

MODUL MATERI 13

- **PROFIL BISNIS UMKM SEKTOR PETERNAKAN**
- **PROFIL BISNIS UMKM SEKTOR PERIKANAN**

PROFIL BISNIS UMKM SEKTOR PETERNAKAN



A. Profil Bisnis UMKM Sektor Peternakan

Setelah menyelesaikan modul ini, diharapkan peserta dapat:

- Memahami bisnis sektor peternakan;
- Memahami potensi dan hal-hal yang perlu diperhatikan pada bisnis sektor peternakan;
- Memahami rantai nilai bisnis sektor peternakan;
- Memahami prospek bisnis sektor bisnis peternakan;
- Memahami Profil finansial bisnis peternakan.

B. Gambaran Umum Bisnis Sektor Peternakan

Bisnis peternakan merupakan bisnis yang prospektif di Indonesia. Indonesia dengan penduduk lebih dari 240 juta jiwa dan merupakan Negara dengan penduduk terbesar kelima di dunia merupakan salah satu Negara konsumen daging terbesar di dunia. Pada tahun 2014, sesuai data kementerian perdagangan, realisasi impor sapi hidup mencapai 697.550 sapi, sedangkan tahun 2013 sebanyak 409.137 sapi atau naik sebesar 70,5% pada tahun 2014. Target kementerian pertanian untuk impor daging berkisar 10 – 15% sementara sisanya diperoleh dari lokal.

Kondisi ini membuat Indonesia belum mampu mandiri dalam pemenuhan swasembada daging di dalam negeri, dan pasokan daging yang tidak dapat memenuhi permintaan konsumen mengakibatkan harga daging yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Industri peternakan yang merupakan industri hulu dari produksi daging berpotensi untuk terus berkembang seiring dengan program pemerintah dalam rangka swasembada pangan.

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakan dan/atau membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Bisnis peternakan dapat berupa pembibitan dan penggemukan atau pengembangbiakan hewan ternak.

Tujuan dari bisnis peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Kegiatan di bidang peternakan berdasarkan produk yang dihasilkan dibagi menjadi dua kategori yaitu produk peternakan besar utama antara lain terdiri dari sapi, kerbau, sapi perah, dan produk peternakan kecil utama yang antara lain terdiri dari domba, kambing, babi, kelinci, ayam, itik, lebah madu, dll.

C. Potensi Bisnis Sektor Peternakan

Manfaat besar dari bisnis peternakan adalah kebutuhan atau permintaan terhadap protein yang berasal dari daging masih sangat besar dibanding ketersediaan daging di dalam negeri. Manfaat bisnis peternakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a) Bagi pelaku usaha, bisnis peternakan masih prospektif dan memiliki peluang bisnis yang besar untuk dikembangkan lagi. Jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan pangsa pasar yang prospektif bagi bisnis peternakan. Produk turunan dari bisnis di sektor peternakan juga tergolong banyak seperti kotoran ternak yang diolah menjadi pupuk atau bahan bakar sehingga dapat memberikan pendapatan tambahan bagi peternak.
- b) Bagi perbankan, bank dapat berperan sebagai lembaga keuangan yang mendukung perkembangan bisnis peternakan melalui pemberian kredit produktif. Potensi yang besar pada bisnis peternakan dapat berdampak pada potensi kredit yang besar untuk sektor ini.

- c) Bagi Pemerintah, melalui pengembangan bisnis peternakan, maka pemerintah dapat menciptakan swasembada pangan terutama di sektor peternakan dan berdampak pada pengurangan impor daging.

Bisnis peternakan masih memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan lagi. Potensi bisnis peternakan yang menarik dikarenakan hal-hal sebagai berikut:

- a) Permintaan daging yang masih besar untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri.
- b) Adanya program swa-sembada pangan dari pemerintah sehingga pemerintah mendukung bisnis peternakan.
- c) Bibit peternakan banyak tersedia di dalam negeri
- d) Karakteristik masyarakat Indonesia yang memiliki pengalaman di bidang pertanian termasuk peternakan membuat bisnis peternakan tidak sulit untuk dijalankan.

Adapun kebutuhan daging di Indonesia seperti terlihat pada tabel di bawah:

Tabel 1. Kebutuhan Daging di Indonesia

Kebutuhan Daging	Kebutuhan Daging (ton)		
	2013	2014	2015
	529.000	590.000	639.000

Sumber: BPS

Sesuai data, kebutuhan daging tahun 2015 naik sebesar 8%. Pemenuhan kebutuhan daging terutama sapi tidak seluruhnya dipenuhi oleh sapi lokal karena keterbatasan populasi di dalam negeri. Populasi ternak Indonesia mencapai 14,2 juta ekor, angka ini seharusnya mampu untuk memenuhi kebutuhan daging lokal, namun untuk mendapatkan sapi hidup lokal untuk diubah menjadi daging lebih sulit dibandingkan impor.

D. Hal-hal yang Perlu Diperhatikan Pada Bisnis Sektor Peternakan

Hal-hal yang perlu diperhatikan pada bisnis peternakan adalah:

- Pihak yang menekuni bisnis peternakan adalah pihak yang telah memiliki pengalaman cukup dan telah mengetahui dengan baik risiko di bisnis peternakan. Ukuran pengalaman bisnis yang memadai di bisnis peternakan adalah telah berpengalaman minimal 2 tahun di bisnis peternakan.

