



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN HIAS
(STUDI KASUS: TEMPAT BUDIDAYA IKAN HIAS “LIFE FISH” DI
BOGOR)**

Jenis Kegiatan :
PKM Penulisan Ilmiah

Diusulkan oleh

Rian Novati Sandi (H14051804) Tahun 2005
Annisa Irdhania (H14050761) Tahun 2005
Nursechafia (H14053456) Tahun 2005
Harry Gustara P (H14054200) Tahun 2005

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2008

1. Judul Kegiatan : **Strategi Pengembangan Usaha Ikan Hias (Studi Kasus : Tempat Budidaya Ikan Hias “ Live Fish “ di Bogor)**
2. Bidang Ilmu : **Sosial Ekonomi (Agribisnis)**
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama lengkap : **Rian Novati Sandi**
 - b. NIM : **H14051804**
 - c. Jurusan : **Ilmu Ekonomi**
 - d. Universitas : **Institut Pertanian Bogor**

Menyetujui,

a.n. Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Komisi Pendidikan

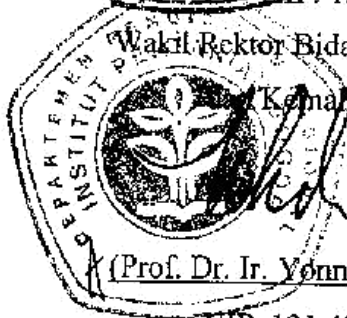


[Signature]
Syaiful Hidayat P, M.Si

NIP. 132 310 799

Wakil Rektor Bidang Akademik

Kemahasiswaan



[Signature]
(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmarvono, MS)

NIP. 131 473 999

Bogor, 4 Maret 2008

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Rian Novati Sandi)

NIM. H14051804

Dosen Pendamping.

(Alla Asmara, S.Pt. M.Si)

NIP. 132 159 707

LEMBAR PENGESAHAN SUMBER PENULISAN ILMIAH PKMI

1. Judul Tulisan Yang Diajukan : Strategi Pengembangan Usaha Ikan Hias (Studi Kasus : Tempat Budidaya Ikan Hias “ Live Fish “ di Bogor)

2. Sumber Penulisan :

(X) Kegiatan Praktek / Kunjungan Lapang

Rian Novati Sandi, Nursechafia, Annisa Irdhania, Harry Gustara P. 2007. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Hias (Studi Kasus : Tempat Budidaya Ikan Hias “ Live Fish “ di Bogor). Usaha Budidaya Ikan Hias Bapak Bowo, Perumahan Budi Agung, Bogor.

Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya.

Mengetahui ,

a.n. Kepala Departemen Ilmu Ekonomi



Bogor, 4 Maret 2008

Penulis Utama

Rian Novati Sandi

NIM : 1114051804

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA IKAN HIAS
(STUDI KASUS: TEMPAT BUDIDAYA IKAN HIAS "LIFE FISH" DI
BOGOR)**

Rian Novati Sandi, Nursechafia, Annisa Irdhania, Harry Gustara Pambodi
Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen,
Institut Pertanian Bogor, Bogor

ABSTRAK.

Budidaya ikan hias merupakan salah satu usaha agribisnis yang sangat potensial di Indonesia. Ini dapat dilihat dari lahan yang digunakan dalam budidaya ikan hias ini tidak terbatas hanya di sekitar daerah perairan tapi juga di perkotaan. Hasil budidaya ikan hias ini dapat menjadi komoditi ekspor yang bisa menambah devisa negara. Makalah ini bertujuan untuk memberikan deskripsi tentang hambatan yang dialami oleh para pembudidaya ikan hias, serta solusi alternative yang bisa menjadi cara untuk mengatasinya. Dalam perjalanan budidaya ini tidak terlepas dari hambatan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Begitu juga yang terjadi pada usaha budidaya ikan hias milik Bapak Bowo "Life Fish" yang terletak di Budi Agung, Bogor. Usaha ini sudah berorientasi ekspor, namun dalam usaha pengembangannya masih banyak menghadapi hambatan, baik itu dari sisi internal maupun eksternal. Dari hasil analisis lingkungan internal, ditemukan hambatan yang dihadapi pembudidaya ini berupa kurangnya jumlah sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja, manajemen yang tidak terorganisir, penyakit yang menyerang ikan-ikan hias, serta sumber modal yang terbatas. Sedangkan dari hasil analisis lingkungan eksternal terdapat beberapa hambatan, yaitu persaingan yang semakin ketat dengan para pembudidaya ikan hias lainnya baik dari dalam maupun luar negeri serta perkembangan teknologi. Untuk mengatasi berbagai hambatan yang melanda usaha perlu adanya suatu strategi yang dapat meminimalkan hambatan tersebut. Strategi tersebut dapat diidentifikasi menggunakan matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan, diantaranya adalah: merumuskan visi dan misi usaha itu secara terperinci dan spesifik, meningkatkan kualitas produk ikan hias, menjalin suatu kerja sama dengan instansi lain, merancang suatu sistem manajemen yang terorganisir dan memanfaatkan fasilitas teknologi dalam menjalankan usaha penting untuk dilaksanakan, seperti melakukan aktivitas pemasaran melalui media internet untuk promosi dan transaksi sehingga dalam kegiatan operasionalnya akan lebih terarah

