

repository.ub.ac.id

**PENGARUH BORG SEBAGAI PEMILIK MODAL TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN DAN PEMASARAN IKAN SEGAR DI TEMPAT PELELANGAN  
IKAN (TPI) KECAMATAN SIDOARJO, KABUPATEN SIDOARJO,  
JAWA TIMUR**

## **SKRIPSI**

**SOSIAL EKONOMI PERIKANAN**

Oleh :

**RATNA OLIVIA**

**NIM. 0410840053**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS PERIKANAN**

**MALANG**

**2008**



**PENGARUH BORG SEBAGAI PEMILIK MODAL TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN DAN PEMASARAN IKAN SEGAR DI TEMPAT PELELANGAN  
IKAN (TPI) KECAMATAN SIDOARJO, KABUPATEN SIDOARJO, JAWA TIMUR.**

**Laporan Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Perikanan pada Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya**

Oleh :

**RATNA OLIVIA  
NIM. 0410840053**

**MENGETAHUI,  
KETUA JURUSAN MSP**

**(Ir. MAHENO SRI WIDODO, MS)  
TANGGAL:**

**MENYETUJI,  
DOSEN PEMBIMBING I**

**(Ir. MIMIT PRIMYASTANTO, MP)  
TANGGAL :**

**DOSEN PEMBIMBING II**

**(DR. Ir. HARSUKO RINIWATI, MP)  
TANGGAL :**

**PENGARUH BORG SEBAGAI PEMILIK MODAL TERHADAP PENINGKATAN  
PENDAPATAN DAN PEMASARAN IKAN SEGAR DI TEMPAT PELELANGAN  
IKAN (TPI) KECAMATAN SIDOARJO, KABUPATEN SIDOARJO,  
JAWA TIMUR**

Laporan Skripsi Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya.

Oleh :  
**RATNA OLIVIA**  
NIM. 0410840053

MENYETUJUI :

**DOSEN PENGUJI I**

**DOSEN PEMBIMBING I**

**Dr. Ir. NUDDIN HARAHAP, MP**

**Ir. MIMIT PRIMYASTANTO, MP**

TANGGAL :

TANGGAL :

**DOSEN PENGUJI II**

**DOSEN PEMBIMBING II**

**Ir. PUDJI PURWANTI, MP**

**Dr. Ir. HARSUKO RINIWATI, MP**

TANGGAL :

TANGGAL :

MENGETAHUI  
**KETUA JURUSAN**

**Ir. MAHENO SRI WIDODO, MS**

TANGGAL :



## KATA PENGANTAR

Allahu Akbar, segala puji dan keagungan bagi Allah SWT, Penerang hati dan Penunjuk jalan, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah- Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan bagi Rasulullah SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Anugerahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana perikanan di Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya.

Laporan ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Juni 2008 di Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Dengan judul **“Pengaruh Sebagai Pemilik Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Pemasaran Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan (TPI), Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur”**. Oleh karena itu, sudah sepatutnya jika pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

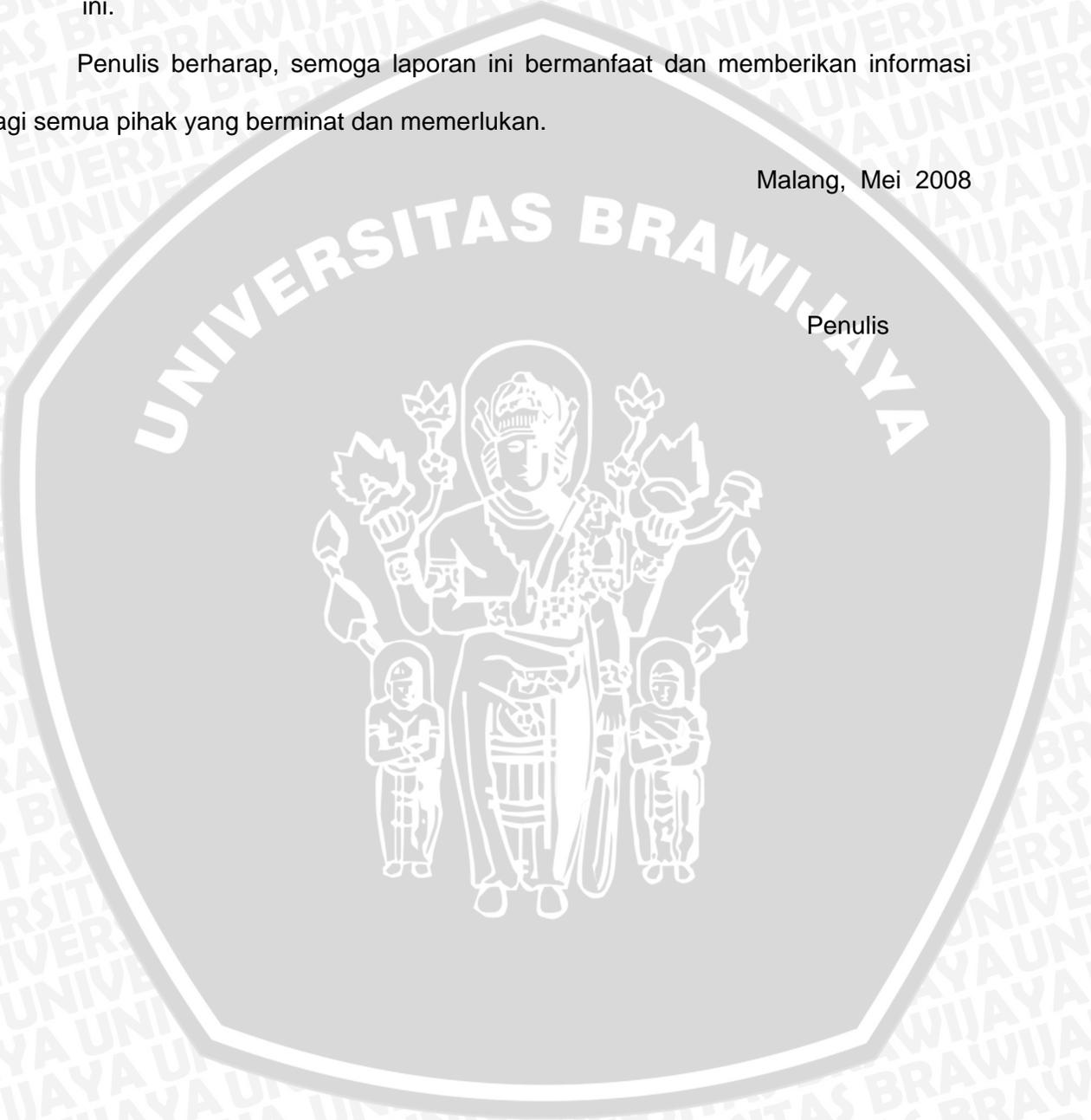
- (1) Bapak Ir. Mimit Primyastanto, MP, selaku Dosen Pembimbing I.
- (2) Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP, seklaku Dosen Pembimbing II.
- (3) Seluruh pegawai UPTD-DKP, yang telah membantu memberikan informasi selama penelitian skripsi dan memberikan bantuan fasilitas, serta menerima peneliti untuk melakukan penelitian.
- (4) Ibu Lasiyem dan Ibu Rina, yang telah membantu memberikan informasi selama penelitian skripsi dan memberikan bantuan fasilitas.

