan oleh mayoritas masyarakat, dengan membentuk suatu kelompok pembudidayaan menurut Tati, S.P dari Direktorat Jenderal Perikanan Budi Daya, Departemen Kelautan dan Perikanan, peternak pemula lele pada tahun 2008 mencapai 637 kelompok dengan anggota 6.200 peternak. Penyebarannya tidak terbatas pada daerah-daerah diatas saja, melainkan sampai kedaerah Nusa Tenggara Barat dan Bali, serta Nusa Tenggara Timur.

Ikan lele merupakan jenis ikan yang mempunyai tipikal mudah untuk dibudidayakan, dan minim perawatan. ;berbeda dengan jenis ikan lainnya, ikan lele tidak memerlukan air yang mengalir. Untuk itu, lele bisa dibudidayakan didaerah yang minim dengan jumlah air. Disamping itu, tingkat kepadatan penebaran benih

sangat tinggi, sehingga kita bisa membudidayakan dengan sangat efisien ditempat yang minim.

Lele juga merupakan makanan yang mempunyai protein tinggi, sehingga dari sisi pasar sangat potensial dikembangkan diseluruh wilayah Indonesia, termasuk di Bali.

1.2 Gambaran Peluang Agribisnis

Budidaya ikan lele memiliki prospek yang sangat baik dikembangkan dalam bentuk pembenihan maupun pembesaran. Permintaan konsumen akan keberadaan ikan lele semakin meningkat. Dengan teknik pemeliharaan yang baik, maka akan diperoleh hasil budidaya yang memuaskan dan diminati konsumen.

Dari suatu kenyataan bahwa ikan lele merupakan makanan masyarakat yang sifatnya dimakan habis, maka permintaan akan ikan jenis ini tidak akan pernah surut. Permintaan ini tidak terbatas hanya pada permintaan local, akan tetapi peluang pasar manca Negara sangat terbuka lebar. Seperti dilansir oleh Metro TV dalam bisnis sore pada tanggal 2 Desember 2011, permintaan akan lele di Swiss sangat tinggi. Apabila kita bisa mensupply maka peluangnya sangat terbuka lebar. Disamping itu, penawaran harganya juga sangat menarik, yaitu 3 Euro/kg, yang setara dengan kurang lebih Rp. 40.000. Kalau dibandingkan dengan pasar domestic yang berkisar antara Rp. 14.000 /kg, tentunya itu sangat luar biasa. Akan tetapi dari aspek jangka panjang yang meliputi kualitas, kuantitas dan kontinuitas harus bisa terpenuhi.

Kalau kita berbicara tentang pasar local, yaitu di Bali sendiri, pasar lele juga sangat potensial. Hampir semua orang yang tinggal di Bali tau lele dan pernah

merasakannya. Seperti yang bisa kita lihat disepanjang jalan didenpasar, banyak sekali kita jumpai warung lalapan yang menjual lalapan lele. Dan terbukti kalau warung-warung itu tidak sepi pengunjung, bahkan selalu ramai pengunjung. Jadi pendistribusian lele ke masyarakat sangat tinggi.

Untuk pasar yang lebih tinggi, di Bali terdapat begitu banyak hotel dan restaurant yang didalamnya menyajikan ikan jenis lele, dan memerlukan supply yang tinggi untuk memenuhi kebutuhannya. Ini yang membuat para supplier ikan lele di Bali selalu kuwalahan dalam memenuhi permintaan pasar.

1.3 Jenis-jenis Ikan Lele

Ada beberapa jenis ikan lele yang dikembangkan di Indonesia, antara lain:

a. Lele Lokal (*Charias Batrachus*)

Merupakan ikan lele yang biasa hidup di selokan-selokan, sungai, yang sering dipelihara sebagai sambilan oleh masyarakat. Lele jenis ini mempunyai cirri-ciri duri/patil beracun, berwarna hitam abu-abu, terkadang putih berbintik. Lele ini memiliki rasa yang gurih dan enak, akan tetapi memerlukan masa panen yang lumayan lama, antara enam sampai delapan bulan.

b. Lele Dumbo (*Clarias Gariepinus*)

Dari kata dumbo, yang berarti sangat besar, begitu juga ikan jenis ini. Karna besar tubuhnya, sehingga lele jenis ini dikenal sebagai King Cat Fish. Lele dumbo memiliki masa panen yang singkat, yaitu 3 bulan. Telur lebih banyak dan lebih tahan terhadap penyakit, serta memiliki kemampuan yang tinggi untuk beradaptasi terhadap lingkungan. Akan tetapi kualitas dari ikan jenis ini sangat dipengaruhi oleh system pembibita dan induk yang digunakan.

Lele dumbo berasal dari Mozambique (Afrika) yang disilangkan dengan lele local Taiwan. Pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1984-1986. Lele ini bisa mencapai berat 2-3 kg per ekor, sedangkan lele local hanya mencapai 300 gr. Jumlah telur yang dihasilkan mencapai 8.000 sampai 10.000 butir, sedangkan lele local hanya 1.000 sampai 4.000 saja.

c. Lele Sangkuriang.