Keyword : budidaya, matriks SWOT, strategi

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki potensi besar dalam sektor perikanan. Beragam ikan yang bernilai ekonomis tinggi seperti udang, tuna,

cakalang, ubur-ubur, kepiting, ikan hias, kerang-kerangan, termasuk mutiara dan rumput laut sangat mudah didapat. (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2005). Sumberdaya perikanan terdiri atas sumberdaya perikanan laut dan sumberdaya perikanan air tawar. Selain sumberdaya perikanan laut, yang mempunyai keunggulan serta potensi untuk dikembangkan, sumber daya perikanan air tawar juga berpotensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditi perikanan air tawar yang dapat menjadi alternatif usaha di bidang perikanan selain ikan konsumsi adalah ikan hias. Potensi ikan hias Indonesia cukup besar baik itu ditinjau dari jenis maupun jumlahnya. Bila dilihat dari potensi lahan yang tersedia, usaha budidaya ikan hias khususnya ikan hias air tawar sangat memungkinkan untuk dilakukan, bahkan di lokasi perkotaan yang penduduknya padat. Dan kalau dari jenisnya, ikan hias yang dibudidayakan sangat bervariasi serta dapat dikembangkan.

Pada era perdagangan bebas AFTA 2003 dan APEC 2020, usaha budidaya ikan hias untuk meningkatkan ekspor harus mampu untuk mewujudkan beberapa hal, yaitu meningkatkan usaha budidaya secara berkelanjutan, serta meningkatkan jiwa wirausaha dan kelembagaan pembudidaya ikan. Namun, peran pemerintah dalam usaha pengembangan budidaya ikan hias masih terbatas jika dibandingkan dengan ikan konsumsi. Walaupun, belum mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah, sektor ikan hias telah memberikan kontribusi bagi peningkatan devisa negara. Diketahui bahwa rata-rata kenaikan nilai ekspor ikan hias periode 1995-2004 sebesar 198,40 persen (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2005).

Pelaku budidaya ikan hias harus menghadapi berbagai macam kendala untuk melakukan pengembangan usahanya, baik itu dari faktor internal maupun faktor eksternal. Usaha ikan hias Bowo "Life Fish" adalah salah satu tempat budidaya yang mengalami kendala dalam pengembangan usahanya.

Karya tulis ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kendala bagi pengembangan usaha budidaya ikan hias "Life Fish", baik faktor internal maupun eksternal, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh pembudidaya dalam ekspansi usahanya di masa selanjutnya. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan usaha tersebut. Bagi pihak lain, karya tulis ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan pengetahuan untuk memulai atau mengembangkan usaha budidaya ikan hias.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2007 di tempat Usaha Budidaya Ikan Hias “ Life Fish “ milik Bapak Frans Bowo. Letaknya di jalan Sukadamai Dalam Rt 29/08, Perumahan Budi Agung, Bogor. Jangka waktu penelitian adalah selama satu hari.