- (5) Seluruh keluarga, Bapak dan Ibu yang tercinta dan kusayangi. Terima kasih atas doa dan semangat yang telah diberikan.
- (6) Seluruh pihak yang turut membantu dan berperan dalam penyelesaian tulisan ini.

Penulis berharap, semoga laporan ini bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pihak yang berminat dan memerlukan.

Malang, Mei 2008

Penulis



## RINGKASAN

**RATNA OLIVIA. Pengaruh Borg Sebagai Pemilik Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan Dan Pemasaran Ikan Segar Ikan di Tempat Pelelangan ikan (TPI) Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur (Dibawah Bimbingan Ir. MIMIT PRIMYASTANTO, MP dan Dr. Ir. HARSUKO RINIWATI, MP)**

---

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (product of value) dengan orang atau kelompok lain. Pemasaran dilakukan untuk memperoleh pendapatan dari apa yang sudah dipasarkan yaitu barang dan jasa.

Penelitian ini dilaksanakan di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Jl. Lingkar Timur, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur tentang pengaruh borg sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar yang dilaksanakan pada bulan maret – april 2008.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :(1) mengetahui pengaruh borg terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di TPI, (2) mengetahui proses pemasaran ikan segar, (3) keadaan usaha sebelum dan sesudah mendapat pinjaman modal, (4) mengetahui sistem perkreditan yang dilakukan borg, (5) faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang meminjam modal kepada borg.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus, jenis data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara (interview guide), studi pustaka, dan wawancara. Metode pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling, dalam memilih kasus diambil sebagai responden adalah borg yang ada di tempat pelelangan ikan yaitu sebanyak 16 orang, pedagang ikan segar sebanyak 25 orang dan untuk mengetahui keadaan sebelum dan sesudah mendapatkan pinjaman yaitu 2 orang pedagang yang paling besar volume penjualannya di tempat pelelangan. Analisis data yang digunakan adalah analisis finansial antara lain : analisis penerimaan, analisis keuntungan, analisis zakat, analisis likuiditas, analisis REC, analisis Revenue Cost Ratio (R/C), analisis payback period.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Borg di tempat pelelangan ikan Sidoarjo berperan sebagai penyalur ikan segar yang berasal dari petani tambak maupun nelayan kepada pedagang dengan mendapat imbalan/komisi sebesar 5% dari hasil penjualan. Borg yang ada di tempat pelelangan ikan Sidoarjo berbeda dengan tengkulak/pengambek yang ada di tempat lain, mereka lebih tepat disebut dengan istilah lain yaitu "Makelar". Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan, borg sebagai seseorang yang memiliki modal tidak selalu merasa diuntungkan terkadang mereka juga mengalami resiko kerugian yang besar. Karena sering kali pedagang tidak membayar ikan yang sudah mereka beli atau biasa disebut "ngemplang". Borg juga tidak menetapkan bunga tertentu kepada para pedagang yang mempunyai pinjaman kepada mereka, dan sistem kerjasama yang diterapkan antara borg dan pedagang ikan yang ada ditempat pelelangan ikan Sidoarjo adalah "Sistem Kepercayaan".

Pengaruh borg sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo sangat besar bagi pedagang ikan segar yang ada disana. Karena keberadaan

borg di tempat pelelangan ikan dapat mempermudah mereka dalam memperoleh ikan segar yang nantinya akan mereka jual atau mempermudah pemasaran,, akan tetapi saluran pemasarannya menjadi lebih panjang. Namun uang pembayaran dapat dibayar dilain hari tanpa adanya jaminan atau bunga. Secara teori kredit dapat meningkatkan penggunaan input ke arah yang optimal, sehingga meningkatkan produksi dan pendapatan. Namun pinjaman dari borg tidak selalu meningkatkan penggunaan input kearah optimal, yaitu (1) dikarenakan sistem perkreditan yang diterapkan kurang baik dengan hanya mengandalkan sistem kepercayaan sehingga dalam mengatur keluar masuknya uang kurang teliti dan kurang hemat, (2) adanya ketergantungan pedagang yang ada di tempat pelelangan ikan dengan jasa borg karena mereka tidak akan mendapatkan ikan segar apabila tidak melalui jasa borg, (3) setelah diadakan analisis finansial diketahui bahwa nilai REC dalam 1 tahun jauh dibawah suku bunga bank.

Saluran pemasarannya yaitu petani tambak/nelayan – borg – pedagang – konsumen. Untuk kepuasan dan kebutuhan para pelanggan pedagang melakukan bauran pemasaran, antara lain mulai dari produk, tempat, promosi, harga. Sedangkan manajemen pemasaran yang ada ditempat pelelangan kurang baik pelaksanaannya. Modal yang digunakan para pedagang yaitu berasal dari modal sendiri dan modal asing. Modal asing yang digunakan pedagang diperoleh dari pinjaman borg, akan tetapi modal itu tidak berupa uang melainkan pinjaman dalam bentuk barang yaitu berupa ikan segar. Dalam pemberian kreditnya borg tidak memberikan syarat-syarat tertentu, lain halnya dengan pihak perbankan yang lebih selektif dalam pemberian kreditnya.

Menurut analisis finansialnya, untuk penjualan ikan segar oleh "Bu Lasiyem" sebelum mendapat pinjaman modal didapat penerimaan kotor selama satu tahun sebesar Rp.33.510.000, total biaya sebesar Rp.20.224.357, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.13.385.625, zakat yang harus dibayarkan Rp.664.281, REC (Return to Equity Capital) sebesar 29,60 %, R/C ratio sebesar 1,66, dan payback periodnya sebesar 1,522. Sedangkan untuk usaha "Bu Rina" sebelum mendapatkan modal penerimaan kotor yang diperoleh selama satu tahun sebesar Rp. 44.280.000, total biaya sebesar Rp.26.726.625, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.17.553.375, zakat yang harus dibayarkan Rp.877.669, REC (Return to Equity Capital) sebesar 38,36 %, R/C ratio sebesar 1,66, dan payback periodnya sebesar 1,552.

