

**ANALISA TITIK IMPAS (*Break Even Point*) DAN BATAS KEAMANAN
(*Margin of Savety*) TERHADAP USAHA PEMBENIHAN IKAN NILA GIF :
(Studi kasus pada Unit Pembenihan Ikan Rakyat (UPR-BBI) Sijangek
di Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar)**

Oleh :
Helmi Ali^{*)}

^{*)} Dosen Tetap PNSD dpk pada STIE Haji Agus Salim Bukittinggi

Abstraction

This research was conducted at the UPR-BBI Sijangek Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar, which was considered as an attempt ikan Nila Gif hatcheries are quite successful, innovative and provide motivation to the surrounding community, so that this business is growing popular in the community. This research was carried out for 3 (three) months from April to July 2008. The purpose of this study is to investigate the production, distribution and marketing of ikan Nila Gif; know what efforts are made to increase production and sales of ikan Nila gif; and analyze how far the break-even point (BEP) and the margin of safety (MoS) in ikan Nila Gif seed research area.

This research was conducted using case study method, sampling using a "purposive random sampling", which allows to obtain more detailed information about the topic being researched. The collected data in this study are primary and secondary data. The primary data from 10 UPR-BBI Sijangek, UPR-selected 1 piece of BBI that became the parent as well as ikan seed producers ikan Nila Gif, whereas 9 persons from 9 other UPR as a consumer. While the 3 districts who were interviewed as many as 5 people or consumers who are directly elected, with the criteria that most tilapia Gif buy seeds.

From the results showed that the tilapia hatchery production process Gif in UPR-BBI Sijangek been carried out in accordance with the technical production (theoretical). The process of seeding is done in several stages, namely preparation of ponds, stocking broodstock, spawning, and harvesting of stem displacement. Value of business break-even point Tilapia Hatchery Gift at UPR-BBI in 2007 was 475,623.78tail or Rp.23,781,189.17,-. This means that a minimum sales revenue must be greater than Rp.23,781,189.17 for the company did not experience losses. From the research, UPR-BBI is above break-even, and UPR-BBI has a margin of safety from operations of 62.80%. This means that if sales in 2006 amounted to Rp.63,936,250.00 who have budgeted is not reached, then the sale may come down to a maximum of 62.80% for the company did not lose.

Of the four variables of marketing mix consisting of product, pricing, distribution and promotion. Factor prices and promotions that can be taken a new policy by the UPR, to increase the volume of tilapia seed sales. The selling price of tilapia seed set by the UPR is Rp. 50 per tail, that price

could be reduced to Rp. 40 per tail, because the highest price of the competitors is Rp. 40 per head. And if you sold Rp.40,- per head UPR-BBI still get a profit of Rp.14.47 per head. Because the cost of tilapia seed is Rp. 25.53,-. While efforts should be done is promotion, radio or through mass media, so that people can find the seeds produced by Nila UPR-BBI Sijangek.

Key word: Break Even Point, Margin of Savety.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Penangkapan ikan pada awal sejarah kehidupan manusia dilakukan secara berburu. Manusia pada saat itu selalu tinggal dekat dengan sumber air seperti sungai, waduk, danau dan rawa. Dalam lingkungan seperti demikian manusia dengan mudah dapat memenuhi kebutuhannya terhadap ikan. Dewasa ini hasil buruan atau tangkapan ikan di perairan umum semakin berkurang. Hal ini sebagai akibat adanya pencemaran. Dalam kondisi seperti itu usaha pemeliharaan ikan atau budi daya merupakan alternatif yang paling potensial untuk memenuhi kebutuhan penduduk terhadap ikan (Jangkaru, 1995). Budidaya perikanan dalam perkembangannya telah menjadi usaha yang cukup dikenal masyarakat petani. Umumnya usaha budidaya ikan yang dilakukan petani masih diusahakan secara sambilan, belum lagi dikelola secara modern dan menjadi usaha utama. Untuk mengembangkan usaha perikanan dan menjadi bagian usaha yang dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat petani, maka pemerintah berinisiatif memberikan pelatihan dan praktek, sekaligus memberikan contoh

tauladan, sehingga perlu dibuat pusat-pusat percontohan, yang dikenal dengan balai benih induk.

Menurut Santoso (1993), bahwa produk perikanan merupakan salah satu bahan makanan yang dapat menunjang pemenuhan gizi rakyat, karena produk ikan itu sendiri mengandung protein yang tinggi dan sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. Disamping mengandung protein zat lemak dan mineral ikan juga mengandung berbagai vitamin yang sangat berguna bagi tubuh manusia seperti Vitamin A, B, dan lainnya. Budidaya ikan air tawar merupakan salah satu cara untuk meningkatkan produksi ikan. Budidaya ikan adalah segala tenaga dan kemampuan untuk memelihara ikan dengan memasukan ikan tersebut ke dalam tempat dengan kondisi tertentu atau dengan cara menciptakan kondisi lingkungan yang cocok dengan ikan.

Usaha budidaya ikan banyak ditekuni oleh masyarakat karena selain dapat meningkatkan pendapatan juga untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Benih ikan merupakan salah satu sarana pokok yang harus tersedia dalam setiap budidaya ikan. Untuk itu

dalam rangka pengembangan budidaya ikan, pengadaan benih ikan tidak boleh diabaikan tetapi hendaknya mendapat perhatian dan penanganan khusus. Penyediaan benih ikan yang cukup merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi keberhasilan dalam melakukan kegiatan budidaya ikan. Upaya peningkatan produksi benih ikan secara kualitatif dan kuantitatif harus diiringi dengan peningkatan produksi secara terus menerus, sehingga pendapatan petani dan masyarakat luas terus meningkat.

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi untuk pengembangan budidaya ikan air tawar. Menyadari potensi ini, atas inisiatif pemerintah daerah, maka dibentuk Unit Pembenihan Ikan Rakyat Balai Benih Induk (disingkat UPR-BBI) Sijangek Kecamatan Sungai Tarab. UPR-BBI Sijangek ini dibina oleh pemerintah daerah melalui Dinas Pertanian, Subdin Perikanan. Untuk wilayah Kabupaten Tanah Datar 193 UPR yang tersebar di 11 kecamatan. Kecamatan Sungai Tarab merupakan kecamatan yang memiliki paling banyak pembenihan ikan Nila Gif yang dikelola oleh BBI (Balai Benih Ikan) yang dibina oleh Pemerintah daerah Dinas Pertanian Kabupaten Tanah Datar. Tertarik dengan segala potensi dan keterbatasan informasi tentang pengembangan UPR-BBI Sijangek tersebut, maka dilakukan penelitian ini dengan judul: "Analisis Titik Impas (Brek Even Point) dan Batas Keamanan (Margin of Savety) terhadap Usaha Pembenihan

Ikan Nila Gif : (Studi kasus pada Unit Pembenihan Ikan rakyat (UPR-BBI) Sijangek di Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar)".

Perumusan Masalah

Informasi awal yang diperoleh dari UPR-BBI ini, bahwa prospek pengembangan usaha pembenihan ikan Nila Gif cukup baik dengan profit marginnya mencapai sebesar 52,94%. Penelitian ini dilakukan untuk mendalami beberapa rumusan permasalahan beriku:

- Bagaimana proses produksi dan distribusi pembenihan ikan Nila Gif di daerah penelitian.
- Upaya apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produksi dan penjualan ikan Nila Gif di daerah penelitian.
- Sejauhmana pengelolaan pembenihan ikan Nila Gif dapat mencapai titik impas (BEP) dan titik aman (MoS) di daerah penelitian.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan adalah:

- Untuk mengetahui proses produksi dan distribusi pembenihan ikan Nila Gif di daerah penelitian.
- Untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan produksi dan penjualan benih ikan Nila Gif di daerah penelitian.
- Untuk menganalisis sejauhmana titik impas (BEP) dan titik aman (MoS) benih ikan Nila Gif di daerah penelitian.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk dijadikan masukan bagi pengembangan usaha pembenihan ikan Nila Gif, baik di UPR-BBI Sijangek maupun pengelolaan pembenihan ikan Nila Gif pada umumnya. Khusus usaha UPR-BBI yang merupakan unit pelaksana teknis dari instansi pemerintah, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran umum dan masukan untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan pembenihan ikan Nila Gif. Bagi peternak ikan dan praktisi bidang perikanan, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khasanah pengetahuan untuk pengembangan usaha perikanan di masa mendatang.

Ruang lingkup pembahasan

Mengingat luasnya jangkauan penelitian ini, maka perlu dibatasi kajian penelitian dan definisi operasional istilah dalam penelitian ini:

- Analisis titik impas (*Break Even Point/BEP*), dalam penelitian ini dilihat dari besarnya biaya tetap, yang terdiri dari biaya pemeliharaan, gaji pimpinan dan karyawan, biaya penyusutan, biaya pajak (PBB), biaya transportasi, biaya alat tulis dan kantor serta biaya beban listrik dibandingkan dengan harga jual per ekor dikurangi biaya variabel per ekor. Biaya variabel dalam penelitian ini adalah biaya pakan ikan, biaya pengemasan (*packing*), biaya oksigen dan biaya listrik. Semua biaya yang dikeluarkan dinilai dengan rupiah

per ekor, yang terjadi di daerah penelitian.

- Analisis batas keamanan (*Margin of Safety*), dalam penelitian ini dilihat penjualan yang diharapkan dikurangi penjualan BEP dibandingkan penjualan yang diharapkan dikali 100 %, sehingga analisis batas keamanan dinilai dengan persen. Analisis ini diharapkan dapat menjadi acuan, apabila terjadinya fluktuasi harga dan penjualan, apakah berpengaruh terhadap perkembangan usaha, sehingga titik amannya dapat menjadi pedoman keberhasilan usaha budidaya benih ikan Nila Gif di daerah penelitian.
- Usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR-BBI Sijangek, dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kegiatan usaha yang dilihat besarnya biaya yang dikeluarkan untuk lokasi/pembelian tanah, pembuatan kolam, dan pembelian peralatan, sehingga teknik produksi dimungkinkan untuk memproduksi ikan yang melibatkan tenaga kerja, biaya pakan sampai terdistribusinya benih ikan Nila Gif yang dapat dipasarkan. Semua biaya yang dikeluarkan dikonversikan ke dalam rupiah per ekor. Sedangkan pelaksanaan kegiatan usaha pembenihan ikan Nila Gif dilaksanakan di UPR-BBI Sijangek.

LANDASAN TEORI

Usaha Pembenihan Ikan Nila Gif

Budidaya perikanan merupakan

usaha yang telah dikenal masyarakat. Menurut Rahardi dan Regina (1993) tujuan budidaya perikanan adalah untuk mendapatkan produksi perikanan yang lebih besar atau lebih banyak jika dibandingkan dengan hasil ikan yang hidup di alam secara bebas. Penyediaan benih ikan yang bermutu baik dalam jumlah yang cukup dan berkelanjutan merupakan faktor yang penting dalam upaya pengembangan ikan konsumsi. Sedangkan pembenihan adalah kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan benih hingga berukuran tertentu. Kegiatan ini biasanya dimulai dari persiapan kolam, penyiapan induk, pemijahan (mengawinkan), perawatan telur hingga menetas, perawatan benih yang baru menetas dan merawat hingga ukuran tertentu (Susanto, 1981).