Lele sangkuriang merupakan varian terbaru ikan lele, yang merupakan galur unggul lele dumbo, yang pertama diproduksi oleh Balai Budidaya Air Tawar (BBAT) Sukabumi. Menurut Wisnu Pamunjtak 2010, secara umum morfologi lele sangkuriang tidak memiliki banyak perbedaan dengan lele dumbo, sebab lelesangkuriang adalah hasil upaya perbaikan mutu lele dumbo melalui rekayasa genetic. Generasi lele ini memiliki jumlah telur 33.33% lebih tinggi, serta memiliki pertumbuhan yang lebih cepat mencapai 40 % pada saat pendeeran, dan 10% pada saat pembesaran, dibandingkan dengan lele dumbo. Lele sangkuriang juga memiliki tingkat kekebalan yang lebih tinggi, dan di Bali yang hanya baru kurang dari 2 tahun masuk, belum ada penyakit untuk lele jenis ini. Berbeda dengan lele dumbo, yang sudah terkena penyakit di Bali.

d. Lele Phyton

Morphology lele phiton seperti lele biasa, hanya bagian kepalanya saja yang terlihat agak lonjong, mirip dengan ular python. Oleh karena bentuk tubuh lele itulah ia dikenal dengan lele phyton. Cirri-ciri lele phyton antara lain

- Kepalanya kecil
- Badannya panjang
- Warna abu-abu hamper sama dengan dumbo

- Bentuk badan dan kepala proporsional

Varietas lele jenis ini berasal dari desa Bayumundu, kecamatan Keduhejo Pandeglang Banten. Jika lele sangkuriang ditemukan oleh orang-orang bergelar akademik, lele phyton ditemukan oleh kelompok pembudidaya yang belajar secara otodidak. Meskipun demikian, kualitas lele phyton tidak kalah dengan jenis lele sangkuriang.

Salah satu indikator tingginya kualitas lele phyton adalah konversi makanan atau *food conversion ratio* sebesar 1:1. Artinya, satu kilogram pakan menghasilkan satu kilo daging siap konsumsi. Sedangkan pada lele sangkuriang hanya bisa 1:0,81 saja. Lele phyton cukup dipelihara dua bulan, sedangkan lele dumbo memerlukan waktu tiga bulan. Disamping itu, kualitas rasa dagingnya juga tidak kalah dengan varietas lele lainnya.

e. Lele Super Jumbo (Lele Bapukan)

Lele Bapukan bisa ditemukan di sentra lele indramayu Jawa Barat. Yang merupakan lele dumbo dengan ukuran sangat besar, mencapai 1 atau 2 ekor per kilo gram. Sedangkan dipasaran, lele jenis ini tidak akan laku dijual. Karna sulit untuk diolah. Untuk itu, lele jenis ini dikembangkan, dan diolah menjadi ikan dalam kemasan, yaitu berupa fillet tanpa tulang.

BAB II

TENTANG PERUSAHAAN.

Dari latar belakang diatas, dan melalui observasi-observasi yang dilakukan, maka pada tanggal 6 Februari 2012, diputuskan untuk membentuk usaha budidaya lele, yang berorientasi pada budidaya pembesaran. Keputusan ini merupakan suatu langkah yang sangat strategis dalam memecahkan masalah diatas.

2.1 Nama Perusahaan.

Nama perusahaan diambil dari bagian nama putri pertama pengusaha, yaitu “Usaha Budidaya Lele Mulia Sari”, diambil dari nama Putu Evelyn Mulia Sari. Keputusan ini diambil karena pembuatan usaha ini berbarengan dengan bulan kelahiran putri pengusaha. Pengusaha juga berkeyakinan sangat tinggi dengan keberhasilan bisnis ini, dimana setelah mempertimbangkan segala sesuatunya, keyakinan akan bisnis ini menjadi bisnis besar sangat tinggi. Penggunaan nama perusahaan juga merupakan inspirasi dan semangat untuk terus maju, berkembang menjadi perusahaan lele terbesar di Bali.

2.2 Jenis, Bentuk dan status Perusahaan.

Sebagai bentuk awal dari usaha ini adalah usaha budidaya. Seiring dengan suatu motivasi untuk tumbuh berkembang, pengusaha dalam waktu dekat akan menjadikan usaha ini sebagai usaha yang berbentuk Usaha Dagang (UD) yang berbadan hukum yang sah dan kuat. Untuk mencapai tujuan tersebut, sebagai aturan dinas perindustrian dan perdagangan, maka pengusaha harus menjalankan usaha itu

terlebih dahulu, untuk memastikan bahwa suatu bisnis yang dibuat bisa berjalan dalam kurun waktu yang ditargetkan.

Pemilihan UD sebagai wadah perusahaan adalah karna usaha ini tidak akan hanya terbatas pada usaha budidaya saja, akan tetapi lebih berorientasi pada produk off farm, yaitu usaha diluar budidaya, yaitu sebagai pemasok ikan lele di Bali dan luar Bali, serta memberikan pelayanan produk olahan lele, seperti sosis lele, nudget lele, serta filet yang nantinya akan menjadi produk ekspor ke Negara-negara lain. Melihat fenomena-fenomena yang sudah terjadi di masyarakat, misalnya kehadiran produk sosis dan nudget lele membuka peluang yang sangat besar untuk terjun kearah sana. Disisi lain, tanggapan pasar akan produk olahan ini juga sangat tinggi, sedangkan kehadiran pesaing masih sangat sedikit.

Berdasarkan perencanaan ini, maka akan dibutuhkan waktu sebagai proses teknis pelaksanaan usaha. Disini pengusaha sudah memberikan target yang harus dicapai dalam satu tahun kedepan. Target itu dimulai dengan usaha budidaya, dan target enam (6) bulan usaha adalah terbentuknya Usaha Dagang (UD), dan dalam satu (1) tahun, adalah terbentuknya aneka produk olahan ikan lele. Dan sudah bisa menembus pasar internasional.