Sedangkan untuk usaha "Bu Lasiyem" setelah mendapat pinjaman modal mempunyai penerimaan kotor sebesar Rp.54.894.000, total biaya sebesar Rp.37.297.625, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.17.596.375, zakat yang harus dibayarkan Rp.879.818, REC (Return to Equity Capital) sebesar 27,65 %, R/C ratio sebesar 1,47, dan payback periodnya sebesar 2,129. Sedangkan untuk usaha penjualan ikan segar milik "Bu Rina" setelah mendapatkan modal mendapat penerimaan kotor selama satu tahun sebesar Rp.60.052.000, total biaya sebesar Rp.39.516.375, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.20.436.625, zakat yang harus dibayarkan Rp.1.021.831, REC (Return to Equity Capital) sebesar 33,24 %, R/C ratio sebesar 1,52, dan payback periodnya sebesar 1,933.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada borg, antara lain :Tidak adanya bunga, jaminan, atau agunan apapun yang di berikan oleh borg kepada pedagang, pengembalian pinjaman juga dapat dilakukan dengan mencicil, sistem perkreditan yang dilakukan hanya berdasarkan kepercayaan, tidak ada syarat-syarat khusus yang diberikan kepada calon peminjam, hilangnya kepercayaan pedagang terhadap pihak perbankan, masih sedikitnya pihak-pihak perbankan yang mau memberikan pinjaman modal

terhadap sektor perikanan terutama usaha perikanan skala kecil. Sedangkan faktor-faktor penghambat pedagang untuk meminjam modal kepada borg, antara lain: Pinjaman yang ada sudah terlalu besar dan belum bisa membayar, borg tidak akan meminjamkan modal kembali kepada pedagang, apabila pinjaman yang sebelumnya belum dibayar/diangsur, hilangnya kepercayaan borg kepada pedagang, banyak pedagang nakal.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan beberapa hal diantaranya yaitu: (1) perlu adanya campur tangan pihak pemerintah khususnya Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) setempat dalam program pemberian modal untuk para pedagang ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo, (2) pihak Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) bisa menjadi penghubung antara pedagang dan pihak perbankan untuk penyeleksian kelayakan pemberian kredit bagi usaha kecil, (3) diperlukan adanya kerja sama yang baik antara pihak DKP melalui UPTD-DKP, borg, dan pedagang itu sendiri, (4) adanya perluasan daerah pemasaran dengan melakukan promosi produk agar pendapatan lebih meningkat, (5) ikan segar yang dijual hendaknya benar-benar terjamin mutu dan kualitasnya sehingga konsumen merasa puas, (6) pembayaran hutang kepada borg hendaknya dibayar tepat waktu oleh pedagang sehingga mengurangi terjadinya kredit macet yang akan merugikan borg dan pedagang itu sendiri dan untuk menjaga kepercayaan yang sudah terjalin antara borg dan pedagang yang ada di tempat pelelangan.



DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Pengertian Tempat Pelelangan ikan.....	10
2.2 Pengertian <i>Borg</i> .....	11
2.3 Pengertian Modal.....	13
2.4 Jenis-jenis Modal.....	13
2.4.1 Modal asing.....	13
2.4.2 Modal Sendiri.....	15
2.5 Definisi Pemasaran.....	15
2.6 Manajemen Pemasaran.....	17
2.7 Saluran Pemasaran.....	17
2.8 Strategi Pemasaran.....	19
2.9 Peluang Pasar.....	20
2.10 Teori Produksi.....	20
2.11 Likuiditas.....	22
<b>3. METODE PRAKTEK KERJA LAPANG</b> .....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sampel Penelitian.....	25
3.3 Tempat Penelitian.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26



3.4.1. Data Primer.....	26
3.4.2. Data Sekunder.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.6 Metode Analisis Data.....	27
<b>4. KEADAAN UMUM LOKASI PKL.....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	35
4.2 Keadaan Penduduk .....	35
4.3 Sejarah Berdirinya dan Perkembangannya .....	39
<b>5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Pengaruh Borg .....	40
5.2 Proses Pemasaran .....	42
5.2.1. Saluran Pemasaran .....	42
5.2.2. Strategi Pemasaran .....	43
5.2.3. Manajemen Pemasaran.....	49
5.3 Permodalan .....	52
5.4 Keadaan Usaha Sebelum dan Sesudah Mendapat Pinjaman .....	53
5.5.1. Usaha Bu Lasiyem.....	53
5.5.1.1 Sebelum Mendapat Pinjaman.....	53
5.5.1.2 Sesudah Mendapat Pinjaman.....	55
5.5.2. Usaha Bu Rina.....	58
5.5.2.1. Sebelum Mendapat Pinjaman.....	58
5.5.2.2. Sesudah Mendapatkan Pinjaman.....	61
5.5 Sistem Perkreditan yang Dilakukan Borg .....	64
5.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi .....	65
<b>5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
<b>6. DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>7 LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Pemasaran suatu barang atau jasa memainkan peranan yang besar dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi pada suatu usaha. Dalam pemasaran produk perikanan dan kelautan, baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor, sebagian besar masih ditentukan oleh para pembeli/konsumen (*buyer market*). Kondisi semacam ini mengakibatkan harga jual produk perikanan pada umumnya atau seringkali kurang menguntungkan pihak produsen (nelayan). Ada dua faktor utama yang membuat pemasaran produk perikanan Indonesia masih lemah. *Pertama* karena lemahnya market intelligence yang meliputi penguasaan informasi tentang pesaing, segmen pasar, dan selera (*preference*) para konsumen tentang jenis dan mutu komoditas perikanan. *Kedua*, belum memadainya prasarana dan sarana sistem transportasi dan komunikasi untuk mendukung distribusi atau penyampaian (*delivery*) produk perikanan dari produsen ke konsumen secara tepat waktu (Solihin, 2004).

