

Aktivitas *Entrepreneurial* dari Bisnis Pembudidaya Ikan Skala Kecil di Jawa Tengah

Tita Elfitasari^a dan Albert Albert^b

^aFakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro, Jl. Prof Soedarto SH, Semarang

^bFakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Jl. Arteri Soekarno Hatta, Semarang

ABSTRAK

Kegiatan budidaya ikan di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada beberapa tahun terakhir, khususnya setelah pemerintahan baru mencanangkan untuk mendukung penuh kegiatan perikanan di Indonesia. Aktivitas entrepreneur dilihat dari perspektif akuakultur dan didefinisikan sebagai suatu implementasi ide oleh petani ikan untuk meningkatkan teknik, manajemen dan kualitas produk akuakultur dalam rangka meningkatkan produksi dan penghasilan petani ikan. Pada penelitian ini enam aktivitas entrepreneur diidentifikasi yaitu: produksi pakan ikan, produksi benih, penambahan spesies budidaya, penambahan jenis produk, pemanfaatan bagian lain dari ikan dan memperluas jaringan pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pembagian kuesioner kepada petani ikan di Jawa Tengah dan dianalisa secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas entrepreneur yang paling banyak dilakukan oleh petani ikan di Jawa Tengah adalah memperluas jangkauan pemasaran (48.5%), menambah jenis spesies ikan budidaya (27.3%) dan penambahan jenis produk (18%) sedangkan aktivitas entrepreneur yang sedikit dilakukan adalah memproduksi benih ikan (5.8%), memanfaatkan bagian ikan yang lain (3%) dan memproduksi pakan ikan (1%).

Kata Kunci: aktivitas entrepreneurial, bisnis, petani ikan, skala kecil

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di negara maju, sebagian besar telah memiliki fungsi perencanaan, organisasi yang terstruktur dan terkontrol. Akan tetapi di negara berkembang seperti Indonesia dimana sebagian besar masyarakatnya memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah, sangat berbeda. Apalagi mengingat bahwa sebagian besar pebisnis skala mikro dan kecil di Indonesia belum menerapkan bahkan belum memahami tentang manajemen bisnis. Hal ini termasuk pada bisnis budidaya ikan dimana mayoritas dimiliki oleh petani ikan skala mikro dan skala kecil.

Menurunnya hasil perikanan tangkap di dunia, memberikan efek berupa peluang yang cukup besar bagi bisnis budidaya ikan di negara kita. Kegiatan budidaya ikan di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada beberapa tahun terakhir, khususnya setelah pemerintahan baru mencanangkan untuk mendukung penuh kegiatan perikanan di Indonesia. Demikian pula dengan aktivitas budidaya ikan. Menurut Erundu and Anyanwu (2005), budidaya ikan merupakan salah satu industri yang paling pesat perkembangannya dan perkembangan produksi pangan berbahan dasar ikan merupakan produksi makanan dengan perkembangan tercepat didunia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis aktivitas *entrepreneurial* yang diimplementasikan oleh petani ikan skala kecil di Jawa Tengah serta untuk mengetahui prosentase masing-masing aktivitas *entrepreneurial* yang telah dijalankan oleh petani ikan.

Aktivitas Entrepreneur dari Bisnis Pembudidaya Ikan Skala Kecil

Definisi dari aktivitas entrepreneur didefinisikan oleh Krause (2003) sebagai kemampuan untuk menghasilkan and mengimplementasikan ide kreatif yang baru. Sementara itu Jackson dan Rodkey (1994) mendefinisikan aktivitas entrepreneur sebagai segala usaha yang dilakukan untuk memajukan usaha kecil menjadi bisnis besar. Sehingga dapat dikatakan bahwa aktivitas adalah segala ide dan kegiatan yang diimplementasikan untuk menaikkan suatu bisnis kelevel yang lebih tinggi.

Pada penelitian ini, aktivitas entrepreneur dilihat dari perspektif akuakultur dan didefinisikan sebagai suatu implementasi ide oleh petani ikan untuk meningkatkan teknik, manajemen dan kualitas produk akuakultur dalam rangka meningkatkan produksi dan penghasilan petani ikan.