Materi Online Pertemuan ke-13

- Peternak perlu mengetahui dengan baik bibit ternak yang sehat dan unggul serta potensial untuk dikembangkan. Pemilihan bibit ternak yang baik akan berdampak pada proses pertumbuhan ternak sampai siap untuk dijual.
- Usia anakan hewan ternak disesuaikan dengan usia produktif hewan ternak yang siap untuk dibiakkan. Beberapa contoh usia hewan yang siap untuk dibiakkan, untuk sapi, usia 12 – 18 bulan, kambing usia 10 bulan, bibit ayam pedaging usia 12 hari, dll.
- Peternak perlu memiliki jaringan pemasaran yang baik dan luas sehingga dapat dengan mudah memasarkan hewan ternak yang telah siap untuk dijual dan dipasarkan. Dengan memahami pasar dan memiliki jaringan bisnis, peternak dapat menjual hewan ternak dengan harga yang lebih baik dan kompetitif.
- Peternak perlu mengetahui jenis-jenis risiko penyakit yang dapat menyerang hewan ternak dan mencari cara untuk mengantisipasi risiko penyakit tersebut.
- Fluktuasi harga hewan ternak dapat memukul bisnis peternakan. Ketika pasokan melimpah, maka harga hewan ternak dapat turun secara signifikan, demikian sebaliknya ketika periode permintaan hewan tinggi seperti ketika hari raya lebaran atau saat libur nasional panjang, maka harga hewan ternak akan naik.
- Harga pakan ternak yang relatif tinggi dan sebagian masih diimpor perlu diantisipasi dengan mencari alternatif pakan ternak dari pemasok lokal.

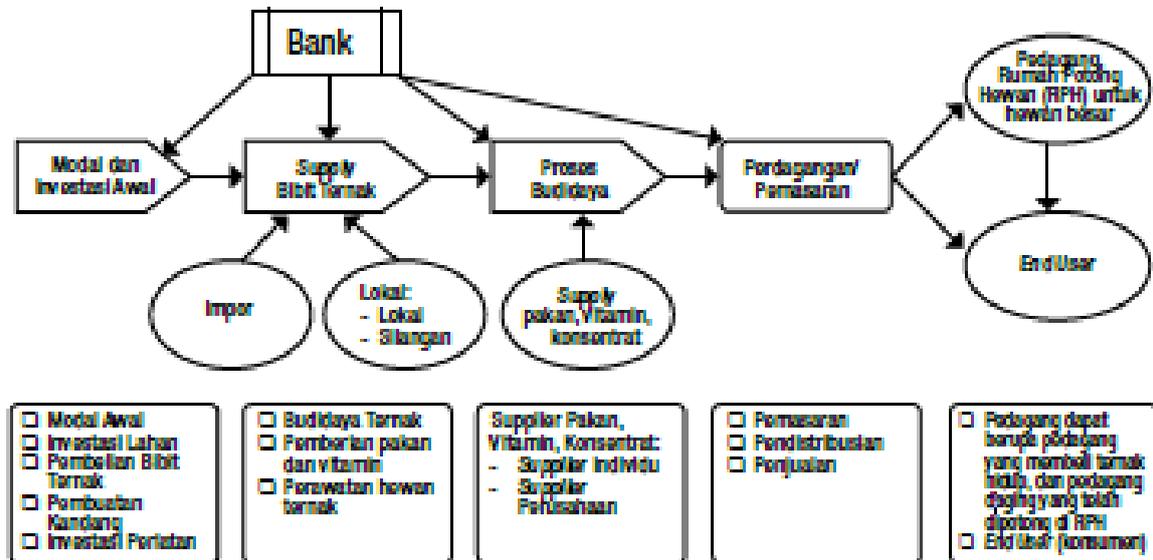
E. Rantai Nilai Bisnis Sektor Peternakan

Rantai nilai bisnis peternakan dimulai dengan terpenuhinya kebutuhan modal untuk memulai bisnis peternakan, pemilihan jenis bisnis peternakan dan menyiapkan kebutuhan lahan, pembuatan kandang dan peralatan pendukungnya, pemilihan bibit ternak unggulan, pemberian pangan dan vitamin, perawatan rutin, dan pemanenan serta pemasaran hewan ternak.

Pakan yang berkualitas baik atau mengandung gizi yang cukup akan berpengaruh baik terhadap tumbuh sehat hewan ternak, cepat gemuk, dan berkembang biak dengan baik. Hewan ternak yang diberi makanan bermutu juga akan menghasilkan kualitas pupuk yang baik dari kotoran hewan ternak.

- Setelah proses pemeliharaan dan menghasilkan hewan ternak yang baik, maka hewan ternak akan dipanen atau siap untuk dipasarkan. Pola pemasaran hewan ternak tergolong tidak begitu sulit karena tingginya permintaan terhadap daging. Rantai bisnis peternakan dapat dilihat seperti gambar 1. di bawah ini

Gambar 1. Rantai Bisnis Sektor Peternakan



Proses bisnis penggemukan sapi dimulai dari adanya modal awal untuk bisnis penggemukan sapi, dimana modal dapat diperoleh dari modal sendiri dan pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lain. Setelah itu pebisnis akan membeli sapi anakan dari *supplier* sapi (lokal maupun impor). Setelah proses *supply*, kemudian dilanjutkan dengan proses budidaya penggemukan sapi yang memakan waktu 3 – 4 bulan. Setelah sapi telah memenuhi target penggemukan kemudian diteruskan dengan proses pemasaran/penjualan ke pedagang sapi untuk selanjutnya dibawa ke rumah potong atau dijual utuh ke pembeli.