Secara tradisional setelah nelayan memperoleh hasil ikan tangkapan, mereka lalu mencoba menjual sendiri kepada konsumen setempat melalui cara barter atau dengan nilai uang tertentu. Kegiatan ini tidak terorganisir dengan baik dan kurang efisien dan tidak produktif, mutu ikan tidak dijaga sehingga harga ikan cenderung menurun. Perkembangan lainnya dengan adanya upaya bahwa pemasaran ikan harus dirubah yakni dari ikan yang dijual sendiri-sendiri menjadi ikan dijual secara lelang dan terorganisir sehingga harga tidak ditentukan oleh pembeli dan mutu ikan dapat dipertahankan serta nilai jual yang diperoleh nelayan lebih besar. Melihat kenyataan demikian, pelaksanaan lelang akhirnya menjadi kebutuhan nelayan.

Salah satu upaya pemerintah dalam menangani masalah pemasaran adalah dengan adanya pembangunan tempat pelelangan ikan. Tempat pelelangan ikan dapat dijadikan tempat transaksi jual beli antara nelayan, pedagang dan konsumen sehingga dapat memperpendek jaringan pemasaran dan mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan. Mengingat ikan cepat mengalami proses pembusukan, oleh sebab itu membutuhkan strategi pemasaran yang kreatif, inovatif dan tidak memerlukan rantai pemasaran yang panjang.

Menurut Kotler, *et. al*, (2000:7) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*product of value*) dengan orang atau kelompok lain.

Sedangkan menurut studi empirik yang dilakukan oleh penulis pemasaran produk perikanan berada pada posisi sulit untuk berkembang akibat harga jual produk yang diterima sangat rendah dan cenderung tidak sebanding dengan resiko maupun biaya yang dikeluarkan (Dirmawan, 2002:2). Hal ini menunjukkan bahwa studi empirik tidak mendukung terhadap adanya teori yang ada karena disini penjual/pelaku bisnis perikanan merasa tidak mendapatkan apa yang mereka butuhkan yaitu keuntungan. Selanjutnya hasil Praktek Kerja Lapang dari Olivia (2007:32) mengatakan pemasaran hasil perikanan yang baik dan lancar merupakan penunjang pengembangan pemasaran dan peningkatan produksi. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa untuk memenuhi apa yang diharapkan oleh pelaku bisnis perikanan untuk mendapat keuntungan yaitu dengan cara pemasaran produk yang dilakukan harus lancar dan strategi pemasaran yang baik sehingga produksi dapat ditingkatkan.

Keterbatasan modal bagi para pedagang sektor perikanan juga masih menjadi kendala pada saat ini. Disini modal sangat berpengaruh terhadap

suksesnya pemasaran sektor perikanan. Pihak perbankan yang masih setengah hati memberikan pinjaman kredit membuat para pelaku bisnis perikanan kesulitan mencari pinjaman modal. Pihak perbankan lebih memilih untuk tidak ambil resiko dalam memberikan kreditnya, karena anggapan bahwa pelaku bisnis perikanan tidak dapat dipercaya atau sulit dalam pengembalian pinjaman.

Selain itu masih rendahnya pendidikan pedagang dan pengetahuan yang dimiliki menyulitkan mereka untuk mengakses pinjaman dari pihak luar seperti bank. Sehingga untuk mengatasi kesulitan keuangan tersebut maka pelaku bisnis perikanan/pedagang akan mencari jalan keluar yang menurut mereka lebih cepat dan tidak berbelit-belit dengan cara memanfaatkan kredit informal yang berasal dari kalangan pedagang sendiri yang memiliki modal besar atau biasa disebut dengan *borg*.

Keberadaan *borg* di tengah-tengah pedagang di tempat pelelangan ikan saat ini begitu kontroversial dan menjadi dilemma tersendiri bagi para pedagang sehingga membawa dampak positif dan negatif yang ditimbulkan oleh adanya *borg*. Segi negatif yang ditimbulkan oleh adanya *borg* adalah menyebabkan keterikatan, ketergantungan dan rasa hutang budi pedagang kepada *borg* sehingga sulit untuk melepaskan diri. Segi positifnya yaitu pinjaman dapat diperoleh dengan cepat dengan persyaratan yang tidak berbelit-belit.

Aspek yang mempengaruhi mengapa para penjual/pedagang ikan di tempat pelelangan lebih suka meminjam modal kepada *borg* adalah disamping kekurangan modal, pinjaman yang diberikan dalam bentuk uang langsung, persyaratan yang tidak terlalu rumit, prosesnya lebih cepat, dan *borg* biasanya berasal dari kalangan penjual itu sendiri yang mempunyai modal lebih besar.

Meskipun masalah modal sudah dapat teratasi, namun disisi lain masalah yang lain juga akan menyusul yaitu keuntungan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya produksi karena para pedagang yang sudah meminjam

modal harus membeli ikan kepada mereka dengan harga yang lebih tinggi dari harga normal. Hal tersebut yang membuat pedagang mengalami kesulitan dalam membayar pinjamannya sehingga mereka akan melakukan peminjaman kembali kepada *borg*. Pada akhirnya mereka tidak dapat lepas dari kekuasaan *borg*.

Agar dapat meningkatkan pendapatan para pedagang ikan di tempat pelelangan diperlukan peningkatan penjualan maka pemasaran yang dilakukan harus kreatif, inovatif dan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu diperlukan peran pemerintah khususnya melalui Dinas Kelautan Dan Perikanan di Kabupaten Sidoarjo untuk berperan serta dalam peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para pedagang ikan di tempat pelelangan. Untuk itu Dinas Kelautan dan Perikanan di Kabupaten Sidoarjo perlu adanya pemberian kredit pemerintah yang dapat memenuhi kebutuhan pedagang seperti halnya pada kredit pengambek, agar pedagang lebih mandiri dan tidak tergantung dengan keberadaan *borg*.

Sebagai kawasan delta, potensi perikanan Kabupaten Sidoarjo sangat besar, akan tetapi produktifitas hasil perikanan masih menunjukkan hasil yang belum optimal, oleh karena itu kebijakan pemerintah pada bidang ini adalah:

- Kebijakan Peningkatan produktivitas melalui peningkatan SDM
- Kebijakan peningkatan kualitas lingkungan air dan mutu hasil perikanan melalui program konservasi lahan tambak
- Kebijakan Pengembangan industri pengolahan hasil perikanan berkualitas ekspor dengan penerapan teknologi tepat guna
- Serta kebijakan pengembangan sarana dan prasarana dan penyempurnaan sistem prosedur kegiatan.