2.3 Lokasi Perusahaan.

Usaha budidaya ikan lele Mulya Sari berlokasi di kawasan Denpasar Utara, tepatnya di banjar Kedua desa Peguyangan Kangin Denpasar utara. Tepatnya di jalan Cekomaria no 4 Denpasar. Usaha ini sebagai permulaan didirikan di lahan sawah yang tidak produktif lagi, dengan luas tanah 10 are. Kawasan ini akan diusahakan untuk pembuatan 30 kolam ikan, dengan luas rata-rata kolam \pm 12

meter per kolam. Kapasitas yang direncanakan untuk setiap kolam adalah 1.000 sampai 2.000 ekor ikan. Dari rencana tersebut, saat ini sudah terbentuk 8 kolam, dengan jumlah ikan yang sudah ditampung adalah 12.000 ekor ikan.

Sebagai jalur distribusi nantinya, tempat usaha ini secara lokasi merupakan lokasi yang sangat strategis, dimana hanya memerlukan waktu 10 menit untuk distribusi ke daerah Denpasar. Disamping itu, kawasan yang berdekatan dengan lokasi usaha merupakan kawasan yang strategis untuk pasar yang sangat potensial, dimana daerah-daerah yang berdekatan merupakan kawasan kuliner yang sepanjang jalan merupakan kawasan yang menjajakan lalapan lele, misalnya dikawasan jalan Nangka Utara dan sekitarnya.

Kalau kita berfikir tentang bibit lele yang mau di budidayakan, kawasan peguyangan kangin dan peguyangan Kaja merupakan sentra usaha budidaya pembibitan ikan lele, sehingga mencari bibit lele bukan menjadi masalah. Kehadiran para pengepul lele dikawasan ini juga sangat banyak, yang biasanya mereka gunakan untuk kolam pemancingan. Hal ini merupakan suatu alternative tambahan yang bisa dilakukan apabila produksi lele berlebih atau pada keadaan-keadaan tertentu.

2.4 Tujuan Perusahaan.

Pembentukan usaha ini didasarkan pada beberapa tujuan antara lain:

- Berkontribusi dalam menggerakkan perekonomian terutama dikalangan masyarakat menengah kebawah, dengan timbulnya usaha-usaha derivative dan kemitraan yang melibatkan masyarakat, sehingga pada akhirnya akan mampu mengurangi pengangguran.

- Sebagai bentuk dukungan terhadap usaha pemerintah dalam menggalakkan jiwa kewirausahaan terhadap generasi muda.
- Sebagai wujud eksistensi dalam dunia Agribisnis yang sebenarnya Indonesia merupakan Negara agraris yang sangat kaya dengan dunia agribisnis, sehingga menjadi pancingan bagi masyarakat lain untuk memajukan agribisnis sebagai salah satu bisnis yang sangat potensial bagi masyarakat.

BAB III

VISI DAN MISI PERUSAHAAN.

Suatu perusahaan tidak akan maju dan berkembang apabila tidak memiliki dasar pemikiran kemana perusahaan itu akan dibawa. Untuk itu, Visi dan Misi menjadi pegangan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Demikian juga dengan Usaha Budidaya Lele Mulia Sari, visi dan misi yang kuat yang dirumuskan akan menjadi kekuatan mendasar dalam perjalanan usaha ini.

Untuk itu, pengusaha sudah merumuskan Visi perusahaan, yaitu:

”Menjadi sentra produksi olahan ikan lele terbesar di Bali.”

Sebagai usaha strategis dalam mewujudkan Visi diatas, pengusaha sudah merumuskan beberapa Misi perusahaan, antara lain:

- Menjalin kemitraan

Untuk menjadikan usaha terbesar di Bali, tentunya budidaya lele sendiri atau In House Production tidak akan cukup. Untuk itu, pengusaha akan melakukan kerjasama kemitraan untuk memenuhinya. Kerjasama dengan petani pembudidaya lele akan menjadi langkah strategis dalam memperluas kantong-kantong produksi, dengan memberikan bimbingan dan standar lele yang diproduksi, dan mengambil hasilnya.

- Memproduksi produk olahan yang berkualitas.

Kualitas produk akan menjadi konsentrasi utama untuk bisa bersaing dipasaran. Standar yang digunakan harus benar-benar dijaga dengan ketat, terutama standar higienis.

- Perluasan pemasaran.

Menjadi perusahaan besar tentunya harus memiliki jaringan pasar yang luas. Oleh karena itu, UD Mulia Sari akan terus berjuang merebut pasar, terus memperluas jalur distribusi yang dimulai dengan pasar local, dan kemudian pasar internasional.

BAB IV

TEKNIS PELAKSANAAN USAHA

4.1 Perencanaan Produk.

Produk yang direncanakan dalam usaha ini dapat dibagi menjadi produk primer dan produk sekunder

- Produk primer

Produk primer merupakan hasil dari budidaya, yang berupa ikan lele segar. Produk primer dapat berupa ikan segar siap olah, misalnya lele yang dijual di pasaran setiap pagi, dan yang paling potensial adalah untuk pecel lele. Untuk produk ini, diperlukan lele dengan ukuran antara 5 sampai delapan ekor lele per kilogram. Produk ini disajikan secara segar langsung ke konsumen atau pedagang.

