

RINGKASAN

MUTIA NURAINI FADLILAH, Pengembangan Pasar pada Peternakan Lele Bos dengan Penjualan Langsung ke Usaha Kuliner di Kota Depok. *Market Development at Peternakan Lele Bos with Direct Selling to Culinary Business in Depok City*. Dibimbing oleh POPONG NURHAYATI.

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki wilayah perairan lebih besar dari daripada daratan sehingga potensi ekonomi dan peluang bisnis pada sektor perikanan di Indonesia cukup tinggi. Salah satu jenis ikan air tawar yang memiliki potensi cukup besar dan banyak digemari oleh masyarakat adalah ikan lele (*Clarias sp*), terutama di pulau Jawa. Ikan lele banyak digemari karena memiliki rasa gurih dan renyah serta harganya termasuk murah dibandingkan jenis ikan lainnya. Peternakan Lele Bos adalah usaha yang bergerak di bidang budidaya pembesaran ikan lele. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2017, masalah yang ada pada perusahaan adalah kegiatan rantai pemasaran yang hanya sampai pengepul atau tengkulak, hal ini menyebabkan *margin* yang dihasilkan belum optimal.

Data yang digunakan pada kajian pengembangan bisnis ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil pengamatan langsung dan wawancara di perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan (DKP3) Kota Depok, dan secara tidak langsung melalui literatur yang berasal dari perpustakaan dan internet. Penulisan ini bertujuan untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada Peternakan Lele Bos yang diidentifikasi melalui faktor internal dan faktor eksternal dari perusahaan, serta mengkaji kelayakan pengembangan pasar pada Peternakan Lele Bos dengan penjualan langsung ke usaha kuliner di Kota Depok berdasarkan aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi perencanaan produk, perencanaan pasar dan pemasaran, perencanaan produksi, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia dan perencanaan kolaborasi. Aspek finansial meliputi perencanaan biaya, perencanaan penerimaan, dan perencanaan peningkatan pendapatan perusahaan.

Produk yang dihasilkan pada pengembangan bisnis ini yaitu ikan lele jenis sangkuriang ukuran 1 kg isi 7-8 ekor. Target pasar yang dituju adalah usaha kuliner yang berbahan baku utama ikan lele yaitu warung tenda pecel lele di sekitaran Kota Depok dengan harga Rp22.000,00 per kg. Promosi yang dilakukan dengan cara *personal selling* yaitu menawarkan produk secara langsung ke konsumen. Tenaga kerja tambahan yang dibutuhkan pada pengembangan bisnis ini sebanyak dua orang. Pengembangan bisnis ini melakukan kolaborasi dengan penyedia benih, pemasok pakan, toko perikanan dan bekerja sama dengan warung tenda pecel lele di sekitar Kota Depok. Perencanaan finansial pada pengembangan bisnis ini dapat meningkatkan pendapatan dengan hasil R/C *ratio* sebesar 1,81 dan keuntungan tambahan sebesar Rp153.362.914,00 berdasarkan proyeksi laba rugi. Berdasarkan rumusan kajian ide pengembangan bisnis dengan analisis faktor internal dan



eksternal dari segi kelemahan dan peluang menghasilkan strategi yaitu meningkatkan pendapatan dengan perluasan pasar yang dikaji dengan analisis SWOT. Pengembangan bisnis ini dikatakan layak dari segi finansial dan nonfinansial. Saran yang dihasilkan oleh kajian ini adalah melakukan pengembangan pasar melalui penjualan langsung ke usaha kuliner di Kota Depok.

Kata kunci : ikan lele, pengembangan pasar, penjualan langsung, kuliner

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University