

**ANALISIS USAHA IKAN LELE PADA CATFISH
BULILA DI DESA BULILA KECAMATAN
TELAGA KABUPATEN GORONTALO**

OLEH

**WELTON UWENTE
P22 170 33**

SKRIPSI

**untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana**



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS USAHA IKAN LELE PADA CATFISH BULILA DI DESA BULILA KECAMATAN TELAGA KABUPATEN GORONTALO



PEMBIMBING I

Ulfira Ashari, SP., M.Si
NIDN: 0906088901

PEMBIMBING II

Syamsir, SP, M.Si
NIDN: 0916099101

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS USAHA IKAN LELE PADA CATFISH BULILA DI DESA BULILA KECAMATAN TELAGA KABUPATEN GORONTALO

OLEH

WELTON UWENTE
P2217033

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Ulfira Ashari, SP., M. Si
2. Syamsir, SP., M. Si
3. Dr. Indriana, SP., M. Si
4. Dr. Zainal Abidin, SP., M. Si
5. Isran Jafar, SP., M. Si



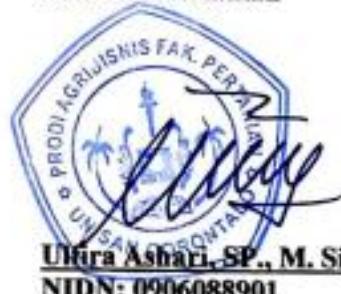
Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Ichsan Gorontalo



Dr. Zainal Abidin, SP., M. Si
NIDN: 0919116403

Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian



Ulfira Ashari, SP., M. Si
NIDN: 0906088901

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 1 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jika kamu tidak tahan dengan penatnya belajar,
maka kamu akan menanggung bahanyanya kehidupan
(Imam Syafi'i)

Kita bisa berbeda dalam hal kebenaran
namun kita memiliki visi yang sama dalam hal kebaikan
(Habib Husain Jafar)

Belajar tanpa Ilmu adalah buta.
Ilmu tanpa Belajar adalah sia-sia.
(Penulis)

Kupersembahkan untuk

- ❖ Orang tuaku tercinta yang telah membesar dengan penuh kasih sayang dengan ikhlas dan selalu mendoakan sepanjang waktu, memberikan motivasi, serta menuntun setiap langkahku.
- ❖ Keluargaku tercinta yang selalu memberikan dukuangan
- ❖ Dosen Jurusan Agribisnis yang telah membimbingku.
- ❖ Teman – Teman Seperjuangan Agribisnis 2017 yang selalu memberikan semangat

= ALMAMATER TERCINTA =
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

ABSTRACT

Welton Uwente. P2217033. Analysis of Catfish Business on Catfish Bulila in Bulila Village, Telaga District, Gorontalo Regency.

This study aims to determine the process of catfish production, analyze the marketing process of catfish, and determine marketing strategies for catfish in Catfish Bulila in Bulila Village, Telaga District, Gorontalo Regency. Data collection techniques through interviews and observation. The informants used were three informants using a questionnaire guide. Methods of data analysis using quantitative descriptive analysis and SWOT to formulate strategies. The results showed that the production process of catfish in Catfish Bulila is very concerned about quality for consumer satisfaction. Product marketing involves manufacturers and retailers from various restaurants. The strategy adopted by Bulila Catfish, namely continuing to maintain quality, service, and continuity, as well as improving distribution networks and partnerships.

Keywords: catfish, marketing, production, strategy



ABSTRAK

Welton Uwente. P2217033. Analisis Usaha ikan Lele Pada *Catfish* Bulila Di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi ikan lele, menganalisis proses pemasaran ikan lele, dan mengetahui strategi pemasaran ikan lele pada *Catfish* Bulila di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Informan yang digunakan yakni tiga informan dengan menggunakan panduan kuisioner. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan SWOT untuk merumuskan strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi ikan lele di *Catfish* Bulila sangat memperhatikan kualitas demi kepuasan konsumen. Pemasaran produk melibatkan produsen, pengecer yang berasal dari berbagai rumah makan. Adapun strategi yang ditempuh *Catfish* Bulila yaitu terus mempertahankan kualitas, pelayanan serta kontinuitas, serta meningkatkan jaringan distribusi dan kemitraan.



Kata Kunci : ikan lele, pemasaran, produksi, strate

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan maghfirah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“Analisis Usaha Ikan Lele Pada Catfish Bulila di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo”**. Skripsi ini disususn sebagai salah satu syarat untuk melakukan penelitian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Penulis menyadari dalam peyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Selaku ketua Yayasan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi Universitas Ichsan Gorontalo Dr. Juriko Abdussamad, S.E, M.Si.
2. Rektor Universitas Ichsan Gorontalo Bapak Dr.Abdul Gaffar La Tjokke.,M.Si
3. Dr. Zainal Abidin,SP.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Mengarahkan Dan Membimbing Dalam Penyusunan Skripsi.
5. Ulfira Ashari,SP.,M.Si Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Ichsan Gorontalo. dan juga selaku Pembimbing I Yang Telah Mengarahkan Dan Membimbing Dalam Penyusunan Skripsi.
6. Syamsir,SP., M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini
7. Seluruh Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang telah membimbing dan mendidik penulis selama studi di kampus Ini.
8. Kepada Ayah dan Ibu dan Adik tercinta yang selalu mendoakan keberhasilanku dan memberikan motivasi.
9. Seluruh teman - teman Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang tidak dapat sebutkan Satu Persatu yang telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan maupun saran yang bersifat membangun guna perbaikan agar lebih baik lagi.

Gorontalo, 1 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Usaha Ikan Lele	5
2.2. Produksi.....	7
2.3. Proses Pemasaran.....	8
2.4. Strategi Pemasaran.....	9
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.6. Kerangka Pemikiran.....	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	13
3.1. Waktu dan tempat Penelitian	13
3.2. Sumber Data	13
3.3. Teknik Pengumpulan Data	14
3.4. Metode Analisis Data.....	15
3.5. Definisi Oprasional	17

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1. Gambaran Umum.....	19
4.2. Kondisi Umum Usaha Ikan Lele di Catfish Bulila	20
4.3. Hasil dan Pembahasan Penelitian	21
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	33
5.1. Kesimpulan	33
5.2. Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	37
Lampiran 1. Kusioner.....	37
Lampiran 2. Dokumentasi	43
Lampiran 3. Surat Penelitian.....	44
Lampiran 4. Surat Pernyataan.....	45
Lampiran 5. Surat Rekomndasi Bebas Plagiasi	46
Lampiran 6. Turnitin	47

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.	Produksi Ikan Air Tawar di Gorontalo.....	2
2.	Matriks Analisis SWOT	16
3.	Biaya Tetap Usaha Ikan Lele <i>Catfish</i> Bulila Tahun 2021.....	21
4.	Biaya Variabel Persiklus Usaha Ikan Lele <i>Catfish</i> Bulila.....	22
5.	Penerimaan	22
6.	Keuntungan.....	23
7.	Analisis SWOT	29

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pikir	12

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan sektor perikanan adalah suatu proses perubahan tatanan masyarakat khususnya masyarakat peternak ikan air tawar yang lebih baik. Sumber daya perikanan yang dimiliki oleh Indonesia beragam dan berpotensi diantaranya perikanan hasil tangkap dan perikanan budidaya yang mengarah untuk kemajuan perekonomian Indonesia. Perikanan mempunyai peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya peningkatan kualitas dan kuantitas produk perikanan (Aslam,2021).

Budidaya ikan bertujuan untuk memperoleh hasil yang lebih tinggi atau lebih banyak dan lebih baik dari pada ikan tersebut dibiarkan hidup secara alami sepenuhnya. Beberapa teknik dalam pembudidayaan ikan pun dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas lahan perikanan yang tersedia (Faridah dkk, 2019).

Potensi pengembangan dibidang Perikanan begitu besar khususnya pada produksi ikan lele. Salah satu jenis perikanan yang menjadi minat dan banyak dicari saat ini adalah ikan lele. Selain itu, konsumsi ikan lele telah menjadi suatu kebutuhan yang harus dijamin ketersediaannya. Hal ini disebabkan karena tingginya permintaan ikan lele baik untuk kebutuhan konsumsi, kebutuhan rumah tangga maupun kebutuhan usaha kuliner (Amar dkk, 2022). Data tersebut dapat dilihat berdasarkan data BPS tahun 2015 hingga tahun 2017. Dimana produksi ikan air tawar pada tahun 2015 yang jumlahnya 4038,00 ton meningkat menjadi 7,151,92 ton.

Tabel 1. Produksi Ikan Air Tawar di Gorontalo

Wiayah Se Provinsi	Produksi Perikanan (Ton)		
	2015	2016	2017
Boalemo	491,00	226,00	553,62
Gorontalo	1834,00	703,00	3179,29
Pohuwato	62,00	228,00	191,95
Bone Bolango	774,00	370,00	59,95
Gorontalo Utara	186,00	103,00	23,14
Kota Gorontalo	127,00	449,00	3143,97
Provinsi Gorontalo	4038,00	2079,00	7151,92

Sumber Data : BPS Gorontalo, Tahun 2021

Pengembangan tersebut perlu didukung dengan ketersediaan pakan, nutrisi dan obat - obatan serta ketersediaan lahan guna menunjang majunya perikanan di daerah Gorontalo.

Daerah Gorontalo merupakan sentra budidaya ikan lele terutama di *Catfish* Bulila yang terletak di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. Ada berbagai macam ikan yang dibudidayakan ditempat itu salah satunya ikan lele jenis Sangkuriang.

Ikan lele merupakan ikan air tawar yang terkenal tahan terhadap penyakit. Selain itu juga, ikan lele merupakan air tawar yang memiliki nilai ekonomis. Ikan lele ini memiliki perbandingan rasio pakan menjadi daging yakni 1:1 dalam artian setiap penambahan pakan sebanyak 1kg akan menghasilkan 1kg pertambahan berat ikan lele, memiliki rasa yang enak, harga relatif murah, kandungan gizi tinggi, pertumbuhan cepat, mudah berkembang biak, toleran terhadap mutu air yang kurang baik, relatif tahan terhadap penyakit dan dapat dipelihara hampir semua wadah budidaya (Ciptawati & Rachman, 2021).

Permintaan ikan lele pada *Catfish* Bulila beberapa tahun terakhir ini semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya permintaan stok ikan lele dari berbagai sektor baik itu restoran, rumah makan, dikonsumsi sendiri maupun digunakan untuk pembibitan. Namun hal itu membuat Pihak tersebut kewalahan untuk memenuhi permintaan yang semakin hari semakin meningkat. Sehingga pihak tersebut harus menghubungi peternak - peternak ikan lele diluar *Catfish* bilamana stok ikan lele yang diminta pelanggan tidak sesuai dengan stok yang tersedia di *Catfish* Bulila.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana produksi ikan lele di *Catfish* Bulila?
2. Bagaimana proses pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila?
3. Bagaimana strategi pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila?

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui proses produksi ikan lele di *Catfish* Bulila.
2. Untuk menganalisis proses pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila.

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain :

1. Secara teoritis:
 - a) Dapat meningkatkan pengetahuan kita semua tentang tata cara produksi dan pemasaran ikan lele yang sesuai dengan standar operasional prosedur.

b) Dapat menambah output yang lebih banyak dari sejumlah input yang didapat sehingga memperoleh pengetahuan yang maksimal agar proses pemasaran bisa terjalankan dengan baik.

2. Secara Praktis

- a) Menjadi bahan masukan bagi *Catfish* Bulila guna untuk menjalin kerjasama yang lebih baik lagi dengan para peternak ikan lele diluar *Catfish*.
- b) Sebagai rujukan untuk *Catfish* Bulila di Kota Gorontalo dalam upaya peningkatan produksi budidaya ikan lele demi menambah jumlah output yang didapat dari budidaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Usaha Ikan Lele

Menurut Andriyanto (2005) “ikan lele merupakan ikan yang hidup di air tawar yang mudah dikenali karena tubuhnya yang licin, agak pipih memanjang, serta memiliki kumis yang panjang yang mencuat dari sekitar bagian mulutnya”. Sedangkan menurut Naiiyati (2007) “Ikan lele memiliki organ pernafasan tambahan yaitu *arborescent*. Alat pernafasan lele berupa insang berukuran kecil, sehingga lele sering mengambil oksigen di permukaan. *Arborescent* terletak di rongga insang bagian atas”.

Ikan lele termasuk ikan konsumsi air tawar yang sangat digemari oleh masyarakat. Seperti halnya ikan konsumsi lainnya, ikan lele memiliki karakteristik. Ada beberapa variasi warna tubuh ikan lele lokal (*Clarias batrachus*) di Indonesia, yaitu hitam agak kelabu (gelap), bulai (putih), merah, serta belang-belang hitam-putih dan hitam-merah. Warna pertama (hitam agak kelabu) yang paling banyak di Indonesia. Sementara itu, tiga warna terakhir banyak dipelihara sebagai ikan hias. Badan lele berbentuk memanjang dengan kepala pipih di bawah (*depresed*). Mulut berada di ujung/terminal dengan empat pasang sungut. Sirip ekor membundar, tidak bergabung dengan sirip anal. Sirip perut juga membundar jika mengembang.

Lele mempunyai senjata yang sangat ampuh dan berbisa berupa sepasang patil berada di sebelah depan sirip dada. Selain sebagai senjata, patil ini juga bisa dipergunakan ikan lele untuk melompat dari kolam atau berjalan diatas tanah.

Oleh karena itu, lele mempunyai predikat tambahan sebagai *walking Catfish*. Ada beberapa jenis (spesies) ikan lele, yaitu *Clarias batrachus*, *Clarias leiacanthus*, *Clarias nieuhofii*, dan *Clarias teesmanli*, *Clarias batrachus* termasuk jenis yang paling banyak dijumpai dan dibudidayakan, disamping terdapat di alam. Lele asli Indonesia ini (*Clarias batrachus*) juga banyak dipelihara di Taiwan. Diberbagai daerah, ikan lele diberi nama menurut bahasa daerah masing-masing, yaitu ikan lele (Pulau Jawa), ikan kalang (Sumatera), pintet (Kalimantan), dan ikan samelang (Makassar). Namun, nama yang paling populer ialah lele.

Dalam bahasa Inggris, ikan ini disebut *Cat fish*. Nama *Catfish* dipakai sebagai nama dalam perdagangan sehingga menjadi nama internasional. Disebut demikian, mungkin karena ikan ini berkumis seperti kucing (*cat*). Sebenarnya nama *Catfish* ini tidak hanya berlaku untuk ikan lele saja, tetapi juga bagi ikan lain yang berkumis seperti ikan baung (*genus Pangasius Macrones Siluria*, dan lain-lain). Sementara nama lele dumbo diberikan untuk ikan lele yang bersifat cepat tumbuh dan ukuran badannya besar dalam waktu relatif singkat. Tidak jelas siapa yang memberi nama itu tentu ini jasa dari media massa yang memberitakannya secara cepat dan luas. Ada yang mengatakan bahwa nama dumbo berasal dari kata dhomba (bahasa Jawa). Maksudnya adalah kambing domba yang cepat besar dan gemuk/berlemak banyak. Istilah tersebut mungkin kurang enak diucapkan oleh orang Indonesia sehingga lebih dapat diterima ucapan dumbo yang bisa diterapkan pada jumbo jet, yaitu pesawat terbang yang berbadan ekstra besar. Jadilah ikan lele yang berbadan besar dan tumbuh cepat itu disebut

lele dumbo. Memang penamaan itu enak didengar, mudah diucapkan, dan enak pula dimakan (rasanya).

Habitat ikan lele adalah semua perairan air tawar. Lele tidak pernah ditemukan hidup di air payau atau asin. Di sungai yang airnya tidak terlalu deras atau perairan yang tenang, seperti danau, waduk, telaga, rawa, serta genangan kecil merupakan lingkungan hidup ikan lele. Ikan lele mempunyai organ insang tambahan yang memungkinkan pengambilan oksigen dari udara di luar air. Oleh karena itu, ikan lele tahan hidup diperairan yang airnya mengandung sedikit oksigen. Ikan lele juga relatif tahan terhadap pencemaran bahan-bahan organik sehingga ikan ini mampu hidup di comberan yang airnya kotor. Ikan lele hidup dengan baik di dataran rendah sampai daerah perbukitan yang tidak terlalu tinggi. Apabila suhu tempat hidupnya terlalu dingin, misalnya di bawah 20° C, pertumbuhannya agak lambat. Di daerah pegunungan dengan ketinggian di atas 700 m diatas permukaan laut, pertumbuhan ikan lele kurang begitu baik.

2.2. Produksi

Menurut Wijaya, dkk(2020) “Produksi adalah proses menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa dalam suatu periode waktu dan memiliki nilai tambah bagi perusahaan”. Produksi juga bisa disebut sebagai proses penciptaan barang dan jasa. Barang dan jasa biasa diperjual belikan untuk dikonsumsi atau diperjual belikan kembali oleh masyarakat. Hal ini disebut juga hasil kegiatan operasi produksi.

Kata produksi telah menjadi kata Indonesia setelah diserap ke dalam pemikiran ekonomi bersamaan dengan kata distribusi dan konsumsi. Menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia, produksi diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil atau penghasilan. Istilah produksi berlaku untuk barang maupun jasa. Setiap produsen dalam melakukan kegiatan produksi diasumsikan dengan tujuan memaksimumkan keuntungan. Masalah pokok yang dihadapi produsen dalam melakukan kegiatan produksi adalah berapa output yang harus diproduksikan dan bagaimanakah cara mengkombinasikan berbagai input (faktor produksi) agar dapat menghasilkan output secara efisien (ADESy, 2016).

Menurut Assauri (2008) Produksi dikelompokkan dalam 2 jenis yaitu:

1. Proses produksi yang terus menerus (*Continuous Processes*) dalam proses ini terdapat waktu yang panjang tanpa adanya perubahan – perubahan dari pengaturan dan penggunaan mesin sertaperalatannya. Proses seperti ini terdapat dalam pabrik yang menghasilkan produknya untuk pasar.
2. Proses produksi yang terputus – putus (*Intermittent Processes*) dalam proses ini terdapat waku yang pendek dalam persiapan peralatan untuk perubahan yang tepat guna dapat menghadapi variasi produk yang berganti – ganti. Misalnya terlihat dalam pabrik yang menghasilkan produknya untuk atau berdasarkan pesanan.

2.3. Proses Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah ilmu pengetahuan yang berupaya dalam pemenuhan asumsi-asumsi untuk menciptakan nilai optimal bagi stakeholders dari setiap perubahan waktu, ketika terjadi perubahan nilai maka akan terjadi pula pada konsep pemasaran sesuai dengan tuntutan stakeholders dan perkembangan pasar (Swastha dan Irawan, 2008 dalam Kusumawardani, 2018).

Pemasaran adalah suatu rangkaian fungsi dari lembaga pemasaran yang dibutuhkan untuk mendistribusikan atau memindahkan produk dari titik produsen ke titik konsumen tingkat akhir. Demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah perpindahan barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen karena terdapat kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi melalui penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai (Kusumawardani 2018).

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan usaha perikanan. Usaha memperlancar kegiatan pendistribusian komoditas dari produsen ke konsumen merupakan faktor yang tidak boleh diabaikan dengan memilih saluran yang tepat. Konsep pemasaran adalah upaya dalam memfokuskan pada pasar dan berorientasi kepada seluruh pelaku agribisnis, baik dari produsen, lembaga pemasaran hingga konsumen. Namun, memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai kunci mencapai tujuan yang ingin dicapai. Pada akhirnya penerapan konsep pemasaran akan mencapai volume penjualan yang menguntungkan (Hadiyati, 2009 dalam Kusumawardani, 2018).

Berdasarkan penelitian di lapangan, terdapat tiga saluran pemasaran ikan lele dumbo di *Catfish* Bulila. Di *Catfish* Bulila menggunakan sistem penjualan 6 ekor per kilogram, 5 ekor per kilogram, dan 4 ekor per kilogram.

2.4. Strategi Pemasaran

Menurut Stantom (2013) “Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan - kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan”. Sedangkan menurut Melydrum dalam

Sudaryono (2016) “Pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif”.

Ada beberapa definisi lain mengenai pemasaran diantaranya adalah:

- a. Philip Kotler (*marketing*) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan proses pertukaran.
- b. Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.
- c. Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Fauziah, *et al* (2016) dengan judul Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Desa Mojomulyo Kecamatan Puger. Tujuan penelitian ini untuk pendapatan Pembudidaya ikan lele Dumbo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pengumpulan data menggunakan *Proporsional Cluster Random* Pengambilan Sampel dan Pengambilan Sampel bola salju.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu tempat dan metode penelitian yang berbeda, dimana peneliti sebelumnya menggunakan metode *Proposional Cluster* sedangkan penulis menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian terdahulu tempat untuk penelitian yang berbeda dan metode yang digunakan juga yang berbeda dimana penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif, analitis, dan metode korelasional sedangkan penulis menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian kedua dilakukan oleh Abidin, *et al* (2019) dengan judul Produk Teknologi Vietermin, heroter, dan *Complete* feet terintegrasi ternak unggas, ruminansia dan budidaya ikan lele (*Clarias*) di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango Provinsi Gorontalo. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan produksi dan pendapatan bagi peternak serta membudidaya ikan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskripsi.

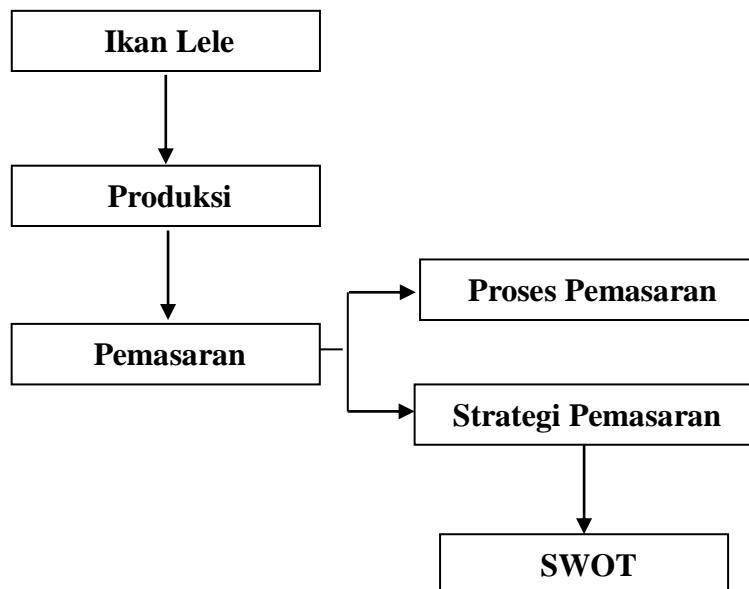
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu penelitian terdahulu tempat untuk penelitian yang berbeda dan metode analisis deskripsi untuk meningkatkan produksi dan pendapatan bagi peternak serta membudidayakan ikan., sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif untuk meminimalisir kekosongan stok ikan lele dan mengoptimalkan sistem produksi dan pemasaran.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Syarafina (2019) dengan judul Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau Kabupaten

Aceh Tamiang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran usaha ikan lele dengan analisis dengan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif yang diambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan khusus sehingga dari yang khusus diketahui hasil dari strategi pemasaran ikan lele dan bagaimana metode analisis SWOT dalam pemasaran usaha ikan lele tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi harga, kualitas, citra merek, tempat pengembangan usaha, promosi dan produksi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan metode SWOT untuk menganalisis strategi pemasaran usaha ikan lele. Sedangkan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui jumlah produksi ikan lele, untuk mengetahui kekosongan stok ikan lele ketika ada permintaan dari konsumen, untuk mengetahui strategi pemasaran ikan lele di *Catfish Bulila*.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan dari Bulan April Sampai dengan Juni Tahun 2022. Penelitian ini dilakukan di *Catfish* Bulila yang beralamat di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo. Alasan penulis untuk mengambil lokasi penelitian karena sebelumnya penulis pernah melakukan magang ditempat tersebut. Selain itu, penulis tertarik untuk meneliti produksi dan pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila.

3.2 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Metode ini biasa digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dengan menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dibuat. Selain itu, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara atau kuesioner.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari kegiatan observasi lapanagan dan hasil wawancara. Informan yang akan dimintai data sehubungan dengan judul penelitian yang diambil penulis yaitu : Pimpinan *Catfish* Bulila, Pembudidaya ikan lele dan konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung tentang objek yang diteliti yang berbentuk data, dokumentasi, literature dan lainnya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi lapangan, wawancara atau kuesioner dan dokumentasi kegiatan.

a. Observasi

Observasi adalah teknik awal yang digunakan oleh penulis untuk mengetahui tempat dan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan observasi untuk menganalisis tentang Pembudidayaan dan Pemasaran Ikan *Catfish* Bulila.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek yang akan diwawancarai secara langsung tentang bagaimana tata cara produksi dan pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila. Yang menjadi informan untuk penelitian ini yaitu :

1. Pemilik

Pemilik adalah orang yang mengelola data produksi dan pemasaran yang ada di *Catfish* Bulila.

2. Konsumen

Konsumen adalah orang yang menjadi pelanggan hasil produksi ikan lele yang ada di *Catfish* Bulila. Pengambilan sampel pedagang menggunakan *snowball sampling*.

3. Pemasok

Bila masyarakat terjadi kekurangan ikan lele di *Catfish* Bulila maka pemilik akan mencari stok ikan lele yang kurang di Peternak – peternak ikan lele.

3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sehingga datanya sudah penuh dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Analisis Produksi Dan Pemasaran Ikan Lele

Analisis ini dilakukan secara deskriptif dengan menyajikan data produksi dan proses pemasaran ikan lele di *Catfish* Bulila.

2. Strategi Pemasaran Ikan Lele

Strategi pemasaran ikan lele menggunakan analisis SWOT :

1. Kekuatan memperlihatkan apa yang dikerjakan dengan baik oleh perusahaan yang akan dibangun.
2. Kelemahan adalah masalah – masalah yang dihadapi organisasi bidang yang akan diperbaiki.
3. Kesempatan adalah suatu usaha yang dilakukan ketika ada peluang tersebut bisa diraih.

4. Ancaman adalah sesuatu yang dapat merusak organisasi bahaya yang sebaiknya harus dihindari.

Tabel 2. Matriks Analisis SWOT

Faktor Internal (IFAS)	<i>Strength (S)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	<i>Weaknesses (W)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
Faktor Eksternal (EFAS)		
<i>Opportunity (O)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal.	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi (W-O) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Threats (T)</i> Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal.	Strategi (S-T) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi (W-T) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Keterangan :

a. Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran pengusaha, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi S-T

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki pengusaha untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Hardianawati, 2006).

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau kontrak dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variabel tersebut. Variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu:

- a. Produksi merupakan sebuah proses dalam ekonomi untuk menciptakan, menghasilkan dan membuat barang dan jasa. Produksi mendefinisikan juga sebagai proses mengolah atau membuat sesuatu yang disebut *input* menjadi barang atau jasa yang disebut dengan *output*.
- b. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya.
- c. Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dan harta yang berlaku saat ini. Pendapatan juga dapat diartikan juga sebagai sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi

kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

- d. Usaha adalah sebuah kegiatan yang memeliki tujuan untuk mencari keuntungan ekonomi guna untuk menghidupi kehidupan sehari-hari.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.Gambaran umum Lokasi Peneltian

1.1.1. Sejarah Singkat *Catfish Bulila*

Usaha *Catfish Bulila* berdiri Pada tahun 2015. Perusahaan ini berada di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. Pada tahun 2015- 2017 kerja sama dengan masyarakat yaitu unit pemberian rakyat (UPR) ada 30 kolam terpal dan Pada tahun 2017 Perusahaan ini melakukan pendampingan manajemen dari *Pum Netherland* oleh Mr. Jos Scherboom dan pada tahun ini juga melakukan pelatihan selama dua minggu yang dibiayai oleh *Expert Pum Netherland*.

Di tahun 2017-2018 unit pemberian rakyat (UPR) melakukan pemijahan berbasis teknologi invitro di 9 kolam Pada tahun 2018 - 2020 sudah berbasis data dan teknologi mendapat hibah kolam sistem bioflok oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2019 ada kunjungan pengabdian dari prof. Sri dan para dosen Universitas Arilangga Fakultas Perikanan. Dan pada tahun ini *Catfish Bulila* proses budidaya perikanannya menggunakan air tawar yang memenuhi standar operasional prosedur ikan lele. pada tahun yang sama ada *entrepreneurship training* metode cefe 5.0 yang dilakukan oleh Bapak Jerri Irgo. Pada tahun 2020 *Catfish Bulila* sudah melakukan lele vakum beku dan menggunakan produk masaro untuk fermentasi pakan.

1.1.2. Visi dan Misi Catfish Bulila

“Resourse, Environment, Sustainable”

Melalui kalimat ini yang memiliki arti sumber, lingkungan dan berkelanjutan mengandung makna bahwa *Catfish* Bulila dalam melakukan usahanya sangat memperhatikan sumber dalam hal ini sumber pakan yang akan diberikan pada ikan lele, kemudian lingkungan yang bermakna bahwa limba yang akan dikeluarkan dalam kegiatan budidaya lele di *Catfish* Bulila tidak akan merusak lingkungan, bahkan diharapkan dapat memberikan dampak positif pada lingkungan. Serta berkelanjutan yang bermakna bahwa kegiatan yang dilakukan oleh *Catfish* Bulila akan dapat terus dilakukan artian harus menjaga usaha di *Catfish* Bulila harus terus berjalan dengan menggunakan segala strategi yang ada.

4.2.Kondisi Umum Usaha Ikan Lele di Catfish Bulila

Usaha ikan lele adalah salah satu bisnis yang cukup menjanjikan karena pada dasarnya memang sangat menguntungkan. Hal ini ditinjau dari permintaan pasar terhadap ikan lele di *Catfish* Bulila yang semakin meningkat dari tahun ketahun. Jenis ikan lele yang paling banyak dibudidayakan adalah ikan lele dumbo. Usaha Budidaya Ikan Lele di *Catfish* Bulila sudah berdiri sejak enam tahun te rakhir. Berdasasarkan hasil wawancara dan pengambilan data melalui kuesioner di Lapangan, diketahui bahwa usaha ikan lele ini merupakan usaha yang cukup menguntungan bagi pihak produsen, pemilik *Catfish* dan konsumen. Ikan lele yang biasa dijual atau dipasarkan adalah ikan lele yang sudah siap

dikonsumsi atau dipasarkan atau umur ikan minimal 3 - 4 bulan dari sejak penebaran benih.

4.3. Hasil dan Pembahasan Penelitian

4.3.1. Proses Produksi Ikan Lele di *Catfish* Bulila

Untuk mengetahui salah satu dari tujuan penelitian yaitu mengetahui proses produksi ikan lele, maka dengan itu proses produksi ikan lele yang dilakukan oleh pihak pihak *Catfish* yaitu dengan membeli ikan lele yang sudah siap dipanen dari pembudidaya atau umur ikan berusia 3-4 bulan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen dan juga meminimalisir kekosongan ketika permintaan sudah melebihi kapasitas produksi yang ada. Sebelum ikan dijual ke konsumen, terlebih dahulu ikan ditampung di kolam yang sudah disediakan oleh *Catfish*. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas ikan agar tetap sesuai dengan permintaan konsumen. Karena proses pengambilan ikan yang berada di *Catfish* berasal dari tempat yang berbeda - beda sehingga ukuran maupun kualitas yang dihasilkan juga berbeda – beda. Maka dari itu pihak *Catfish* menyediakan kolam khusus untuk merawat kembali tanpa memberi makan selama 3 (tiga) hari dan memberikan *probiotic* atau *everlac* untuk mengubah warna kulit dan menambah kekebalan tubuh pada ikan agar ikan yang dijual sesuai dengan permintaan konsumen. Adapun tabel rincian produksi *Catfish* Bulila sebagai berikut :

Tabel 3. Biaya Tetap Usaha Ikan Lele *Catfish* Bulila Tahun 2021

Biaya Tetap Pertahun					
No	Uraian	Satuan (Bulan)	Harga	Nilai	
1	Listrik	12	100.000	1.200.000	
Total					1.200.000

Sumber : *Catfish* Bulila Tahun 2021

Menurut tabel 3 menunjukkan bahwa total biaya tetap usaha ikan lele *Catfish* Bulila adalah 1.200.000 yang meliputi biaya listrik. Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan setiap tahun dengan jumlah yang tetap.

Tabel 4. Biaya Variabel Persiklus Usaha Ikan Lele *Catfish* Bulila

BIAYA VARIABEL PER KOLAM PER SIKLUS					
No	Uraian	Volume	Satuan	Harga	Nilai
1	Benih (5 6cm)	2500	Ekor	400	1.000.000
2	Pakan apung 1 mm Preo MS, protein 34%	3	Sak	395.000	1.185.000
3	Pakan apung 2 mm T 78, protein 24%	6	Sak	310.000	1.860.000
4	Pakan apung 3 mm T 78,24%	4	Sak	300.000	1.200.000
5	Probiotik aquenzime	60	gr	320	19.200
6	Fermentasi Koci Masaro	105	Lt	1.000	105.000
Total					5.369.200
6 kolam					32.215.200
Biaya variable 1 tahun 3 siklus					96.645.600

Sumber : *Catfish* Bulila Tahun 2021

Dilihat dari tabel 4 menunjukkan biaya variabel setiap siklus, satu siklus berlangsung selama 3 bulan dan jumlah kolam berjumlah 6 kolam yang setiap kolamnya memerlukan biaya sebesar 5.369.200 setiap siklusnya atau setiap 3 bulan yang jika dikalikan 6 kolam menjadi 32.215.200 dan setiap tahunnya 6 kolam tersebut selama satu tahun memerlukan biaya sebesar 96.645.600.

Tabel 5. Keuntungan

KEUNTUNGAN 3 Siklus (1 Tahun)		
No	Uraian	Nilai
1	Biaya Tetap	1.200.000
2	Biaya Variabel	96.645.600
		55.154.400

Sumber : *Catfish* Bulila Tahun 2021

Pada tabel 5 menunjukkan keuntungan yang merupakan keuntungan bersih hasil pengurangan penerimaan dan pengeluaran. Dapat dilihat dari tabel bahwa total penerimaan adalah 153.000.000 dan pengeluaran 97.854.600 sehingga keuntungan bersih setiap tahunnya adalah 55.154.400

4.3.2. Proses Pemasaran Ikan Lele di *Catfish* Bulila

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang menghubungkan dimulai dari titik produsen primer sampai ke konsumen, termasuk kegiatan - kegiatan yang dilakukan oleh lembaga - lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat yaitu

1. Produsen

Produsen merupakan pihak yang memproduksi barang, dalam hal ini *Catfish* Bulila merupakan produsen. *Catfish* Bulila terletak di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Catfish* Bulila merupakan usaha sendiri yang bergerak di bidang perikanan yaitu membudidayakan ikan lele. *Catfish* Bulila terdapat ikan lele dengan ukuran kecil (bibit) dan ukuran sedang (konsumsi). *Catfish* Bulila menggunakan metode pembesaran, yaitu membeli bibit ikan lele dan memeliharanya lalu menjualnya ketika berukuran sedang atau ukuran konsumsi.

2. Pengecer

Pengecer merupakan pihak yang membeli barang dari produsen yang telah disortir dan kemudian akan dijual kembali kepada konsumen. Ikan lele yang dibeli oleh pengecer pada konsumen adalah ikan lele yang berukuran sedang atau ukuran konsumsi. Umumnya pengecer membeli ikan dalam jumlah banyak dan menjualnya kembali dengan jumlah yang lebih sedikit dan harga yang sedikit lebih mahal daripada konsumen. Target para pengecer adalah para masyarakat selaku konsumen akhir ataupun pihak yang memiliki tempat makan yang akan menjualnya dalam bentuk olahan masakan.

3. Konsumen

Konsumen pada *Catfish* Bulila meliputi masyarakat yang akan mengonsumsi langsung dan para pemilik warung makan yang akan mengolahnya lalu menjualnya kembali. *Catfish* Bulila telah memiliki konsumen tetap diantaranya para peminat ikan lele dan para pemilik warung makan. Biasanya para konsumen langsung mendatangi tempat usaha *Catfish* Bulila dan membeli langsung pada tempatnya. Terdapat layanan bagi konsumen yang dilakukan oleh produsen yaitu membersihkan ikan yang akan dibeli, hal ini umumnya diminta oleh konsumen yang akan mengonsumsinya langsung yaitu para peminat ikan lele. Selain itu, pembelian langsung di tempat usaha membuat konsumen mendapatkan pilihan yang lebih banyak untuk membeli ikan sesuai selera.

4.3.3.Strategi Pemasaran Ikan Lele di *Catfish* Bulila

Dalam strategi pemasaran terdapat faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran. Faktor internal yaitu aspek untuk mendapatkan keberlanjutan produksi (stok barang) itu dilakukan adalah memperhatikan penerapan SOP budidaya perikanan air tawar mulai dari pemilihan benih, standarisasi kolam, standarisasi air yang digunakan, standarisasi pakan, pemenuhan suplemen atau nutrisi, standarisasi penyortiran, standarisasi panen, standarisasi perlakuan pasca panen kemudian kompetensi SDM sebagai pengelola. Adapun faktor eksternal yaitu terkait dengan keberlanjutan pengelolaan pasar baik pasar yang sudah menjadi pelanggan tetap maupun pasar baru, untuk memelihara pelanggan tetap maka diperlukan penguatan pada aspek pelayanan costumer yang ditambah ditambah dengan edukasi manfaat produk.

1. *Strength* (kekuatan)

- a. Pada tahap ini pihak *Catfish* Bulila menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yaitu dari mulai pemilihan benih, standarisasi kolam, standarisasi air yang digunakan, standarisasi pakan, pemenuhan suplemen antar nutrisi, standarisasi penyortiran, standarisasi panen, standarisasi pasca panen, dan sdm juga sebagai pengelola.
- b. Tentang proses penjualan ikan air tawar dalam hal ini ikan lele dengan memperhatikan relasi dengan menjalin hubungan kerja sama melalui pemerintahan, legislative, restoran, dan kampus. Hal ini dilakukan agar memperluas pemasaran ikan lele supaya dikenal oleh banyak orang.

Selain itu, ketersediaan lahan dan ketersediaan air serta peluang pasar dan sumber daya manusia yang ada di *Catfish* juga menjadi penunjang usaha mengingat yang ada pada budidaya sangat minim.

2. *Weakness* (kelemahan)

- a. Tidak adanya tenaga kerja tetap, hal ini dikarenakan tidak adanya kegiatan pencarian atau pengiklanan untuk mencari karyawan baru. Selain itu faktor lainnya adalah masih mampunya sang pengelola untuk mengelola tempat usahanya sendiri, kendala karyawan akan terasa jika sang pengelola mendapat kesibukan di tempat yang jauh seperti mengantarkan lele pada konsumen di tempat yang jauh. Selama ini kegiatan di *Catfish* Bulila ketika sang pengelola tidak ada dilakukan oleh mahasiswa magang yang umumnya tidak bertahan lama yang dikarenakan aktivitas lain di kampus.
- b. Kebutuhan pakan yang kurang tersedia. Kebutuhan pakan merupakan faktor kelemahan lainnya, yaitu ketika *Catfish* Bulila membutuhkan pakan dalam jumlah yang besar yaitu di atas dari 50 kg yang umumnya dikemas di karung tidak tersedia di Kota Gorontalo, umumnya di toko pakan ikan hanya menyediakan pakan dalam jumlah yang sedikit atau di ecer. Hal ini menjadi faktor penghambat atau faktor kelemahan dalam budidaya ikan lele karena harus pergi ke luar daerah Gorontalo untuk membelinya, pengantaran yang memakan waktu yang cukup lama akan mempengaruhi teknik budidaya ikan lele seperti kekurangan pakan demi menunggu pakan yang dipesan datang.

3. *Opportunity* (peluang)

Ada beberapa tahap peluang yang perlu diperhatikan yaitu:

- a. Sudah banyak dikenal di kalangan masyarakat
- b. Banyaknya pendatang atau orang rantauan yang menjadi peminat ikan lele
- c. Permintaan akan ikan lele tinggi atau sudah banyak masyarakat Gorontalo yang sudah banyak mengkonsumsi ikan lele termasuk rumah makan yang sudah menjual yaitu Rumah Makan Suapin, Rumah Makan Wongsolo, Babelanja.Com (Omart) dan Rumah Makan T-ros.

4. *Threats* (Ancaman)

Hal yang menjadi tantangan terberat untuk menjalankan usaha ini yaitu:

- a. Minat masyarakat terhadap ikan laut lebih tinggi dibandingkan ikan lele.

Proses pemasaran ikan laut lebih dominan dibandingkan dengan ikan air tawar khususnya ikan lele. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang pentignya mengkonsumsi ikan lele. Alasan masyarakat lebih memilih mengkonsumsi ikan laut dari pada ikan lele karena selain harga yang terjangkau ikan laut juga merupakan ikan yang lebih sering dikonsumsi oleh masyarakat lokal.

- b. Sudah banyak produsen ikan lele di Gorontalo

Persaingan sering terjadi dikalangan sesama penjual ikan air tawar baik dari segi jarak ke konsumen, kualitas dan harga. Biasanya pelanggan akan memilih ikan ditempat lain karena terkendala oleh jarak yang akan mempengaruhi waktu pengadaan ikan. Jika hal ini terus terjadi maka tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memilih untuk membeli ikan ditempat lain dari pada mengambil ikan di *Catfish Bulila*.

c. Bibit ikan lele pemasok memiliki ukuran dan warna beragam

Untuk menjalankan usaha ini dibutuhkan kedisiplinan kerja untuk pemeliharaan ikan lele. Karena ikan lele yang diambil dari pembudidaya memiliki ukuran dan warna yang berbeda – beda, di *Catfish Bulila* menyediakan berbagai ukuran namun dalam jumlah yang terbatas, selain ukuran warna ikan lele di *Catfish Bulila* juga berwarna hitam. Ikan lele yang disukai konsumen adalah ikan yang berukuran berkisar antara 5-6 ekor/kg dan berwarna gelap. Ketika banyaknya permintaan terkadang *Catfish Bulila* mengambil stok ikan di tempat lain dengan criteria ikan yang berbeda seperti ukuran yang lebih kecil atau kurus dan berwarna kekuningan. Jika hal ini terus terjadi maka kemungkinan penjualan *Catfish Bulila* akan menurun dikarenakan pelanggan tidak puas dengan ikan yang dibeli tidak sesuai dengan permintaan.

Tabel 7 Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strengths (S)	Weakness (W)
	<p><i>Strengths (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahap ini pihak <i>Catfish Bulila</i> menerapkan SOP. 2. Dengan menjalin hubungan kerjasama melalui pemerintahan, legislatif dan kampus 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya tenaga kerja tetap 2. Kebutuhan jumlah pakan yang tidak tersedia di daerah lokal.
<i>Oportunity (O)</i>	<p><i>Strategi S-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah banyak dikenal di kalangan masyarakat. 2. Banyaknya pendatang (rantauan) yang menjadi peminat ikan lele. 3. Permintaan akan ikan lele yang tinggi. 	<p><i>Strategi W-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun kerjasama dengan lebih banyak pihak dalam menginklukan ikan lele <i>Catfish Bulila</i>. 2. Mendekati masyarakat yang berpotensi menjadi konsumen ikan lele. 3. Melakukan pencarian karyawan tetap yang berasal dari mitra. 4. Saling bertukar informasi tentang ketersediaan pakan ikan lele yang diinginkan melalui mitra maupun para konsumen.
<i>Threats (T)</i>	<p><i>Strategi S-T</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minat masyarakat pada ikan air laut lebih tinggi. 2. Banyaknya produsen ikan lele di Gorontalo. 3. Bibit ikan lele memiliki warna dan ukuran beragam. 5. Mempertahankan kualitas dan pelayanan <i>Catfish Bulila</i> agar tidak kehilangan konsumen. 	<p><i>Strategi W-T</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Mengatur kebutuhan ikan lele di <i>Catfish Bulila</i> lebih efisien untuk menunjang ketersediaan ikan yang disukai konsumen.

Keterangan :

➤ Strategi S-O

1. Membangun kerjasama dengan lebih banyak pihak dalam mengiklankan ikan lele *Catfish* Bulila. Iklan yang dimaksud adalah dengan menjelaskan kelebihan dari *Catfish* Bulila. Kelebihan ini dijelaskan kepada berbagai pihak yang berpotensi sebagai konsumen ikan lele.
2. Mendekati masyarakat yang berpotensi menjadi konsumen ikan lele. Masyarakat yang dimaksud berpotensi menjadi konsumen ikan lele adalah orang-orang yang menngemar mengonsumsi ikan lele, para pemilik rumah makan dan para pengecer ikan lele. Konsumen-konsumen ini diusahakan untuk didekati sebanyak mungkin hingga tertarik untuk menjadi konsumen *Catfish* Bulila.

➤ Strategi W-O

3. Melakukan pencarian karyawan tetap yang berasal dari mitra. Karyawan atau pekerja yang berasal dari mitra memiliki keuntungan akan pahamnya tentang ikan lele serta lebih dapat dipercaya, selain itu dapat mempererat hubungan kerja antar pengusaha.
4. Saling bertukar informasi tentang ketersediaan pakan ikan lele yang diinginkan melalui mitra maupun para konsumen. Hal ini merupakan solusi terbaik dalam hal penyediaan pakan, dengan adanya informasi ini pemilik *Catfish* Bulila akan lebih mudah untuk mengadakan pakan ikan lele.

➤ Strategi S-T

5. Mempertahankan kualitas dan pelayanan *Catfish* Bulila agar tidak kehilangan konsumen yaitu mamastikan temapat pembudidayaan bersih dan nyaman, menjaga kebersihan tubuh ikan lele agar lebih bersih, kurang berlendir, baunya kurang membekas, serta memerhatikan kualitas ikan dari segi tektur daging agar tetap lembut dan tidak keras. Ini merupakan sebuah keharusan untuk mempertahankan konsumen, cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan seperti mengantarkan produk ke lokasi konsumen dan layanan untuk membersikan ikan lele sehingga konsumen dapat langsung memasaknya.

➤ Strategi W-T

6. Mengatur kebutuhan ikan lele di *Catfish* Bulila lebih efisien untuk menunjang ketersediaan ikan yang disukai konsumen. Hal ini berarti pihak *Catfish* Bulila harus menyediakan ikan lele dalam berbagai ukuran terutama ukuran konsumsi secara efisien untuk mendapatkan kepercayaan konsumen akan tersedianya ikan lele yang disukai konsumen.

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa untuk IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*), sedangkan untuk EFAS (*External Factor Analysis Summary*) adalah peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*). Hubungan dari IFAS dengan EFAS dapat menimbulkan beberapa strategi yang nantinya akan digunakan oleh pengusaha ikan lele . Strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut:

Berdasarkan analisis SWOT pada usaha ikan lele di *Catfish* Bulila menggunakan strategi ST (*Strength Threat*). Berikut ini adalah implementasi strategi yang dapat dilakukan *Catfish* Bulila agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatannya dan semaksimal mungkin.

1. Mempertahankan kualitas, pelayanan, serta kontinuitas. Mempertahankan kualitas yang baik tentunya tahap demi tahap kegiatan harus mematuhi prosedur yang ditetapkan dan sesuai dengan SOP yang telah dibuat, dengan itu kualitas dapat dipertahankan. Sistem akan terus berkembang dengan adanya sharing atau saling belajar antar pembudidaya maupun para konsumen agar kualitas dapat dipertahankan dalam usaha ikan lele ini. Penerapan manajemen keuangan juga harus dilakukan dengan baik supaya pengeluaran dapat diminimumkan dan pemasukan dapat dimaksimumkan dengan menjalankan manajemen keuangan yang disiplin.
2. Meningkatkan kualitas, jaringan distribusi dan kemitraan Penerapan Standar Oprasional Prosedur (SOP) yang baik dapat meningkatkan kualitas maupun kuantitas hasil yang diharapkan. Pembuatan SOP pada *Catfish* Bulila ini perlu diterapkan agar mendapatkan output yang baik. Kualitas yang baik serta dengan ikan lele yang bagus akan meningkatkan penjualan karena konsumen percaya dan merasa puas dengan ikan lele yang dijual. Perluasan wilayah atau jangkauan pemasaran perlu ditingkatkan supaya permintaan juga meningkat dan pada akhirnya produksipun meningkat guna memperluas jaringan distribusi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk mengetahui proses produksi ikan lele yang ada di *Catfish* Bulila sebelum dipasarkan, terlebih dahulu ditampung di kolam yang sudah disediakan. Penampungan ikan tersebut dilakukan untuk membuat hasil produksi memiliki kualitas yang bagus, sehingga membuat konsumen puas dengan ikan lele yang dihasilkan. Hal yang demikian menyebabkan jumlah produksi yang dihasilkan oleh pihak *Catfish* Bulila setiap tahunnya sampai memerlukan biaya sebesar Rp. 96.645.600.
2. Untuk mengetahui proses pemasaran yang dilakukan oleh pihak *Catfish* maka hal yang dapat dilakukan dalam mendistribusikan hasil produksi yaitu dilakukan dengan melibatkan beberapa lembaga yang dimulai dari melibatkan pihak produsen, pengecer, hingga dapat di distribusikan pada konsumen.
3. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dalam mencapai sebuah pemasaran yang baik tentu perlu adanya strategi yang dilakukan. Strategi yang dilakukan ialah mempertahankan kualitas, pelayanan, serta kontinuitas dan meningkatkan kualitas, jaringan distribusi dan kemitraan.

5.2. Saran

1. Bagi pengusaha ikan lele untuk lebih memaksimalkan strategi dalam proses produksi dan pemasaran agar dapat lebih meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi pengusaha.
2. Bagi pemerintah adalah bisa lebih ikut serta dalam mendukung kegiatan budidaya ikan lele di *Catfish* Bulila karena bisa jadi usaha ini dapat membangun desa dan serta masyarakat setempat.
3. Bagi Mahasiswa yang ingin melanjutkan penelitian diharapkan untuk lebih maksimal lagi dalam menggali informasi mengenai budidaya dan distribusi penjualan ikan lele di *Catfish* Bulila.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. et al. 2019. *Produk Teknologi Vietermin,heroter, dan Complete feed Terintegrasi ternak unggas, rominansia dan budidaya ikan lele (clarias) di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango Provinsi Gorontalo. Prosiding seminar Nasional Universitas Serambi Mekkah.* 2 (1).
- Amar M. I, B Martana, R Rizal & A N Hidayat. 2022. *Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Masyarakat Tentang Pengolahan Hasil Budidaya Ikan Lele Melalui Diversifikasi Pada Olahan Ikan Lele.* Jurnal Masyarakat Mandiri.6.
- Andrianto, I.T.T. 2005. *Pedoman Praktis Budidaya Ikan Lele.* Absolut.Yogyakarta.
- Aslam M.F. 2021. *Pendirian Unit Bisnis Pengolahan Pakan Benih Ikan Lele Pada Pokdakan Karya Mandiri Sejahtera Bogor.* Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor.
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi.* Edisi 4. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ciptawati E & I B Rachman. 2021. *Analisis Perbandingan Proses Pengolahan Ikan Lele Terhadap Kadar Nutrisinya.* *Indonesian Journal of Chemical Analysis (IJCA).* 4.
- Faridah, S. Diana & Yuniati. 2019. *Budidaya Ikan Lele Dengan Metode Bioflok Pada Peternak Ikan Lele Konvesional.* Jurnal pengabdian kepada masyarakat. 1.
- Fauziah, A. F., Agustina, T., & Hariyati, Y. (2016). Analisis Pendapatan dan Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Desa Mojomulyo Kecamatan Puger.JSEP.9 .(1) Maret.
- ITEBA.(2021). *Ini Dia Perbedaan Metode Penelitian Kulaitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan.* (Internet). <https://iteba.ac.id/blog/perbedaan-metode-penelitian-kualitatif-kuantitatif-gabungan/>. (diakses pada tanggal 24 september 2022).
- Najiyati, S. 2007. *Memelihara Lele Dumbo di Kolam Taman.* Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rizal,M. 2018. *Margin dan Efisiensi Pemasaran lada (Piper nigrum linn) di Desa Saotengnga kecamatan Senjai Tengah Kabupaten Senjai.* Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran.* Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Suyanto, S.R.2007. *Budi Daya Ikan Lele*. Depok:Niaga Swadaya.
- Syarafina,L.2019. *Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Rantau*.Medan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Syafnidawaty. 2020. *Analisis*. rahararja.ac.id/2020/11/14/analisis/. Diakses pada: 5 Desember 2021.
- Syarafina, L. 2019. *Strategi Pemasaran Usaha Ikan Lele di Desa Alur Cucur Kecamatan Ranrau Kabupaten Aceh Tamiang*.Medan : Program Studi Ekonomi Islam.
- Wijaya, dkk(2020) “*Produksi adalah proses menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa dalam suatu periode waktu dan memiliki nilai tambah bagi perusahaan*”.
- Yuliyanti, F. et al. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman : CV. Budi Utomo.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuisisioner 1

ANALISIS USAHA IKAN LELE DI CATFISH BULILA

A. Karakteristik Informan

1. Nama informan :
2. Alamat informan :
3. Usia : Tahun
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan :
6. Lama Berusaha : Tahun
7. Pekerjaan :

1. Berapa modal awal usaha budidaya ikan air tawar anda?

Jawaban : Modal awal 180 jt.

2. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk pembelian bibit ikan dalam setiap kali panen?

Jawaban: Dalam 1 Kolam 1.000 Ekor Biaya 4 jt.

3. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk pakan setiap sekali panen?

Jawaban: pakan 1 2.250 jt dari penebaran sampai panen.

4. Dari manakah sumber modal yang anda gunakan?

Jawaban: Dana pribadi ditambah dana hibah dan APBN KKP.

5. Berapa biaya yang anda keluarkan untuk pemeliharaan kolam setiap tahunnya?

Jawaban: Biaya pemeliharaan kolam pertahun 9 jt alokasi.

6. Berapa rata-rata hasil produksi budidaya ikan air tawar anda dalam 1 tahun?

Jawaban: Rata-rata hasil produksi 120 jt.

7. Berapa jumlah produksi ikan anda perbulan ?

Jawaban: Produksi 8 jt perbulan.

8. Berapa jumlah pemasaran ikan anda perbulan?

Jawaban: Sekitar 350 sampai 400 kg.

9. Dalam pemasarannya apakah anda menjalin kemitraan/kerjasama?

Jawaban: Ya menjalin kerja sama.

10. Apakah dengan adanya covid 19 ini berpengaruh terhadap pendapatan?

Jawaban: Ya malah mengalami kenaikan omset.

Kuisioner 2

ANALISIS USAHA IKAN LELE DI *CATFISH BULILA*

B. Karakteristik Informan

1. Nama Informan :
2. Alamat Informan :
3. Usia : Tahun
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan :
6. Lama Berusaha : Tahun
7. Pekerjaan :

1. Apa latar belakang bapak/ibu mendirikan usaha ini?

Jawaban: Kebutuhan pendapatan.

2. Sejak kapan bapak/ibu mendirikan usaha ini?

Jawaban: Sejak tahun 2004 sudah mendirikan usaha ini.

3. Berapa modal yang bapak/ibu untuk memulai usaha ini?

Jawaban: Modal awal 250 ribu.

4. Jenis ikan apa saja yang di budidayakan di tempat bapak/ibu?

Jawaban: Ikan nila, ikan mas dan ikan lele.

5. Dimana bapak membudidayakan ikan-ikan tersebut?

Jawaban: Di kolam tanah, kolam terpal dan kolam beton.

6. Bagaimana cara mempercepat pertumbuhan bobot ikanlele ?

Jawaban: Dengan memberikan pakan protein tinggi yang standarisasinya 29 sampai 30 protein.

7. Biasanya pada umur berapa ikan lele akan dipanen?

Jawaban: 3 sampai 4 bulan sejak dari penebaran benih.

8. Kemana saja ikan lele akan dipasarkan?

Jawaban: Ke user dan konsumen atau mitra *Catfish Bulila*.

9. Kapan penambahan air pada kolam harus dilakukan?

Jawaban: Saat terjadi perubahan air.

10. Kapan pergantian air kolam harus dilakukan?

Jawaban: Di saat air berbau dan melihat kualitas air berubah warna.

11. Dari mana sumber modal yang anda gunakan?

Jawaban: modal yang digunakan ialah modal sendiri.

12. Berapa biaya yang anda keluarkan dalam untuk pembelian bibit ikan lele dalam setiap kali panen?

Jawaban: Untuk 10 kolam terdapat 20 ribu bibit ikan lele yang di mana setiap kolamnya berisi 2 ribu bibit ikan lele. Jadi biayanya perkolam Rp.1 juta.

13. Berapa rata-rata hasil produksi budidaya ikan ikan lele anda dalam setahun?

Jawaban: setiap kolam dapat menghasilkan Rp 1.000.000 setiap tahunnya dengan pengeluaran sebesar Rp 560.000 sehingga pendapatan sebesar Rp 440.000 per kolam. Jadi, dalam 10 kolam pendapatan setiap tahun adalah Rp. 4.400.000

14. Berapa jumlah produksi anda dalam setahun?

Jawaban: jumlah produksi hasil persiklus mencapai 4 ton. Jadi dalam setahun mencapai 3 siklus yang di mana total keseluruhan mencapai 12 ton pertahun.

15. Berapakah jumlah hasil pemasaran ikan anda dalam pertahun?

Jawaban: Jumlah pemasaran pertahun mencapai 1 ton.

Kuisioner 3

ANALISIS USAHA IKAN LELE DI *CATFISH BULILA*

C. Karakteristik Informan

1. Nama Informan :
2. Alamat Informan :
3. Usia : Tahun
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan :
6. Lama Berusaha : Tahun
7. Pekerjaan :

1. Berapakah ukuran yang di sukai bapak/ibu pada saat membeli ikan lele?

Jawaban: Ukuran 6 sampai 5 1kg.

2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu pada ikan lele di *Catfish Bulila*?

Jawaban: Rasanya tidak berasa tanah kemudian dagingnya gurih dan manis.

3. Apa yang bapak/ibu nilai terhadap kebersihan tubuh ikan lele pada saat membeli ikan lele di *Catfish Bulila*?

Jawaban: Lebih bersih, kurang berlendir, baunya tidak membekas.

4. Apa pendapat bapak/ibu terhadap tekstur daging dan rasa dari ikan lele yang berada di *Catfish Bulila*?

Jawaban: Lembut dan tidak keras dagingnya.

5. Berapa kilogram ikan lele yang bapak/ibu beli dalam setiap kali pembelian ikan lele di *Catfish Bulila*?

Jawaban: 10 kg dalam setiap kali pembelian.

6. Ikan lele yang bagaimana bapak/ibu beli untuk dikonsumsi ?

Jawaban: Ikan yang sehat, yang warnanya hitam dan tidak kelihatan pucat.

7. Apa pendapat bapak/ ibu terhadap kebersihan dan kenyamanan tempat saat membeli ikan lele di *Catfish Bulila*?

Jawaban: Tempatnya bersih, nyaman, tidak membosanka dan teratur.

8. berapa harga satu porsinya yang anda jual?

Jawaban: 1 porsinya 17 ribu bonus sambal dan belum termasuk sama nasinya.

Lampiran 2

Dokumentasi



Kolam Catfish Bulila



Pemberian Pakan Ikan Lele Di Catfish Bulila



Mitra Pembudidaya Catfish Bulila



Kolam Mitra Pembudidaya Catfish Bulila



Mitra Konsumen Catfish Bulila



Mitra Konsumen Catfish Bulila

Lampiran 3



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN**

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjimuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3772/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/III/2022

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Ketua Yayasan Yasti Askara Indonesia
di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM
NIDN : 0929117202
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Welton Uwente
NIM : P2217033
Fakultas : Fakultas Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Lokasi Penelitian : YAYASAN YASTI ASKARA INDONESIA
Judul Penelitian : ANALISIS PRODUKSI DAN PEMASARAN IKAN LELE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA (STUDI KASUS YAYASAN YASTI ASKARA INDONESIA)

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.



Lampiran 4

YAYASAN ASKARA INDONESAI (YASTI)
DESA BULILA KECAMATAN TELAGA KABUPATEN GORONTAO
Alamat: Jl. Wadipalo -Bulila Kode Pos 96181

Bulila, 20 Februari 2023

SURAT PERNYATAAN

Nomor: 005/Yasti/II/2023

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Agung Tri

Jabatan :Ketua

Alamat : Dusun 2 Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo

Dengan ini menyatakan bahwa kami Yayasan Askara Indonesia (Yasti) Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo menyatakan dalam hal proses penelitian mahasiswa Welton Uwente NIM P2217033 tahun ajaran 2017.

Demikian Surat Pernyataan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

Yang MembuatPernyataan,
Yayasan Askara Indonesia (Yasti)



Agung Tri
Ketua
GORONTALO

Lampiran 5



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Tlp/Fax.0435.829975-0435.829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No: 057/FP-UIG/II/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin,S.P., M.Si
NIDN/NS : 0919116403/15109103309475
Jabatan : Dekan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Welton Uwente
NIM : P2217033
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Judul Skripsi : Analisis Usaha Ikan Lele Pada Catfish Bulila Di Desa Bulila Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 30%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekstrian Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujangkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

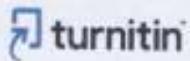
Gorontalo, 16 Februari 2023
Tim Verifikasi,



Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin


Ulfira Ashari, S.P., M.Si
NIDN : 09 060889 01

Lampiran 6

 Similarity Report ID: old:25211:30686914

PAPER NAME	AUTHOR
SKRIPSI_WELTON[1].docx	Welton
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
6267 Words	39326 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
39 Pages	105.5KB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Feb 3, 2023 10:35 AM GMT+8	Feb 3, 2023 10:36 AM GMT+8

● 30% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 30% Internet database
- Crossref database
- 5% Submitted Works database
- 10% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Small Matches (Less than 20 words)

● 30% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 30% Internet database
- Crossref database
- 5% Submitted Works database
- 10% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	coursehero.com	4%
	Internet	
2	repository.uinsu.ac.id	3%
	Internet	
3	123dok.com	3%
	Internet	
4	repository.ub.ac.id	3%
	Internet	
5	ar.scribd.com	2%
	Internet	
6	repository.iainpalopo.ac.id	2%
	Internet	
7	siskaferdiyanti.blogspot.com	1%
	Internet	
8	repository.unmuhjember.ac.id	1%
	Internet	

9	eprints.umg.ac.id Internet	1%
10	repository.unpas.ac.id Internet	<1%
11	situsekonomi.com Internet	<1%
12	msn.com Internet	<1%
13	suryakencanafarm.com Internet	<1%
14	eprints.walisongo.ac.id Internet	<1%
15	jurnal.stiperbelitang.ac.id Internet	<1%
16	skbuser.blogspot.com Internet	<1%
17	eprints.ums.ac.id Internet	<1%
18	pdfcoffee.com Internet	<1%
19	etheses.iainkediri.ac.id Internet	<1%
20	finance.detik.com Internet	<1%

21	kifli09.wordpress.com Internet	<1%
22	lib.unnes.ac.id Internet	<1%
23	ojs.serambimekah.ac.id Internet	<1%
24	repository.unej.ac.id Internet	<1%

RIWAYAT HIDUP



Penulis ini dilahirkan di Desa Mustika Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo. Bernama Welton Uwente. Anak pertama dari dua bersaudara, pasangan dari Elwin Uwente dan Suartin Lahay. Penulis menyelesaikan pendidikan formal Sekolah Dasar di SD Negeri 11 Paguyaman, Setelah selesai melanjutkan ke MTS Negeri 2 Boalemo dan tamat 2014. Kemudian melanjutkan ke SMA Negeri 1 Paguyaman. Pada tahun 2017 ke perguruan tinggi Swasta, tepatnya di Universitas Ichsan Gorontalo (UIG). Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.