Jenis dan Sumber Data

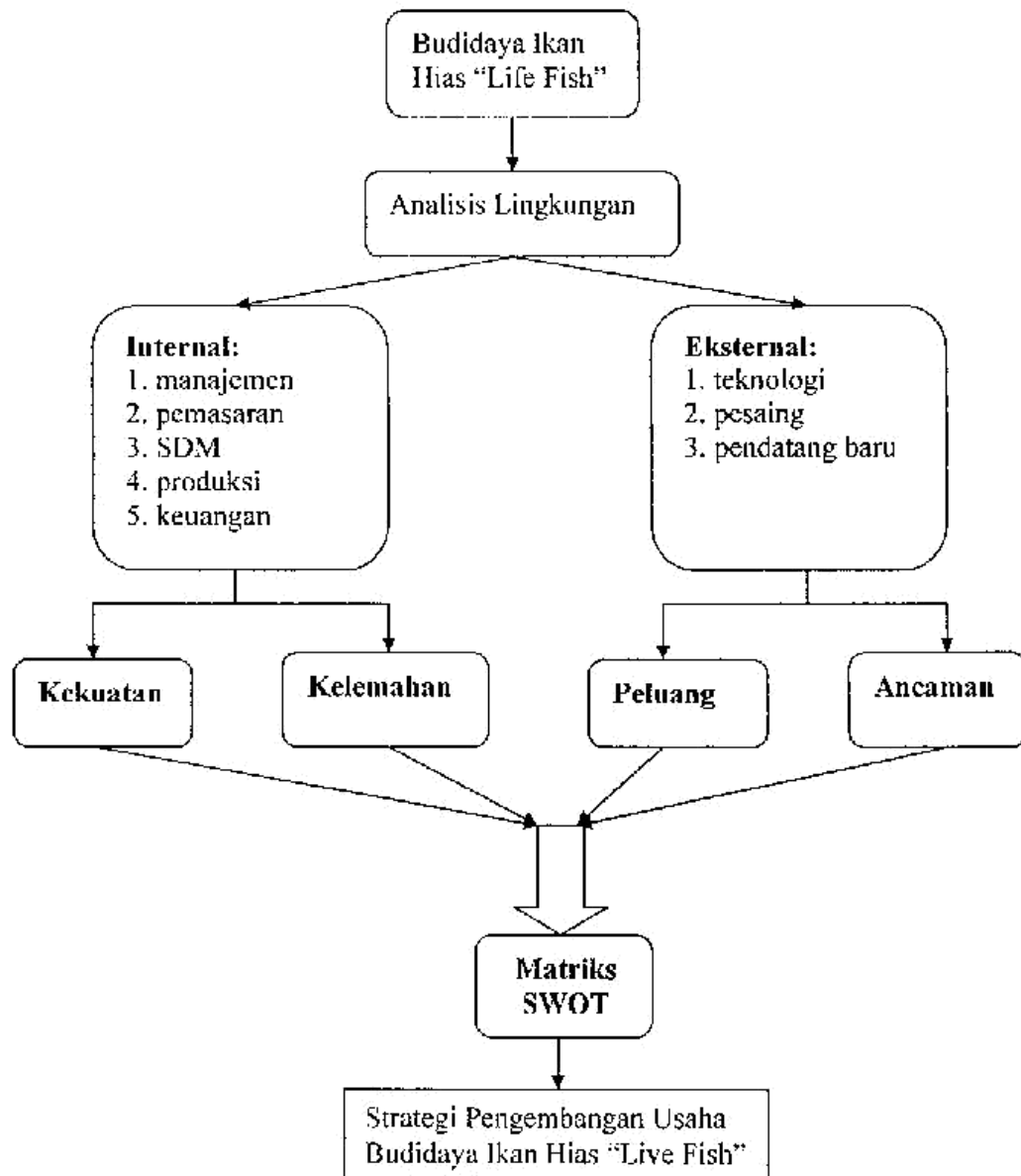
Data dalam karya tulis ini merupakan data primer yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan, serta wawancara langsung dengan pemilik usaha budidaya ikan hias ini, yaitu Bapak Frans Bowo. Selain itu sebagai data penunjang juga disediakan data sekunder yang berasal dari studi pustaka pada penelitian terdahulu dan literatur yang relevan dengan permasalahan dalam karya tulis ini.