Menurut Sutisna dan Sutarmanto (1995), banyak faktor yang harus diperhatikan dalam pembenihan. Faktor-faktor tersebut adalah kualitas air, pematangan gonad, pemijahan, penetasan telur, perawatan larva, pendederan, nutrisi larva, benih dan pemanenan. Sedangkan pemijahan adalah proses pengeluaran sel telur oleh induk betina dan sperma oleh induk jantan yang kemudian diikuti oleh perkawinan. Oleh karena itu proses pemijahan menuntut keamanan dan kelangsungan hidup larva dan benih ikan, tempat yang cocok, waktu yang tepat dan kondisi yang menguntungkan (Sumandinata, 1985).

Sebelum induk ikan dilepaskan ke kolam pemijahan, induk ikan

diberokan terlebih dahulu selama 2-3 hari di kolam pemberoan. Setelah induk ikan diberokan barulah induk ikan dipindahkan ke kolam pemijahan (Sumandinata, 1985). Hasil benih tergantung dari keadaan kolam sesuai dengan fungsinya. Oleh sebab itu, petani selalu menyiapkan kolam dengan sebaik-baiknya. Perlakuan penyiapan kolam ini di antaranya ialah pembuangan lumpur yang ada di dasar kolam.

Berhasilnya usaha pembenihan nila sangat dipengaruhi oleh keadaan induk. Bila induk baik, benih yang akan dihasilkan pun akan banyak dan kualitasnya akan baik. Sebaliknya bila induk kurang baik, hasil benih hanya sedikit dan kualitasnya jelek. Oleh sebab itu induk yang digunakan harus diperoleh dari instansi perikanan atau pihak yang ditunjuk sebagai penyedia induk. Ini harus dilakukan agar keaslian jenis dapat dipertahankan (Arie, 1999). Jenis kelamin Nila dapat dibedakan dari tanda pada tubuh bagian luar, yaitu bentuk, warna dan alat kelamin. Jantan memiliki tubuh yang lebih tinggi dan lebih membulat, warna lebih cerah, serta memiliki satu lubang kelamin berbentuk memanjang. Lubang kelamin digunakan untuk mengeluarkan sperma dan air seni. Sementara betina bertubuh lebih rendah, warna lebih gelap, berlubang kelamin dua, yaitu satu untuk mengeluarkan telur dan yang satu lagi untuk mengeluarkan air seni.

Menurut Arie (1999), tanda-tanda induk jantan dan betina berkualitas

baik adalah sehat, bentuk badan normal, sisik besar dan tersusun rapi, kepala relatif kecil jika dibandingkan dengan badan, badan tebal dan hitam keabu-abuan, gerakan lincah, serta respon terhadap pakan tambahan. Perbandingan induk jantan dan betina adalah 1:3. Pemijahan adalah proses pengeluaran sel telur oleh induk betina dan sperma oleh induk jantan yang kemudian diikuti oleh perkawinan. Oleh karena itu proses pemijahan menuntut keamanan dan kelangsungan hidup larva dan benih ikan, tempat yang cocok, waktu yang tepat, dan kondisi yang menguntungkan. Induk Nila mulai dipijahkan setelah berumur 5-6 bulan karena sudah matang kelamin. Saat itu berat induk betina dapat mencapai 200-250 g dan induk jantan 250-300 g. Kandungan telur stiap induk betina berbeda-beda, tergantung umur dan berat. Induk betina yang beratnya 200-250 g mengandung telur 500-1000 butir dan dapat menghasilkan larva 200-400 ekor.

Selanjutnya sebelum induk ikan dilepaskan ke kolam pemijahan, induk ikan diberokan terlebih dahulu selama 2-3 hari di kolam pemberoan. Setelah induk ikan diberokan barulah induk ikan dipindahkan ke kolam pemijahan. Pendederan benih ikan adalah pemeliharaan benih ikan hingga ukurannya 3-5 cm. Kolam yang akan digunakan untuk pendederan, penetasan, pemijahan, diolah dahulu dengan cara mengeringkan kolam tersebut selam 2-3 hari. Sebenarnya masa pendederan Nila di kolam tidak

mutlak harus sesuai waktu yang ditentukan. Dapat saja benih dipanen sebelum masa pemeliharaan berakhir, asalkan sudah mencapai ukuran yang siap dipelihara di kolam pembesaran (Arie, 1999).

Arie (1999), menjelaskan bahwa waktu sangat menentukan dalam keberhasilan panen. Waktu panen yang kurang tepat akan menyebabkan benih menjadi stres, terutama akibat sinar matahari. Oleh karena itu panen harus dilakukan saat hari teduh, umumnya pada pagi hari. Saat panen benih, air kolam disurutkan secara perlahan hingga mencapai ketinggian 20-30 cm. Pemanenan harus dilakukan secara hari-hati agar tubuh benih tidak rusak.

Analisa Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisa Titik Impas adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan/laba dan volume produksi (Riyanto, 1994). Pendapat ini didukung oleh Supriyanto (1995) analisa titik impas menekankan pada titik out put atau kegiatan produksi, dimana hasil penjualan persis sama dengan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan out put tersebut. Berarti tidak ada laba dan tidak ada rugi.

Menurut Mulyadi (1993), analisa titik impas merupakan suatu cara untuk mengetahui berapa volume penjualan yang harus dilakukan perusahaan agar perusahaan tidak memperoleh kerugian tetapi juga

belum memperoleh laba. Sedangkan Alwi (1993), menjelaskan lebih lanjut bahwa pada analisa titik impas terdapat unsur-unsur yang menyebabkan terjadinya laba sama dengan nol. Yaitu biaya, volume, harga jual dan laba itu sendiri. Analisa titik impas terdiri dari empat unsur produk, yakni:

Pertama, biaya pada titik impas adalah biaya dalam artian expense yaitu biaya yang telah digunakan untuk merealisasikan pendapatan dalam satu periode akuntansi tertentu. *Kedua*, volume penjualan adalah satuan atau jumlah unit yang terjual pada satu periode tertentu. *Ketiga*, harga jual adalah sejumlah uang yang diterima atau piutang yang timbul atas penyerahan barang dan jasa kepada konsumen setiap unitnya. *Keempat*, tingkat laba yang terbentuk dari selisih penjualan dengan biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu sesuai dengan konsep titik impas dimana jumlah biaya dan penghasilan pada suatu tingkat tertentu adalah sama. Sehingga laba yang dimaksud dalam analisa titik impas adalah nol.

Pada analisa titik impas ini pengaruh biaya sangat besar, sehingga kita harus mengetahui tentang pengertian dan tingkah laku biaya tersebut. Secara ekonomis, sistem akuntansi biaya dapat dirancang untuk melayani berbagai tujuan, tetapi secara khusus manajemen dan akuntansi harus mempunyai pengertian yang baik tentang biaya karena terdapatnya konsep biaya yang

digunakan untuk berbagai tujuan yang berbeda (Sigit, 1998). Sedangkan menurut Mulyadi (1999), defenisi biaya dalam arti luas adalah segala pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang mungkin terjadi untuk tujuan tertentu. Sebagaimana penjelasan di atas, ada konsep biaya untuk tujuan yang berbeda. Agar data biaya tersebut dapat bermanfaat bagi manajemen maka klasifikasi biaya diperlukan dalam memenuhi berbagai tujuan tersebut.

Dalam hubungan biaya dengan *cost volume profit analysis*, biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya-biaya tersebut didefenisikan oleh Mulyadi (1999) sebagai berikut: biayavariabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya variabel tersebut. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap selama periode tertentu meskipun terjadi perubahan total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya tetap.

Untuk lebih mengetahui tentang biaya variabel dan biaya tetap, kita harus mengetahui karakteristik dari biaya variabel dan biaya tetap tersebut. Karakteristik biaya variabel:

- Jumlah totalnya akan berubah langsung secara proporsional dengan perubahan volume produksi.
- Diharapkan dengan perubahan volume produksi, biaya perunit

tetap konstan.

- Mudah dibebankan secara akurat ke dalam bagian operasi dan produksi.
- Tanggung jawab atas pengawasan terjadinya biaya variabel tersebut terletak pada kepala bagian produksi.

Sedangkan karakteristik dari biaya tetap adalah:

- Jumlah totalnya tetap dalam suatu range tertentu.
- Biaya tetap, perunit akan turun dengan meningkatnya volume produksi.
- Pembebanan kepada masing-masing bagian berdasarkan metode alokasi biaya tertentu.
- Pengawasan atas terjadinya biaya ini terletak di tangan top manajer.

Dari karakteristik biaya variabel dan biaya tetap tersebut di atas maka didapatkan suatu kesimpulan bahwa di antara biaya variabel dan biaya tetap terdapat suatu kontradiksi yang mana secara total, biaya variabel akan berubah sebanding dengan adanya perubahan volume produksi, sedangkan biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan volume produksi. Secara perunitnya, biaya variabel akan tetap tetapi biaya tetap akan berubah dengan adanya perubahan volume produksi.

Biaya-biaya dapat diklasifikasikan menjadi biaya variabel dan biaya tetap sesuai karakteristiknya. Tetapi ada biaya yang bersifat variabel dan juga bersifat tetap, yang mana biaya tersebut disebut biaya campuran atau biaya

semi variabel. Sebagaimana yang tersirat dalam namanya, biaya semi variabel mempunyai unsur variabel dan unsur tetap. Sehingga biaya semi variabel ini akan berfluktuasi, apabila ada perubahan volume produksi pada range tertentu, tetapi proporsi perubahannya tidak langsung terhadap perubahan volume produksi. Contoh: biaya reparasi, pemeliharaan mesin (Mulyadi, 1999).

Batas keamanan (*Margin of Safety*)

Dalam analisis laporan keuangan suatu usaha, selain analisa titik impas (BEP) juga dapat dilanjutkan dengan analisa titik aman (batas keamanan). Untuk itu menurut Mulyadi (1999), analisa titik impas memberikan informasi mengenai berapa jumlah volume penjualan minimum agar usaha yang dilaksanakan tidak mengalami kerugian. Jika pendapatan penjualan pada saat titik impas dihubungkan dengan pendapatan penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu. Sehingga diperoleh informasi berapa pendapatan penjualan yang dianggarkan atau pendapatan penjualan tertentu boleh turun agar usaha yang dilaksanakan tidak mengalami kerugian. Selisih antara pendapatan penjualan yang dianggarkan dengan pendapatan penjualan pada saat titik impas merupakan angka batas keamanan.