Carland et al (1984) mengidentifikasi lima karakteristik bisnis entrepreneur yang membedakan seorang entrepreneur dengan pemilik bisnis biasa. Lima karakteristik tersebut adalah menginovasi produk baru, menginovasi, menginovasi sistem produksi, memperluas jangkauan pemasaran, memperluas sumber supplier and mereorganisasi industri. Berdasarkan karakteristik mengambil langkah inovasi dan mencari pasar baru, maka penelitian ini mengidentifikasi enam aktivitas entrepreneur seperti yang tertera pada Tabel 1.

Lima aktivitas entrepreneur sebagai aksi inovasi adalah: produksi pakan ikan, produksi benih, penambahan spesies budidaya, penambahan jenis produk dan pemanfaatan bagian lain dari ikan. Aktivitas entrepreneur yang keenam yaitu memperluas jaringan pemasaran, dikembangkan dari karakteristik entrepreneur kedua yang diidentifikasi oleh Carland yaitu mencari pasar baru.

Tabel 1. Karakteristik entrepreneurial dan kegiatan entrepreneurial

Karakteristik Entrepreneurial	Aktivitas Entrepreneurial pada penelitian ini
1. Mengambil langkah inovatif	1. Memproduksi pakan ikan 2. Memproduksi benih ikan 3. Menambah jenis/spesies budidaya 4. Menambah jenis/variasi produk 5. Pemanfaatan bagian ikan yang terbuang
2. Mencari pasar baru	6. memperluas jaringan pemasaran

Sumber: Adopsi dari Carland, JW Hoy, F Boulton, WR and Carland, JA (1984)

Memproduksi Pakan Ikan

Food and Agriculture Organisation (FAO) dari United Nations (PBB) melakukan Konsultasi Ahli tentang pembuatan pakan ikan di Thailand untuk meningkatkan kewaspadaan akan pentingnya membuat pakan ikan (aquafeeds) sendiri oleh petani ikan. Aquafeeds didefinisikan sebagai “pakan dalam bentuk pelet ataupun bentuk lain yang terdiri atas satu atau lebih bahan pakan buatan/alami yang diproduksi secara khusus untuk aktivitas budidaya tertentu dan bukan untuk dijual / mencari profit” (New, Tacon dan Csavas, 1994). Meskipun pembuatan pakan telah banyak dilakukan di negara-negara Asia, akan tetapi kebanyakan dari petani ikan lebih memilih untuk memakai pakan komersial (Djunaidah 1992). Hal ini dikarenakan membuat pakan memerlukan bahan-bahan yang sulit diperoleh dan menghabiskan banyak waktu.

Memproduksi Benih Ikan

Terbatasnya ketersediaan benih ikan membuat petani ikan bergantung pada benih alam atau tempat pembenihan. Hal ini telah memaksa beberapa petani ikan untuk menginovasi dan memproduksi benih ikan sendiri (Mantau, Rawung, & Sudarty 2004). Ada beberapa faktor yang perlu dipikirkan penyelesaiannya terkait dengan produksi benih (Bondad-Reantaso 2007):

- Ketersediaan benih tidak dapat diperkirakan dan tidak mencukupi
- Kualitas genetik benih tidak dapat dijamin
- Jumlah pembenihan kurang banyak
- Permasalahan dalam distribusi benih

Menambah jenis / spesies ikan budidaya (termasuk polikultur)

Pada umumnya petani ikan skala kecil akan memulai bisnisnya dengan membudidayakan satu jenis ikan dan secara bertahap menambah spesies-spesies lain. Saat bisnis berkembang para petani ikan melihat peluang dan mengembangkan metode budidayanya ke sistem polikultur dimana mereka membudidayakan lebih dari satu spesies ikan dalam kolam yang sama. Untuk sistem budidaya ikan yang ini, para petani ikan harus memiliki pengetahuan tentang kebiasaan makan ikan karena sistem polikultur dijalankan dengan mengkombinasikan beberapa jenis ikan yang memiliki kebiasaan makan yang berbeda (Bocek 2008). Sistem polikultur menurunkan kemungkinan adanya persaingan makanan sekaligus meningkatkan produksi ikan.