F. Profil Finansial Usaha Sektor Peternakan

Profil finansial dalam bisnis peternakan yang perlu diperhatikan adalah aset, perputaran usaha, arus kas, struktur biaya, dan pendapatan usaha.

a. Aset

Aset lancar usaha peternakan antara lain pakan ternak, vitamin dan konsentrat tambahan, sementara aset tetap antara lain lahan, kandang ternak, anakan/bibit hewan ternak, dan peralatan. Nilai aset dari usaha peternakan khususnya untuk usaha penggemukan hewan ternak akan bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Peningkatan aset dikarenakan hewan ternak yang semakin besar dan nilai jual yang akan semakin tinggi.

b. Perputaran Usaha

Usaha peternakan yang umumnya dilakukan adalah usaha penggemukan hewan ternak dan usaha pemerahan susu ternak. Untuk usaha penggemukan ternak, proses usaha dimulai dari persiapan lahan dan kandang ternak, pembelian bibit ternak yang akan digemukkan, dan proses penggemukan ternak sampai pada proses penjualan hewan ternak yang siap untuk dijual. Proses penggemukan hewan ternak sampai masa siap untuk dijual berbeda-beda antara hewan ternak satu dengan hewan ternak lainnya. Misal, untuk usaha ayam potong, proses penggemukan dapat berlangsung 3 – 4 minggu, penggemukan sapi selama 3 – 4 bulan tergantung bobot ternak yang diinginkan. Selama masa penggemukan, pengusaha akan memberikan pakan ternak, konsentrat tambahan, dan vitamin agar hewan ternak dapat bertumbuh dengan baik dan sehat.

Setelah hewan ternak siap untuk dijual, maka proses penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama, peternak membawa hewan ternaknya ke pasar ternak untuk dijual kepada pembeli, yang kedua, para pedagang ternak menghampiri peternak untuk membeli hewan ternak.

c. Arus Kas

Kebutuhan dana bagi para peternak hewan adalah pada saat para peternak mempersiapkan lahan dan kandang, membeli hewan ternak dan proses pemberian makanan, konsentrat dan vitamin rutin kepada hewan ternak sampai ternak hewan siap untuk dijual. Pada saat awal usaha, peternak akan mengeluarkan untuk kebutuhan investasi dan modal kerja. Dana untuk usaha dapat berasal dari modal sendiri peternak atau bisa dengan meminjam dana dari bank dan lembaga keuangan lain.

Peternak akan memperoleh kas masuk ketika hewan ternak berhasil dijual dan pembeli membayar hewan ternak yang dibeli kepada peternak. Arus kas lain yang dapat diperoleh dari peternak berasal dari penjualan kotoran hewan yang dapat diolah menjadi pupuk atau bahan bakar alami. Arus kas yang diterima oleh peternak, disamping untuk memenuhi kebutuhan hidup peternak dan keluarga, akan digunakan juga untuk pembelian bibit ternak baru sehingga kelangsungan usaha dapat terus terjaga.

d. Struktur Biaya dan Pendapatan

Biaya-biaya yang dibutuhkan untuk usaha peternakan terdiri dari biaya investasi dan biaya modal kerja. Biaya investasi berupa biaya pengadaan atau sewa lahan, biaya pembuatan kandang, biaya pembelian anakan hewan ternak dan infrastruktur pendukung kandang, dan biaya peralatan. Sementara biaya modal kerja antara lain biaya operasional berupa biaya pembelian bahan makanan, vitamin, konsentrat tambahan, biaya penerangan kandang, biaya tenaga kerja, biaya pengairan.

Pendapatan usaha yang utama dari usaha peternakan berasal dari penjualan hewan ternak, sementara untuk pemerahan susu, berasal dari penjualan susu. Pendapat lain dari usaha ternak dapat juga berasal dari penjualan kotoran hewan atau olahan dari kotoran hewan yang dijadikan pupuk atau bahan bakar alami.

Rangkuman

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakan dan/atau membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Bisnis peternakan dapat berupa pembibitan dan penggemukan atau pengembangbiakan hewan ternak. Tujuan dari bisnis peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Kegiatan di bidang peternakan dapat dibagi dua secara garis besar, yaitu peternakan hewan besar seperti sapi, kerbau dan kuda, sementara yang kedua adalah peternakan hewan kecil yaitu ayam, kelinci, bebek, dll. Rantai bisnis peternakan dimulai dengan terpenuhinya kebutuhan modal untuk memulai bisnis peternakan, pemilihan jenis bisnis peternakan dan menyiapkan kebutuhan lahan, pembuatan kandang dan peralatan pendukungnya, pemilihan bibit ternak unggulan, pemberian pangan dan vitamin, perawatan rutin, dan pemanenan serta pemasaran hewan ternak.

Hal-hal yang perlu diperhatikan pada bisnis peternakan adalah:

- 1) Pihak yang menekuni bisnis peternakan adalah pihak yang telah memiliki pengalaman cukup dan telah mengetahui dengan baik risiko di bisnis peternakan. Ukuran pengalaman bisnis yang memadai di bisnis peternakan adalah telah berpengalaman minimal 2 tahun di bisnis peternakan.
- 2) Peternak perlu mengetahui dengan baik bibit ternak yang sehat dan unggul serta potensial untuk dikembangkan. Pemilihan bibit ternak yang baik akan berdampak pada proses pertumbuhan ternak sampai siap untuk dijual.
- 3) Peternak perlu memiliki jaringan pemasaran yang baik dan luas sehingga dapat dengan mudah memasarkan hewan ternak yang telah siap untuk dijual dan dipasarkan. Dengan memahami pasar dan memiliki jaringan bisnis, peternak dapat menjual hewan ternak dengan harga yang lebih baik dan kompetitif.
- 4) Peternak perlu mengetahui jenis-jenis risiko penyakit yang dapat menyerang hewan ternak dan mencari cara untuk mengantisipasi risiko penyakit tersebut.
- 5) Fluktuasi harga hewan ternak dapat memukul bisnis peternakan. Ketika pasokan melimpah, maka harga hewan ternak dapat turun secara signifikan, demikian sebaliknya ketika periode permintaan hewan tinggi seperti ketika hari raya lebaran atau saat libur nasional panjang, maka harga hewan ternak akan naik.
- 6) Harga pakan ternak yang relatif tinggi dan sebagian masih diimpor perlu diantisipasi dengan mencari alternatif pakan ternak dari pemasok lokal.