Supriyono (1993) juga menegaskan, bahwa hasil penjualan pada saat titik impas jika dikaitkan dengan penjualan yang dianggarkan akan diperoleh

informasi tentang seberapa jauh volume penjualan boleh turun sehingga usaha yang dilaksanakan tidak rugi. Selisih antara penjualan yang dianggarkan dengan penjualan pada saat titik impas merupakan tingkat batas keamanan. Yang biasanya dihitung dalam bentuk rasio, yaitu penjualan yang dianggarkan dikurangi penjualan pada keadaan titik impas kemudian dibagi penjualan yang dianggarkan.

Sedangkan Alwi (1993), menyatakan batas keamanan erat hubungannya dengan analisis titik impas, yaitu untuk menentukan seberapa jauhkah berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. Sementara Munawir (1983), menyatakan nilai batas keselamatan merupakan petunjuk bagi manajemen perusahaan mengenai batas toleransi dari penurunan penjualan sehingga perusahaan tidak menderita kerugian, walaupun tidak memperoleh laba.

Faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan

Dalam meningkat pendapatan perusahaan, termasuk usaha pembenihan ikan Nila ini banyak faktor yang dapat dilakukan. Menurut Swastha dan Sukotjo (1998), Volume penjualan dari suatu usaha akan meningkat, apabila kegiatan pemasaran dilakukan secara baik. Karena pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting. Kadang-kadang pemasaran tersebut dapat diartikan sama dengan beberapa istilah, seperti : penjualan,

perdagangan, dan distribusi. Salah pengertian ini timbul karena pihak-pihak yang bersangkutan mempunyai kegiatan dan kepentingan yang berbeda-beda. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial

Menurut Kotler dan Armstrong (1997), bauran pemasaran merupakan seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk meningkatkan permintaan terhadap produknya. Dengan meningkatnya permintaan berarti volume penjualan juga berpotensi untuk meningkatkan laba. Dimana variabel tersebut dapat digolongkan menjadi empat kelompok yaitu : produk, harga, tempat/distribusi dan promosi.

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jika didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan atau bauran dari semua wujud diatas. Keputusan mengenai produk ini mencakup ciri-ciri sifat, gaya merek, kemasan, ukuran pelayanan jaminan dan pengembalian (Kotler dan Armstrong, 1997).

Sedangkan menurut Swastha dan Sukotjo (1998), barang atau produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Konsumen membeli sekumpulan sifat fisik dan kimia sebagai alat pemuas kebutuhan. Setiap kombinasi dari sifat-sifat merupakan suatu produk yang akan memberikan keputusan yang berbeda-beda.

Selanjutnya Swastha dan Sukotjo (1998) menjelaskan bahwa untuk pengembangan strategi pemasaran sebuah produk, pemasaran melakukan beberapa klasifikasi produk berdasarkan tujuan:

- Barang konsumsi, adalah barang-barang yang dibeli untuk konsumsi, pembelinya konsumen akhir dan barang-barang tersebut tidak diproses lagi, melainkan dipakai sendiri.
- Barang industri, adalah barang-barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri, baik secara langsung atau tidak secara langsung dipakai untuk proses produksi barang industri dapat dibedakan menjadi lima golongan sebagai berikut:
 - (1) Bahan baku, merupakan bahan pokok untuk membuat barang lain.
 - (2) Komponen dan barang setengah jadi, merupakan barang-barang yang sudah masuk dalam proses produksi dan diperlukan untuk melengkapi produk akhir.

- (3) Perlengkapan operasi, adalah barang-barang yang dapat digunakan untuk membantu lancarnya proses produksi maupun kegiatan lain didalam perusahaan. Dalam golongan ini juga termasuk perbekalan yang dipakai untuk jangka waktu lama.
- (4) Instalasi, yaitu alat produksi utama dalam sebuah pabrik/perusahaan yang dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama. Jadi instalasi ini merupakan tulang punggung dari sebuah perusahaan.
- (5) Peralatan ekstra, yaitu alat-alat yang dipakai untuk membantu instalasi.

Harga

Dalam arti sempit, harga adalah sejumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam arti yang luas, harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 1997). Selanjutnya Kotler dan Armstrong (1997) menambahkan, harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, dimana harga dapat berubah dengan cepat, tidak seperti sifat produk dan saluran produksi. Pada saat yang bersamaan, penetapan harga dan persaingan harga merupakan masalah

nomor satu yang dihadapi oleh banyak eksekutif pemasaran.

Walaupun demikian, banyak perusahaan yang tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan yang paling umum adalah penetapan harga yang terlalu berorientasi biaya, harga jarang direvisi untuk dapat menangkap perubahan pasar, harga ditetapkan secara bebas dari bauran pemasaran lainnya bukannya sebagai unsur intristik dari strategi penentu posisi pasar, dan harga kurang cukup bervariasi untuk berbagai macam produk, segmen pasar dan saat pembelian.

Peranan faktor-faktor non harga semakin besar dalam proses pemasaran modern, harga tetap merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran. Terdapat banyak faktor internal dan eksternal untuk dipertimbangkan ketika penetapan harga, antara lain : (1) memilih tujuan penetapan harga, (2) menentukan permintaan, (3) memperkirakan biaya, (4) menganalisis biaya, (5) memilih metode penetapan harga, (6) memilih harga akhir (Kotler dan Armstrong, 1997).

Komponen kebijakan harga yang juga faktor penentu dalam penetapan harga, yaitu :

1. Penentuan harga konvensional, menentukan harga jual dengan berpedoman kepada harga produk lain dipasaran.
2. Penentuan harga yang bersaing, dengan memanfaatkan atribut harga

yang mampu menarik konsumen dan mengarahkan konsumen agar memilih produk-produk dari perusahaan. Alternatif yang dapat dipilih yaitu : (a) menentukan harga yang sama dengan harga produk pesaing, namun mutu bahan dan manfaat lebih baik dari produk pesaing, (b) menentukan harga dibawah produk pesaing dengan kondisi mutu bahan dan manfaat sama dengan pesaing, (c) menentukan harga diatas harga dari produk pesaing, untuk menjaring konsumen yang mampu.

3. Penentuan harga produk ekspor, ditentukan oleh kondisi perekonomian dan biaya transportasi (Subanar, 1994).

Distribusi

Saluran distribusi adalah perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Armstrong, 1997). Keputusan mengenai saluran distribusi pemasaran merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran lainnya. Terlebih lagi, keputusan pemasaran perusahaan melibatkan terhadap perusahaan lain dalam waktu yang relatif lama (Kotler dan Armstrong, 1995).

Selanjutnya Kotler dan Armstrong (1997) menambahkan, keputusan mengenai saluran distribusi ini

dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- (1)Kebutuhan konsumen akan pelayanan, merancang saluran distribusi dimulai dengan mencari tahu nilai apa yang dicari oleh konsumen diberbagai segmen sasaran agen. Apakah konsumen akan membeli dilokasi yang dekat atau apakah mereka bersedia menempuh perjalanan ke lokasi yang terpusat tetapi agak jauh.
- (2)Penetapan sasaran dan hambatan saluran, sasaran saluran dari perusahaan juga dipengaruhi oleh sifat dari produk, kebijaksanaan perusahaan, perantara pemasaran, pesaing dan lingkungan.
- (3)Karakteristik produk, misalnya produk yang mudah rusak perlu pemasaran langsung.

Karakteristik perusahaan, misalnya dalam situasi dan ukuran keuangan perusahaan. Keputusan mengenai distribusi ini meliputi saluran, liputan, lokasi, persediaan dan transportasi.

Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memperkenalkan kebaikan, manfaat tambahan, harga yang murah dan sebagainya kepada konsumen calon konsumen (Wibowo, 1986). Sedangkan menurut Swastha dan Sukotjo (1998), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (1997), bauran promosi terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Periklanan adalah segala bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi mengenai gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Penjualan pribadi adalah penyajian pribadi oleh tenaga penjual perusahaan dengan tujuan menjual dan membina hubungan dengan pelanggan. Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Hubungan masyarakat adalah membina hubungan baik dengan berbagai kelompok masyarakat yang berhubungan dengan perusahaan melalui publisitas yang mendukung, membina citra perusahaan yang baik dan menangani atau menangkal desas desus cerita dan peristiwa yang dapat merugikan perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan waktu pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan pada unit pembenihan ikan rakyat UPR-BBI Sijangek selama tiga bulan, dari April sampai dengan Juli 2008 yang berlokasi di kecamatan Sungai Tarab kabupaten Tanah Datar. Tempat penelitian ini dipilih, karena Kecamatan Sungai Tarab ini merupakan sentra produksi pembenihan ikan Nila Gif yang telah melembaga dalam masyarakat, karena banyak mengusahakan Pembenihan Ikan Nila Gif. Data terakhir menunjukkan, bahwa terdapat 10 UPR yang ada di Jorong Sijangek Kecamatan Sungai Tarab, ternyata semuanya

berusaha pembenihan Ikan Nila Gif.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu penelitian tentang subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas (Nazir, 1999). Metoda ini memungkinkan untuk mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai topik yang sedang diteliti. Diharapkan hasilnya dapat menggambarkan secara lengkap teknis produksi, proses produksi, distribusi dan pemasaran benih Ikan Nila Gif di lokasi penelitian. Akhirnya dicerminkan dengan kondisi usahanya yang *profitable*, sehat, efisien dan produktif.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer, yakni 10 UPR BBI Sijangek sebagai objek penelitian yang kesemuanya berada di Kecamatan Sungai Tarab. Observasi langsung ke lokasi penelitian dengan melibatkan pihak-pihak yang dapat memberikan berbagai penjelasan mengenai data yang dibutuhkan sebagai sumber data. Setiap UPR BBI Sijangek yang diwawancarai adalah masing-masing terdiri dari 3 orang pemilik dan karyawan UPR BBI Sijangek, konsumen 9 orang dan pesaing 3 kecamatan (Lampiran 3). Konsumen yang diwawancarai adalah 5 orang konsumen yang dipilih langsung, diharapkan yang membeli benih Ikan Nila Gif terbanyak yang berada di Kabupaten Tanah Datar (Lampiran 7).

Data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari informan kunci yaitu pemilik dan karyawan UPR BBI Sijangek, konsumen dan pesaing dengan menggunakan panduan wawancara. Sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumentasi yang ada di UPR BBI Sijangek tersebut, dan instansi yang terkait, yaitu Dinas Pertanian Kabupaten Tanah Datar, Kantor Camat Sungai Tarab.