Banyak petani ikan yang mengalami kenaikan profit yang cukup signifikan dengan mengadopsi sistem polikultur. Petani ikan di Jawa barat menyatakan bahwa sebelumnya penghasilan per bulannya adalah Rp 3 juta. Namun setelah menggunakan sistem polikultur, penghasilan perbulannya naik hingga lima kali lipat (Kompas 2006).

Penambahan Jenis Produk (*value added product*)

Petani ikan skala kecil di Indonesia biasanya menjual hasil panennya berupa ikan segar, tetapi beberapa melakukan *added value* ke hasil panen mereka. Di Indonesia hanya sekitar 23-47% dari hasil panen ikan yang diproses dengan penambahan nilai sementara yang lainnya tetap dijual sebagai ikan segar (Heruwati 2002).

Penambahan nilai ke produk merupakan suatu hal yang umum dilakukan dan telah diterima sebagai metode untuk mengawetkan hasil panen dan mengurangi penurunan kualitas produk (Venugopal & Shahidi 1995). Pada saat produk sampai ke tangan konsumen banyak produk perikanan yang telah menurun kualitasnya karena waktu distribusi yang cukup lama dari produsen ke konsumen (Heruwati 2002).

Para wanita anggota pokdakan juga memberikan kontribusi yang cukup besar untuk melakukan penambahan nilai bagi produk hasil panen dengan secara kreatif memproses ikan dengan kualitas yang lebih rendah menjadi abon ikan, kerupuk ikan, bakso dan nugget (Suara Merdeka 2007). Selain memproses berbagai jenis produk, para wanita pokdakan juga memberikan berbagai pilihan rasa seperti rasa manis, rasa bawang atau rasa pedas. Inovasi yang dilakukan oleh pokdakan Karya Mina Utama ini telah menghasilkan penghasilan tambahan bagi keluarga kelompok petani ikan. Kesuksesan pokdakan ini telah menarik perhatian pemerintah propinsi lain untuk menduplikasi program serupa di daerahnya.

Pemanfaatan bagain lain dari ikan

Para wanita pokdakan Karya Mina Utama di kampung lele merupakan salah satu contoh yang memiliki inovasi untuk memanfaatkan limbah ikan. Mereka menggunakan limbah seperti kulit, sirip dan ekor ikan untuk dijadikan kerupuk (Suara Merdeka 2007).

Limbah produksi fillet ikan membuat masalah baru yaitu banyaknya kulit ikan yang terbuang, menciptakan masalah polusi dan mengganggu masyarakat sekitar. Indonesia telah menjadi exportir fillet ikan terbesar kedua ke USA (Kementrian Kelautan dan Perikanan 2005; Warta Pasar Ikan 2007) yang berarti memiliki masalah limbah kulit yang cukup besar. Untuk mengatasi masalah ini, para peneliti dari Balai Besar Kulit, Karet dan Plastik di Yogyakarta telah menciptakan inovasi untuk memanfaatkan kulit ikan menjadi produk

kerajinan tangan yang bernilai tinggi. Teknologi processing kulit ikan dapat mengubah limbah kulit menjadi produk kerajinan tangan yang berharga cukup tinggi bagi para pengrajin kecil (Kementrian Kelautan dan Perikanan 2005). Prosesing dapat memberikan penambahan nilai hingga 60% dibandingkan kulit yang tidak diproses.

Memperluas Jaringan Pemasaran

Salah satu dasar aktivitas entrepreneurial yang telah banyak dikenal adalah memperluas jaringan pemasaran (Morris & Lewis 1995). Diyakini bahwa aktivitas entrepreneurial dapat diaplikasikan pada tingkat individu, masyarakat dan organisasi sehingga aktivitas entrepreneurial juga dapat diaplikasikan oleh petani ikan skala kecil. Saat ini, banyak petani ikan skala kecil yang bergantung kepada tengkulak untuk menjual hasil panen mereka (Nurdjana 2006). Beberapa petani menjual hasil panennya ke pasar lokal, akan tetapi petani ikan yang memiliki jiwa entrepreneurial akan berusaha untuk memperluas jaringan pemasarannya. Susilowati (2005), penjual ikan harus mengetahui strategi marketing untuk menjual hasil panennya. Strategi pemasaran mempertimbangkan (1) market atau konsumen, (2) komunikasi yang attratif atau menarik kepada pembeli, (3) harga produk, (4) mengelola profit untuk rencana kedepan.