PROFIL BISNIS UMKM SEKTOR PERIKANAN

A. Profil Bisnis UMKM Sektor Perikanan

Setelah menyelesaikan modul ini, diharapkan peserta dapat :

- Memahami bisnis sektor perikanan;
- Memahami potensi dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis sektor perikanan;
- Memahami rantai nilai bisnis sektor perikanan;
- Memahami prospek usaha ikan laut tangkap dan budidaya ikan tawar;
- Memahami profil finansial bisnis ikan laut tangkap dan budidaya ikan tawar.

B. Gambaran Umum Bisnis Sektor Perikanan

Bisnis perikanan adalah semua usaha perorangan atau badan hukum untuk menangkap atau membudidayakan (usaha penetasan, pembibitan, pembesaran) ikan, termasuk kegiatan menyimpan, mendinginkan, pengeringan, atau mengawetkan ikan dengan tujuan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha (komersial/bisnis). (UU No. 9 Tahun 1985 dan UU No. 31 Tahun 2014 Tentang Perikanan).

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk nomor empat terbesar di dunia merupakan pasar potensial untuk produk perikanan. Apalagi fakta saat ini menunjukkan konsumsi ikan perkapita Indonesia masih sangat rendah jika dibandingkan dengan konsumsi penduduk negara lain. Laporan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) 2011 menyebutkan, konsumsi ikan masyarakat Indonesia hanya berada diangka 31,5 kg per tahun. Bandingkan dengan Malaysia yang mencapai 55,4 kg per tahun. Namun demikian, pertumbuhan rata-rata konsumsi ikan di Indonesia cukup tinggi 5,04 persen per tahun. Jauh di atas Malaysia yang hanya 1,26 persen per tahun. Berarti ini peluang besar bagi pelaku bisnis sektor perikanan.

Dengan semakin meningkatnya masyarakat terdidik, kesadaran masyarakat terhadap konsumsi ikan semakin tinggi. Ditambah lagi dengan pemerintah meluncurkan program Gemar Makan Ikan melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan maka tingkat konsumsi ikan akan terus bergerak naik.

C. Potensi Bisnis Sektor Perikanan

Indonesia memiliki sumberdaya perikanan meliputi, perikanan tangkap di perairan umum seluas 54 juta hektar dengan potensi produksi 0,9 juta ton/tahun. Budidaya laut terdiri dari budidaya ikan (antara lain kakap, kerapu, dan gobia), budidaya moluska (kekerangan, mutiara, dan teripang), dan budidaya rumput laut, budidaya air payau (tambak) yang potensi lahan pengembangannya mencapai sekitar 913.000 ha, dan budidaya air tawar terdiri dari perairan umum (danau, waduk, sungai, dan rawa), kolam air tawar, dan mina padi di sawah, serta bioteknologi kelautan untuk pengembangan industri bioteknologi kelautan seperti industri bahan baku untuk makanan, industri bahan pakan alami, benih ikan dan udang serta industri bahan pangan.

Besaran potensi hasil laut dan perikanan Indonesia mencapai 3000 triliun per tahun, akan tetapi yang sudah dimanfaatkan hanya sekitar 225 triliun atau sekitar 7,5% saja. Dengan potensi tersebut, Indonesia dapat menyaingi bahkan mengalahkan Tiongkok sebagai negara produsen ikan terbesar di dunia melalui budidaya dengan total produksi mencapai 52 juta ton/tahun. Belum lagi, potensi produksi akuakultur Indonesia yang juga dapat diandalkan.

Untuk budidaya air tawar, Indonesia dapat memproduksi ikan konsumsi, ikan hias, udang galah, lobster air tawar, kodok, tanaman air, dan kerang air tawar. Sedangkan komoditas akuakultur laut atau marikultur laut serta air payau dan budi daya tambak sangat banyak: ikan konsumsi, ikan hias, udang laut, lobster, rumput laut, kerang/tiram konsumsi, kerang/tiram mutiara, kepiting, rajungan, cumi-cumi, sotong, siput, ubur-ubur, penyu, dan karang.

Akuakultur diharapkan dapat menjadi industri dalam penyediaan pangan utama protein hewani. Industri akuakultur dapat membuka lapangan kerja dan menghasilkan devisa yang berarti menggerakkan perekonomian bangsa. Di sisi lingkungan, akuakultur dapat menjadi penyeimbang bagi kegiatan penangkapan.

Budidaya perikanan diharapkan dapat menjadi industri dalam penyediaan pangan, terutama protein hewani. Sebagai industri, budidaya ikan air tawar adalah sektor ekonomi yang dapat membuka lapangan pekerjaan, khususnya UMKM dan menghasilkan devisa negara.