Bentuk produk primer yang kedua adalah ikan lele untuk kolam pancingan. Untuk kolam pancingan, rata-rata lele yang dibutuhkan adalah lele dengan berat 1 kilogram per ekor. Ikan lele yang sudah terlalu besar bisa digunakan untuk dijadikan ikan pancingan, atau yang sering disebut dengan Master. Mengingat begitu banyaknya kolam pancingan di Bali, yang sangat potensial bagi pemancing mania atau sebagai obat stress, membuat pasokan yang dibutuhkan untuk pasar ini sangat potensial.

- Produk sekunder.

Produk sekunder dari usaha ini merupakan produk olahan dari ikan lele ini. Adapun olahan-olahan yang direncanakan antara lain:

Sosis Lele.

Sosis saat ini semakin memasyarakat. Makanan yang dulunya dibawa oleh masyarakat dari Negara-negara barat, saat ini sudah menjadi bagian kebutuhan hidup masyarakat Indonesia, terutama Bali. Sosis sapi dan sosis ayam sudah sangat luas dipasarkan di Indonesia. Sambutan positif dirasakan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Kehadiran sosis lele, dimana daging lele jauh lebih garing dan enak yakin akan mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat luas. Selain itu, pasar internasional juga sangat berprospek untuk bisa masuk, dimana masih sedikitnya pengusaha yang melirik lahan bisnis ini.

Nudget lele

Seperti layaknya sosis, nudget juga merupakan makanan sejenis yang sangat potensial dikembangkan untuk olahan lele. Rasa yang gurih dan higienis tetap akan menjadi nilai tersendiri dari ikan lele.

- Fillet

Untuk produk ekspor, tentunya tidak bisa yang berbentuk daging utuh. Lele dengan ukuran besar akan diolah menjadi fillet yang bisa digunakan sebagai produk ekspor. Dari data-data yang telah dikumpulkan, Negara-negara Eropa sangat berpotensi sebagai Negara pengimpor lele. Tentunya ini menjadi peluang emas untuk masuk kesana.

Kuantitas produk yang akan diproduksi adalah 50.000 ekor lele dengan masa panen kurang lebih 3 bulan. Apabila produksi diutamakan untuk produk primer dengan besar antara lima sampai delapan ekor, dan dengan prediksi kematian 20%, maka akan didapat 40.000 ekor lele siap panen. Dengan asumsi bahwa berat 1 kilogram adalah 7 ekor, maka akan didapat kurang lebih 5.714

kilogram. Dengan demikian, kapasitas yang bisa dicapai setiap hari hanya 63 kilogram per hari. Untuk itu, sebagai usaha perluasan usaha, diperlukan adanya system kemitraan.

4.2 Teknis Pembuatan Kolam.

Kolam, sebagai tempat utama budidaya lele, dibuat secara efektif dan efisien. Dalam usaha ini direncanakan adanya kombinasi antara kolam tanah dengan kolam terpal. Kolam tanah akan dibuat 8 kolam, dan sudah ter realisasi sebanyak 5 kolam. Sedangkan sisanya akan dibuat kolam terpal, dimana sudah ter realisasi sebanyak 3 kolam.

- Kolam terpal.

Suatu teknologi yang murah dan gampang diterapkan, adalah pembuatan kolam dengan menggunakan terpal. Kolam terpal dibuat rata-rata dengan luas 12 meter persegi, dan memerlukan terpal dengan ukuran 4 x 5 meter. Kolam terpal ditujukan untuk budidaya dari bibit lele, sampai berusia sekitar 2 bulan. Ini bertujuan untuk mempermudah dalam proses pensortiran, dimana lele memiliki sifat kanibalisme yang tinggi, sehingga harus selalu dikontrol pemerataan pertumbuhan lele tersebut. Yang kecil akan dimakan oleh yang besar.

Pensortiran dilakukan paling tidak 3 kali selama masa panen.

- Kolam tanah

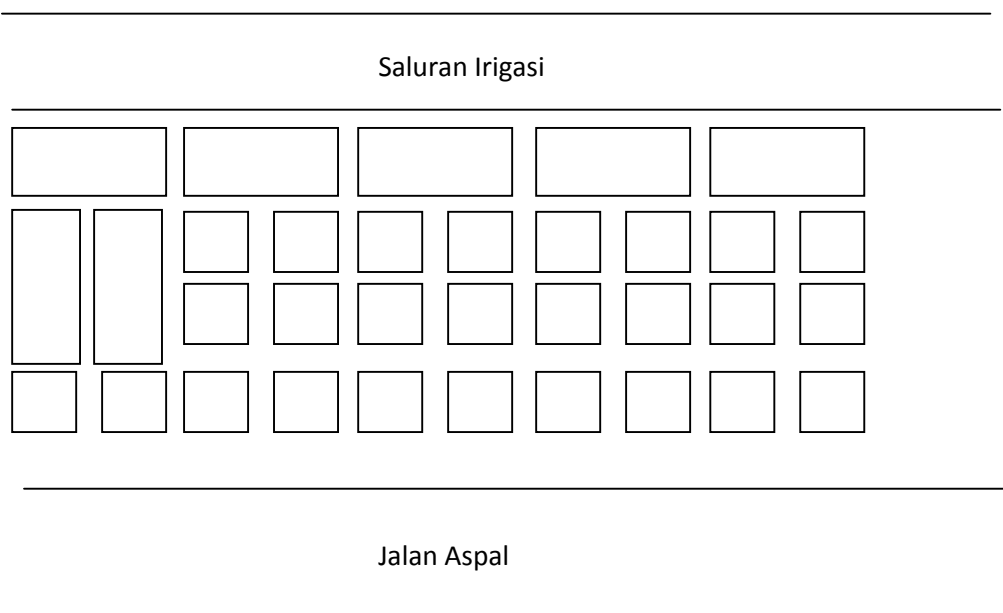
Kolam tanah ditujukan untuk ikan lele yang sudah tidak memerlukan tahap pensortiran, yang sudah berumur antara 2 bulan keatas. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan treatment khusus kepada lele yang akan dijual, dimana

situasi mirip dengan keadaan alamiahnya, sehingga memaksimalkan pembesarannya.