Dalam pengembangan sarana dan prasarana perikanan telah dilakukan bantuan operasional tambak pemda; operasional dan pemeliharaan pasar ikan

dan Tempat Pelelangan Ikan; pengadaan sarana dan prasarana pertambakan, laut dan Pesisir (<http://sidoarjo.sytes.net/bappekab/com>)

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Pemasaran produk perikanan berada pada posisi sulit untuk berkembang akibat harga jual produk yang diterima sangat rendah dan cenderung tidak sebanding dengan resiko maupun biaya yang dikeluarkan, sehingga pendapatan yang diperoleh sering mengalami kerugian. Menurut Jerome (1993: 21) sistem pemasaran makro adalah salah satu sistem pemasaran yang baik. Sistem pemasaran makro lebih daripada menyerahkan barang-barang ke konsumen, sistem ini memungkinkan produksi massa dengan adanya "Keuntungan atas Skala".

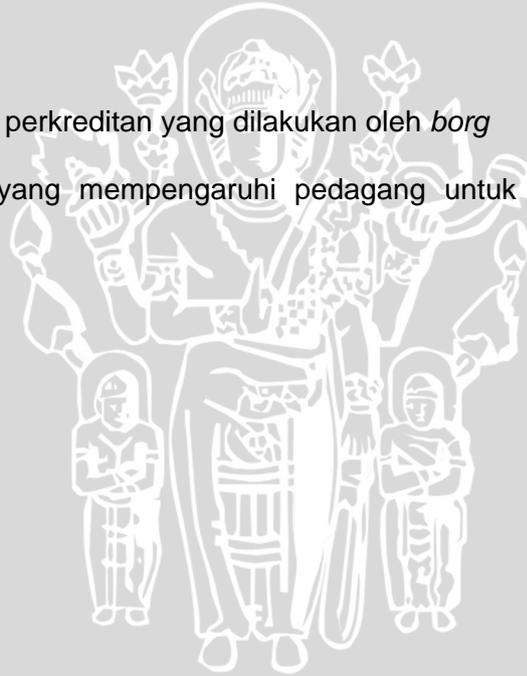
Sedangkan studi empiris yang dilakukan penulis menyatakan bahwa strategi yang paling tepat digunakan dalam perusahaan perikanan adalah 'Perusahaan Untung dan Konsumen Bertahan', tetapi bagi bisnis perikanan skala kecil dimana barang-barang hasil produksi yaitu ikan sulit untuk memperkirakan kontinuitas pasarnya. Strategi pasar yang demikian kecil kemungkinannya untuk dapat dilaksanakan karena perdagangan ikan sering dilakukan secara gambling (Zamroni, 2002: 30). Disini dapat dikatakan bahwa strategi yang dilakukan perusahaan perikanan skala besar belum tentu dapat diterapkan oleh perusahaan perikanan skala kecil.

Salah satu cara untuk mengatasi masalah pemasaran dibidang perikanan adalah dengan didirikannya tempat pelelangan ikan (TPI). Tempat pelelangan ikan merupakan suatu tempat yang digunakan untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli ikan sehingga terjadi tawar-menawar harga ikan yang mereka sepakati.

Dalam menjalankan usahanya setiap produsen/pedagang di tempat pelelangan ikan (TPI) membutuhkan modal/dana, sebagian besar modal yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan usahanya diperoleh dari pinjaman informal yang berasal dari *borg*.

Dari latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan penelitian dan kerangka berfikir penelitian seperti pada gambar 1.

- 1) Bagaimana pengaruh *borg* sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 2) Bagaimana proses pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo
- 3) Bagaimana keadaan usaha sebelum dan setelah mendapat pinjaman dari *borg*
- 4) Bagaimana sistem perkreditan yang dilakukan oleh *borg*
- 5) Faktor apa saja yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada *borg*



**Teori :**

1. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (product of value) dengan orang atau kelompok lain (Kotler, et al, 2000:7).
2. Menurut Jerome (1993: 21) sistem pemasaran makro adalah salah satu sistem pemasaran yang baik. Sistem pemasaran makro lebih daripada menyerahkan barang-barang ke konsumen, sistem ini memungkinkan produksi massa dengan adanya "Keuntungan atas Skala".
3. Menurut Meij (1974:9) menyatakan pengertian modal adalah kolektivitas dari barang-barang modal yang dimanfaatkan untuk proses produksi, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dimasa yang akan datang.
4. Untuk dapat menjalankan usaha setiap perusahaan membutuhkan dana. Dana dapat diperoleh dari pemilik perusahaan atau dari utang (Riyanto, 1994:3).
5. Menurut Winardi (1973:9) modal abstrak yaitu berupa uang, dapat diperoleh melalui pengambilan kredit yang diberikan oleh pihak bank.
6. Pendapatan adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap (Soekartawi,1986).
7. Tempat pelelangan ikan adalah sebagai sarana pemasaran hasil tangkapan nelayan/petani ikan dan merupakan bagian fasilitas dari pusat pendaratan ikan, pengelolaannya dipercayakan pada KUD (Susilo, 1986:7).

**Empiris :**

1. Pemasaran produk perikanan berada pada posisi sulit untuk berkembang akibat harga jual produk yang diterima sangat rendah dan cenderung tidak sebanding dengan resiko maupun biaya yang dikeluarkan (Dirmawan, 2002:2). Pemasaran hasil perikanan yang baik dan lancar merupakan penunjang pengembangan pemasaran dan peningkatan produksi (Olivia, 2007:32)
2. Menurut Zamroni (2002: 30) strategi yang paling tepat digunakan dalam perusahaan perikanan adalah 'Perusahaan Untung dan Konsumen Bertahan', tetapi bagi bisnis perikanan skala kecil dimana barang-barang hasil produksi yaitu ikan sulit untuk memperkirakan kontinuitas pasarnya. Strategi pasar yang demikian kecil kemungkinannya untuk dapat dilaksanakan karena perdagangan ikan sering dilakukan secara gambling.
3. Modal dalam usaha perikanan hanya dibatasi pada bentuk uang yang diperlukan untuk kegiatan usaha (Septiartha, 2003:12).
4. Setiap pengusaha dalam memenuhi kebutuhan usahanya akan membutuhkan modal. Karena tanpa adanya modal suatu usaha tidak dapat berjalan lancar walaupun syarat lain terpenuhi (Nugrahani, 2006:69)
5. Sebagian besar modal yang digunakan dalam usaha diperoleh dari *borg*, mengingat persyaratan yang mudah dan modal dapat diperoleh dengan cepat dalam bentuk uang kes.
6. Pendapatan adalah penghasilan berupa uang yang didapatkan setelah mereka bekerja.
7. Tempat pelelangan ikan adalah suatu tempat yang digunakan untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli ikan sehingga terjadi tawar-menawar harga ikan yang mereka sepakati (mahyuddin,2001:1)