Kegiatan bisnis UMKM dalam sektor perikanan ini dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu:

1. Usaha Perikanan Laut Tangkap dan,
2. Perikanan Budidaya.

D. Usaha Perikanan Laut Tangkap

1. Hal-hal Yang Perlu Diperhatikan Di Bisnis Ikan Laut Tangkap

Dari beberapa pengamatan, beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam bisnis penangkapan ikan laut dalam usaha ini antara lain:

- Faktor iklim, cuaca memiliki pengaruh yang sangat besar ketika nelayan harus menuju laut untuk mendapatkan tangkapan ikan. Kondisi cuaca yang fluktuasi mempengaruhi kegiatan nelayan di laut, yang pada akhirnya mempengaruhi penghasilan nelayan tersebut.
- Faktor pasokan dan harga Bahan Bakar Minyak (BBM), untuk nelayan yang menggunakan motor/mesin yang menggunakan BBM sangat tergantung kepada pasokan dan harga jual BBM tersebut.
- Saluran pemasaran yang kadangkala terputus karena jauh dari lokasi Tempat Pelelangan Ikan (TPA).
- Kapal penangkap ikan: galangan, tipe, ukuran, kapasitas palka, kapasitas tanki air tawar, tanki bahan bakar, daya jangkau pelayaran, akomodasi ABK, spesifikasi mesin utama, mesin bantu, alat bantu navigasi serta instrumentasi operasi penangkapan ikan.
- Alat penangkapan ikan: jenis, ukuran, bahan, dan alat bantu.
- Tenaga kerja: jumlah, komposisi, fungsi, kualifikasi, ketersediaan, dan pelatihan.
- Bahan operasi yang mencakup sumber dan kepastian penyediaan: bahan bakar, air tawar, umpan, es, suku cadang, bahan alat, dan sebagainya.
- Pola operasi: jumlah trip per tahun, lama satu trip, hari navigasi, hari operasi, hari darat/pelabuhan, hari dok, variasi daerah penangkapan ikan, variasi musim, serta waktu operasi.
- Hasil tangkapan: komposisi spesies, ukuran, kualitas, dan jumlah berat per satuan waktu.
- Penanganan ikan hasil tangkapan di kapal.
- Pengangkutan hasil tangkapan ke tempat-tempat pendaratan ikan.
- Fasilitas tempat pendaratan ikan: kapasitas, perlengkapan, efisiensi, dan manajemen
- Fasilitas Pengawetan dan Pengolahan:
 - Pabrik es: kapasitas terpasang, kapasitas efektif, bentuk produk (*block ice*, *flake/crushed ice*), tenaga mesin, sumber air, jumlah dan kualifikasi tenaga kerja, dan manajemen.

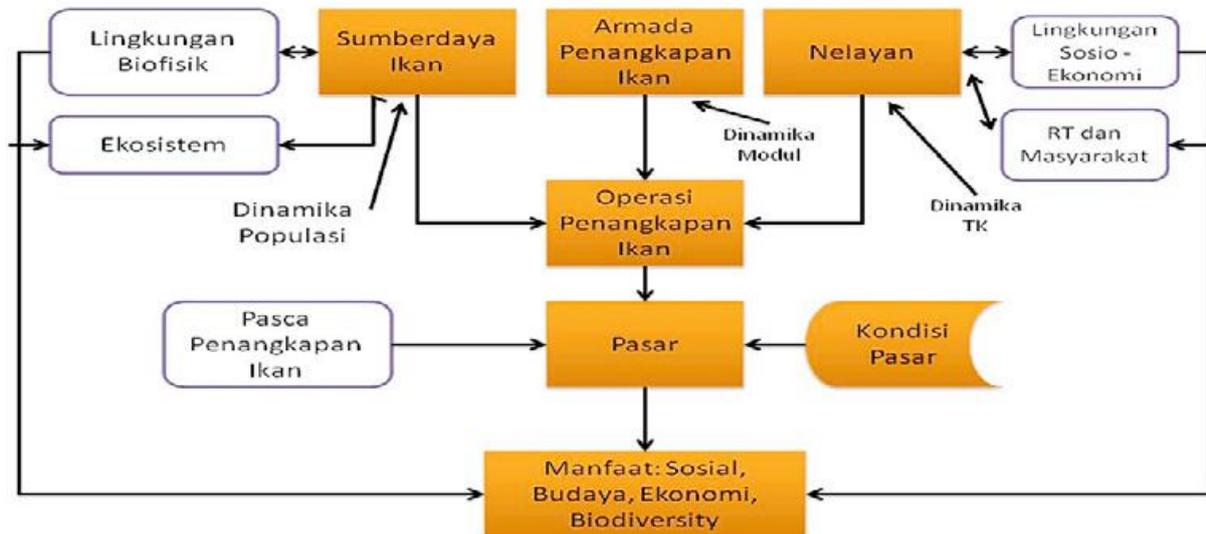
Materi Online Pertemuan ke-13

- *Cold storage*: kapasitas terpasang, kapasitas efektif, tipe pendingin (-300 C atau -600 C), sistem pendingin (*air blast, contact freezer*), tenaga mesin, jumlah dan kualifikasi tenaga kerja, serta manajemen.
- Pabrik ikan kaleng, tepung ikan, minyak ikan: kapasitas terpasang, kapasitas efektif, jenis produk, tenaga mesin, bahan bakar, alat-alat bantu, tenaga kerja dan manajemen.
- Distribusi dan Pemasaran
 - Fasilitas angkutan, agen dan jaringan pengecer (kapasitas, pemilik, manajemen, dan jadwal distribusi).
 - Pengepakan, harga jual, volume penjualan.
 - Iklan dan promoasi penjualan
 - Ekspor: negara tujuan, pembeli (bentuk ikatan), *checks points*, transportasi, agen, jadwal, volume, harga, dan sebagainya.
- Prasarana (Pelabuhan Perikanan): lokasi, kapasitas, fasilitas yang tersedia, kondisi teknis, dan sebagainya.
- Kemitraan
- Grading mutu.
- Cash flow yang tidak menentu. *Cash flow* yang tidak menentu disini adalah pelaku usaha mendapatkan hasil tangkapan yang biasanya pada dini hari dan langsung dijual.