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dilakukan dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di Usaha Budidaya Ikan Hias Bowo “ Life Fish “ terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian, yaitu melalui wawancara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk memperoleh gambaran secara sistematis, faktual dan akurat yang menggambarkan kondisi umum Budidaya Ikan Hias Frans Bowo “ Life Fish”. Selain itu, untuk merumuskan strategi pengembangan usahanya, digunakan metode analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats), seperti terlihat pada bagan berikut ini :



Bagan 1. Kerangka Pemikiran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

Usaha pengelolaan ikan hias "Live Fish" ini dimiliki oleh Bapak Frans Bowo. Tempat usahanya terletak di Jalan Sukadamai Dalam Rt 29/08, Perumahan Budi Agung, Bogor. Awalnya dimulai dari sebuah usaha yang dilatarbelakangi oleh hobi. Usaha ini pertama kali dimulai sekitar tahun 1987, yaitu pada saat

pemiliknya masih duduk di bangku SMA. Kemudian pada awal tahun 1993, usaha ini berkembang menjadi sebuah Farm. Tujuan didirikannya usaha ini adalah mengembangkan hobi melalui sebuah bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan maksimum, dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

Sub-sistem Agribisnis Hulu dipegang oleh pihak yang menyediakan pasokan bibit ikan hias, yang menurut pemilik adalah network-network relasinya. Untuk sub-sistem usaha tani dikendalikan oleh tempat pengelolaan dan perkembangbiakkan ikan hias ini sendiri, karena disinilah kegiatan on-farm terlaksana, dengan mengarah pada sektor perikanan. Sub-sistem hilir dijalankan oleh para penyalur ikan untuk dijual di pasaran, serta para eksportir yang berperan dalam pemasaran ikan-ikan hias ini. Sedangkan untuk sub-sistem jasa layanan pendukung berupa informasi agribisnis, yaitu tentang jenis ikan hias mana yang sedang diminati oleh para konsumen.

Analisis Lingkungan Internal

Manajemen

Dalam setiap organisasi termasuk perusahaan diperlukan manajemen yang baik agar tujuan dari perusahaan tercapai. Adapun fungsi dari manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, motivasi dan pengontrolan. (David, 2004). Pemilik usaha dalam hal ini adalah pembudidaya ikan hias memiliki wewenang untuk merencanakan strategi, mengambil keputusan, mengawasi jalannya perusahaan, menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan pemasok proses produksi, pemasaran produk, evaluasi kegiatan dan bertanggungjawab terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik modal tidak bisa menjalankan fungsi manajemen perusahaan dengan baik. Ini terlihat dari masih dominannya peran pemilik perusahaan dalam setiap kegiatan produksi sehingga spesialisasi pekerjaan belum semuanya terealisasi.

Pemasaran

Ruang lingkup pemasaran ikan hias ini mencakup lokal dan mancanegara. Eksportir memegang peranan penting dalam pemasaran ke mancanegara. Dalam

seminggu, sekitar 2 sampai 3 kali dilakukan pemasokan ikan hias ini kepada eksportir untuk diekspor. Biasanya ikan-ikan hias ini diekspor ke Timur Tengah, Asia, Eropa, dan Amerika. Dalam mencari eksportir, pemilik melakukan usaha sendiri sehingga biaya transaksinya menjadi tinggi. Pengiriman ke beberapa daerah seperti Bali, Jawa dan pemasaran lokal lainnya juga dilakukan sendiri. Terbatasnya daerah pemasaran yang dapat dijangkau pengelola membuat kecilnya pangsa pasar serta kesempatan memasarkan hasil produksi menjadi tidak maksimal.

Operasi dan Produksi

Dalam bisnis ini, ada dua macam pengelolaan yaitu feeding (ternak) : merupakan kegiatan pembudidayaan, serta pembesaran (persentase kegiatannya mencapai 80 %). Jenis ikan yang dikelola disini adalah:

- Singalus albino
- Angel fish, dan
- Rainbow prachook



Gambar 1. Salah Satu Contoh Ikan Hias Yang Dibudidayakan

Hal yang paling utama dalam pembudidayaan ikan hias ini adalah pengetahuan tentang kondisi ikan tersendiri dan langkah-langkah membuat kondisi yang dapat membuat ikan merasa nyaman. Misalnya saja dengan menggunakan daun pisang kering seperti yang dilakukan pemilik. Makanan ikan-ikan hias ini pun disesuaikan, yaitu berupa pelet, cacing, adapnia (kutu air), artemia (udang renik). Suhu tempat ikan dirawat juga ditentukan, kurang lebih pada 27°C. Dalam satu akuarium, terdapat 500 ekor sampai dengan 1000 ekor ikan kecil. Untuk memperbaiki kondisi lingkungan ikan, maka disediakan air

dalam tandon. Semua itu bertujuan agar ikan-ikan hias dapat berkembang dengan baik, karena kondisi mereka yang sensitif sehingga perlu diberikan perawatan insentif. Selain itu perlu diwaspadai menjangkitnya penyakit ikan yang dapat menyerang ikan-ikan hias tersebut. Jika ikan-ikan hias itu banyak yang sakit lalu mati, maka hasil produksi akan berkurang sehingga kerugian yang diderita pemilik cukup besar.