Variabel yang Diamati

Dalam penelitian ini variabel yang diamati dan diukur adalah:

1. Profil UPR BBI Sijangek.
 - A. Gambaran umum UPR BBI Sijangek, meliputi profil, latar belakang dan sejarah pendirian, kondisi agroklimat, lokasi usaha dan struktur organisasi.
 - B. Faktor sumberdaya dan karyawan, meliputi jumlah karyawan, tingkat pendidikan dan keterampilan, pengalaman kerja dan sistem penggajian.
 - C. Faktor manajemen produksi, meliputi jumlah pakan yang dipasok, harga pakan, sistem pengadaan pakan.
2. Untuk analisis titik impas, variabel yang diamati meliputi biaya yang dikeluarkan oleh setiap unit UPR-BBI, dimana dalam penelitian ini biaya dibedakan atas biaya tetap dan biaya variabel, harga jual, volume produksi.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan ditinjau dari aspek bauran pemasaran meliputi :

produk, harga, distribusi dan promosi.

Analisa Data

Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat keadaan umum usaha pembenihan ikan Nila Gif dan identifikasi upaya yang dilakukan pengusaha untuk meningkatkan volume penjualan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Untuk melihat gambaran umum UPR BBI Sijangek, yang meliputi profil usaha, latar belakang dan sejarah pendirian usaha, kondisi agroklimat, lokasi usaha dan struktur organisasi usaha.
2. Faktor sumberdaya dan karyawan, meliputi jumlah karyawan, tingkat pendidikan dan keterampilan,
3. Faktor manajemen produksi, meliputi jumlah pakan yang dipasok, harga pakan, sistem pengadaan pakan.
4. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan ditinjau dari aspek bauran pemasaran, diantaranya : produk, harga, distribusi dan promosi.

A. Produk

Yang diamati dan diperhatikan adalah bagaimana kebijakan terhadap kualitas benih Nila Gif yang dihasilkan. Menurut Swastha (1993), barang atau produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba. Termasuk kemasan, ukuran benih, dan ketahanannya.

B. Harga

Yang diamati adalah bagaimana kebijakan terhadap harga, meliputi metode penetapan harga, alasan menggunakan metode tersebut dan sistem pembayaran (Kotler, 1995).

c. Distribusi

Yang diamati adalah bagaimana kebijakan terhadap saluran distribusi yang dilakukan, apakah memakai saluran atau distribusi langsung. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen (Swastha, 1988).

d. Promosi

Yang akan diamati adalah kebijakan promosi yang dilakukan, mencakup tentang promosi yang dilakukan seperti *personal selling*, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat (Swastha, 1993).

Analisa Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat prospek perkembangan usaha dan kondisi usaha UPR BBI Sijangek, dari aspek keuangan dilakukan beberapa analisa sebagai berikut:

Analisa Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisa yang digunakan analisa kuantitatif, analisa titik impas merupakan suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seseorang manajer

perusahaan untuk mengetahui pada volume penjualan berapa kali usaha yang bersangkutan tidak menderita kerugian dan tidak memperoleh laba.

Secara matematika titik impas dapat dicari dengan menggunakan rumus menurut Mulyadi (1993):

$$\text{Impas (ekor)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual Per ekor} - \text{Biaya Variabel Per ekor}}$$

$$\text{Impas (rupiah)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - (\text{Biaya Variabel Per ekor} / \text{Harga Jual Per ekor})}$$

Adapun uraian dari masing-masing komponen titik impas adalah:

1. Biaya tetap, yaitu biaya yang tidak berubah berapapun tingkat produk yang dihasilkan, yang terdiri dari:

- a. Biaya pemeliharaan, berupa biaya yang diperlukan oleh UPR untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan kolam, alat-alat yang digunakan dalam melaksanakan usahanya.

b. Gaji pimpinan

c. Gaji karyawan

d. Biaya penyusutan, biaya yang terjadi akibatnya adalah penyusutan alat, dan bangunan. Besarnya penyusutan peralatan dan bangunan akan dihitung dengan menggunakan metode garis lurus (Kadariah, 1998), yaitu:

$$\text{Penyusutan per Tahun (Rp/th)} = \frac{\text{Nilai Gif Investasi} - \text{Nilai Gif Akhir}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

e. Biaya pajak bumi dan bangunan (PBB)

f. Biaya transportasi

g. Biaya alat tulis dan kantor

h. Biaya abodemen perkantoran/perumahan.

2. Biaya variabel merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk menghasilkan suatu produk yang siap untuk dijual, yang terdiri dari:

a. Biaya pakan ikan

b. Biaya pengemasan

c. Biaya oksigen

d. Biaya pemeliharaan

Analisa Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Batas minimum volume produksi agar usaha ini bebas dari kerugian adalah jumlah maksimum penurunan volume penjualan yang boleh terjadi, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Penentuan batas keamanan dapat ditentukan dengan cara sesuai menurut Riyanto (1997):

$$\text{Batas Keamanan} = \frac{\text{Penjualan yang diharapkan} - \text{Penjualan Impas}}{\text{Penjualan yang diharapkan}} \times 100\%$$

Penjualan yang diharapkan adalah besarnya penjualan yang diharapkan perusahaan pada tahun 2007, dinyatakan dalam rupiah. Penjualan impas adalah besarnya penjualan perusahaan saat mencapai titik impas, dinyatakan dalam rupiah.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis

Profil Usaha UPR-BBI Sijangek

Gambaran Umum Usaha Pembenihan Ikan Nila Gif

Unit Pembenihan Ikan Rakyat BBI Sijangek ini berlokasi di Nagari Sijangek Kecamatan Sungai Tarab, UPR BBI ini didirikan pada tahun 1983. Pada awalnya UPR BBI ini melakukan usaha pembesaran ikan gurami dengan menggunakan empat unit kolam pembesaran. Pada saat itu untuk mengisi kolam tersebut UPR-BBI membeli benih dari daerah lain yaitu Sicincin dan Payakumbuh. Namun, usaha pembesaran ikan gurami ini tidak berhasil dengan baik, disebabkan benih ikan yang dibeli dari daerah tersebut tidak mampu beradaptasi dengan kondisi agroklimat daerah ini, juga bisa disebabkan penggunaan benih ikan yang kurang baik.

Kondisi ini membuat para petani di UPR BBI Sijangek mulai berfikir untuk mencoba memproduksi sendiri benih ikan, supaya benih ikan Nila Gif yang

dihasilkan mampu beradaptasi dengan agroklimat daerah ini. Berawal dari modal sendiri, dengan menggunakan satu unit kolam untuk pembenihan ikan, maka dicoba memproduksi benih ikan gurami. Berkat ketekunan dan keuletan dari seorang pimpinan UPR BBI Sijangek dalam berusaha dan ditunjang oleh bimbingan teknis dari dinas perikanan, ternyata pembenihan tersebut mampu menghasilkan benih ikan gurami yang baik. Dengan demikian, secara alamiah merubah cara berfikir (*change of minded*) pengusaha tani di UPR-BBI Sijangek dari meninggalkan kegiatan yang tidak menguntungkan (*non-profit oriented*) usaha pembesaran ikan gurami, menjadi kegiatan yang lebih menguntungkan (*profit oriented*) dengan usaha pembenihan ikan. Upaya yang dilakukan UPR BBI Sijangek adalah dengan menambah kolam pembenihannya menjadi lima unit.

Pada tahun 1990, UPR BBI Sijangek mendapat kesempatan mengikuti pelatihan bersama Pemda dan Dinas Perikanan ke Thailand. Berkat pengalaman dan keterampilan dari kunjungan ke thailand tersebut, yang diikuti pimpinan UPR BBI Sijangek memberikan motivasi yang kuat (*achievement of motivation*) untuk segera menerapkan, bagaimana penggunaan lahan pertanian yang efektif. Kesempatan kedua, diperkuat dengan kunjungan ke Jawa Barat untuk melihat

peternakan lele yang telah berhasil. Di Jawa Barat ini peternakan ikan lele, juga dapat menghasilkan benih dalam jumlah yang besar dan memiliki harga jual yang cukup baik di pasar. Hal inilah mendorong pimpinan UPR BBI Sijangek untuk tidak tinggal diam, sentuhan keberhasilan demi keberhasilan yang dilihat memberikan dorong yang kuat, untuk memilih usaha pembenihan ikan lele.

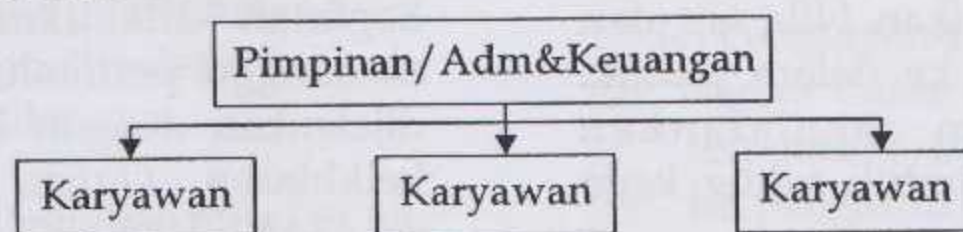
Usaha pembenihan ikan lele dimulai dengan membeli induk lele di Sukabumi dan membawa pulang ke Batusangkar Kabupaten Tanah Datar. Berkat kegigihan dan keuletan, setelah beberapa kali mencoba akhirnya usaha pembenihan ikan lele berhasil memproduksi benih lele yang berkualitas baik.

Usaha ini terus mengalami perkembangan, ditunjukkan dengan bertambahnya kolam yang dimiliki UPR-BBI Sijangek menjadi 14 unit. Disamping itu, kegiatan usaha makin berkembang, yakni UPR BBI Sijangek juga menghasilkan benih ikan hias yaitu ikan komet, namun pembenihan ikan komet ini belum berhasil memproduksi dalam jumlah yang besar.

Dimulai sejak bulan September 2002 UPR-BBI Sijangek, mengembangkan usaha pembenihan ikan Nila Gif. Hal

ini dilakukan karena berkurangnya permintaan terhadap benih ikan gurami dan lele, sehingga UPR-BBI harus mencari produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar. Pada saat masih sedikit produsen benih Nila Gif, maka UPR BBI mencoba memproduksi benih ikan Nila Gif. Sampai saat ini ada tiga jenis benih ikan yang dihasilkan oleh UPR BBI yaitu, benih ikan lele, komet dan Nila Gif. Karena kurangnya permintaan benih ikan gurami, maka fokus utama usaha lebih diarahkan untuk mengembangkan usaha pembenihan ikan Nila Gif.

Untuk terjaminnya kelangsungan usaha pembenihan ikan Nila Gif, maka harus didukung oleh manajemen organisasi yang baik, efisien dan produktif. Dilihat dari struktur organisasinya, usaha pembenihan ikan Nila Gif ini menggunakan pola sederhana, yakni pimpinan merangkap sebagai manajer, administrasi, keuangan dan pemasaran. Pendelegasian tugas langsung kepada karyawan, yang terdiri dari 3 (tiga) orang yang langsung bertanggung jawab dalam teknis pembenihan, sehingga pimpinan mengawasi kualitas benih yang dihasilkan. Secara sederhana dapat digambarkan struktur organisasi UPR BBI Sijangek Kecamatan Sungai Tarab sebagaimana gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Struktur Organisasi UPR-BBI Sijangek Tahun 2007

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian secara rinci adalah:

- a. **Pimpinan** bertugas dan bertanggung jawab atas jalannya kegiatan pembenihan, mencatat semua administrasi dan transaksi keuangan yang terjadi, sehubungan dengan jalannya kegiatan UPR-BBI serta memasarkan produk dan melayani konsumen yang datang kelokasi UPR-BBI.
- b. **Karyawan** bertugas dan bertanggung jawab untuk

melaksanakan kegiatan teknis pembenihan, sehingga dihasilkan-nya benih Nila Gif yang siap untuk dipasarkan.