2. Rantai Nilai Bisnis Ikan Laut Tangkap

Dalam usaha penangkapan ikan laut ini dikenal kompleksitas sistem usaha perikanan yang terintegrasikan dan rantai nilai bisnis ikan tangkap yang tergambar dalam bagan dibawah ini:

Gambar 2. Kompleksitas Usaha Ikan Laut Tangkap



Gambar 3. Rantai Nilai Bisnis Ikan Laut Tangkap

Sedangkan rantai bisnis penangkapan ikan laut tergambar dalam bagan dibawah ini:



Penjelasan :

1. Input Usaha Penangkapan Ikan Laut

- Sumberdaya ikan: tuna dan jenis-jenis ikan ukuran besar
- Sumberdaya manusia: anak buah kapal, pedagang, pengolah, konsumen, dan tenaga kerja lainnya.
- Sumberdaya teknologi: kapal, alat tangkap, dan fasilitas penangkapan ikan lainnya.

- Sumberdaya material: solar, air tawar dan perbekalan operasi lainnya.
- Sumberdaya modal: biaya investasi dan biaya operasional
- Sumberdaya informasi: informasi kondisi cuaca, oseanografi perairan, serta daerah penangkapan ikan.

2. Proses usaha Penangkapan Ikan Laut

- Kegiatan Pra Produksi:
 - Penyediaan prasarana (pendaratan ikan, galangan kapal, 1. pabrik es, pabrik alat tangkap, mesin kapal dan perlengkapan operasi penangkapan ikan, dan penyediaan *cold storage* untuk penyimpanan ikan).
 - Penyediaan sarana (kapal perikanan, alat tangkap dan mesin 2. kapal dan perlengkapan operasi penangkapan ikan).
 - Penyediaan perbekalan operasi (Bahan Bakar Minyak, Air 3. Tawar, penyediaan Es, dan perbekalan lainnya).
- Kegiatan Produksi
Kegiatan penangkapan dengan lokasi daerah penangkapan ikan yang memiliki potensi yang diharapkan (misal penentuan daerah tangkapan ikan tuna)
- Kegiatan Pasca Produksi:
Kegiatan pasca produksi penting untuk memberikan nilai tambah produk ikan sebelum sampai ke tangan konsumen akhir. Kegiatan ini mencakup penanganan ikan dan pengolahan ikan, antara lain dilakukan penanganan:
 1. Penanganan ikan di atas kapal
 2. Penanganan ikan di pelabuhan
 3. Penanganan selama transportasi dan distribusi ikan kepada konsumen.

3. Output usaha penangkapan Ikan Laut

- Produksi/hasil tangkapan: jumlah dan kualitas ikan yang ditangkap.
- Keuntungan: tergantung jumlah ikan, jenis, dan kualitas ikan yang ditangkap.
- Pendapatan/nelayan sejahtera: secara langsung pendapatan anak buah kapal (ABK) dan nelayan akan naik dan menciptakan kesejahteraan buat ABK dan nelayan.
- Kesempatan kerja: Menciptakan kesempatan dan peluang kerja yang luas.

Materi Online Pertemuan ke-13

- Peningkatan konsumsi ikan: meningkatkan kepedulian masyarakat untuk meningkatkan gizi dengan mengkonsumsi ikan.
- Pendapatan daerah/devisa negara: peningkatan usaha penangkapan ikan laut secara langsung akan berdampak pada peningkatan daerah dan peningkatan devisa negara.

3. Prospek Bisnis Ikan Laut Tangkap

Alat penangkapan ikan untuk satu kapal dapat terdiri dari beberapa jenis yaitu kapal, jarring, bagan dan pancing, tergantung pada jenis ikan yang ditangkap pada suatu musim di wilayah operasinya. Ada tiga jenis kapal diusulkan untuk para nelayan yang bermitra dengan usaha pengolahan ikan. Tiga jenis kapal tersebut dapat masing-masing jenisnya beroperasi secara serba guna:

1. Kapal kayu penangkapan ukuran 7 GT, dipakai terutama di perairan selat teluk, dekat pantai.
2. Kapal kayu penangkapan ukuran 10 GT, dipakai di seluruh perairan nusantara.
3. Kapal kayu penangkapan ukuran 30 GT, dipakai di seluruh perairan Indonesia termasuk Zona Ekonomi Eksklusif.

Analisa aspek keuangan untuk ketiga jenis kapal, usaha penangkapan ikan tersebut, dihitung dan dapat dilihat dalam tujuh tabel untuk masing-masing ukuran kapal penangkapan. Perhitungan tersebut berdasarkan penangkapan ikan cakalang dan tuna dengan alat tangkap pancing di perairan Indonesia Bagian Timur. Kesimpulan dari analisa aspek keuangan untuk ketiga jenis kapal penangkapan ikan yang dinilai adalah sebagai berikut:

- Biaya Investasi untuk kapal dengan bobot 7 Gross Ton (GT) membutuhkan biaya Rp96,5 juta dan untuk kapal 10 GT sebesar Rp137,4 juta, serta untuk yang lebih besar seperti 30 GT sebesar Rp258,3 juta.
- Sedangkan untuk biaya modal kerja untuk kapal 7 GT dibutuhkan sekitar Rp4,5 juta, kapal 10 GT membutuhkan modal kerja Rp8,7 juta, dan untuk kapal dengan bobot 30 GT membutuhkan modal kerja Rp26,1 juta.
- Jika dengan kapal 7 GT, estimasi nelayan mendapatkan hasil tangkapan 132.480 ton dengan estimasi penghasilan Rp74,6 juta. Sedangkan dengan kapal 10 GT, hasil tangkapan yang diperoleh sebanyak 276.000 ton dengan estimasi pendapatan sebesar Rp414 juta. Dan jika dengan kapal yang lebih besar (30 GT), dengan estimasi untuk mendapatkan ikan sebanyak 414.000 ton dengan pendapatan sebesar Rp621 juta.