Sumberdaya Manusia

Kurangnya sumber daya manusia karena jumlah karyawan ada \pm 4 orang menjadi penghambat lainnya dalam usaha ini.. Bapak Frans sebagai pemilik merupakan pimpinan bisnis, dan dibawahnya ada para pekerja yang merawat ikan, juru masak yang memasak untuk para pekerja. Jumlah ini tentu saja kurang mendukung untuk menunjang pelaksanaan kegiatan budidaya. Alasannya dapat karena kurangnya dana keuangan untuk membayar upah pekerja, sebab semakin banyak pekerja maka jumlah dana untuk pembayaran upah juga semakin besar. Berdasarkan pernyataan pemilik usaha ini, upah yang diberikan per bulannya untuk para pekerja tidak terlalu besar. Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di tempat ini masih sederhana, belum baku dan terstruktur. Sedangkan untuk menyokong suatu usaha agar berhasil diperlukan suatu manajemen yang terorganisir, baku, dan terstruktur. Sehingga dalam pelaksanaan kegiatannya ada pedoman dan standar operasi yang menjadi acuan. Selain itu, karakter dari masing-masing pekerja juga menentukan keberhasilan usaha, karena tidak semua SDM menyukai ikan sehingga dapat berdampak buruk pada proses perawatan ikan. Jika sumber daya manusia yang dikelola di usaha ini tidak handal dalam merawat ikan, maka tentu saja dapat mempengaruhi kondisi ikan-ikan hias tersebut sehingga dapat mengurangi hasil produksi.

Keuangan

Kondisi keuangan sering dianggap sebagai ukuran terbaik dari posisi bersaing perusahaan dan daya tarik keseluruhan bagi investor.(David, 2004). Sumber modal di " Life Fish " hanya berasal dari pemilik sendiri sehingga menjadi suatu hambatan, karena terbatasnya dana untuk operasional usaha. Hal itu disebabkan oleh belum adanya kerja sama antara pemilik usaha ini dengan instansi lain. Besarnya pengeluaran tiap bulannya adalah \pm Rp 5.000.000.

Sedangkan jika dilihat dari sisi penerimaan, yaitu besarnya omzet yang diterima tiap bulan juga tidak menentu, tergantung pada kondisi pasar .

Analisis Lingkungan Eksternal

Teknologi

Perkembangan teknologi pada era sekarang ini semakin pesat, baik itu di bidang telekomunikasi, informasi, komputer, dan sarana transportasi. Sebuah usaha hendaknya melakukan inovasi memanfaatkan fasilitas teknologi untuk menunjang pengembangan usahanya agar tidak kalah strategi dengan para pesaingnya. Namun penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan usaha di " Life Fish " masih minim. Pada proses melaksanakan kegiatan pemasaran juga belum menggunakan fasilitas IT. Padahal untuk proses pemasaran zaman sekarang ini, pemanfaatan teknologi sangat mendukung, misalnya dengan melakukan pemasaran melalui media internet. Pemilik usaha ini masih menggunakan transaksi langsung untuk proses tawar-menawar.

