

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, pokok permasalahan, tujuan dari dilakukannya penelitian, maupun batasan masalah dalam penelitian ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia ini merupakan negara dengan kekayaan sumber daya alam hayati yang berlimpah. Hal ini mengingat Indonesia merupakan wilayah kepulauan yang cukup besar dan juga terletak di perairan yang sangat luas sehingga membuat perikanan ini memiliki peranan sangat penting dalam upaya peningkatan kualitas dan kuantitas produksi yang dapat memberikan kebutuhan pangan bagi penduduk, meningkatkan ekspor, dan memberikan kesempatan kepada semua masyarakat Indonesia untuk membuka usaha-usaha sehingga terciptanya kesejahteraan masyarakat. Hal ini tercantum dalam pasal 33 ayat (3) Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Salah satu ikan yang memiliki prospek baik untuk membuat usaha yaitu ternak ikan lele. Setiap orang membutuhkan makan, hal ini membuat lele bisa menjadi salah satu opsi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu membuka usaha ternak lele ini dapat memberikan keuntungan yang cukup besar, meskipun harga per lele dijual dengan harga yang murah, namun dengan permintaan yang cukup tinggi membuat kuantitas penjualan menjadi cukup besar sehingga membuat keuntungan yang didapat pun akan menjadi besar.

Usaha ternak lele merupakan salah satu usaha yang mudah untuk dilakukan karena sarana dan prasarana yang digunakan hanya seperti kolam, jaring, plastik atau drum untuk pengangkutan benih lele dan juga alat perawatan seperti alat suntik makanan serta alat Ph untuk mengukur kadar keasaman pada

kolam. Namun ada beberapa pengusaha yang ingin membuka usaha ternak lele ini dengan mengikuti kursus mengenai budidaya lele, hal ini berguna agar dalam proses berjalannya mengerti cara melindungi lele agar tetap hidup, melindungi dari hama dan menjaga benih lele agar tetap bertahan hidup dengan musim-musim yang selalu berganti. Pendalaman mengenai budidaya ikan lele ini juga dilakukan untuk mempelajari mengenai strategi-strategi dalam menjalankan usaha ternak lele seperti upaya pemasaran yang baik dilakukan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya dan juga strategi agar perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis lainnya seperti *supplier-supplier* dan juga beberapa pelanggan. Usaha ternak lele ini dapat dilakukan dengan metode-metode seperti *business to business* atau *business to consumer*. Masing-masing dari sistem ini sudah banyak dilakukan oleh para pengusaha untuk menjalankan bisnisnya, tidak hanya pengusaha yang dalam bidang ternak lele ini, namun semua bidang usaha. Metode *Business to Business* itu sendiri merupakan metode yang dimana alur bisnis yang dilakukan dengan cara menjual produk kepada perusahaan lainnya, hal ini membuat metode *business to business* tidak menjual produk langsung kepada rantai akhir yaitu konsumen. Sedangkan *business to Consumer* ini merupakan penjualan produk langsung kepada rantai terakhir yaitu konsumen.

Usaha ternak lele yang peneliti lakukan ini berlokasi di Karawang dan berdiri pada 12 Maret 2020. Usaha dibangun bertepatan dengan munculnya aturan *lockdown* karena adanya kondisi pandemi oleh virus *corona* seperti saat ini sehingga muncul terjadinya efek berantai yang berawal dari berkurangnya konsumen yang keluar rumah sehingga membuat permintaan seperti pedagang pecel lele atau restoran yang menjual makanan ikan lele ini semakin berkurang, yang dapat menyebabkan petani atau tengkulak mendapatkan imbas dari kondisi tersebut. Usaha ternak lele yang berlokasi di Karawang ini merupakan usaha ternak lele yang menjual benih-benih ikan lele. Ternak lele Karawang ini melakukan produksi berawal dari persilangan jantan dan betina yang kemudian pembuahan dilakukan secara eksternal sehingga menghasilkan benih-benih lele yang akan dijual oleh perusahaan. Seiring berjalannya waktu, produksi yang dilakukan usaha ternak lele Karawang akan semakin berkembang dengan cara