Dari kesimpulan di atas, masing-masing tipe kapal cukup layak untuk dibiayai dengan pinjaman bank, khususnya pinjaman dalam bentuk UMKM. Oleh karena itu kebutuhan kredit masing-masing model kapal penangkapan lebih besar daripada plafond pinjaman, kredit bank yang tepat untuk proyek ini, adalah kredit untuk UMKM dengan tingkat bunga antara 10,25 % sampai dengan 15 %.

4. Profil Finansial Usaha Ikan Laut Tangkap

Profil Finansial dalam usaha perikanan tangkap, yang perlu diketahui antara lain aset, perputaran usaha, arus kas, serta struktur biaya dan pendapatan usaha.

1. Aset

- Aset lancar bisnis ikan laut tangkap hanya mempunyai aset tetap saja, yaitu kapal dan peralatan pendukung. Nilai aset dari usaha ikan laut tangkap akan meningkat seiring dengan volume dan kapasitas kapal serta jenis peralatan yang digunakan.

2. Perputaran Usaha

Usaha ikan laut tangkap perputaran usahanya sangat tergantung dari jumlah ikan yang didapat. Bila jumlah ikan yang didapat meningkat, maka pendapatan nelayan pun akan turut bertambah.

Namun yang terjadi bisa sebaliknya, bila hasil tangkapannya menurun. Sebenarnya, perputaran usaha ikan laut tangkap bisa berputar setiap hari. Naik dan turunnya hasil tangkapan yang juga mengandalkan kepada beberapa faktor; cuaca/musim, kapasitas kapal, dan peralatan yang digunakan.

3. Arus Kas

Bila perputaran bisa setiap hari, tergantung naik atau menurunnya hasil tangkapan, maka arus kas dapat berputar setiap hari.

4. Struktur Biaya dan Pendapatan

Biaya-biaya yang dibutuhkan untuk usaha ikan laut tangkap terdiri dari biaya investasi dan biaya modal kerja. Biaya investasi berupa biaya pengadaan atau sewa kapal, kemudian biaya pembelian dan pemeliharaan kapal dan peralatan, dan biaya bahan bakar minyak (BBM). Sementara biaya modal kerja antara lain biaya operasional harian nelayan selama melaut, biaya tenaga bila nelayan mengajak tenaga kerja. Pendapatan usaha yang utama dari budidaya ikan laut tangkap berasal dari penjualan. Nelayan bisa langsung menjual ke Tempat Penjualan Akhir (TPA) atau pembeli langsung mendatangi nelayan. Pendapatan lain dari usaha ini bisa dikembangkan dengan produk olahan seperti pembuatan krupuk, nugget, atau ikan asin.

Rangkuman

Usaha penangkapan ikan laut di Indonesia masih memiliki potensi yang sangat besar. Karena luas wilayah perairan laut dan kebutuhan terhadap ikan laut baik yang *fresh* maupun olahan masih tinggi. Namun usaha ini sangat tergantung kepada cuaca. Dalam beberapa tahun ke depan, peluang pengembangan usaha kelautan dan perikanan di Indonesia masih terbuka luas. Selain untuk kebutuhan pasar domestik, dimana masyarakat semakin sadar kandungan gizi tinggi pada ikan sangat bermanfaat bagi kesehatan. Juga permintaan dari beberapa negara masih begitu tinggi menciptakan peluang besar bagi pasar ekspor.

E. Usaha Bisnis Ikan Budidaya

1. Prospek Bisnis Budidaya Ikan Tawar

Budidaya ikan Tawar adalah salah satu bentuk budidaya perairan yang khusus membudidayakan ikan di tempat tertentu, seperti kolam, tangki atau ruang tertutup. Dan bisa juga berguna untuk menghasilkan bahan pangan, ikan hias, dan rekreasi (pemancingan).

Usaha budidaya ikan air tawar semakin hari semakin menjanjikan. Laporan Badan Pangan PBB menyebutkan, pada tahun 2021 konsumsi ikan per kapita penduduk dunia akan mencapai 19,6 kg per tahun. Meski saat ini konsumsi ikan lebih banyak dipasok oleh ikan laut, namun pada tahun 2018 produksi ikan air tawar akan menyalip produksi perikanan tangkap. Karena produksi perikanan tangkap akan mengalami penurunan akibat *overfishing*. Ikan di laut semakin sulit didapatkan. Bahkan bila tidak ada perubahan model produksi, para peneliti meramalkan pada tahun 2048, di laut tak ada lagi ikan untuk ditangkap. Oleh karena itu diperlukan peningkatan produksi budidaya ikan air tawar sebagai substitusi ikan laut.