Perluasan jaringan pemasaran berhubungan dengan kuat dan luasnya networking. Semakin banyak networking maka pasar dapat semakin diperluas. Dengan bertambahnya jumlah dan luasan networking, dipercaya bahwa suatu bisnis dapat mengembangkan pasarnya ke area yang lebih luas dan ke pasar yang lebih banyak (Havnes & Senneseth 2001).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner kepada 400 petani ikan yang ada di Jawa Tengah. Data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian di analisa secara deskriptif.

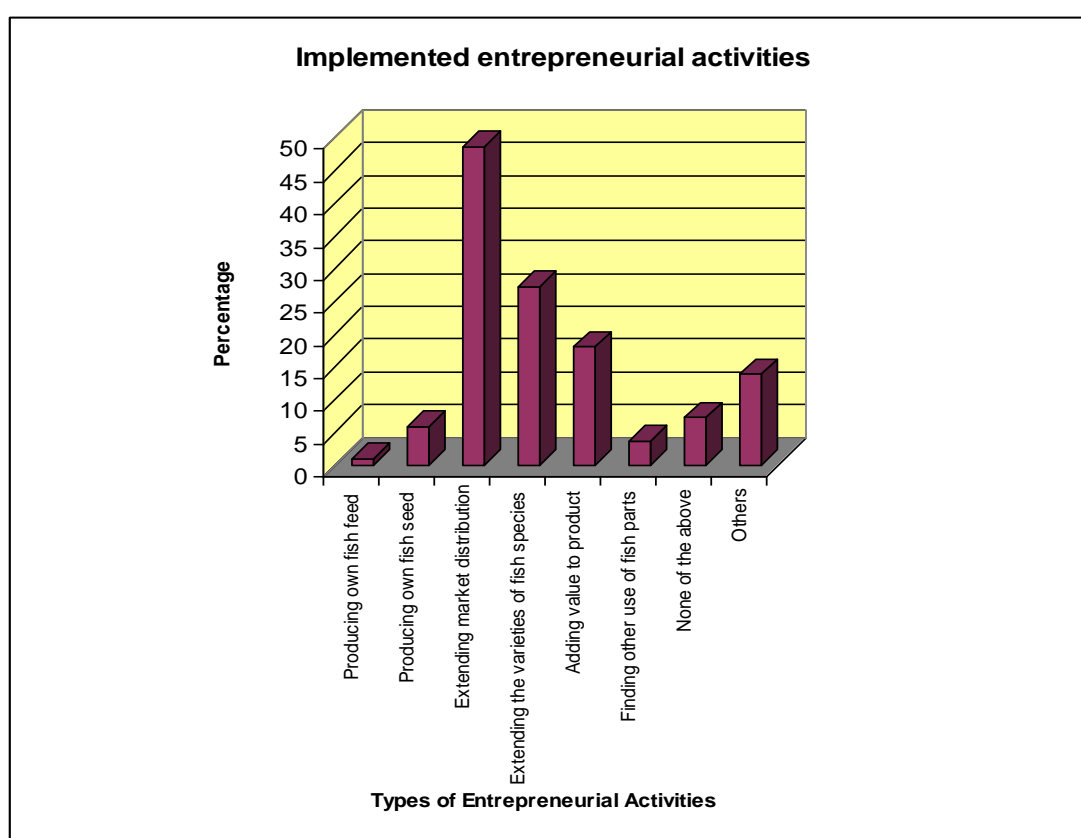
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mengilustrasikan tentang aktivitas entrepreneur yang telah dilakukan olah petani ikan yang ada di Jawa Tengah. Aktivitas tersebut adalah memproduksi pakan ikan, memproduksi benih, memperluas jangkauan pemasaran, penambahan spesies ikan budidaya, penambahan jenis produk, dan pemanfaatan bagian ikan lainnya.

Tabel 5. Prosentase penerapan kegiatan entrepreneur

Number	Jenis kegiatan entrepreneur	Prosentase (%)
1	Memperluas jangkauan pemasaran	48.5
2	Penambahan spesies ikan budidaya	27.3
3	Penambahan jenis produk	18
4	Lainnya	13.8
5	Tidak ada pada pilihan	7.8
6	Produksi benih ikan	5.8
7	Pemanfaatan bagian lain ikan	3
8	Produksi pakan ikan	1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel diatas, aktivitas entrepreneur yang paling banyak dilakukan oleh petani ikan di Jawa Tengah adalah memperluas jangkauan pemasaran (48.5%) dan menambah jenis spesies ikan budidaya (27.3%), dan penambahan jenis produk (18%). Aktivitas entrepreneur yang paling sedikit dilakukan adalah memproduksi benih ikan (5.8%), pemanfaatan bagian ikan yang lain (3%) dan produksi pakan ikan (1%).



Gambar 1. Persentase implementasi aktivitas entrepreneurial oleh petani ikan skala kecil di Jawa Tengah

Memperluas jaringan pemasaran ditemukan sebagai kegiatan yang paling banyak diimplementasikan oleh petani ikan di Jawa Tengah. Hal ini disupport oleh pendapat Morris dan Lewis (1995) yang percaya bahwa memperluas pasar merupakan kegiatan entrepreneurial yang paling utama dalam bisnis.

Penambahan spesies ikan budidaya merupakan kegiatan entrepreneurial terbesar kedua (27.3%) yang banyak diimplementasikan oleh petani ikan skala kecil di Jawa Tengah. Banyak petani ikan yang menambah jenis ikan yang dibudidayakan dengan menggunakan metode polikultur untuk meningkatkan penghasilan mereka. Hal senada dikemukakan oleh Kompas (2006) yang melaporkan bahwa petani ikan di Jawa Barat berhasil menaikkan penghasilan mereka hingga lima kali lipat dengan mengimplementasikan metode polikultur.

Penambahan jenis produk merupakan kegiatan entrepreneurial ketiga yang paling banyak diimplementasikan. Selain menjual ikan segar mereka juga menambahkan nilai dengan mengolahnya menjadi abon ikan, kerupuk ikan, bakso ikan dan nugget ikan (Suara Merdeka 2007c). Meskipun kegiatan ini baru diimplementasikan oleh sebagian petani ikan, akan tetapi dari beberapa pokdakan yang telah sukses, kegiatan penambahan nilai (adding value) ini memiliki prospek yang cukup bagus jika diimplementasikan oleh pokdakan-pokdakan di Indonesia.

Memproduksi benih sendiri merupakan salah satu kegiatan entrepreneurial yang tidak banyak diminati dan hanya ada 23 dari 400 responden (5.8%) yang melakukannya. Hal ini dikarenakan masih banyaknya petani ikan yang memilih untuk mendapatkan benih dari alam atau membeli dari pembenih ikan (Mantau, Rawung, & Sudarty 2004).

Hasil analisa menunjukkan bahwa hanya ada 3% dari responden yang telah memanfaatkan limbah ikan dan menjadikannya sebagai produk lain yang bisa dijual. Prosentase yang kecil ini mengindikasikan bahwa aktivitas ini belum banyak diimplementasikan. Hal ini kemungkinan terkait dengan kurangnya pengetahuan para petani ikan tentang bagaimana memanfaatkan limbah atau bagian lain ikan yang tidak dijual.

Analisa deskriptif menunjukkan bahwa hanya 1% dari 400 responden yang mengimplementasikan kegiatan pembuatan pakan ikan sendiri di Jawa Tengah. Hal ini kemungkinan besar berkaitan dengan kompleksitas pembuatan dan penyediaan bahan baku. Hal ini didukung oleh pendapat Djunaidah (1992) bahwa sebagian besar petani ikan di Indonesia lebih memilih untuk menggunakan pakan komersial dari pada harus memproduksi pakan ikan sendiri. Selain merasa kesulitan untuk mencari bahan baku, para petani ikan juga menganggap aktivitas ini menghabiskan banyak waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas entrepreneurial yang paling banyak dilakukan oleh petani ikan di Jawa Tengah adalah memperluas jangkauan pemasaran (48.5%), menambah jenis spesies ikan budidaya (27.3%), dan penambahan jenis produk (18%). Untuk aktivitas entrepreneur yang sedikit dilakukan oleh petani ikan adalah memproduksi benih ikan sendiri (5.8%), memanfaatkan bagian ikan yang lain (3%), sedangkan memproduksi pakan ikan sendiri merupakan kegiatan yang paling jarang diimplementasikan (1%).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada AusAID dan Swinburne University of Technology, Australia yang telah memberikan dukungan dana dan pemerintah Jawa Tengah yang telah membantu dalam pengambilan data.

REFERENSI

- Bocek, A (ed) 2008, 'Water harvesting and aquaculture for rural development, International Center for Aquaculture and Aquatic Environments', Auburn University, USA
- Bondad-Reantaso, MG (ed) 2007, 'Assessment of freshwater fish seed resources for sustainable aquaculture', FAO Fisheries Technical Paper, no. 501
- Carland, JW, Hoy, F, Boulton, WR & Carland, JA 1984, 'Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization', *Academy of management Review*, vol. 9, no. 2, pp. 354-359.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan 2005, 'The Added Value of Fish Skin Waste', KKP, Jakarta-Indonesia.
- Djunaidah, IS 1992, 'Aquafeed and feeding strategies in Indonesia', FAO Report
- Erondu, ES & Anyanwu, PE 2005, 'Potential hazards and risks associated with the aquaculture industry', *African Journal of Biotechnology*, vol. 4, no. 13, pp. 1622-1627.
- Havnes, PA & Senneseth, K 2001, 'A panel study of firm growth among SMEs in network', *Small Business Economics*, vol. 16, no. 4.
- Heruwati, ES 2002, 'Traditional fish processing: prospects and opportunities for development', *Jurnal Litbang Pertanian*, vol. 21, no. 3, pp. 92-99.
- Jackson, JE & Rodkey, GR 1994, 'The attitudinal climate for entrepreneurial activity', *The Public Opinion Quarterly*, vol. 58, no. 3, pp. 358-380.

- Kompas 2006, 'Pola polikultur kian diminati: udang, rumput laut, dan bandeng dibudidayakan dalam satu tambak (Many are more interested in polyculture: shrimp, seaweed, and milkfish are cultured in the same brackish water pond)', Kompas online newspaper, 24th March 2006
- Krause, A 2003, 'The European union's Africa policy: The commission as policy entrepreneur in the CFSP', *European Foreign Affairs Review*, no. 8, pp. 221-237.
- Mantau, Z, Rawung, JBM & Sudarty, 2004, 'The Effective and Efficient way to Carp Seedling'. *Jurnal Litbang Pertanian*, vol. 23, no. 2. pp. 68-73.
- Morris, MH, Avila, R & Teeple, E 1990, 'Sales management as an entrepreneurial activity', *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. x, pp. 1-15.
- Morrison, A 2000, 'Entrepreneurship: what triggers it?', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*, vol. 6, no. 2, pp. 59-71.
- Morris, MH 1995, 'The determinant of entrepreneurial activity: Implications for marketing', *European Journal of Marketing*, vol. 29, no. 7, pp. 31-48.
- New, MB, Tacon, AGJ & Csavas, I (eds) 1994, 'Farm-made aquafeeds: Report of the FAO/AADCP regional expert consultation on farm-made aquafeeds', *FAO Fisheries Technical Paper*, no. 343
- Nurdjana, ML 2006, 'Indonesian aquaculture development', RCA International Workshop on Innovative Technologies for Eco-Friendly Fish Farm Management and Production Safe Aquaculture Foods, Bali, Dec. 4-8 2006.
- Suara Merdeka 2007, 'Abon dan keripik lele, nendang banget.. (Shredded Catfish and Catfish crackers, delicious...)', Newspaper, 4th March 2007, Semarang, Indonesia.
- Susilowati, I 2005, *Report on Coastal Community development model (micro, small, middle, and cooperation business) to support food security in Pekalongan, Central Java, Diponegoro University, Indonesia.*
- Venugopal, V & Shahidi, F 1995, 'Value-added products from underutilized fish species', *Critical reviews in food science and nutrition*, vol. 35, no. 5, pp 431-453.
- Warta Pasar Ikan 2007, 'Kulit ikan limbah bernilai tambah (Added value of fish skin waste)',
<http://www.pusatagroindustri.com/2007/12/04/kulit-ikan-limbah-bernilai-tambah/>