**Masalah**

- 1) Bagaimana pengaruh *borg* sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 2) Bagaimana proses pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 3) Bagaimana keadaan usaha sebelum dan setelah mendapat pinjaman modal dari *borg*
- 4) Bagaimana sistem perkreditan yang dilakukan oleh *borg*
- 5) Faktor apa saja yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada *borg*

**Tujuan**

- 1) Mengetahui pengaruh *borg* sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 2) Mengetahui proses pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 3) Keadaan usaha sebelum dan setelah mendapat pinjaman modal
- 4) Mengetahui sistem perkreditan yang dilakukan oleh *borg*
- 5) Faktor - faktor yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada *borg*

**Metode Penelitian**

Analisa data, untuk penyelesaian tujuan no.1 dan no.2 secara deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah observasi dan wawancara. no.4, no.5, secara deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah wawancara no.3 untuk mengetahui keadaan usaha sebelum dan sesudah mendapat pinjaman yaitu secara deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisis penerimaan, analisis keuntungan, dan analisis , analisis Revenue Cost Ratio (R/C), analisis rentabilitas, analisis payback period, dapat dilihat dengan menggunakan tabel perbandingan seperti pada tabel 1. Apakah dari hasil analisis data yang dilakukan nantinya akan mendukung teori, empiris atau kedua-duanya.

**PENGARUH *BORG* SEBAGAI PEMILIK MODAL TERHADAP PENDAPATAN DAN PEMASARAN IKAN SEGAR DI TEMPAT PELELANGAN IKAN (TPI) KECAMATAN SIDOARJO, KABUPATEN SIDOARJO, JAWA TIMUR**

**Gambar 1. Kerangka Proses Berpikir Penelitian**

### 1.3 TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mempelajari :

- 1) Mengetahui pengaruh borg sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 2) Mengetahui proses pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan
- 3) Keadaan usaha sebelum dan setelah mendapat pinjaman modal
- 4) Mengetahui sistem perkreditan yang dilakukan oleh borg
- 5) Faktor - faktor yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada borg

### 1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

- 1) Masyarakat Perikanan

Diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat perikanan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan usahanya dan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan penilaian atas kredit yang dilakukan pengambil .

- 2) Peneliti

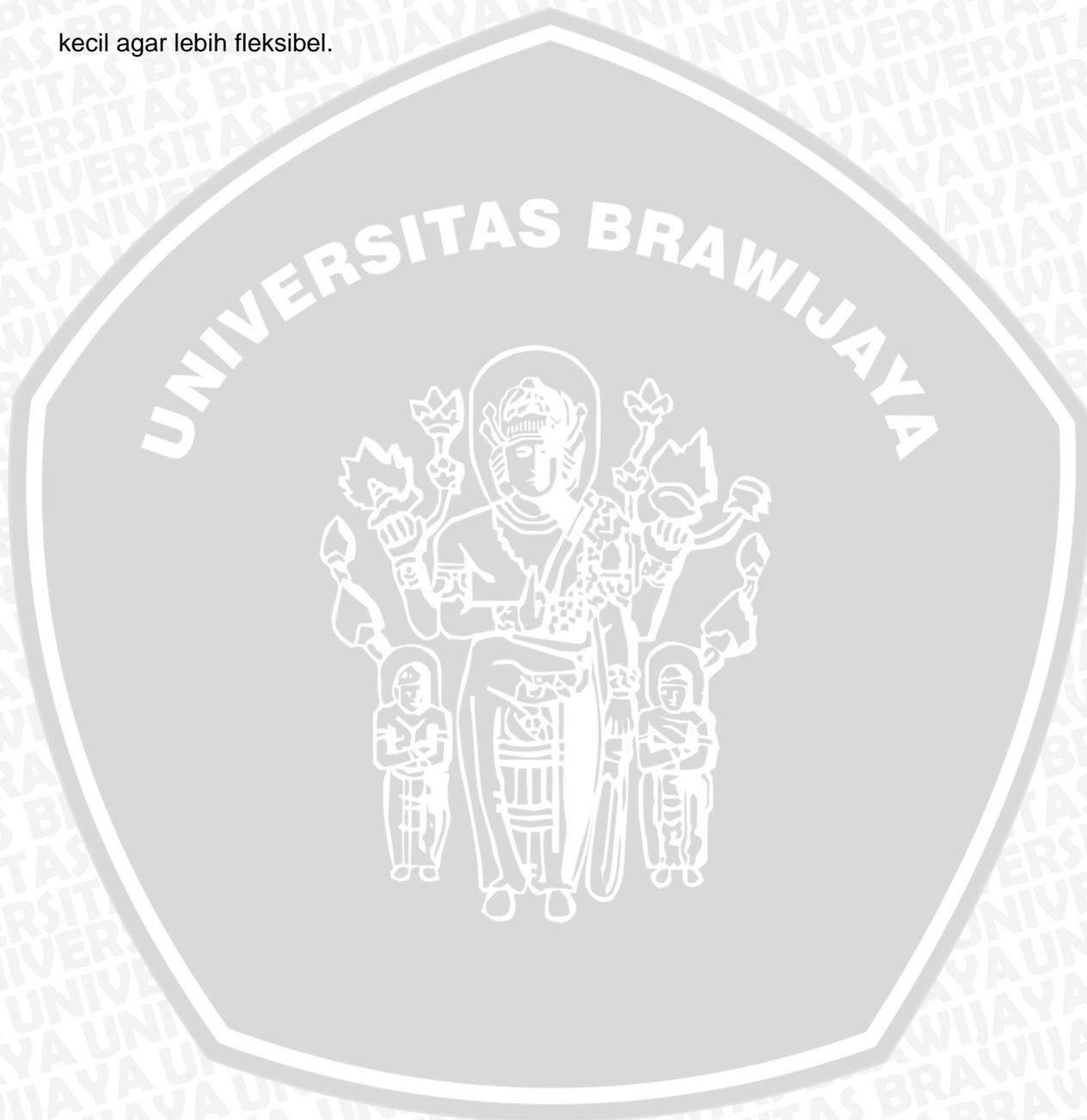
Diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan ketrampilan mahasiswa dilapangan dengan memadukan antara teori yang didapatkan dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada serta sebagai informasi keilmuan bagi perguruan tinggi untuk penelitian lebih lanjut.