Tenaga Kerja

Keberhasilan UPR BBI Sijangek ini juga ditentukan oleh pengalaman dan keterampilan tenaga kerja yang dimiliki. Tenaga kerja yang dimiliki hanya tiga orang, kesemuanya bertugas dibagian produksi dan satu orang pimpinan UPR BBI. Untuk lebih jelasnya identitas karyawan dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Identitas dan Karyawan UPR BBI Sijangek Tahun 2007

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Lama Bekerja	Ket
1.	Rismanizar	Laki-laki	48	SMU	19	Pimpinan
2.	Awaluddin	Laki-laki	30	SMP	4	Karyawan
3.	Rina	Perempuan	30	SD	6	Karyawan
4.	Halimah	Perempuan	35	SD	4	Karyawan

Sumber : UPR BBI Sijangek, 2007

Tenaga kerja tinggal di dilokasi kolam UPR BBI sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi. Dalam proses pembenihan terdapat pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan. Tenaga kerja laki-laki melakukan tugas-tugas yang berat seperti menangkap benih didalam kolam, menguras dan membersihkan kolam, menjaga air masuk dan air keluar dari kolam. Sedangkan tenaga kerja yang perempuan tugasnya menghitung benih ikan Nila Gif dan pengemasan benih ke dalam plastik. Karyawan dalam menjalankan tugasnya dituntut untuk saling kerja

sama sehingga kegiatan proses produksi dapat berjalan dengan lancar.

Untuk jam kerja sesuai dengan jenis kegiatan yang akan dilakukan. Semua pekerjaan dilakukan hanya pada saat diperlukan seperti untuk pencucian kolam, pemberian pakan dan perhitungan benih ikan saat ada pembeli. Diutamakan dalam menjalankan tugas adalah tanggung jawab dan kebersamaan, sehingga kegiatan dilakukan dengan tanpa menunggu perintah, namun rutinitas dijalankan dengan kesungguhan dan keikhlasan. *Output* dari semua itu adalah keberhasilan dalam

memproduksi benih ikan Nila Gif yang berkualitas baik dalam jumlah yang besar.

Sistem penggajian dilakukan dengan menetapkan gaji bulanan, sehingga semua karyawan sudah dianggap karyawan tetap. Besarnya gaji yang diterima karyawan laki-laki sebesar Rp. 600.000,-/bulan dan karyawan perempuan sebesar Rp. 400.000,-/bulan. Pimpinan UPR juga menetapkan gajinya sebesar Rp. 1.250.000,-/bulan. Hal ini dilakukan dianggap perusahaan sudah mempunyai anggaran (*budget*) yang ditetapkan setiap tahunnya dan target juga dibuat.

Manajemen Produksi

Untuk menjalankan usahanya UPR ini membeli pakan benih ikan langsung dari distributor, dalam pengadaan pakan selama ini UPR tidak mengalami kesulitan, karena distributor selalu menyediakan pakan yang dibutuhkan UPR BBI secara kontinyu.

Jenis pakan yang digunakan untuk induk dan benih ikan oleh UPR adalah pelet yang terapung. Merk dari pelet yang terapung itu adalah Sinta. Harga pelet tersebut per karungnya adalah Rp. 152.500,- dengan berat 50 kg. Pemesanan pelet dilakukan satu kali sebulan. Untuk usaha pembenihan ikan Nila Gif UPR membeli pelet sebanyak enam karung per bulannya.

Proses pembenihan ikan Nila Gif ini dilakukan melalui beberapa tahap

yaitu persiapan kolam, penebaran induk, pemijahan, pemanenan.

1. Persiapan kolam

Beberapa kegiatan dalam persiapan kolam ini meliputi pengeringan, perbaikan dinding kolam, pengolahan tanah dasar. Ukuran kolam tersebut adalah 12 x 13 m dengan kedalaman air 1 m. Ukuran ke-enam kolam yang digunakan untuk pembenihan Nila Gif tersebut adalah sama.

(a) Pengeringan

Kegiatan pengeringan ini sangat penting dilakukan karena produktivitas kolam yang sudah lama digunakan biasanya sudah menurun. Tujuan utama pengeringan adalah untuk memberantas hama dan penyakit, memperbaiki struktur tanah dasar kolam. Pengeringan kolam dilakukan selama tiga hari, pengeringan sudah dianggap cukup kalau tanah dasar kolam sudah tampak retak-retak.

(b) Perbaikan dinding kolam

Kondisi kolam yang sudah lama digunakan biasanya sudah rusak dan timbul banyak bocoran. Untuk memelihara berikutnya, dinding kolam harus diperbaiki kalau telah mengalami kebocoran. Kalau tidak, akan mengakibatkan masalah dalam mempertahankan ketinggian air kolam.

(c) Pengolahan tanah dasar

Tanah dasar merupakan bagian terpenting pada kolam karena berpengaruh terhadap keadaan kolam dan dapat dijadikan

tempat membuat sarang untuk induk yang sudah dipijahkan. Oleh sebab itu, tanah dasar kolam harus kedap air, struktur baik, dan higienis. Tanah dasar yang kedap akan mampu menahan air dan tidak porous. Tanah porous menyebabkan air meresap ke dalam tanah sehingga ketinggian air kolam sulit dipertahankan. Struktur tanah yang baik dapat memperlancar proses penguraian bahan organik sehingga merangsang tumbuhnya pakan alami. Sementara higienis berarti tanah harus bebas gas beracun seperti amoniak dan belerang.

2. Penebaran induk

Bila sudah diperbaiki, kolam diairi hingga mencapai 30 - 40 cm. Setelah diairi, kolam ditebari induk sebanyak 120 ekor per kolam. Perbandingan induk jantan dan betina adalah 1 : 3 sehingga induk ikan jantan dimasukkan 30 ekor dan induk betina 90 ekor. Induk ikan tersebut diberikan pakan berupa pelet sebanyak tiga kali sehari. Tiap kolam diberikan pelet 2 kg per hari.

3. Pemijahan

Pemijahan ini biasanya mulai berlangsung pada hari ke-7 setelah penebaran induk. Telur yang dihasilkan kemudian dierami dalam mulut ikan sampai menetas. Selama pemijahan induk diberi makanan berupa pelet sebanyak 1,5 kg per hari per kolam. Komposisi pemberian pakan dikurangi dibandingkan

sebelum pemijahan, karena pada saat mengerami telur induk betina biasanya kurang bernafsu untuk makan.

4. Pemindahan induk

Bila dikolam sudah tampak banyak larva, maka induk ikan akan dipindahkan ke kolam lain untuk melakukan proses pemijahan berikutnya. Pada saat pemindahan tersebut induk ditangkap dengan menggunakan tangguk. Sebelum ditangkap air kolam dikurangi terlebih dahulu. Sehingga ketinggian air kolam berkurang dari 90 cm menjadi 45 cm. Kegiatan pemindahan induk ini dengan hati-hati agar induk ikan tidak mengalami kerusakan.

5. Pemanenan

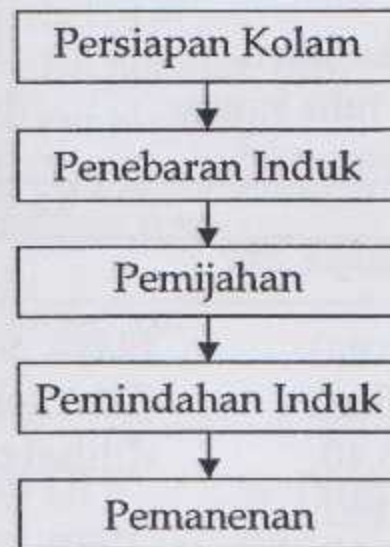
Panen dilakukan setelah benih ikan berumur 15 hari. Pada saat tersebut benih telah berukuran 2-3 cm. Panen biasanya dilakukan pada pagi hari, hal ini dilakukan karena pada pagi hari suhu udara belum panas. Apabila dilakukan siang hari/pada saat suhu udara sudah panas akan dapat mengakibatkan kematian pada benih.

Panen dilakukan dengan cara menyusutkan air secara berlahan-lahan. Pada saat air disurutkan tersebut benih ikan akan bergerak ke arah air masuk, pada saat itulah benih ditangkap dengan menggunakan jaring. Dan benih yang berada didalam tangguk dipindahkan ke dalam ember. Pada tahun 2007 UPR BBI menghasilkan benih Nila Gif sebanyak 1.180.968

ekor (Lampiran 3).

Untuk lebih jelasnya proses produksi yang dilakukan oleh UPR-BBI dalam memproduksi benih ikan

Nilu Gif, maka akan digambarkan skema proses produksinya pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Skema Proses Produksi Pembenuhan ikan Nilu Gif pada UPR BBI Sijangek Tahun 2007

Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Titik impas atau pulang pokok adalah suatu keadaan perusahaan dimana jumlah total penghasilan besarnya sama dengan jumlah total biaya atau suatu keadaan perusahaan dimana rugi/labanya adalah nol dan perusahaan tidak memperoleh laba tetapi juga tidak menderita rugi.

Analisis titik impas adalah metode yang digunakan untuk melihat pada tingkat penjualan berapa UPR BBI tidak mengalami kerugian dan tidak pula memperoleh laba dalam usahanya. Dalam analisis titik impas semua biaya dikelompokkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya tetap untuk usaha pembenuhan Nilu Gif pada UPR-BBI terdiri dari gaji pimpinan, gaji karyawan, biaya penyusutan, biaya

pemeliharaan, PBB, biaya abonemen listrik dan biaya administrasi. Besarnya biaya tetap pada UPR BBI diperoleh dengan menggunakan metode biaya bersama berdasarkan perbandingan jumlah produksi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Besarnya biaya tetap yang diperlukan untuk melakukan pembenuhan ikan Nilu Gif adalah 45,68% dari total biaya tetap (Lampiran 4). Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2.
Presentase Biaya Tetap
Untuk Tiap Jenis Ikan yang
di Benihkan oleh UPR BBI Sijangek.