4.3 Pengairan

Secara topografi, letak atau lokasi usaha budidaya adalah disamping saluran irigasi persawahan. Sehingga ini menjadi tempat yang sangat ideal untuk pembangunan kolam. Selain tidak akan kekurangan air, juga akan terbebas dari banjir, karna memiliki sedikit kemiringan dan ketinggian yang ideal, dan saluran pembuangan air yang bagus. Untuk kelancaran dan efisiensi waktu, digunakan satu mesin sanyo. Untuk kolam tanah, akan digunakan system air mengalir.

Gambar 4.1. Denah Lokasi



4.4 Transportasi

Dalam suatu usaha, tentunya jalur transportasi menjadi sarana yang sangat vital. Usaha budidaya lele mulia sari terletak tepat di pinggir jalan raya. Sehingga akses jual beli yang akan diadakan menjadi mudah dan cepat.

4.5 Pakan

Dalam usaha agribisnis ini akan menggunakan pellet sebagai makanan utama. Setelah berusia kurang lebih dua bulan, akan diberikan kombinasi makanan, yaitu dari jeroan ayam dan roti. Kedua jenis makanan ini tidak sulit dicari, karena didekat lokasi usaha, hanya 100 meter, terdapat rumah pemotongan ayam, sehingga bisa mendapatkan jeroan ayam dengan harga yang murah. Sedangkan untuk roti, didekat lokasi usaha, sekitar 200 meter dari lokasi, terdapat pabrik roti yang sangat besar.

Untuk analisa jumlah pakan yang dibutuhkan dapat dilihat dari ilustrasi dibawah

Harga pellet per sak (30 kg) adalah rata-rata Rp. 225.000, atau Rp. 7.500/ kg

Harga jeroan ayam Rp. 2.000/ kg

Harga roti Rp 1.000/ kg

Untuk menghasilkan 1 kilogram daging lele siap panen, diperlukan 0.8 kilogram pakan. Apabila hanya menggunakan pellet, maka akan dibutuhkan pakan sebesar:

Jumlah pakan untuk produksi 50.000 ekor lele = hasil / kilogram dibagi 0.8

$$= 5.714 \times 0.8$$

$$= 4.571 \text{ kg}$$

$$= 4.571 \text{ kg} \times \text{Rp. } 7.500$$

= Rp. 34.282.500

Jadi, dari ilustrasi diatas, dibutuhkan Rp. 34.282.500 untuk memproduksi 50.000 ekor lele.

Dalam prinsip untuk memaksimalkan hasil usaha, maka keputusan untuk mengkombinasikan pakan akan menjadi jalan yang terbaik, yaitu dengan mengkombinasikan 50% pakan dengan pakan non pellet. Untuk ilustrasi analisisnya dapat dilihat dibawah ini.

Dari jumlah pakan yang diperlukan, yaitu 4.571 kg, digunakan pellet sebanyak 2.285 kg. sehingga,

Total biaya pakan pellet = 2.285 kg x Rp. 7.500
= Rp 17.141.500

Sedangkan untuk pakan non pellet adalah

Total biaya pakan non pellet = 2.285 kg x Rp. 2.000
= Rp. 4.570.000

Dari analisis ini, maka total pakan campuran yang diperlukan adalah Rp. 21.711.500. dari perbandingan pakan yang diberikan diatas, selisih yang dihasilkan sebesar

Selisih biaya pakan = pakan full pellet – pakan campuran
= 34.282.500 – 21.711.500
= Rp. 12.571.000

Tentunya itu merupakan selisih yang sangat banyak yang mencapai 37% dari total biaya pakan murni pellet.

4.6 Manajemen Usaha

Dalam suatu usaha, tentunya manajemen menjadi bagian yang terpenting dalam menjalankan usaha. Seberapa bagus sumberdaya dan pasar, apabila memiliki manajemen yang tidak baik, maka dapat dipastikan bahwa usaha itu tidak akan bisa berhasil dan bertahan. Untuk itu manajemen menjadi konsentrasi yang paling tinggi.

Dalam usaha budidaya lele mulia sari ini, selaku pemilik, I Kadek Agus Bisena, akan berperan aktif langsung selaku manajer dari perusahaan, dimana keputusan apapun berada ditangan manager. Untuk regular harian, akan direncanakan diajak dua orang karyawan yang membantu kelancaran usaha. Adapun rancangan biaya yang akan dikeluarkan adalah

Rp. 2.000.000 untuk dua pekerja/bulan

Rp. 2.000.000 untuk seorang manager.

Jadi total biaya tenaga kerja yang direncanakan adalah 4.000.000/ bulan.

Akan tetapi, untuk usaha yang masih sifatnya *Inhouse Production* (produksi budidaya sendiri) hanya membutuhkan satu orang karyawan. Satu tenaga lagi akan diperlukan setelah system kemitraan bisa berjalan, yang direncanakan dalam waktu enam bulan dari usaha dimulai.