- 3) Dinas kelautan dan Perikanan

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk mengevaluasi kebijakan dalam upaya peningkatan pendapatan dan pemasaran di tempat pelelangan ikan.

4) Pihak Perbankan

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengambil kebijakan pemberian pinjaman kredit kepada para pelaku usaha/bisnis perikanan khususnya usaha/bisnis perikanan dalam skala kecil agar lebih fleksibel.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Tempat Pelelangan Ikan

Pelelangan ikan adalah suatu kegiatan di suatu tempat pelelangan ikan guna mempertemukan penjual dan pembeli ikan sehingga terjadi tawar-menawar harga ikan yang mereka sepakati bersama. Pelelangan ikan juga dapat diartikan sebagai salah satu mata rantai tata niaga ikan. Dalam hal tata niaga ikan/pelelangan ikan pemerintah berperan serta dalam mengatur dan melaksanakan pembinaan mutu hasil perikanan, tujuannya adalah agar proses pelelangan ikan dapat tertib sehingga nelayan sebagai produsen dan pembeli/konsumen sama-sama saling menguntungkan (Mahyuddin, 2007)

Dengan didirikannya tempat pelelangan ikan dapat mempermudah pemasaran perikanan dan memperpendek saluran pemasarannya. Tempat pelelangan ikan didirikan dengan tujuan untuk, antara lain (Mahyuddin, 2007):

- (1) Meningkatkan pendapatan nelayan dan pembudidaya ikan
- (2) Meningkatkan eksistensi pelelangan ikan
- (3) Meningkatkan Kelayakan TPI
- (4) Meningkatkan fungsi TPI
- (5) Meningkatkan aplikasi aturan pelelangan ikan

Persyaratan konstruksi dan kelengkapan konstruksi di tempat pelelangan ikan (TPI) adalah :

- (1) Lantai TPI memiliki kemiringan 2% agar benda cair segera meluncur/mengalir ke saluran drainase.
- (2) Bangunan TPI bentuknya terbuka dan bebas cahaya dan udara masuk.
- (3) Dipinggir/ditiang TPI dipasang kran air agar memudahkan dalam pencucian ikan atau lantai TPI.

- (4) Penerangan TPI secukupnya .
- (5) Dinding TPI dari keramik agar mudah dibersihkan.
- (6) Sepanjang/sekeliling TPI dibuat pagar dan ada pintu agar tidak semua bisa masuk kedalam. (Mahyuddin, 2007)

## 2.2 Pengertian *Borg*

*Borg* disebut juga dengan istilah tengkulak atau pengambek. Sebutan *borg* disini khusus untuk pengambek atau tengkulak yang ada di daerah Sidoarjo. *Borg* atau tengkulak adalah seorang yang memberikan pinjaman kepada penjual/pedagang di tempat pelelangan ikan atau bisa dikatakan sebagai lembaga keuangan informal. Tengkulak ini pada umumnya memberikan pinjaman modal dengan bunga yang relatif tinggi, mereka juga mengharuskan para pedagang yang meminjam modal untuk membeli ikan dari mereka dengan harga yang cukup tinggi dari harga normal. *Borg*/tengkulak disini berperan sebagai pemilik modal yang keberadaannya sangat berpengaruh bagi pedagang di tempat pelelangan. Dan untuk saat ini pedagang di tempat pelelangan Kabupaten Sidoarjo pada kenyataannya masih sangat tergantung dengan keberadaan *borg* (Mardjoko, 2004 ).

Hampir di setiap wilayah pesisir di Indonesia dijumpai adanya tengkulak yang mengambil beberapa fungsi pengembangan di sektor perikanan dan kelautan secara informal. Fungsi-fungsi pengembangan sektor perikanan dan kelautan yang dimasuki oleh tengkulak tidak saja hanya pada fungsi finansial, tetapi banyak fungsi lainnya yang telah diambilnya, yakni :

### 1. Fungsi Produksi :

Pada fungsi produksi ini tengkulak mengambil peran sebagai penyedia faktor/ sarana produksi penangkapan ikan, seperti : menyediakan biaya-

biaya bekal operasi penangkapan ikan, penyedia alat tangkap ikan dan bahkan penyedia mesin motor tempel serta kapal penangkap ikan.

2. Fungsi Pemasaran :

Ikan hasil tangkapan nelayan, pada lokasi-lokasi dimana tidak terdapat tempat pelelangan ikan (TPI) umumnya dibeli oleh tengkulak yang kemudian oleh tengkulak disalurkan ke perusahaan-perusahaan exportir atau disalurkan ke pasar-pasar lokal.

3. Fungsi Finansial :

Segala kebutuhan berupa finansial untuk terlaksananya kegiatan usaha penangkapan ikan senantiasa disediakan oleh tengkulak . Nelayan hampir dapat dikatakan bergantung pada tengkulak. Para tengkulak memberikan bantuan finansial tanpa syarat-syarat tertentu tidak seperti pada lembaga-lembaga keuangan (bank).

4. Fungsi Sosial :

Dikala terjadi musim paceklik, nelayan tidak melakukan operasi penangkapan ikan sama sekali. Oleh karenanya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari mereka banyak mengandalkan pada bantuan tengkulak. Bahkan untuk kepentingan biaya sekolah putera-puteri nelayan, kadang-kadang mereka juga memohon bantuan pada tengkulak, (Dirmawan, 2002).

Peran yang dimainkan oleh para tengkulak adalah meliputi keseluruhan peran (produksi, pemasaran, finansial dan sosial) yang dibutuhkan oleh kelompok masyarakat nelayan tradisional yang membuat mereka "rela" mengikatkan diri pada ikatan yang menimbulkan adanya kebergantungan.

### 2.3 Pengertian Modal

Faktor modal mempunyai peranan yang penting dalam dunia usaha. Winardi (1973 :10) dalam Septhiartha (2003:11), mendefinisikan modal sebagai (1) sumber-sumber yang digunakan untuk kebutuhan produktif, (2) hal-hal yang memproduksi, (3) sarana produksi, (4) persediaan asset material suatu masyarakat, dan (5) kekayaan. Permodalan dilihat dari segi pemasaran berarti mencari dan mengurus sejumlah uang yang berkaitan dengan transaksi dalam arus barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru ( Mubyarto, 1985 dalam Septhiartha 2003).

Menurut Schwiedland dalam Riyanto (1994: 18) menyatakan pengertian modal dalam artian yang lebih luas yaitu dimana modal meliputi baik modal dalam bentuk uang (geldkapital) maupun dalam bentuk barang (sachkapital), misalnya mesin-mesin, barang-barang dagangan, dan lain sebagainya.