Dari sisi produksi, pada tahun 2011 produksi perikanan nasional mencapai 12,39 juta ton. Dari jumlah itu, produksi perikanan tangkap sebanyak 5,41 juta ton dan produksi perikanan budidaya 6,98 juta ton. Dari total produksi perikanan budidaya, jumlah budidaya ikan dalam kolam air tawar menyumbangkan angka hingga 1,1 juta ton. Sisanya adalah budidaya tambak air payau, budidaya di laut, budidaya dalam keramba dan budidaya jaring apung. Kenaikan produksi budidaya ikan dalam kolam air tawar cukup pesat yaitu berkisar 11 persen setiap tahun. Hal ini menunjukkan ada gairah besar di masyarakat untuk mengembangkan usaha budidaya ikan air tawar. Tentunya pertumbuhan produksi ini mengacu pada permintaan pasar yang terus meningkat.

2. Rantai Nilai Bisnis Budidaya Ikan Air Tawar

Rantai nilai bisnis budidaya ikan air tawar dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. Rantai Nilai Bisnis Budidaya Ikan Air Tawar



Rantai nilai bisnis budidaya perikanan air tawar ini memiliki keterkaitan dengan beberapa sektor lainnya, antara lain:

1. Penyediaan lahan untuk kolam beserta pendukungnya.
2. Penyediaan peralatan pendukung (pompa air, jaring, dan lainnya).
3. Industri pembuatan pakan ikan.
4. Industri pembenihan ikan untuk penyediaan bibit ikan yang dapat dijual kepada petani untuk bisnis pembesaran ikan.
5. Industri pengolahan makanan dari bahan dasar ikan.
6. Penjualan dan distribusi hasil melalui pasar tradisional sampai dengan pasar modern.
7. Dapat membuat produk turunan dari bahan dasar ikan tawar seperti membuat abon ikan, nuget, dan stik ikan.

3. Profil Finansial Bisnis Budidaya Ikan Air Tawar

Profil Finansial dalam bisnis budidaya ikan tawar, yang perlu diketahui antara lain aset, perputaran usaha, arus kas, serta struktur biaya dan pendapatan usaha.

1. Aset

Aset lancar usaha budidaya ikan tawar antara lain pakan dan konsentrat tambahan, sementara aset tetap antara lain kolam, bibit ikan, dan peralatan pendukung. Nilai aset dari budidaya ikan tawar akan bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Peningkatan aset dikarenakan ikan yang semakin tumbuh besar nilai jualnya semakin tinggi.

2. Perputaran Usaha

Budidaya ikan tawar umumnya dilakukan adalah pembibitan dan pembesaran ikan. Untuk pembibitan, proses dimulai dari persiapan kolam, penyediaan bibit yang akan digemukan, dan proses penggemukan sampai ikan siap dijual atau dipasarkan. Proses pembesaran ikan sampai masa siap untuk dijual berbeda-beda. Misal, untuk usaha lele, proses penggemukan dapat berlangsung 3 – 4 minggu, pembesaran ikan mas dan gurame memakan waktu lebih lama lagi.

Selama masa pembesaran petani diharapkan dapat memberikan pakan dan vitamin tambahan agar ikan tumbuh kuat dan tidak mudah terjangkit penyakit. Ada dua proses penjualan dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama, petani membawa hasil panennya ke pasar, yang kedua, para pedagang langsung datang ke petani (kolam).

3. Arus Kas

Kebutuhan dana bagi para petani adalah mempersiapkan kolam. Harus dipastikan kolam sudah steril dari berbagai macam bakteri yang merugikan. Begitu juga dengan pengairan. Sirkulasi air dalam kolam harus benar-benar diperhatikan. Karena ikan tertentu, sangat sensitif terhadap kualitas dan sirkulasi air. Kemudian anggaran selanjutnya dialokasikan untuk pembelian bibit. Pastikan bibit ikan yang dibeli adalah memenuhi kualitas yang diinginkan. Selanjutnya adalah biaya pemeliharaan berupa makanan atau vitamin dan tenaga kerja.

4. Struktur Biaya dan Pendapatan

Biaya-biaya yang dibutuhkan untuk usaha budidaya ikan tawar terdiri dari biaya investasi dan biaya modal kerja. Biaya investasi berupa biaya pengadaan atau sewa kolam atau biaya pembuatan kolam, kemudian biaya pembelian bibit dan infrastruktur pendukung kolam, dan biaya peralatan. Sementara biaya modal kerja antara lain biaya operasional berupa biaya pembelian bahan makanan, dan konsentrat tambahan, biaya tenaga kerja dan biaya pengairan. Pendapatan usaha yang utama dari budidaya ikan tawar berasal dari penjualan bibit atau ikannya. Pendapat lain dari usaha budidaya bisa dikembangkan dengan produk olahan seperti krupuk, nugget, atau yang lainnya.

Rangkuman

Bila dilihat dari produksi perikanan nasional pada tahun 2011 yang sebesar 12,39 juta ton. Sementara budidaya kolam ikan tawar baru menyumbangkan 1,1 juta ton, setiap permintaan mengalami kenaikan naik 11 persen, maka potensi bisnis ini tidak bisa disepelekan. Apalagi lebih dari 70% produksi ikan air tawar diserap oleh pasar dalam negeri. Pulau Jawa menjadi penyerap terbesar mengingat jumlah penduduknya yang padat. Apabila dilihat dari potensinya, kebutuhan untuk pulau Jawa saja masih akan terus berkembang. Dari total produksi budidaya ikan air tawar dalam kolam lebih dari 80% didominasi oleh mas, lele, patin, nila dan gurame.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam bisnis budidaya ikan air tawar antara lain pemijahan benih jantan dan betina, kualitas benih menurun setelah dipelihara, produksi larva menurun atau jumlahnya sedikit, larva banyak yang mati, kehilangan banyak ikan karena kematian, harga pakan yang tinggi, wabah penyakit karena bakteri, kekeruhan air, banjir, limbah air dan hama.