Produk	Kuantitas (ekor)	Persentase (%)
Nilu Gif	1.180.968	45,68
Lele	1.398.449	54,06
Komet	6.025	0,27
Total	2.585.442	100,00

Sumber : UPR BBI Sijangek, 2007

Tabel 3. Biaya Tetap Pembenihan Nila Gif Gif oleh UPR BBI Tahun 2007

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Gaji pimpinan	6.852.000,00
2.	Gaji karyawan	7.674.250,00
3.	Biaya penyusutan	3.894.206,40
4.	Biaya pemeliharaan	548.200,00
5.	PBB	90.000,00
6.	Biaya beban listrik	98.700,00
7.	Biaya alat tulis kantor	164.500,00
8.	Biaya transportasi	164.450,00
Total		19.486.306,40

Sumber : UPR BBI Sijangek, 2007

Dari tabel 3 diketahui bahwa total biaya tetap untuk usaha pembenihan Nila Gif adalah sebesar 19.486.306,40. Angka inilah yang dipergunakan dalam perhitungan titik impas.

Biaya variabel pada UPR BBI terdiri dari biaya pakan, biaya pengemasan, biaya oksigen, biaya pemakaian listrik. Untuk mengetahui data dasar dari

biaya variabel pembenihan ikan Nila Gif oleh UPR BBI tahun 2007 dapat dilihat pada (Lampiran 6).

Untuk menghitung biaya listrik juga digunakan metode biaya bersama berdasarkan perbandingan jumlah produksi (Tabel 3). Yang mana besarnya adalah 45,68 %

Tabel 4. Biaya Variabel Pembenihan Ikan Nila Gif oleh UPR-BBI tahun 2007

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Biaya pakan	9.750.000
2.	Biaya pengemasan	591.000
3.	Biaya oksigen	140.000
4.	Biaya listrik	186.500
Total		10.667.500

Sumber : UPR BBI Sijangek, 2007

Berdasarkan Tabel 3 diketahui total biaya variabel adalah Rp. 10.667.500,-. Titik impas dapat dikelompokkan menjadi Nila Gif titik impas dalam satuan unit dan titik impas dalam satuan rupiah (Rp). Adapun unsur-unsur yang diperlukan dalam perhitungan titik impas adalah biaya tetap total, biaya variabel total, dan

biaya variabel per unit, volume produksi pada periode tertentu, dan juga harga jual.

Produksi benih ikan Nila Gif dikonversikan/dihitung dalam satuan ekor. Hasil perhitungan didapatkan titik impas dalam kuantitas dan rupiah seperti terlihat dalam tabel 5.

Tabel 5. Analisis titik impas Usaha Pembenihan Ikan Nila Gif pada UPR-BBI Sijangek tahun 2007

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1.	Produksi (ekor)	1.180.968,00
2.	Biaya tetap (Rp)	19.486.306,40
3.	Biaya variabel (Rp)	10.667.500,00
4.	Biaya variabel per ekor (Rp)	9,03
5.	Harga jual per ekor (Rp)	50,00
6.	Penjualan (Rp)	59.048.400,00
7.	Impas kuantitas (ekor)	475.623,78
8.	Impas (Rp)	23.781.189,17

Sumber : UPR BBI Sijangek, 2007

Tabel 5 memperlihatkan bahwa UPR BBI tidak akan mengalami kerugian dan belum memperoleh laba pada tingkat penjualan sebesar 475.623,78 ekor dengan Nila Gif penjualan sebesar Rp. 23.781.189,17 pada saat harga jual Rp. 50 per ekor. Hal ini berarti UPR BBI harus mampu menjual benih Nila Gif di atas 475.623,78 ekor setiap tahunnya agar mendapatkan laba.

Analisa Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Total penjualan UPR-BBI pada tahun 2004 adalah sebesar berjumlah Rp. 59.048.400,-. Penjualan pada titik impas adalah Rp. 23.781.189,17.

Sedangkan penjualan yang diharapkan pada saat itu (tahun 2007) adalah Rp. 63.936.250,-, yang berarti minimal sama dengan penjualan pada tahun 2006.

Dari target penjualan yang telah diharapkan oleh UPR, diperlukan informasi mengenai berapa jumlah maksimum penurunan target penjualan yang boleh terjadi, agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Batas keamanan dihitung berdasarkan selisih antara target penjualan yang diharapkan dengan Nila Gif penjualan pada titik impas. UPR-BBI ini memiliki Nila Gif batas keamanan sebesar 62,80%. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Batas Keamanan} &= \frac{\text{Penjualan yang diharapkan} - \text{Penjualan BEP}}{\text{Penjualan yang diharapkan}} \times 100 \% \\
 &= \frac{\text{Rp. 63.936.250,00} - \text{Rp. 23.781.189,17}}{\text{Rp. 63.936.250,00}} \times 100 \% \\
 &= 62,80 \%
 \end{aligned}$$

Artinya jika volume penjualan tahun 2006 sebesar Rp.63.936.250,00 yang dianggarkan tersebut tidak dapat tercapai, maka maksimum penurunan yang boleh terjadi adalah sebesar

62,80% agar UPR-BBI tidak mengalami kerugian. Sedangkan penurunan penjualan yang terjadi pada tahun 2006 adalah:

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2006} - \text{Penjualan tahun 2007}}{\text{Penjualan tahun 2006}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp.63.936.250,00} - \text{Rp.59.048.400,00}}{\text{Rp.63.936.250,00}} \times 100\% \\ &= 7,64\% \end{aligned}$$

Upaya Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan ada beberapa faktor, yakni permintaan terhadap produk benih ikan Nila Gif. Dengan meningkatnya permintaan akan produk yang dihasilkan, berarti volume penjualan juga akan meningkat. Fokus utama yang dilakukan UPR BBI adalah variabel bauran pemasaran. Variabel bauran pemasaran tersebut terutama adalah produk, harga, distribusi dan promosi. Dari keempat variabel bauran pemasaran tersebut ditentukan pada faktor mana yang akan di tekankan (*stressing*), yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan penjualan benih ikan Nila Gif pada UPR BBI Sijangek ini. Beberapa upaya tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Produk

Suatu cara untuk membedakan antara produk yang satu dengan lainnya adalah dengan melihat dan membandingkan karakteristik yang dimiliki oleh produk tersebut.

Karakteristik produk dapat dibagi atas lima, yaitu klasifikasi produk, mutu produk, spesifikasi produk, merk, dan pengemasan yang dilakukan terhadap produk. Untuk lebih jelasnya, karakteristik produk tersebut akan dijelaskan satu persatu.

1. Klasifikasi produk

Berdasarkan klasifikasi produk menurut tujuan penggunaannya, maka benih Nila Gif yang dihasilkan oleh UPR BBI dapat digolongkan kepada produk industri. Hal ini disebabkan karena benih ikan Nila Gif membutuhkan proses pengolahan (pemeliharaan) lebih lanjut sebelum dikonsumsi.

2. Mutu produk

Benih ikan Nila Gif yang dihasilkan oleh UPR -BBI mempunyai mutu yang baik. Dimana benih ikan Nila Gif tersebut tahan terhadap resiko kematian pada saat konsumen memindahkan ke kolam

pembesaran. Hal ini dapat terjadi karena UPR-BBI sangat memperhatikan kualitas benih yang dihasilkan. Dengan demikian benih ikan Nila Gif yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen.

3. Spesifikasi produk

Benih Nila Gif Gif yang dihasilkan oleh UPR-BBI menonjolkan mutu benih yang dihasilkan. Sehingga pihak UPR sangat memperhatikan proses produksi benih Nila Gif, agar proses produksi tersebut menghasilkan benih Nila Gif yang bermutu baik.

4. Merk

UPR menggunakan merk BBI dalam memasarkan benih ikan Nila Gif yang dihasilkannya. Penggunaan merk ini bertujuan untuk membedakan produk yang dihasilkan oleh usaha pembenihan ikan Nila Gif lainnya. Merk ini dicetak pada kertas faktur penjualan, sehingga konsumen ingat dimana dia membeli benih ikan Nila Gif tersebut.

5. Pengemasan

Pengemasan benih Nila Gif yang dihasilkan oleh UPR ini menggunakan plastik. Benih Nila Gif dimasukkan kedalam plastik bening yang berukuran 100 x 50 cm. Di dalam plastik tersebut diberi air setinggi 50cm, oksigen. Setiap kantong terdiri dari dua

lapis plastik bening dan berisi 20.000 ekor benih Nila Gif.

Harga

Penetapan harga jual benih Nila Gif dilakukan oleh pimpinan UPR BBI Sijangek. Penetapan harga benih Nila Gif didasarkan atas biaya-biaya yang diperlukan untuk menghasilkan benih Nila Gif dan ditambah dengan presentase laba yang diinginkan. Pada saat penelitian harga jual benih Nila Gif adalah Rp. 50 per ekor. Dalam penetapan harga benih Nila Gif pihak UPR selalu memperhatikan harga pasar. Selama ini harga yang ditetapkan UPR dapat diterima oleh konsumen.

Distribusi

Benih Nila Gif Gif yang dihasilkan oleh UPR BBI dipasarkan di kawasan Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Agam dan Kabupaten Solok. UPR melakukan pemasaran dengan cara langsung dijemput oleh konsumen kelokasi UPR. Maksudnya konsumen langsung memperoleh produk dari produsen tanpa adanya perantara.

Promosi

Untuk memperkenalkan benih Nila Gif yang dihasilkan, pihak UPR BBI tidak pernah melakukan promosi melalui media masa. Promosi yang dilakukan hanyalah berupa *personal selling*, dimana pimpinan UPR melakukan hubungan yang baik dengan para konsumen. *Personal selling* yang

dilakukan oleh UPR maksudnya adalah pimpinan UPR pada saat melakukan transaksi dengan konsumen memberikan penjelasan tentang keunggulan dari benih Nila Gif yang dihasilkannya. Sehingga konsumen menjadi yakin untuk membeli benih Nila Gif tersebut dalam jumlah yang banyak. Apabila penjelasan tersebut terbukti puas (*satisfaction*), maka secara tidak langsung diharapkan konsumen tersebut akan memberitahukan kepada konsumen lainnya dari mulut ke mulut.

Pembahasan

Proses Produksi Pembenihan Ikan Nila Gif

Pembenihan adalah kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan benih sehingga berukuran tertentu. Kegiatan ini dimulai dari persiapan kolam, penebaran induk, pemijahan, pemindahahan induk dan pemanenan. Sesuai dengan tujuan dari usaha pembenihan ikan yaitu menghasilkan benih ikan sesuai dengan kapasitas produksi. Untuk itu diperlukan tindakan yang tepat terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembenihan tersebut. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah kualitas air yang dipakai, proses pemijahan, penetasan telur, perawatan larva, pemberian pakan serta cara pemanenan (Sutisna dan Sutarmanto, 1995).

Teknis pembenihan ikan Nila Gif yang dilakukan oleh UPR BBI telah sesuai dengan teori teknis

produksi pada umumnya. Hal ini disebabkan UPR BBI dalam melakukan kegiatan pembenihan ikan Nila Gif selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap kuantitas dan kualitas benih ikan Nila Gif yang dihasilkannya.

Analisa Titik Impas (*Break Even Point*)

Dalam memproduksi suatu produk, tidak hanya aspek kualitas saja yang perlu diperhatikan, namun juga perlu dicermati tentang aspek biaya, volume produk dan laba (*profit*) atau aspek kuantitas dari produk yang akan diproduksi. Pendekatan untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR BBI Sijangek ini, dilihat dari analisis aspek keuangan. Alat analisis yang digunakan untuk menyusun perencanaan produksi, yang akan berakibat langsung kepada aspek keuangan perusahaan adalah *break even analysis*. (Subanar, 1994).

Impas (*Break even*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak mengalami kerugian, tetapi juga belum memperoleh laba atau dengan kata lain labanya sama dengan nol (Mulyadi, 1993).

Dari perhitungan analisis titik impas, dengan harga jual Rp.50,- per ekor, biaya variabel Rp. 9,03 per ekor, dan jumlah biaya tetap adalah Rp.19.486.306,40, maka diperoleh titik impas dalam kuantitas 475.623,78 ekor dan impas penjualan Rp.23.781.189,17. Jika benih ikan Nila Gif yang terjual oleh UPR dibawah Nila Gif tersebut maka UPR akan mengalami kerugian, sedangkan jika penjualan berada diatas dari titik impas maka UPR mendapatkan keuntungan.

Dari data yang ada ternyata penjualan benih ikan Nila Gif oleh UPR BBI Sijangkek berada diatas titik impas. Dengan demikian UPR ini sudah memperoleh keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukannya. Berpedoman pada analisis titik impas (BEP) ini dapat dinyatakan, bahwa usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR BBI Sijangkek dianggap layak (*feasible*) dan mempunyai prospek yang baik.

Analisa Batas Keamanan (*Margin of Safety*)

Nila Gif batas keamanan dari UPR-BBI adalah 62,80%, Nila Gif ini berada pada batas yang aman. Karena semakin besar Nila Gif batas keamanan maka makin besar pula kesempatan suatu usaha untuk memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika Nila Gif batas keamanan rendah, maka makin besar kemungkinan suatu usaha memperoleh kerugian.

Penurunan penjualan benih ikan Nila Gif yang terjadi pada tahun 2006 adalah 7,64%, memperlihatkan bahwa

usaha pembenihan ikan Nila Gif ini dalam batas toleransi, karena masih berada dalam batas keamanan (*margin of safety*). Dari analisis batas keamanan (MoS) usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR-BBI Sijangkek dapat dibuktikan, bahwa usaha ini mempunyai prospek yang baik, karena masih mempunyai peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan pembenihan ikan Nila Gif.

Faktor-faktor Penyebab Penurunan Volume Penjualan

Penurunan volume penjualan terjadi akibat kegiatan pemasaran yang tidak baik. Karena pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Setiap usaha harus mampu menetapkan pola pemasaran secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan permintaan konsumen akan produk yang dihasilkan. Pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran hampir selalu berkaitan dengan variabel-variabel bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Bauran pemasaran dapat digolongkan menjadi empat variabel yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong,

1997).

UPR BBI Sijangek dalam hal ini menawarkan produk berupa benih Nila Gif. Dimana benih Nila Gif ini dapat digunakan oleh masyarakat untuk melaksanakan usaha pembesaran ikan Nila Gif.

1. Klasifikasi Produk

Swastha dan Sukotjo (1998) menyatakan bahwa produk ini dapat digolongkan menjadi produk industri. Produk industri adalah produk-produk yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri, baik secara langsung atau tidak langsung dipakai proses produksi. Produk industri ini dapat dibagi jadi lima kelompok yaitu:

- (1) Bahan baku, merupakan bahan pokok untuk membuat barang lain.
- (2) Komponen dan barang setengah jadi, merupakan produk-produk yang sudah dalam proses produksi dan diperlukan untuk melengkapi produk akhir.
- (3) Perlengkapan operasi, merupakan produk-produk yang dapat digunakan untuk membantu lancarnya proses produksi maupun kegiatan lain dalam perusahaan.
- (4) Instalasi, merupakan alat produksi utama dalam sebuah pabrik/perusahaan yang dapat dipakai dalam jangka

waktu yang lama.

- (5) Peralatan ekstra, merupakan alat-alat yang dipakai untuk membantu instalasi.

Berdasarkan pengelompokan menurut tujuan pemakaian oleh si pemakai, maka usaha pembenihan Nila Gif dapat dikelompokkan menjadi produk bahan baku. Karena benih Nila Gif ini merupakan bahan pokok untuk melakukan usaha pembesaran ikan Nila Gif.

2. Mutu Produk

Mutu produk merupakan kemampuan produk untuk melakukan fungsinya, termasuk keawetan, kehandalan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Amstrong, 1997).

UPR-BBI Sijangek dalam menghasilkan benih ikan Nila Gif selalu mengutamakan mutu benih yang dihasilkannya. Hal ini merupakan keunggulan dari UPR-BBI, sehingga pihak UPR selalu berusaha untuk mempertahankannya.

3. Spesifikasi Produk

Suatu produk dapat ditawarkan dengan berbagai sifat, sifat merupakan alat untuk membedakan produk dari pesaing. Memperkenalkan sifat baru dinilai tinggi oleh pelanggan, merupakan salah satu

cara efektif untuk bersaing (Kotler dan Armstrong, 1997). UPR BBI Sijangek dalam memproduksi benih Nila Gif selalu menonjolkan mutu benih Nila Gif yang dihasilkannya. Benih Nila Gif yang dihasilkannya mempunyai mutu yang baik.

4. Merk

Menurut Kotler dan Armstrong (1997), merk didefinisikan sebagai nama istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semua yang dimaksud untuk mengenal produk dan jasa dari seorang atau beberapa orang penjual dan untuk membedakan dari pesaing.

Dalam memasarkan produknya, UPR menggunakan merk BBI Sijangek. Merk ini merupakan komponen yang penting bagi UPR, karena merk ini dapat membedakan UPR dengan usaha pembenihan Nila Gif yang lain.

5. Pengemasan

Mengemas adalah aktivitas merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Kemasan bisa mencakup wadah utama dari produk, kemasan sekunder, kemasan pengiriman yang perlu untuk menyimpan, mengenali, dan mengirimkan produk. Pemberian label juga merupakan bagian dari pengemasan yang berupa informasi tercetak yang ditempel

pada kemasan (Kotler dan Armstrong, 1997).

Benih Nila Gif yang dihasilkan oleh UPR BBI dikemas dalam plastik berukuran 100 x 50 cm. Benih Nila Gif dikemas dengan menggunakan dua helai plastik bening, hal ini dimaksudkan agar tidak mudah bocor. Tiap plastik itu diberi oksigen, agar ikan tidak mudah mati. Pengemasan yang dilakukan oleh UPR BBI sudah baik.

Harga

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk. Bahkan harga tersebut harus lebih dari biaya agar mendapatkan keuntungan. Tetapi jika harga terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Karena konsumen tidak mau membeli produk yang kita jual.

Kotler dan Armstrong (1997), menambahkan harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Semua elemen lain mewakili biaya. Harga jual adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran.

Dalam hal ini UPR BBI menetapkan harga dengan menggunakan metoda penetapan harga tambahan. Dimana harga jual benih Nila Gif per ekor

ditentukan dengan menghitung seluruh biaya per ekor ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang diinginkan. Dengan analisa titik impas dapat diketahui total biaya yang diperlukan untuk memproduksi benih Nila Gif, yaitu sebesar Rp. 25,53. Sedangkan UPR BBI menjual benih Nila Gif dengan harga Rp. 50 per ekor. Harga yang ditetapkan oleh UPR BBI lebih tinggi dari harga pesaing. Dimana harga tertinggi dari pesaing adalah Rp. 40 per ekor. Harga Rp. 40 per ekor ini berasal dari UPR Usaha Mandiri.

Dengan tinggi harga yang ditetapkan oleh UPR-BBI Sijangek dibandingkan dengan pesaing lainnya, menyebabkan terjadinya penurunan volume penjualan. Sehingga sebaiknya UPR BBI menurunkan harga benih Nila Gif menjadi Rp. 40 per ekor. Karena dengan harga Rp. 40 per ekor UPR BBI masih mendapatkan keuntungan.

Apabila UPR menurunkan harga benih Nila Gif menjadi Rp.40,- per ekor, UPR masih mendapatkan keuntungan. Hal ini dapat kita ketahui dengan membandingkan dengan harga pokok penjualan (Lampiran 2). Harga pokok penjualan adalah sebesar Rp.25,53 per ekor, berarti jika harga turun jadi Rp. 40 per ekor UPR memperoleh keuntungan sebesar Rp. 14,47 per ekor.

Distribusi

Saluran distribusi untuk suatu produk adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk dari produsen sampai ke

konsumen (Swastha, 1998). Keputusan mengenai saluran distribusi pemasaran merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran lainnya. Oleh karena itu saluran distribusi yang akan digunakan dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen harus dipilih secara cepat.

UPR-BBI Sijangek dalam mendistribusikan produknya ke konsumen menggunakan saluran distribusi langsung (*personal selling*). Menurut Kotler (2002) saluran pemasaran langsung adalah saluran yang terdiri dari perusahaan yang memproduksi langsung menjual kepada pelanggan, sehingga produk cepat sampai ke konsumen.

Benih Nila Gif yang dihasilkan UPR langsung dijual kepada para petani yang akan melakukan usaha pembesaran ikan Nila Gif. Transaksi jual beli langsung dilakukan di lokasi UPR. Pembayaran benih Nila Gif yang dibeli dilakukan secara tunai.

Promosi

Promosi merupakan berbagai kegiatan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan suatu produk kepada pasar sasarannya. Promosi dapat dikatakan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Sukotjo,

1998).

UPR BBI Sijangek dalam hal ini memperkenalkan produknya kepada pasar adalah melalui *personal selling*. *Personal selling* adalah interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Swastha dan Sukotjo, 1998).

Sehubungan dengan promosi UPR BBI Sijangek menjalin hubungan baik dengan para konsumen. Akan tetapi UPR BBI tidak melakukan promosi melalui media masa. Sehingga dalam kegiatan promosi UPR BBI mengalami ketinggalan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu masyarakat tidak banyak yang mengenal benih Nila Gif yang dihasilkan oleh UPR BBI Sijangek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. UPR-BBI Sijangek dapat dikatakan suatu usaha pembenihan ikan Nila Gif cukup berhasil dan punya prospek yang baik. Kegigihan dan keuletan dari seorang inovator, motivator dan sekaligus *entrepreneurship*, yang termotivasi akibat melihat keberhasilan usaha orang lain, dengan berdasarkan pengalaman, keterampilan dan mempraktekkan langsung, maka mampu melakukan pilihan usaha yang tepat untuk lingkungan agroklimat yang mendukung, yakni

usaha pembenihan Ikan Nila Gif di UPR-BBI Sijangek Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar.

2. Dari analisa titik impas (BEP) terhadap usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR-BBI Sijangek untuk tahun 2007, didapatkan bahwa usaha ini telah mewati titik impas pada tingkat produksi sebesar 475.623,78 ekor, setara dengan penjualan Nila Gif sebesar Rp. 23.781.189,17.
3. Dari analisis batas keamanan (MoS) terhadap usaha pembenihan ikan Nila Gif di UPR-BBI Sijangek untuk tahun 2007, dapat dinyatakan telah melewati batas keamanan, yakni dengan batas keselamatan usahanya adalah 62,80 %. Hal ini dapat membuktikan bahwa usaha pembenihan ikan Nila Gif cukup mempunyai prospek usaha yang baik di masa mendatang di daerah penelitian.
4. Upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan volume penjualan benih ikan Nila Gif pada UPR BBI, dengan melihat empat variabel, yakni produk, harga, distribusi dan promosi. Upaya yang dilakukan adalah dengan cara menurunkan harga jual benih ikan Nila Gif dari Rp.50,- per ekor menjadi Rp.40,- per ekor. Karena dengan harga Rp.40,- per ekor UPR masih mendapatkan keuntungan sebesar Rp.15,43. Dan juga volume penjualan dapat ditingkatkan dengan cara melakukan promosi melalui media masa, sehingga masyarakat mengetahui bahwa UPR BBI

merupakan produsen benih ikan Nila Gif.

SARAN

1. Setelah dilakukan penelitian ternyata usaha ini telah melewati titik impas dan batas keamanan. Dengan kondisi tersebut, diharapkan UPR-BBI dapat mempertahankan usaha pembenihan ikan Nila Gif, bahkan mengembangkan dengan skala yang lebih besar, sehingga dapat diatauladi oleh usaha sejenis dari dari daerah lain. Keberhasilan ini juga dapat dijadikan masukan bagi pengambil kebijakan, bahwa Kecamatan Sungai Tarab ini dapat dijadikan sentra produksi ikan Nila Gif, sehingga akan muncul "icon" kecamatan ini, yakni : "Ingat ikan Nila Gif, Ingat Sungai Tarab".
2. UPR-BBI Sijangek sebaiknya menurunkan harga jual, sehingga harga yang ditetapkan oleh UPR-BBI dapat bersaing dengan harga yang ditetapkan dengan pesaing lainnya. Penurunan harga ini masih dimungkinkan mengingat ongkos produksi masih dapat tertutupi dengan penerimaan, walaupun menurunkan harga, sehingga diharapkan dapat diciptakan persaingan yang sehat di kalangan pengusaha ikan, juga pembesaran ikan Nila Gif akan lebih dapat menekan ongkos produksinya.
3. Dalam upaya memperluas pasar, sebaiknya UPR-BBI Sijangek mencari terobosan baru, termasuk mencari konsumen baru dengan cara menggunakan tenaga

pemasaran dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafaruddin. 1993. **Alat-alat Analisis dalam Pembelajaran**. Andi Offset: Yogyakarta
- Bambang, Riyanto. 1997. **Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan**. Edisi 3 BPFE UGM: Yogyakarta
- Garrison, H. Ray. 1980. **Managerial Accounting Business**. Publication. Inc. Plano
- Jangkaru, Z. 1995. **Pembesaran Ikan Air Tawar di Berbagai Lingkungan Pemeliharaan**. Penebar Swadaya: Jakarta
- Kadariah. 1988. **Evaluasi Proyek Analisa Ekonomi**. Lembaga FEUI: Jakarta
- Mubyarto. 1994. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. LP3ES: Yogyakarta
- Mulyadi. 1993. **Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa**. Edisi kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN: Yogyakarta
- Mulyadi. 1999. **Akuntansi Biaya**. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN: Yogyakarta
- Nazir, M.1988. **Metode Penelitian**. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Rahardi dan Regina, K. 1993. **Agribisnis Perikanan**. PT. Penebar Swadaya: Jakarta

- Santoso, Budi. 1993. **Petunjuk Praktis Budidaya Ikan Nila**. Kanisius: Yogyakarta
- Sigit, Soehardi. 1998. **Analisa Break Even Rancangan Linear Secara Ringkas dan Praktis**. BPFE UGM: Yogyakarta
- Soekartawi. 1994. **Pembangunan Pertanian**. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- S u m a n d i n a t a , K . 1 9 8 5 . **Pengembangbiakan Ikan-ikan Peliharaan di Indonesia**. Penebar Swadaya: Bogor
- Supriyanto. 1995. **Anggaran Perusahaan Perencanaan dan Pengendalian Laba**. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN: Yogyakarta
- Supriyono, RA. 1993. **Akuntansi Biaya. Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pengambilan Keputusan**. BPFE UGM: Yogyakarta
- Susanto, B. 1981. **Pemeliharaan Ikan di Kolam Pekarangan**. Yayasan Kanisius: Yogyakarta
- Suseno, D. 1994. **Pengelolaan Usaha Pembenihan Ikan Nila**. Penebar Swadaya: Jakarta
- Sutisna, D dan Sutarmanto, Ratno. 1995. **Pembenihan Ikan Air Tawar**. Kanisius: Jakarta
- Swastha, Bashu dan Ibnu Sukotjo. 1993. **Saluran Pemasaran Konsep dan Strategi Analisa Kualitatif**. UGM Press: Yogyakarta
- Wibowo, Singgih dkk. 1986. **Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil**. Penerbit Swadaya. Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jumlah Pembenihan Ikan Air Tawar di Kabupaten Tanah Datar Tahun 2007

No	Kecamatan	Jumlah (Unit)	Keterangan
1	X Koto	2	Ikan Mas, Nila
2	Batipuh	6	Ikan Mas, dan Lele Dumbo
3	Pariangan	13	Ikan Mas, Lele Dumbo, Gurami
4	Rambatan	7	Ikan Mas, Nila, Gurami
5	Lima Kaum	4	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo
6	Tanjung Emas	7	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo
7	Lintau Buo	13	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo
8	Sungayang	11	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo
9	Sungai Tarab	10	Ikan Nila Gif, Lele Dumbo, Komet
10	Salimpaung	7	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo
11	Pdg. Ganting	113	Ikan Mas, Nila, Lele Dumbo, Gurami
Jumlah		193	

Sumber : Dinas Pertanian Cq. Kasubdin Perikanan Kabupaten Tanah Datar Tahun 2007

Lampiran 2: Perhitungan Harga Pokok Benih Nila Gif Pada UPR-BBI Sijangek Tahun 2007

No.	Uraian	Jumlah
1.	Biaya Produksi	
	a. Biaya tetap	Rp. 19.486.306,40
	b. Biaya variabel	" 10.667.500,00
2.	Penjualan	1.180.986 ekor
3.	Harga pokok	Rp. 25,53 / ekor
4.	Harga jual	Rp. 50 / ekor

Lampiran 3 : Perhitungan Titik Impas Pada UPR BBI Sijangek Tahun 2004

Diketahui :

Jumlah Produksi	= 1.180.968 ekor
Jumlah Biaya Tetap	= Rp. 19.486.306,40
Jumlah Biaya Variabel	= Rp. 10.667.500,00
Harga Jual/ekor	= Rp. 50

$$\text{Impas (ekor)} = \frac{\text{Rp. 19.486.306,40}}{\text{Rp.50,00} - \text{Rp. 9,03}} = 475.623,78 \text{ ekor}$$

$$\begin{aligned} \text{Impas (rupiah)} &= \frac{\text{Biaya Tetap}}{1 - (\text{Biaya Variabel Per ekor} / \text{Harga Jual Per ekor})} \\ &= \frac{\text{Rp.19.486.306,40}}{1 - (\text{Rp.9,03} / \text{Rp.50})} = \text{Rp.23.781.189,17} \end{aligned}$$

Lampiran 4. Perhitungan Penyusutan Pada UPR-BBI Sijangek

No	Nama Investasi	Jumlah (Unit)	Harga Beli per unit (Rp)	Taksiran UE (Tahun)	Nilai Sisa per unit (Rp)	Penyusutan/tahun/unit (Rp)	Jumlah Penyusutan UPR/tahun (Rp)	Penyusutan Usaha Pembenihan Nila/Tahun (Rp)
1.	Bangunan	1	5.000.000	20	500.000	225.000	225.000	102.780.
2.	Kolam	14	3.000.000	10	300.000	270.000	3.780.000	1.726.704
3.	Induk Ikan Nila	360	20.000	3	10.000	3.333,3	1.200.000	1.200.000
4.	Mesin Dup	1	1.200.000	5	120.000	216.000	216.000	98.668,8
5.	Mesin Air Blow	1	2.100.000	5	210.000	378.000	378.000	172.670,4
6.	Tabung Oksigen	1	1.000.000	10	100.000	90.000	90.000	41.112
7.	Kendaraan	1	20.000.000	15	2.000.000	1.200.000	1.200.000	548.160
Jumlah			32.000.000		3.240.000		7.098.000	3.894.206,2

Keterangan :

Jumlah penyusutan pembenihan ikan nila/tahun adalah 45,68 % dari jumlah penyusutan UPR BBI Sijangek/tahun, kecuali penyusutan induk ikan Nila.

Lampiran 5:

Laporan Laba Rugi Usaha Pembenihan Ikan Nila pada UPR BBI Sijangek Tahun 200-2007

Uraian	Tahun		
	2005 (Rp)	2006 (Rp)	2007 (Rp)
Penjualan	66.965.350	63.936.250	59.048.400
Biaya Variabel			
Biaya Pakan	10.395.000	10.950.000	9.750.000
Biaya Pabrikasi Variabel			
Plastik	620.000	589.500	541.000
Karet	50.000	50.000	50.000
Oksigen	100.000	120.000	140.000
Pemakaian Listrik	195.300	192.800	186.500
Total Biaya Pabrikasi Variabel	965.300	952.300	917.500
Tota Biaya Variabel	11.360.300	11.902.300	10.667.500
Laba Kotor	55.605.050	52.033.950	48.380.900
Biaya Tetap			
Biaya Pabrikasi Tetap			
Biaya Penyusutan	2.762.050	2.762.050	2.762.050
Biaya Pemeliharaan	548.200	548.200	548.200
Biaya Beban Listrik	98.700	98.700	98.700
Biaya Transportasi	128.000	137.050	164.450
Tota Biaya Pabrikasi Tetap	3.536.950	3.546.000	3.573.400
Biaya Administrasi dan Umum			
Gaji Pimpinan	5.481.600	6.852.000	6.852.000
Gaji Karyawan	5.481.600	6.852.000	7.674.250
Alat Tulis Kantor	164.500	164.500	164.500
Biaya lain-lain			
PBB	90.000	90.000	90.000
Total Biaya Tetap	14.754.650	16.134.100	19.486.306,40
Laba Bersih	40.850.400	35.899.850	28.894.593,60

Sumber : Diolah dari hasil penelitian