Ancaman Pendatang Baru dan Persaingan antar Perusahaan

Faktor eksternal lainnya yang dapat menjadi kendala pengembangan usaha tersebut adalah semakin banyaknya pesaing yang bergelut di bidang budidaya ikan hias, sehingga dapat mengurangi pangsa pasar yang dimiliki oleh usaha milik Bapak Bowo ini. Dari wilayah Bogor terdapat beberapa perusahaan berkembang dalam usaha serupa yang menjadi saingan bagi " Live Fish ", yaitu seperti CV Aquatic Indonesia, CV Pentaksonomia, dan CV Colisa Aquaria. Selain itu pesaing dari luar negeri pun menjadi sebuah penghalang, karena banyak dari mereka yang mulai merambah pasar ikan hias Indonesia di samping pasar internasional. Adapun pesaing yang sangat berat untuk usaha ini adalah pesaing dari negara Malaysia dan Singapura. Para pesaing baru juga merupakan suatu ancaman, karena biasanya mereka lebih gencar melakukan promosi untuk menarik pelanggan.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk menyusun factor-faktor strategi pengembangan budidaya ikan hias "Life Fish" yang dapat menerangkan secara jelas peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pemilik usaha ini discusuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan strategi dan alternatif.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal Eksternal	Strength 1. Usaha budidaya yang merupakan hobi. 2. Mudah melakukan <i>Controlling</i> . 3. Kualitas ikan bagus.	Weakness 1. Manajemennya kurang berfungsi. 2. Kualitas SDM rendah 3. Manajemen Keuangan belum tertata rapi.
	Opportunities 1. Jaringan untuk mengekspor. 2. Perkembangan teknologi.	Strategi SO : 1. Meningkatkan penjualan di dalam dan luar negeri. 2. Meningkatkan promosi dengan teknologi yang ada.
Threats 1. Munculnya para pesaing, baik pesaing lama maupun pendatang baru. 2. Teknologi informasi yang digunakan masih rendah.	Strategi ST : 1. Meningkatkan kualitas produk ikan. 2. Optimalkan sarana yang tersedia.	Strategi WT : 1. Meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok. 2. Ikut serta dalam kegiatan pameran ikan hias

KESIMPULAN

Usaha budidaya ikan hias “ Life Fish” milik Bapak Bowo ternyata sudah berorientasi ekspor dalam kegiatan pemasarannya. Namun terdapat faktor-faktor yang dapat menghambat perkembangan usaha ini, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal antara lain berupa terbatasnya sumber modal, minimnya jumlah karyawan, manajemen yang tidak terorganisir, penyakit pada ikan, karakter pekerja yang berbeda-beda,. Sedangkan untuk faktor eksternalnya yaitu semakin banyaknya pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama, perkembangan teknologi, serta ancaman para pendatang baru. Strategi yang bisa dijalankan oleh pengelola usaha ini dapat diidentifikasi dengan menggunakan matriks SWO

SARAN

Ada beberapa saran yang bisa menjadi masukan serta rekomendasi bagi bagi pelaku usaha ini, yaitu :

- Merumuskan visi dan misi usaha itu secara terperinci dan spesifik, sehingga dalam kegiatan operasionalnya akan lebih terarah. Sebagai contoh, visi tersebut antara lain menjadikan usaha ikan hias Bapak Bowo ini sebagai sebuah usaha pembudidayaan yang terkemuka di Kota Bogor, dengan menjalankan misinya antara lain meningkatkan kualitas produk, mendayagunakan seluruh fasilitas yang ada dengan baik, serta menambah jaringan pemasaran baik dari ruang lingkup dalam negeri maupun luar negeri.
- Pemilik juga semestinya menjalin suatu kerja sama dengan instansi lain agar dapat menambah sumber pemasukan sehingga biaya operasional kegiatan meningkat, karena selama ini sepertinya keterbatasan modal merupakan salah satu hambatan bagi usaha budidaya ikan hias tersebut. Merancang suatu sistem manajemen yang terorganisir juga perlu dilakukan agar terdapat standar operaional yang terarah dalam pelaksanaan usaha setiap harinya, dan dapat meminimumkan penyelewengan serta kesalahan yang mungkin terjadi setiap saat. Memanfaatkan

fasilitas teknologi dalam menjalankan usaha penting untuk dilaksanakan, seperti melakukan aktifitas pemasaran melalui media internet untuk promosi dan transaksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT sehingga kegiatan penelitian serta penyusunan karya tulis ini bisa terlaksana, serta terimakasih yang sebesar-besarnya pada seluruh pihak yang telah membantu dalam kegiatan serta penyusunan karya tulis penelitian ini, yaitu antara lain teman-teman penulis dari Departemen Ilmu Ekonomi FEM IPB, dosen pembimbing kami, serta pihak-pihak lainnya yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis*. Konsep. Edisi Bahasa Indonesia. PT Prehallindo. Jakarta.
- Departemen Kelautan dan Perikanan. 2005. *Revitalisasi Perikanan Budidaya 2006-2009*. Departemen Kelautan dan Perikanan. Jakarta
- Poernomo, Novieanto. 2006. *Strategi Pengembangan Ikan Hias Air Tawar di CV Colisa Aquaria, Bogor, Jawa Barat*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor .