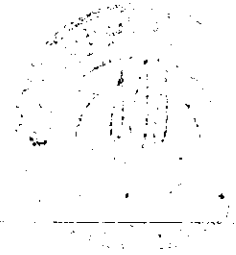
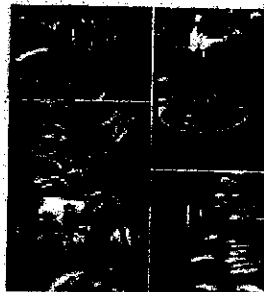


# **MANAJEMEN BISNIS PERIKANAN**



DISUSUN:  
ENDANG BIDAYANI, SPi



TAHUN 2008

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN  
DIKTAT KULIAH**

5. Judul Buku : Manajemen Bisnis Perikanan  
6. Bidang Ilmu : IPA  
11. Penulis : Endang Bidayani, SPi  
12. Jenis Kelamin : Perempuan  
13. Pangkat/Golongan : Asisten Ahli (IIIb)  
14. Unit Kerja : Program Studi DIII Perikanan  
Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi  
Universitas Bangka Belitung

Sungailiat, 17 Juli 2008

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Endang Bidayani, SPi

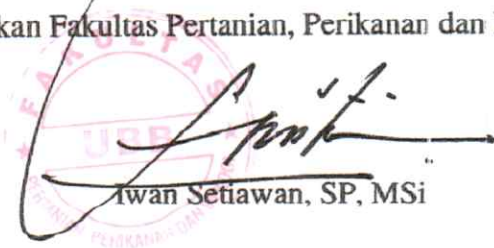
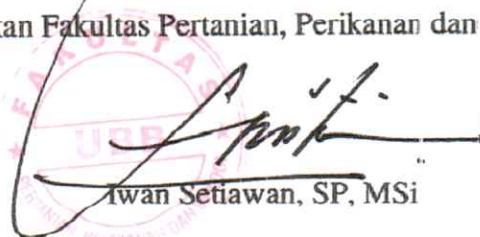
Penulis,



Endang Bidayani, SPi

Menyetujui,

Dekan Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi



Iwan Setiawan, SP, MSi

## **Kata Pengantar**

Puji Syukur kepada Allah SWT penulis haturkan atas terselesaikannya buku berjudul Manajemen Bisnis Perikanan. Diharapkan, buku ini dapat membuka cakrawala ilmu tentang manajemen bisnis di bidang perikanan, sehingga tujuan usaha dapat tercapai.

Buku ini membahas tentang pengertian bisnis, bentuk kepemilikan bisnis, manajemen resiko, usaha kecil, kewirausahaan, pola kemitraan, manajemen SDM, manajemen lingkungan bisnis dan manajemen lainnya yang terkait dalam bisnis.

Menyadari segala kekurangan yang ada, saran perbaikan sangat kami nantikan. Terima kasih.

Sungailiat, Juli 2008

Penyusun

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar

### BAB 1. PENDAHULUAN

1. Pengertian Bisnis..... 1
2. Unsur-unsur dalam Bisnis..... 1
3. Pengertian dan Fungsi Manajemen..... 1

### BAB 2. PELUANG BISNIS DAN BENTUK-BENTUK

#### KEPEMILIKAN BISNIS

1. Peluang Bisnis..... 3
2. Bentuk-Bentuk Kepemilikan Bisnis..... 3

### BAB 3. KEWIRAUSAHAAN, USAHA KECIL DAN FRANCHISING

2. Wirausaha..... 6
3. Usaha Kecil..... 6
4. Waralaba/ Franchising..... 8

### BAB 4. MANAJEMEN RESIKO

1. Pengertian Resiko..... 10
2. Jenis Resiko..... 10
3. Penyebab Resiko..... 12
4. Sumber Resiko..... 12
5. Faktor-faktor Internal dalam perusahaan yang Menyebabkan Resiko..... 13

### BAB 5. MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA

1. Keunggulan Bersaing melalui SDM..... 14
2. Pengertian Kerja, Prestasi Kerja dan Kegunaannya..... 15

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja.....	16
4. Lingkungan Bisnis Perikanan.....	16
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bisnis Perikanan.....	17
6. Dampak Perubahan Lingkungan Bisnis.....	18
7. Analisis untuk Mengukur Perubahan Lingkungan Bisnis.....	18

## **BAB 6. MANAJEMEN PEMASARAN**

1. Prilaku Konsumen.....	22
2. Tahap Pengambilan Keputusan untuk Membeli.....	22
3. Stertegi Pemasaran.....	23
4. Riset Pemasaran.....	23

## **BAB 7. MANAJEMEN STRATEGI**

### **DAFTAR PUSTAKA**

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1. Pengertian Bisnis**

Bisnis adalah aktivitas yang menguntungkan. Beberapa definisi bisnis menurut : a) G. Sampath (1990), Bisnis adalah kegiatan ekonomi yang menguntungkan; b) W.F Schoell (1993), Bisnis adalah kegiatan mencari keuntungan yang diarahkan untuk penyediaan barang dan jasa kepada para pelanggan. Perusahaan bisnis memproduksi barang dan jasa dengan harapan memperoleh keuntungan; c) T.C Huat Dalam CJ Eng, Bisnis merupakan sebuah sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **2. Unsur-unsur dalam Bisnis**

1. Berkaitan dengan barang dan jasa.
2. Menyangkut pemindahan barang dan jasa dari satu orang ke orang lain Pemasaran.
3. Adanya keteraturan dalam penanganan Manajemen.
4. Senantiasa diarahkan pada keuntungan.
5. Adanya ketidakpastian imbalan kepada pelaku bisnis.

Fakta kondisi/sumberdaya perikanan di Indonesia: a) Luas perairan laut Indonesia 5,8 juta Km; b) Panjang perairan pantai 81.000Km; c) Jumlah pulau-pulau 17.508.

### **3. Pengertian dan Fungsi Manajemen**

Tujuan bisnis adalah keuntungan (Profit Oriented). Untuk mencapai tujuan, maka pengusaha harus memiliki kemampuan manajemen. Secara sederhana pengertian manajemen adalah teknik mengelola suatu kegiatan. Terdapat 4 fungsi dalam kegiatan manajemen, yakni :

1. **Planning/Perencanaan:** Menentukan sasaran dan arah yang dipilih, kemampuan untuk meramalkan dan mewujudkan pandangan ke depan.
2. **Organizing/Pengorganisasian/Pengaturan:** Mengatur dan membagi bidang pekerjaan pada kelompok yang ada.
3. **Actuating/Pergerakan/Pelaksanaan:** Merangsang anggota-anggota kelompok untuk melaksanakan tugas yang baik.
4. **Controlling/pengawasan:** Mengawasi kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan.

Syarat-syarat agar fungsi manajemen berjalan dengan baik: 1) Man: orang tenaga kerja; 2) Money: uang; 3) Method: metode; 4) Material; 5) Machine; 6) Markets.

## **BAB 2. PELUANG BISNIS DAN BENTUK-BENTUK KEPEMILIKAN BISNIS**

### **1. Peluang Bisnis**

Tempat kita bisa mendapatkan gagasan untuk menciptakan peluang bisnis antara lain: 1) Dari diri sendiri yang dibutuhkan adalah kepekaan untuk menangkap peluang; 2) Pelanggan dan pesaing; 3) Pasar: keberhasilan suatu produk di pasar dapat melahirkan gagasan tentang kesuksesan potensial di pasar lainnya; 4) Produk yang gagal.

Untuk mengidentifikasi peluang bisnis, dapat dilakukan dengan : 1) Analisis persoalan: pemilihan tempat yang strategis, ketersediaan bahan baku ada atau tidak; 2) Analisis situasi; 3) Merumuskan wilayah yang diketahui; 4) Mensurvei pelanggan sasaran.

### **2. Bentuk-bentuk Kepemilikan Bisnis**

a) **Usaha perseorangan**, merupakan suatu bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh seorang individu. Kelebihannya: -) Mudah untuk memulai; -) Adanya kebebasan dan fleksibilitas; -) Pemilik berhak untuk mendapatkan seluruh laba yang dihasilkan dari aktivitas bisnisnya; -) Kerahasiaan usaha relatif terjamin; -) Mudah untuk membubarkannya.

Sedangkan kekurangannya : -) Tanggung jawab pemilik tidak terbatas; -) Keterbatasan dalam kemampuan manajerial; -) Keterbatasan sumber keuangan; -) Kurang stabil; -) menyita banyak waktu; dan -) Kesulitan dalam menyewa dan mempertahankan pekerjaan.

b) **Firma**: Suatu persekutuan untuk menjalankan usaha antara 2 orang atau lebih dengan cara bersama-sama. Kelebihannya: -) Jumlah modal relatif lebih besar; -) Kemampuan organisasi dan manajemen lebih baik; -) Lebih mudah untuk mendapatkan kredit tambahan modal; -)Pendiriannya lebih mudah.



Sedangkan keburukannya: -) Tanggung jawab pemilik tidak terbatas; -)  
Kelangsungan usaha relatif tidak menguntungkan.

**c) CV (Persekutuan komanditer)**, merupakan suatu perjanjian kerja sama untuk berusaha bersama antara orang-orang yang bersedia membimbing/mengatur perusahaan dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya. Kebaikannya: -) Modal yang terkumpul relative besar; -) Relatif mudah untuk mendapatkan pinjaman modal; -) Kemampuan manajemen lebih banyak; -) Pendirian relatif lebih mudah  
Sedangkan keburukannya: -) Sebagian sekutu memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas; -) Kelangsungan hidup perusahaan relatif tidak menentu; -) Sulit untuk menarik kembali modal yang sudah ditentukan dalam bisnis terutama bagi pimpinan.

**d) PT (Perseroan Terbatas)**, merupakan bentuk perusahaan yang terdiri dari pemegang saham dan memiliki tanggung jawab terbatas terhadap hutang-hutang perusahaan sebesar modal yang disetor. Kebaikannya : -) Tanggung jawab yang terbatas dari pemegang saham; -) Kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin; -) Relatif mudah memperoleh tambahan modal; -) Manajemen lebih kuat dan lebih besar; -) Mudah untuk memindahkan hak milik perusahaan dengan menjual sahamnya pada pihak lain.

Sedangkan keburukannya: -) Pendirian perusahaan relatif sulit; -) Biaya relatif lebih besar; -) Relatif lama waktu pendiriannya; -) Rahasia perusahaan relatif kurang terjamin.

**e) BUMN/Badan Usaha Milik Negara**, merupakan badan usaha yang dikenal public enterprise yang berisi 2 unsur penting yaitu unsur pemerintah (public) dan unsur bisnis.

**f) Bentuk-bentuk perusahaan lainnya**

- 1) **Sindikatis**: suatu kerja sama antar beberapa lembaga untuk melaksanakan proyek khusus di bawah suatu perjanjian
- 2) **Cartel**: Bentuk persekutuan antar beberapa perusahaan sejenis dibawah perjanjian tertutup.
- 3) **Merger**: penggabungan antara 2 perusahaan/lebih menjadi suatu perusahaan
- 4) **Asosiasi simpan pinjam**: perusahaan yang birokrasinya hampir sama dengan bank.
- 5) **Koperasi**: organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial dan beranggotakan orang-orang/badan milik badan hukum koperasi yang merupakan susunan ekonomi sebagai usaha bersama.
- 6) **Perusahaan daerah**: perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh masyarakat daerah dimana kekayaan perusahaan dipisah dari kekayaan pemerintah yang bersangkutan.
- 7) **Yayasan**: organisasi yang tidak mencari keuntungan tetapi usaha yang bersifat sosial.
- 8) **Kongsi**: suatu perserikatan yang terdiri dari 2 orang atau lebih dan mengadakan usaha bersama untuk mencari keuntungan.

## **BAB 3. KEWIRAUSAHAAN, USAHA KECIL DAN FRANCHISING**

### **1. Wirausaha**

Wirausaha merupakan seseorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan atau balas jasa berupa profit financial atau non finansial.

➤ Ciri-ciri/karakteristik seorang wirausaha:

1. Memiliki cita-cita dan berusaha mewujudkan cita-cita tersebut
2. Berani menanggung resiko
3. Mau dan suka bekerja keras
4. Memiliki semangat kerja yang tinggi dan tidak mudah putus asa
5. Memiliki rasa percaya diri yang kuat
6. Memiliki keterampilan untuk memimpin orang lain
7. Memiliki daya kreatifitas yang tinggi

➤ Resiko kewirausahaan: penyebab kegagalan bisnis

1. Mereka masuk ke dalam bisnis terlalu cepat tanpa adanya perencanaan yang mendalam
2. Kehabisan modal/uang sehingga penting untuk melakukan perkiraan kebutuhan sebelum memulai bisnis
3. Kegagalan dalam perencanaan

### **2. Usaha Kecil**

Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki total asset maksimal 600juta tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati.

- Ciri-ciri usaha kecil

1. Sistem pembukuannya relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar
2. Marjin usaha cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
3. Modal terbatas

4. Pengalaman manajerial terbatas
  5. Skala ekonomi yang kecil sehingga sulit untuk mengharapkan mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
  6. Kemampuan pemasaran serta dipersifikasikan pasar terbatas
  7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah
- Potensi dan keunggulan usaha kecil
    - Keunggulan usaha kecil
      1. Usaha kecil beroperasi menyebar di seluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha
      2. Usaha kecil beroperasi dengan investasi modal rendah.  
Keuntungannya:
        - Memiliki kebebasan yang tinggi untuk masuk/keluar dari pasar
        - Memiliki derajat imunitas yang tinggi terhadap gejolak perekonomian secara umum.
      3. Sebagian besar usaha kecil padat karya yang disebabkan teknologi yang sangat sederhana
  - Kelemahan usaha kecil
    1. Investasi awal dapat mengalami kerugian disebabkan oleh: perubahan tren, peraturan pemerintah, dan pesaing
    2. Pendapatan cenderung tidak teratur sehingga pemilik mungkin tidak memperoleh keuntungan
    3. Menyita banyak waktu
  - Upaya pengembangan usaha kecil dapat dilakukan melalui pembinaan dan pembangunan dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM dan teknologi
  - 6 pola kemitraan usaha kecil
    1. Inti plasma : hubungan kemitraan usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah/usaha besar yang di dalamnya usaha

menengah/usaha besar bertindak sebagai inti dan usaha kecil sebagai plasma. Perusahaan inti melaksanakan pembinaan mulai dari penyediaan sarana produksi bimbingan teknis sampai dengan pemasaran hasil produksi

2. Subkontrak : hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah/usaha besar yang di dalamnya usaha kecil memproduksi komponen yang diperlukan oleh usaha menengah/besar sebagai bagian dari produksinya.
3. Dagang umum : hubungan kemitraan usaha kecil dengan usaha menengah/usaha besar yang di dalamnya usaha menengah/besar memasarkan hasil produksi usaha kecil/sebagai pemasuk kebutuhan usaha menengah/usaha besar.

### **3. Wara Laba/ franchising**

Wara laba/ franchising adalah hubungan kemitraan yang di dalamnya pemberi wara laba/francisor memberikan hak penggunaan lisensi merek dagang dan saluran distribusi perusahaan kepada penerima wara laba/francise dengan disertai bantuan bimbingan manajemen

#### **+ Keuntungan**

- Bimbingan : pemberi waralaba memberikan pelatihan kepada penerima waralaba untuk meningkatkan keterampilan manajemen
- Brand: investor yang menandatangani perjanjian francise/waralaba berhak untuk melakukan promosi berdasarkan merk yang telah dikenal secara nasional maupun regional
- Produk yang terjamin : francisor dapat menawarkan kepada francise suatu produk dan metode pengoperasian bisnis yang terjamin
- Bantuan financial/keuangan

- + Kelemahannya :
  - Biaya : francise harus membayar kepada francisor sebagai biaya francis dan sebagai imbalannya francisor memberikan pelatihan bimbingan atau bentuk lainnya
  - Adanya pengendalian eksternal : seseorang yang menandatangani perjanjian francis akan kehilangan kebebasannya.
- 5. Keagendaan : hubungan kemitraan yang di dalamnya usaha kecil diberi hak leluasa untuk memasarkan produk dari usaha menengah/usaha besar. Contohnya : Bangka Pos banyak agen
- 6. Bapak dan anak angkat : bentuk kerja sama keterkaitan antara hulu hilir/hilir hulu

## **BAB 4. MANAJEMEN RESIKO**

### **1. Pengertian Resiko**

- Resiko adalah rugi
- Ada yang mengatakan resiko adalah ketidak pastian
- Resiko adalah Penilaian individu terhadap situasi yang dianggap merugikan/tidak sesuai dengan tujuan yang diharapkan

### **2. Jenis Resiko**

Terdapat 6 jenis resiko :

1. Resiko murni : resiko/penyimpangan yang hanya menimbulkan kemungkinan kerugian saja
2. Resiko spekulatif : resiko/penyimpangan yang terjadi dapat menguntungkan/merugiakan
3. Resiko yang bersifat fundamental : resiko yang kemungkinannya dapat timbul pada hamper sebagian besar anggota masyarakat jadi akan bersifat dan menimpa sebagian/perorangan contoh : bencana alam, kesalahan teknis
4. Resiko tertentu : merupakan resiko yang mengenai perorangan/secara pribadi. contoh : Kematian
5. Resiko harta : resiko kerugian atas harta kepemilikan. contoh : pencurian terhadap peralatan pabrik.
6. Resiko tanggung jawab : kemungkinan bertanggung jawab secara hokum untuk membayar kerusakan terhadap orang/barang orang lain.

Berdasarkan jenis-jenis resiko diatas dikelompokkan menjadi :

- A. Resiko yang dapat diasuransikan : kemungkinan penyimpangan yang dapat dialihkan ke dalam suatu perjanjian pertanggungangan/asuransi dengan maksud untuk membagi resiko itu dengan pihak lain yang bersedia menerima

Resiko yang dapat diasuransikan harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

1. Kerugian potensial cukup besar, tetapi kemungkinannya tidak tinggi sehingga membuat asuransi terhadapnya layak
2. Kemungkinan kerugian dapat diperhitungkan
3. Terdapat sejumlah besar unit yang terbuka terhadap resiko yang sama
4. Kerugian yang terjadi bersifat kebetulan
5. Akibat kerugian tertentu
6. Kerugian yang dapat dinilai dengan uang

Yang termasuk resiko yang dapat diasuransikan dan biasa muncul dalam suatu usaha:

- Resiko bersifat orang/personal:

.1 Resiko kecelakaan diri

Menjamin pertanggung dari akibat suatu kecelakaan yang menimpa dirinya

.2 Resiko sakit

Termasuk di dalam asuransi kesehatan dimana penanggung bertanggung jawab atas biaya pengobatan yang menyangkut kesehatan orang yang dipertanggungkan

3. Resiko kematian

- Resiko bersifat benda

Contoh : Resiko kebakaran yaitu kebakaran yang membakar barang-barang yang tidak dimaksudkan untuk dibakar, resiko kehilangan akibat pencurian.

B. Resiko yang tidak dapat diasuransikan, resiko yang tidak dapat dialihkan ke dalam suatu perjanjian atau asuransi dengan maksud membaginya. Yang termasuk resiko tidak dapat diasuransikan: 1) Resiko kebakaran yang tidak dapat diasuransikan adalah kebakaran yang disebabkan karena kesengajaan, kebakaran yang disebabkan oleh perang; 2) Resiko



kecelakaan yang tidak dapat diasuransikan, kecelakaan yang disebabkan kesengajaan/akibat penyakit yang diderita sebelumnya.

### **3. Penyebab Resiko**

Berdasarkan penyebabnya, resiko dibedakan :

- 1). Resiko intern : Resiko yang terjadi karena penyimpangan dalam perusahaan. Resiko intern terdiri dari: Resiko pemasaran dan penjualan, resiko teknis, resiko fisik, resiko ekonomis, resiko capital (keuangan), resiko manajemen operasional. Resiko pemasaran dan penjualan dipengaruhi oleh aspek pasar dan pemasaran meliputi: a) Kedudukan produk; b) Perkembangan permintaan produk; c) Proyeksi permintaan dimasa mendatang; d) Kemungkinan persaingan.
- 2) Resiko ekstern : Resiko yang datangnya dari luar perusahaan terdiri dari, resiko politis, resiko fisik, resiko teknis, dan resiko ekonomis.
  - Resiko teknis dipengaruhi oleh adanya kegagalan konsep terhadap kondisi produksi yang sesungguhnya,
  - Resiko fisik diakibatkan dari sifat barang yang diproduksi. Contohnya : barang yang mudah terbakar, mudah membusuk, mudah pecah
  - Resiko ekonomis terjadi apabila perusahaan beroperasi secara tidak efisien/terjadi pembekakan biaya yang seharusnya tidak perlu
  - Resiko capital terjadi akibat tindakan infestisasi dalam usaha. Contohnya : kesalahan menghitung studi kelayakan proyek.

### **4. Sumber Resiko**

Sumber resiko dibedakan menjadi 3 :

- a) Resiko sosial. Sumber utamanya adalah masyarakat, artinya tindakan orang lain dapat menyebabkan penyimpangan yang merugikan kita. Contohnya : pencurian, korupsi, pengrusakan akibat demonstrasi.

- b. Resiko fisik, meliputi fenomena alam dan kesalahan manusia. Contohnya : kebakaran, cuaca, banjir, tanah longsor.
- c. Resiko ekonomi, meliputi adanya inflasi, fluktuasi harga produk dan ketidakstabilan perusahaan.

#### **5. Faktor-faktor Internal dalam Perusahaan yang Menyebabkan Resiko**

Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Pimpinan usaha kurang memahami syarat teknis maupun manajemen. Syarat teknis antara lain, teknis produksi keuangan, dan akuntansi.
2. Adanya rencana yang kurang matang
3. Kesalahan dalam penentuan bahan baku peralatan dan SDM atau tenaga kerja.
4. Adanya perbedaan kebutuhan biaya dengan biaya yang telah dianggarkan.

## **BAB 5. MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA**

Manajemen sumberdaya manusia adalah bagian yang berhubungan dengan keputusan organisasi yang berdampak pada tenaga kerja perusahaan. Kegiatannya mencakup 3 hal, yakni : 1) Membangun keunggulan bersaing; 2) Menciptakan suatu kapasitas untuk berubah; 3) membangun kesatuan strategis.

Untuk melaksanakan 3 hal kegiatan ini ada 6 langkah, yaitu :

1. Desain organisasi meliputi : Perencanaan tugas pekerjaan, teknologi, dan rencana strategis organisasi.
2. Staffing : Penarikan tenaga kerja, seleksi, dan promosi yang berkaitan dengan keterampilan dan kemampuan dari SDM.
3. Komunikasi dan hubungan masyarakat : Mengenai penyebaran informasi diantara pekerjaan, manajemen pelanggan, dan lembaga diluar organisasi lainnya.
4. Kinerja/performa manajemen meliputi : Menilai individu unit atau tingkat kinerja keseluruhan untuk ditingkatkan kinerjanya.
5. Sistem reward, benefit, dan pemenuhan
6. Pengembangan karyawan dan organisasi : Lebih dititik beratkan pada usaha membantu perkembangan dan memelihara keterampilan kerja berdasarkan organisasi dan kebutuhan kerja.

### **1. Keunggulan Bersaing melalui SDM**

Keunggulan bersaing adalah berkenaan dengan kemampuan suatu organisasi untuk merumuskan strategi guna mengeksploitasi peluang yang menguntungkan sehingga meningkatkan pendapatan organisasi. Keunggulan bersaing memiliki dua segi positif :

1. Nilai pelanggan

Pelanggan akan mendapatkan kepuasan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan

## 2. Terpeliharanya keunikan produk

Pesaing tidak mudah mengimitasi/mengcopy produk yang ditawarkan.

## **2. Pengertian Kerja, Prestasi Kerja dan Kegunaannya**

Kerja merupakan kesadaran manusia untuk dapat menyatakan diri secara objektif ke dunia ini. Bekerja bukan sekedar untuk memperoleh penghasilan, tetapi juga terkait untuk mengejar status sosial agar dipandang oleh masyarakat.

Penilaian prestasi kerja adalah proses yang dilakukan perusahaan untuk mengevaluasi/menilai prestasi kerja karyawan. Kegunaan penilaian prestasi kerja antara lain:

- 1) Untuk perencanaan dan pengembangan karir
- 2) Perbaikan prestasi kerja
- 3) Penyesuaian kompensasi
- 4) Keputusan penempatan
- 5) Kebutuhan latihan dan pengembangan
- 6) Penyimpangan proses staffing
- 7) Ketidak akuratan informasi
- 8) Kesalahan Desai pekerjaan
- 9) Kesempatan kerja yang adil
- 10) Tantangan eksternal (dari luar)

Teknik-teknik untuk penilaian prestasi kerja :

1. Melalui reading scale (berdasarkan peningkatan)
2. Check list (berdasarkan pada riwayat hidup, prestasi)
3. Metode peristiwa kritis
4. Melalui tes dan observasi prestasi kerja
5. Metode evaluasi kelompok

### **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktifitas Kerja**

Produktivitas kerja adalah sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa hasil usaha lebih baik dari sebelumnya/adanya peningkatan kualitas kerja. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain :  
-) Motivasi; -) Pendidikan; -) Disiplin kerja; -) keterampilan; -) Sikap etika kerja; -) Gizi dan kesehatan; -) Tingkat penghasilan; -) Lingkungan kerja dan iklim; -) Teknologi; -) Sarana produksi; -) Jaminan sosial; -) Manajemen; -) Kesempatan berprestasi.

### **4. Lingkungan Bisnis Perikanan**

Lingkungan bisnis merupakan suatu lingkungan yang dapat mempengaruhi dan memberi warna bagi kehidupan bisnis tersebut. Lingkungan bisnis dibangun dari 7 kekuatan utama :

1. Lingkungan kependudukan/demografi. Hal-hal yang terkait lingkungan kependudukan yang mempengaruhi peluang bisnis
  - a. Jumlah pertumbuhan dan penyebaran penduduk
  - b. Meningkatnya proporsi wanita yang bekerja di luar rumah yang berpengaruh pada perilaku pembelian barang dan jasa.
  - c. Kecenderungan perilaku konsumsi dan menabung masyarakat.
2. Lingkungan ekonomi. Yang mempengaruhi bisnis perusahaan :
  - a. Tingkat pendapatan perkapita
  - b. Kebijakan pemerintah, meliputi : -) Kebijakan fiskal; -) Kebijakan moneter; -) Perdagangan luar negeri; -) Neraca pembayaran dan -) Siklus bisnis yang dipengaruhi oleh : a) Masa ekonomi cerah atau suram; b) Munculnya pasar bebas dan kerja sama regional. Contohnya : NAFTA, MEE; c) Perjanjian/peraturan internasional; d) Pergerakan modal/pergerakan investasi langsung; e) Perubahan persaingan.
3. Lingkungan teknologi. Bahwa laju pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh seberapa banyak teknologi baru ditemukan.

4. Lingkungan politik/hukum

Bahwa keputusan perusahaan sangat dipengaruhi oleh lingkungan politik/lingkungan

5. Lingkungan sosial budaya

Bahwa lingkungan sosial budaya berkaitan dengan keadaan dan perkembangan nilai-nilai kaidah dan persepsi dalam masyarakat.

Contohnya : lingkungan sosial budaya masyarakat desa berbeda dengan lingkungan sosial budaya masyarakat kota.

6. Lingkungan ekologi

Dampak negatifnya yang rusak baik bagi kesehatan maupun produktivitas usaha.

a. Polusi air dan masalah kelangkaan air

b. Polusi udara

c. Limbah industri yang dapat menyebabkan polusi sumber air dan tanah

d. Timbulnya degradasi tanah

e. Deporestasi yang mengakibatkan banjir

f. Meluasnya erosi dan deporestasi

7. Lingkungan struktur dan perilaku birokrasi

Bahwa penyebab lambannya pertumbuhan ekonomi salah satunya kegagalan birokrasi public, prosedur yang berbelit-belit sehingga sering menjadi sarana bagi birokrat untuk melakukan pungli atau korupsi.

**5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bisnis Perikanan**

Dibedakan menjadi :

a) Faktor internal, meliputi : Pemilik, pemegang saham, komisaris, dan direksi, karyawan/buruh.

b) Faktor eksternal, meliputi : Pasar, pelanggan, pensupply, pemerintah, masyarakat dan sumber daya alam.

## **6. Dampak Perubahan Lingkungan Bisnis**

Perubahan lingkungan bisnis menyebabkan persaingan yang semakin tajam. Beberapa cara mengatasinya :

- .1 Pengusaha melakukan pembinaan bagi dunia usaha yang masih mempunyai kemampuan rendah melalui kerjasama yang untung atau hubungan kemitraan
- .2 Pengusaha mengikut sertakan anggota masyarakat sebagai bagian dari usaha dan bukan mempertajam perbedaan buruh dan majikan, serta memberikan imbalan yang sesuai dengan kemampuan.
- .3 Pengusaha berpedoman pada prinsip kebersamaan sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## **7. Analisis untuk Mengukur Perubahan Lingkungan Bisnis**

Analisis yang dapat digunakan adalah analisis SWOT, yaitu suatu strategi analisis untuk menghadapi perubahan lingkungan sehingga organisasi dapat melakukan penyesuaian diri.

- Strategi analisis SWOT
  - .1 Analisis kekuatan (strangh)
  - .2 Analisis kelemahan (weeknes)
  - .3 Analisis kesempatan (opportunity)
  - .4 Analisis ancaman (treth)
- Identifikasi analisis SWOT didasarkan pada 2 kriteria utama :
  - .1 Pengaruh positif : pengaruh ynf dapat mendukung perkembangan organisasi agar sesuai dengan arah atau sasaran organisasi. Pengaruh ini bias dating dari dalam maupun luar perusahaan :
    1. Sisi peluang (opportunity) : lingkungan di luar yang merupakan keuntungan bagi organisasi atau disebut remote environment meliputi : politik, ekonomi, sosial budaya, dan IPTEK

2. Sisi kekuatan (strength) : Lingkungan di dalam usaha yang sangat mendukung berkembangnya organisasi dapat dilakukan dengan pendekatan fungsional.
- .2 Pengaruh negatif : Pengaruh yang bersifat menghambat perkembangan organisasi dalam mencapai arah atau organisasi.
  - Sisi ancaman (treath) merupakan lingkungan eksternal yang akan menghambat kemampuan organisasi dalam mengembangkan usahanya.
  - Sisi kelemahan (weaknes) : lingkungan di dalam usaha atau perusahaan yang akan menghambat perkembangan organisasi. Bias diidentifikasi adanya pendekatan fungsional.



## **BAB 6. MANAJEMEN PEMASARAN**

Terdapat 5 konsep utama/dasar dalam bidang pemasaran :

1. Kebutuhan merupakan suatu keadaan yang sifatnya ada dan terletak dalam tubuh manusia.
2. Keinginan merupakan kehendak yang kuat untuk memuaskan kebutuhan yang lebih spesifik.
3. Permintaan merupakan keinginan terhadap produk tertentu yang didukung oleh kemampuan dan kemauan untuk membeli.
4. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.
5. Nilai merupakan estimasi konsumen terhadap kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya.

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi.

➤ 8 keadaan permintaan dan tugas yang harus dilaksanakan oleh manajer pemasaran.

1. Permintaan negatif : suatu keadaan pasar dimana sebagian besar dari pasar tersebut tidak menyukai produk yang ditawarkan.

Tugas manajer adalah menganalisa mengapa pasar tidak menyukai produk tersebut meliputi : rancangan ulang produk sehingga diharapkan dapat mengubah sikap pasar.

2. Kondisi tidak ada permintaan : keadaan dimana konsumen target tidak tertarik atau tidak mengacuhkan suatu produk.

Tugas manajer : menemukan cara untuk menghubungkan manfaat produk dengan kebutuhan alamiah seseorang.

3. **Permintaan terpendam** : suatu keadaan dimana pasar mempunyai kebutuhan yang kuat tetapi tidak dipuaskan oleh produk yang ada.  
Tugas manajer : mengukur besarnya pasar potensial dan mengembangkan produk yang dapat memuaskan permintaan.
4. **Permintaan menurun** : suatu keadaan pasar dimana mengalami penurunan permintaan terhadap suatu/lebih produk.  
Tugas manajer : meningkatkan kembali permintaan yang menurun melalui upaya pemasaran secara kreatif
5. **Permintaan yang tidak teratur** : suatu keadaan dimana permintaan yang berubah-ubah.  
Tugas manajer : menemukan cara untuk mengubah pola waktu permintaan melalui penetapan harga yang fleksibel atau rangsangan lain.
6. **Permintaan penuh** : suatu keadaan dimana konsumen merasa puas demikian juga dengan perusahaan.  
Tugas manajer : mempertahankan tingkat permintaan ini dan siap menghadapi perubahan selera dan persaingan
7. **Permintaan yang berlebihan atau over full demand** : suatu kondisi pasar dimana tingkat permintaannya lebih tinggi daripada yang dapat dilayani.  
Tugas manajer : menemukan cara untuk mengurangi permintaan secara sementara.
8. **Permintaan yang tidak sehat** : keadaan pasar dimana produk yang tidak sehat akan mendorong upaya yang terorganisasi untuk mencegah penggunaannya.  
Tugas manajer : mengajak orang untuk meninggalkan produk tersebut melalui ancaman, meningkatkan harga atau mengurangi ketersediaannya.

- Prilaku konsumen yaitu sesuatu yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, pengevaluasian, dan penentuan modal yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan.

### **1. Prilaku Konsumen**

4 prinsip prilaku konsumen dan dapat digunakan oleh seorang manajer pemasaran yaitu:

- |                        |                                  |
|------------------------|----------------------------------|
| 1. Analisis lingkungan | 3. Segmentasi                    |
| 2. Penempatan produk   | 4. Pengembangan bauran pemasaran |

Faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku konsumen dibagi 2 yaitu:

1) Faktor Internal terdiri dari:

- a. Faktor Pribadi : faktor yang berasal dari dalam diri seseorang meliputi usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- b. Faktor Psikologi : faktor yang berasal dari dalam diri seseorang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

2) Faktor eksternal terdiri dari :

- a. Faktor budaya : faktor yang berasal dari luar dan menjadi penentu dari keinginan dan prilaku seseorang.
- b. Faktor sosial : faktor yang berasal dari luar yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan, dan status.

### **2. Tahap Pengambilan Keputusan untuk Membeli**

Tahapan pengambilan keputusan untuk membeli :

- .1 Pengenalan kebutuhan yaitu muncul karena adanya informasi, kondisi ekonomi.
- .2 Proses informasi konsumen meliputi : aktivitas mencari, memperhatikan, memahami, dan menyimpan dalam ingatan.

- .3 Evakuasi produk/merk.
- .4 Pembelian
- .5 Evaluasi paksa pembeli : ketika seseorang merasa puas maka ia yang mengajak yang lainnya.

### **3. Strategi Pemasaran**

Strategi Pemasaran meliputi : a) Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4p, yakni Product, Price, Place dan Promotion; b) Daur Hidup Product; d dan c) Mempertahankan tahap kematangan pasar selama mungkin.

### **4. Riset pemasaran**

Cara yang dapat dilakukan perusahaan :

1. Perusahaan besar memiliki departemen khusus
  2. Perusahaan kecil menggunakan tenaga dari proyek riset, jasa informasi online atau memantau pesaing.
- Langkah-langkah untuk melakukan riset pemasaran :
1. Mendefinisikan masalah dan sasaran riset.
  2. Mengembangkan rencana riset yang paling efisien untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Desain rencana pemasaran mencakup sumber data, instrument riset, rencana sampling, pendekatan riset dan metode kontak
  3. Mengumpulkan data.
  4. Menganalisa informasi yang diperoleh
  5. Menyajikan hasil penemuan
- Karakteristik riset pemasaran yang baik : 1) Menggunakan metode ilmiah; 2) Adanya kreatifitas riset; 3) Metode ganda; 4) Saling ketergantungan model dan data; 5) Nilai dan biaya informasi; 6) Kesanksian yang sehat.
- Etika pemasaran yaitu memahami etika untuk mendapatkan informasi.

## **BAB 7. MANAJEMEN PERMODALAN DAN KEUANGAN**

### **1. Pengertian dan Jenis Modal**

Manajemen permodalan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan yakni menggunakan dana dan mendapatkan dana. Manajemen permodalan ini fungsinya untuk menjamin kelangsungan dan kelancaran dalam usaha.

Terdapat dua jenis modal :

1) Modal kerja yaitu modal yang habis dalam satu kali masa produksi fungsinya:

- Menyediakan keuangan yang memadai untuk periode waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan
- Sebagai uang kas untuk pembayaran upah tenaga kerja, ongkos operasional harian, bagian produksi, administrasi, dan kebutuhan lain yang membutuhkan biaya.

2) Modal investasi yaitu tidak habis dalam satu kali masa produksi.

➤ Kesulitan yang sering muncul akibat tidak menguasai pengelolaan keuangan :

- Kekurangan uang kas
  - Terbelit hutang yang banyak dan tidak sesuai dengan besarnya usaha
  - Kesulitan tagihan atau piutang pada pihak lain
  - Investasi yang tidak pada tempatnya dan dalam jumlah yang berlebihan
  - Tidak memiliki investasi sedikitpun atau pailit(bangkrut)
- Prinsip pengelolaan manajemen keuangan adalah upaya untuk memaksimalkan keuntungan jangka panjang.
- Fungsi manajemen dan manajer keuangan

1. Keputusan investasi meliputi :
  - Investasi modal : penyuplay modal mencari corak resiko bisnis dari perusahaan menurut persepsi
  - Pengalokasian modal
2. Keputusan pembelanjaan
3. Keputusan divedent yaitu menentukan pembagian pendapatan untuk dibagikan kepada para pemegang saham atau sebagian laba ditahan.

## **2. Cara Mendapatkan Modal**

### **a) Peminjaman**

- Kredit modal kerja dan kredit investasi  
Kredit modal kerja adalah kredit yang diberikan oleh bank untuk membiayai kebutuhan operasional usaha sehingga berjalan lancar dan memiliki sifat jangka pendek
- Kredit investasi adalah kredit jangka menengah atau jangka panjang yang diberikan oleh suatu bank kepada perusahaan untuk melakukan investsi dalam rangka rehabilitasi, modernisasi, perluasan atau pendirian proyek baru

b) Mencari mitra usaha adalah kerja sama dengan pihak lain yang berminat dalam bisnis perikanan. Contoh : pemilik modal bekerja sama dengan pemilik tambak dengan perjanjian bagi untung rata dan resiko ditnggung bersama.

c) Melalui pasar modal. Pasar modal adalah pasar dimana diterbitkan serta diperdagangkan surat-surat berharga jangka panjangkhususnya obligasi dan saham. Pasar modal dibagi dua kelompok :

- Pasar uang, yaitu memperdagangkan modal dalam jangka kurang dari satu tahun.
- Pasar modal, yaitu lebih dari setahun

## **BAB 8. MANAJEMEN STRATEGI**

Strategi yaitu cara menempatkan parameter sebuah organisasi atau penentuan tempat bisnis, cara bisnis untuk bersaing. Tujuan strategi yaitu untuk memberikan arah bagi kelangsungan organisasi. 5 hal atau faktor yang bertujuan atau yang berfungsi untuk mencapai misi dan tujuan :

- Intensitas persaingan antara pesaing yang ada seperti: Pertumbuhan industry, perbedaan produk, jumlah dan ragam pesaing.
- Kekuatan tawar menawar pembeli seperti : jumlah pembeli, dampak produk terhadap kualitas produk.
- Kekuatan tawar menawar pensuplay seperti : jumlah pensuplay, kemampuan pensuplay, kehadiran produk pengganti.
- Ancaman dari produk pengganti seperti : biaya perubahan pembeli, kecenderungan pembeli untuk mengganti konsumsi.
- Ancaman pendatang baru. Faktor-faktor yang mempengaruhi masuknya penghalang/pendatang adalah syarat-syarat modal, akses saluran distribusi, skala ekonomi, diferensiasi produk, kompleksitas teknologi produk/proses, dan kebijakan pemerintah.

Alternatif strategi yang dapat dipergunakan dalam menghadapi keadaan bisnis yang menurun :

- 1) Strategi kepeloporan, diarahkan untuk memanfaatkan industri yang sedang menurun, yang strukturnya sedemikian rupa sehingga perusahaan-perusahaan yang masih bertahan mempunyai potensi meraih keuntungan di atas rata-rata.
- 2) Sasaran strategi ceruk (niche) adalah mengenai segmen dalam industri yang sedang menurun, tidak saja mempertahankan permintaan yang stabil atau menurun secara lambat, juga mempunyai karakteristik struktural yang memungkinkan laba selangit. Perusahaan melakukan investasi guna membangun posisinya di segmen ini.

- 3) Strategi panen, perusahaan berusaha mengoptimalkan arus kas dan bisnis bersangkutan. Ini dilakukan dengan menghilangkan atau mengurangi investasi baru, mengurangi pemeliharaan fasilitas, serta memanfaatkan sisa-sisa kekuatan yang dimiliki bisnis guna menaikkan harga atau meraih manfaat dari keunggulan masa lalu dalam hal penjualan yang lancar, meskipun iklan dan riset telah sangat dikurangi.
- 4) Strategi tarik diri segera bersandar pada pemikiran, perusahaan dapat memaksimalkan pengendalian investasi nettonya dengan menjual bisnis tersebut secara dini dalam masa penurunan, ketimbang melakukan panen dan baru menjualnya kemudian.

Konsep yang dipakai di Jepang untuk usaha perbaikan manajemen adalah kaizen, yang berarti usaha perbaikan terus menerus dari tiap orang dalam perusahaan, dari manajemen puncak, menengah sampai karyawan bawahan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga Pandji. 1997. **Manajemen Bisnis**. Rineka Cipta. Jakarta
- Effendi Irzal dan Wawan Oktariza. 2006. **Manajemen Agribisnis Perikanan**.  
Penebar Swadaya. Jakarta
- Firdaus Muhammad. 2008. **Manajemen Agribisnis**. Bumi Aksara. Jakarta.