melakukan pemijahan suntikan yang dilakukan dengan mengambil sperma indukan jantan untuk dilakukan pembuahan secara eksternal, metode ini sudah dilakukan dan berhasil meningkatkan produksi bagi usaha ternak lele Karawang. Usaha ternak lele Karawang ini merupakan usaha yang menggunakan sistem *Business to business* ini dapat diartikan adalah melakukan suatu bisnis yang dimana produk yang dihasilkan akan diperjual belikan lagi, benih-benih lele ini akan dilakukan perawatan dan pembesaran dari telur hasil persilangan dari si jantan dan si betina sehingga menjadi benih-benih yang baik dan berkualitas yang kemudian dikenal dengan julukan mutiara “ mutu tiada tara “ dan kemudian dijual kepada tengkulak-tengkulak. Tengkulak biasanya membeli dengan *quantity* cukup besar yang berkisar sekitar 5000-20.000 benih yang kemudian dijual kembali ke para petani dan petani akan melakukan perawatan terhadap benih-benih tersebut. Tengkulak bisa juga membeli dengan jumlah besar dan kemudian langsung ke rantai akhir yaitu *consumer* atau konsumen, dalam hal ini konsumen berupa pedagang pecel lele dan restoran-restoran yang menjual ikan lele untuk dikonsumsi. Usaha ternak lele Karawang ini juga menjual benih-benih lele yang sudah dirawat dan dibesarkan kepada para petani. Benih-benih lele tersebut kemudian dibesarkan oleh petani-petani lalu dijual kembali kepada rantai terakhir yaitu konsumen. Petani berbeda dengan tengkulak dalam hal *quantity* benih-benih yang dibeli, para petani cenderung membeli jumlah benih yang lebih sedikit dibandingkan dengan para tengkulak. Para petani hanya membeli *quantity* benih-benih sebanyak kurang lebih 1000 benih ikan lele.

Mengingat kondisi usaha ternak lele Karawang ini dibangun 12 Maret 2020 dan belum lama beroperasi sehingga perusahaan masih dianggap asing bagi para pembeli seperti para petani atau tengkulak dan juga usaha ternak lele Karawang ini berdiri dalam kondisi pandemi virus *corona* sehingga perusahaan juga mendapat imbas dari efek berantai yang berawal dari sepiunya pembeli dari pedagang pecel lele atau restoran-restoran yang menjual ikan lele. Perusahaan juga belum bisa memasarkan produk lebih luas karena belum memiliki akses yang luas. Usaha ternak lele Karawang melakukan upaya pemasaran yang berawal dari mulut ke mulut, pembuatan media social facebook dimana baru

dilakukan oleh perusahaan, dan perusahaan juga sempat ikut serta dalam komunitas ikan lele. Perusahaan membutuhkan upaya pemasaran lebih luas sehingga membuat target dapat dipenuhi. Target yang ingin dicapai pada usaha ternak lele Karawang yaitu jumlah benih ikan lele yang terjual minimal 80.000 benih/bulan. Target ini dapat dicapai bila dapat memiliki target pasar yang lebih besar atau luas. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai usaha ternak lele Karawang dan dapat menjadikan usaha agribisnis yang baik sekaligus memberikan usulan strategi dengan menggunakan IFE Matrix, EFE Matrix, dan SWOT Matrix agar dapat memberikan solusi yang baik bagi usaha ternak lele Karawang dengan meningkatnya penjualan bagi perusahaan.

1.2 Pokok Permasalahan

Setelah diketahui latar belakang masalah, maka pokok permasalahan yang dapat diambil oleh peneliti adalah usaha ternak lele Karawang ini belum mencapai target ingin dicapai. Target yang ditetapkan yaitu benih lele terjual sebanyak 80.000 benih/bulan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah memberikan usulan strategi pada usaha ternak lele Karawang dengan menggunakan IFE Matrix, EFE Matrix, dan SWOT Matrix agar usaha ternak lele Karawang dapat mencapai target yang ingin dicapai yaitu benih lele dapat terjual sebanyak 80.000 benih/bulan.

1.4 Pembatasan Masalah

1. Penelitian dilakukan hanya mengambil data pada periode Januari 2021- Juli 2021 yang dalam kondisi pandemi virus corona.
2. Penelitian dilakukan hanya untuk memberikan usulan strategi tidak sampai implementasi.