Jadi, untuk awal usaha budidaya diperlukan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 3.000.000/bulan.

BAB V

PEMASARAN

Dalam sebuah produksi, tentunya pasar adalah salah satu bagian yang sangat penting. Setelah memproduksi barang, maka barang itu harus mampu dipasarkan, untuk bisa menghasilkan laba. Sebelum usaha ini dibentuk, pasar sudah menjadi factor yang pertama difokuskan, dan timbulnya ide usaha ini juga didasarkan pada analisa pasar. Riset pasar dilakukan dengan melakukan observasi-observasi lapangan dan media, antara lain:

5.1 Pemasaran Produk Primer

- Observasi pasar tradisional.

Setelah dilakukan kunjungan ke beberapa pasar yang ada di kota Denpasar, ikan jenis lele ini memiliki banyak peminat. Pedagang menjual dengan harga dari Rp.16.000 sampai Rp. 18.000/ kg. menurut pengakuan para pedagang, mereka mengambil lele dari pengepul lele dengan harga rata-rata 15.000/kg. ini adalah market segmen yang pertama, dimana lele yang diproduksi bisa dijual langsung ke para pedagang di pasar tradisional melalui layanan antar setiap pagi, dengan harga Rp. 15.000/kg

- Observasi Pedagang pecel lele pinggir jalan.

Observasi dilakukan di sekitar jalan angka utara, dimana disana terdapat begitu banyak pedagang pecel lele. Satu pecel lele dijual dengan variasi harga Rp. 8.000 sampai Rp. 10.000. Menurut pengakuan mereka, untuk lele yang diperlukan untuk pecel lele adalah lele dengan ukuran 6 sampai 7 ekor/kg.

Mereka biasa mengambil lele dari pengepul lele dengan harga rata-rata Rp. 16.000/kg. Dalam sehari, satu pedagang bisa menghabiskan 5 kilogram lele untuk dijadikan pecel lele. Bagi pengusaha, ini adalah market segmen yang paling potensial, dimana dengan bisa merebut pasar pedagang pecel lele ini, maka dalam sehari akan dibutuhkan sangat banyak lele, untuk daerah kota denpasar sendiri, yaitu untuk 100 pedagang saja akan dibutuhkan sekitar 500 kg ekor lele/hari.

Adapun strategi yang akan dilakukan untuk masuk kepasar ini adalah dengan memberikan fasilitas antar setiap hari, mengingat masih banyak dari mereka yang membeli langsung ke pengepul ataupun ke pasar tradisional. Memberikan harga yang kompetitif untuk setiap kg lele, dengan melihat situasi pesaing. Serta yang terpenting adalah menjaga kualitas, kuantitas dan kontinuitas dari pelayanan usaha, sehingga tidak menimbulkan kekecewaan dari para langganan kita.

- Observasi rumah makan dan restaurant.

Untuk daerah Denpasar saja, terdapat ratusan restaurant dan rumah makan yang menyediakan makanan lele. Ini adalah market segment selanjutnya yang juga sangat potensial. Kapasitas yang besar biasanya harus dipenuhi untuk kelas restaurant, dan akan baru bisa dilakukan setelah ijin Usaha Dagang (UD) terrealisasi. Pemasaran di segmen ini direncanakan dilakukan setelah terbentuk kemitraan yang kuat, sebab untuk *Inhouse Production* belum cukup memenuhi kuantitas pasar.

- Observasi pengepul lele dan kolam pemancingan.

Segmen market ini adalah pasar yang paling mudah dimasuki, dimana di dekat usaha budidaya, terdapat banyak pengepul lele, yang bisa mengambil hasil budidaya sebanyak-banyaknya. Disamping itu untuk kolam pemancingan juga sangat banyak yang memerlukan lele dengan berat yang lebih tinggi. Untuk produk primer, segmen ini adalah segmen yang sangat mudah, tinggal mencari atau menghubungi pembeli, maka mereka akan datang untuk membeli hasil budidaya.

Akan tetapi untuk harga mereka hanya bisa mengambil lebih murah dari harga pasar, yaitu berkisar antara Rp. 11.000 sampai 13.000 per kilogram.

- Observasi Media.

Riset pasar yang dilakukan melalui media massa menghasilkan peluang yang sangat bagus. Di Bali sendiri, untuk produksi local belum bisa memenuhi kebutuhan, sehingga masih sangat banyak diperlukan produksi luar Bali, khususnya dari Jawa. Kebutuhan akan lele untuk daerah Bali mencapai 3 ton per hari, sedangkan produksi local saat ini hanya mampu memenuhi 1 ton lele/hari saja. Kekurangannya masih didatangkan dari luar Bali.

5.2 Pemasaran Produk Sekunder

Untuk produk sekunder juga sudah dilakukan beberapa observasi, untuk melihat seberapa pasar olahan lele berpotensi untuk dikembangkan.

- Observasi industry.

Observasi ini untuk saat ini belum banyak dilakukan, akan tetapi sudah ada beberapa yang di kunjungi, misalnya produsen sosis tities. Disini mereka juga

membuat sedikit jenis lele, dan menurut mereka, pasar menyambut baik produk ini. Selain harga per kilogramnya lebih rendah dari ayam, rasa juga sangat gurih, mengalahkan rasa sosis ayam. Ini membuktikan bahwa sosis lele berprospek sangat besar untuk dikembangkan.

Disamping itu, perilaku masyarakat tentang produk yang berasal dari barat ini juga semakin diminati. Sosis saat ini sudah sangat banyak dinikmati masyarakat di Indonesia, begitu juga di Bali. Bahkan sebagian besar rumah tangga yang kita temui mempunyai stok sosis didapurnya. Selain itu, produk nudget lele juga sudah banyak dibuat melalui industri rumahan. Akan tetapi belum ada pabrik besar yang menangani produk olahan ini.

- Observasi Instansi.

Menurut salah satu staf dinas perikanan kota Denpasar yang merupakan pengusaha pembibitan lele, mengatakan bahwa pemerintah melalui dinas perikanan saat ini sedang menggalakkan usaha budidaya lele, untuk menghadapi pasar internasional. Beliau memaparkan bahwa yang menjadi konsentrasi utama pemerintah adalah menguatkan usaha budidaya, dan kemudian menggarap produk sekunder lele, dalam bentuk sosis lele, nudget lele, dan fillet. Untuk itu, dukungan pemerintah sangat tinggi untuk pengembangan usaha budidaya dan produk olahan.

Dalam sebuah acara di salah satu TV swasta Indonesia, dikatakan bahwa potensi untuk pasar internasional terhadap ikan jenis lele sangat tinggi, terutama Eropa. Dikatakan bahwa salah satu Negara, misalnya Swiss, mampu meng impor lele dari Indonesia dengan harga mencapai Euro 3, atau mencapai Rp. 40.000/ kilogram. Akan tetapi Indonesia belum bisa mengisi, karna kebutuhan kuantitas

yang disyaratkan mencapai 3 ton per hari. Jadi, apabila produksi sudah kuat, maka tidak menutup kemungkinan untuk bisa menembus pasar Internasional tersebut.

BAB VI

ANALISIS USAHA

Untuk melihat kelayakan usaha budidaya lele mulia sari ini, maka diperlukan suatu analisis kelayakan usaha, yang bisa dilihat pada analisis dibawah ini;

1. Investasi

- Sewa lahan 1 tahun seluas 10 are = Rp. 1.500.000
- Biaya pembuatan kolam termasuk ongkos dan terpal @ Rp. 300.000

$$\begin{aligned} \text{Total biaya kolam} &= \text{Rp. } 300.000 \times 30 \text{ kolam} \\ &= \text{Rp. } 9.000.000 \end{aligned}$$

Total investasi awal yang diperlukan adalah Rp. 10.500.000

2. Biaya Tetap

- Biaya penyusutan lahan Rp 1.500.000/ 1 tahun = Rp 1.500.000
- Biaya penyusutan kolam Rp Rp. 9.000.000/ 3 tahun = Rp. 3.000.000

Jadi, total biaya tetap yang diperlukan dalam setahun adalah

$$\begin{aligned} \text{Total biaya tetap} &= 1.500.000 + 3.000.000 \\ &= \text{Rp } 4.500.000 \end{aligned}$$

3. Biaya Variabel

Biaya variable untuk 1 tahun diasumsikan untuk penebaran bibit sebanyak 3 kali per tahun, dengan masa panen 3 sampai 4 bulan, untuk setiap budidaya, dengan

jumlah benih yang ditebar untuk setiap masa budidaya adalah 50.000 ekor, dan dengan asumsi kematian dan kehilangan sebanyak 20%.

- Benih ukuran 5-8 cm sebanyak 150.000 ekor, @ Rp 125
= 125×150.000
= Rp. 18.750.000/tahun
- Obat-obatan 30 unit @ 50.000
= 30×50.000
= Rp 1.500.000/tahun
- Pakan sesuai dengan analisis pakan sebelumnya yaitu Rp. 21.711.500/masa budidaya
= $21.711.500 \times 3$
= Rp. 65.134.500/tahun
- Alat perikanan 20 unit @ Rp 100.000
= 100.000×20
= Rp 2.000.000
- Tenaga kerja tetap @Rp. 3.000.000/bulan
= $3.000.000 \times 12$
= Rp. 36.000.000
- Biaya lain-lain 12 bulan @ Rp. 150.000/bulan
= 12×150.000
= Rp. 1.800.000

Total biaya variable adalah:

$$= 18.750.000 + 1.500.000 + 65.134.500 + 2.000.000 + 36.000.000 + 1.800.000$$

$$= \text{Rp. } 125.184.500$$

4. Total Biaya

Dari uraian diatas, maka total biaya yang diperlukan untuk memulai usaha budidaya lele dalam 1 tahun adalah;

$$\begin{aligned}\text{Total biaya} &= \text{Biaya tetap} + \text{Biaya Variabel} \\ &= 4.500.000 + 125.184.500 \\ &= \text{Rp } 129.684.500\end{aligned}$$

5. Pendapatan

Dalam proses produksi yang dilakukan, seperti dalam analisis pakan di bab sebelumnya, dalam satu kali proses produksi dengan penebaran bibi 50.000 ekor, dan asumsi kematian 20%, maka akan dihasilkan 5.714 kg maka dalam satu tahun akan dihasilkan;

$$\begin{aligned}\text{Produksi tahunan} &= 5.714 \text{ kg} \times 3 \\ &= 17.142 \text{ kg per tahun.}\end{aligned}$$

Dengan harga jual diasumsikan Rp. 12.000 per kilogram, maka;

$$\begin{aligned}\text{Total penghasilan dalam 1 tahun} &= 17.142 \times 12.000 \\ &= 205.704.000\end{aligned}$$

Jadi, total pendapatan bersih yang bisa diterima dari usaha budidaya lele ini adalah

$$\begin{aligned}\text{Total nett pendapatan} &= 205.704.000 - 129.684.500 \\ &= \text{Rp. } 76.019.500.\end{aligned}$$

Dari analisis diatas dapat diketahui bahwa keuntungan bersih yang akan diperoleh adalah Rp. 76.019.500.

6. Break Event Point (BEP)

Volume produksi = 10.807,04 kg

Harga produksi = Rp. 7.565,31

Dari semua analisis yang dilakukan, dapat dilihat bahwa usaha budidaya lele ini sangat layak dikembangkan, dan merupakan usaha yang profitable. Analisis ini adalah analisis yang dilakukan hanya untuk usaha budidaya saja, dan untuk usaha produk sekunder akan dilakukan analisis tambahan setelah usaha budidaya ini berjalan dengan baik, atau selambat-lambatnya enam bulan setelah usaha ini dimulai.

BAB VII

KEUANGAN DAN MODAL

Dalam analisis diatas, modal yang diperlukan untuk produksi tahunan sebesar Rp. 129.684.500. akan tetapi untuk biaya variable, hanya diperlukan biaya untuk 3 bulan pertama, karna setelah itu akan ada pemasukan dari budidaya yang pertama, yang nantinya akan diputar. Rincian ini dapat dilihat pada ilustrasi dibawah:

Biaya tetap	4.500.000
Bibit 3 bulan 50.000 x @125	6.250.000
Pakan	21.711.500
Tenaga kerja	9.000.000
Obat-obatan dan alat perikanan	1.500.000
Lain-lain	450.000
Total biaya yang diperlukan	43.411.500

Karena keterbatasan akan modal pengusaha, maka direncanakan untuk melakukan pinjaman ke Bank sebesar Rp. 20.000.000 dengan pisa pinjaman 2 tahun. Apabila peminjaman menggunakan system bunga menetap 0.9% per bulan, maka pengusaha akan dibebankan bunga sebesar Rp. 180.000.

Dengan demikian maka laba tahunan akan dipotong beban bunga Bank, yaitu;

$$\begin{aligned}\text{Total laba tahunan} &= \text{Rp } 76.019.500 - (\text{Rp. } 180.000 \times 12 \text{ bulan}) \\ &= \text{Rp. } 73.859.500\end{aligned}$$

Jaminan yang akan digunakan dalam melakukan pinjaman adalah jaminan usaha, yaitu usaha budidaya lele mulia sari.

Untuk menjaga cash flow dari usaha, dan memastikan semua pengeluaran dan pemasukan bisa berjalan dengan baik, maka pengusaha akan melakukan pencatatan yang baik dan tersruktur, dan menjaga serta selalu melakukan pengawasan terhadap aliran pemasukan dan pengeluaran dengan sangat teliti.

BAB VIII

ASPEK PERSAINGAN

Dalam setiap usaha yang dilakukan, pasti akan ada persaingan yang harus dihadapi. Tentunya itu akan kembali kepada manajemen usaha itu sendiri, apakah mampu bersaing dengan yang lain atau tidak. Dalam usaha untuk bisa bersaing, bahkan menjadi pemenang dalam persaingan, pengusaha sudah membuat beberapa langkah strategis, antara lain:

1. Melakukan pemasaran door to door

Pemasaran ini dilakukan dengan mencari langsung mereka yang membutuhkan produk lele segar, misalnya pedagang pecel lele, restaurant, warung makan, dan ke pedagang tradisional di pasar tradisional.

2. Mempertahankan pelanggan dengan system kualitas, kuantitas, serta kontinuitas yang baik.

Hal ini merupakan basic atau dasar dalam menjalankan usaha. Dengan rasa puas yang didapatkan pelanggan, maka mereka akan menjadi pelanggan yang baik, dan bahkan bisa mendatangkan pelanggan baru, melalui pemaaran dari mulut ke mulut.

3. Pemasaran on spot.

Pemasaran ini dilakukan dengan menjual langsung hasil budidaya di tempat usaha, baik itu ke pengepul, maupun, ke pedagang-pedagang yang mau membeli kelokasi, dengan pelayanan yang baik.

4. Pembangunan kemitraan.

Usaha untuk perluasan usaha sehingga mampu bersaing dengan para competitor yang lainnya adalah menguatkan produksi, sehingga bisa kokoh dalam usaha.

5. Membangun relasi yang kuat.

Relasi merupakan salah satu factor yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Untuk itu, hubungan relasi akan terus ditingkatkan guna mendapatkan informasi yang jauh lebih cepat dari pesaing bisnis lainnya.

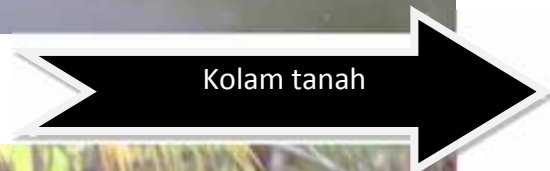
6. Spesifikasi produk.

Setelah dibuat produk sekunder atau produk olahan, maka akan dibuat secara spesifik, yaitu dengan kemasan yang tajam dan mudah dilihat, rasa yang istimewa, serta promosi luas.

LAMPIRAN 1

Gambar Lokasi

Kolam tanah.



Kolam terpal.



LAMPIRAN II

Gambar Produk



Lele Sangkuriang