Pada masyarakat perikanan modal adalah barang/jasa yang dimanfaatkan untuk proses produksi, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dimasa yang akan datang (Meij, 1974: 9 dalam Septhiartha 2003:12). Pada penelitian ini pengertian modal dibatasi pada bentuk uang yang diperlukan untuk kegiatan usaha.

### 2.4 Jenis-Jenis Modal

#### 2.4.1 Modal Asing

Menurut Riyanto (1994:227-239) yang dimaksud dengan modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara bekerja didalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut merupakan utang yang pada saatnya harus dibayar kembali. Dalam penggolongan utang dibagi menjadi 3, antara lain:

### 1. Modal Asing/Utang Jangka Pendek (Short – Term Debt)

Modal asing/Utang jangka pendek adalah utang yang jangka waktunya pendek. Sebagian besar utang jangka pendek merupakan kredit perdagangan, yaitu kredit yang diperlukan untuk menyelenggarakan usahanya.

### 2. Modal Asing/Utang Jangka Menengah (Intermediate – Term Debt)

Pengertian modal asing/utang jangka menengah adalah utang yang jangka waktu pengembaliannya lebih dari satu tahun dan kurang dari 10 tahun. Kebutuhan kredit ini dilakukan karena adanya kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh kredit jangka pendek. Penggunaan utang jangka menengah ini digunakan apabila kebutuhan modal yang dibutuhkan tidak begitu besar jumlahnya juga tidak ekonomis untuk dipenuhi dengan dana yang berasal dari pasar modal.

### 3. Modal Asing/Utang Jangka Panjang (Long – Term Debt)

Modal asing/utang jangka panjang adalah utang yang jangka waktunya panjang, umumnya lebih dari 10 tahun. Utang jangka panjang pada umumnya digunakan untuk kegiatan-kegiatan suatu perusahaan yang membutuhkan modal yang cukup besar. Bentuk-bentuk utama dari utang jangka panjang yaitu:

- 1) Pinjaman Obligasi, adalah pinjaman uang untuk jangka waktu yang panjang, untuk itu si debitur mengeluarkan surat pengakuan utang yang mempunyai nominal tertentu.
- 2) Pinjaman Hipotik, adalah pinjaman jangka panjang dimana pemberi utang (kreditur) diberi hak hipotik terhadap suatu barang yang tidak bergerak.

### 2.4.2 Modal Sendiri

Menurut Riyanto (1994: 240) modal sendiri pada dasarnya modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan yang tertanam didalam perusahaan untuk waktu yang tidak tentu lamanya. Selain itu modal sendiri juga dapat diperoleh dari modal yang dihasilkan atau dibentuk sendiri dalam perusahaan dan berasal dari sumber intern, yaitu dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

Sedangkan menurut Meij (1974: 106) modal sendiri ialah tidak hanya permodalan dari laba, akan tetapi juga berasal dari kekayaan-kekayaan lain yang sudah tersedia dalam perusahaan. Sumber-sumber permodalan sendiri termasuk

- 1) Bagian laba yang di tahan
- 2) Pendapatan khayal (penghapusan alat-alat produksi tahan lama). Ini salah satu bentuk dari intensifikasi penggunaan uang
- 3) Memperbesar kecepatan peredaran dari kekayaan, sebagai bentuk kedua dari intensifikasi penggunaan uang.

### 2.5 Definisi Pemasaran

Jerome, *et al* (1993:27) menyatakan bahwa pemasaran merupakan bagian penting dalam suatu bisnis atau perdagangan secara menyeluruh yang bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pemasaran menyediakan empat kegunaan ekonomi (economy utility) yang utama kegunaan bentuk, waktu, tempat dan milik yang dibutuhkan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (1993: 5), pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertahankan produk yang bernilai dengan pihak lain. Definisi pemasaran adalah berpijak pada konsep-konsep inti antara lain:

a) Kebutuhan, keinginan dan permintaan

Cara berpikir pemasaran dimulai dari kebutuhan dan keinginan manusia setelah itu baru terjadi permintaan terhadap barang/jasa.

- Kebutuhan (needs) adalah keadaan dimana merasa tidak memiliki keputusan dasar tertentu. Kebutuhan merupakan hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih mendalam.
- Permintaan (wants) adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan dapat berubah menjadi permintaan jika didukung dengan adanya daya beli.

b) Produk

Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk disini dapat diartikan sebagai barang dan jasa.

c) Nilai, biaya dan kepuasan

Konsep nilai, biaya dan kepuasan merupakan komponen yang sangat penting bagi kedisiplinan suatu pemasaran.

d) Pertukaran, transaksi dan hubungan

Pertukaran dapat diartikan sebagai cara mendapatkan suatu produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Pertukaran merupakan konsep pokok yang mendasari pemasaran. Supaya terjadi pertukaran, ada lima syarat yang harus dipenuhi, yaitu :

- Sekurang-kurangnya ada dua pihak
- Masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang bernilai bagi pihak lain
- Masing-masing pihak dapat berkomunikasi dan menyerahkan barang

- Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak penawaran yang ada
- Masing-masing pihak memang menginginkan dan bersedia dengan pihak lain.

Sedangkan transaksi berbeda dengan transfer, disini transfer tidak memperoleh imbalan apapun. Transaksi pemasaran lebih ditekankan pada relationship marketing yaitu membangun aset perusahaan yang unik berupa jaringan pemasaran (marketing network).

## 2.6 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (2000:16) pengertian manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian, juga mencakup barang, jasa, dan gagasan dengan didasarkan pada pertukaran. Tujuan dari manajemen pemasaran adalah memberikan kepuasan pada pihak-pihak yang terlibat. Disini yang berkuasa dalam pengaturan manajemen pemasaran adalah manajer pemasaran. Manejer pemasaran merupakan orang yang tugas utamanya merangsang permintaan terhadap produk perusahaan.

Menurut Jerome (1993: 68) manajemen pemasaran dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu lingkungan kebudayaan dan sosial, lingkungan ekonomi dan teknologi, lingkungan persaingan, lingkungan politik dan hukum, sumber-sumber daya dan tujuan-tujuan perusahaan.

Dalam penelitian kali ini manajemen pemasaran harus dilakukan sendiri oleh pedagang di tempat pelelangan ikan agar usahanya dapat berjalan tanpa adanya hambatan.

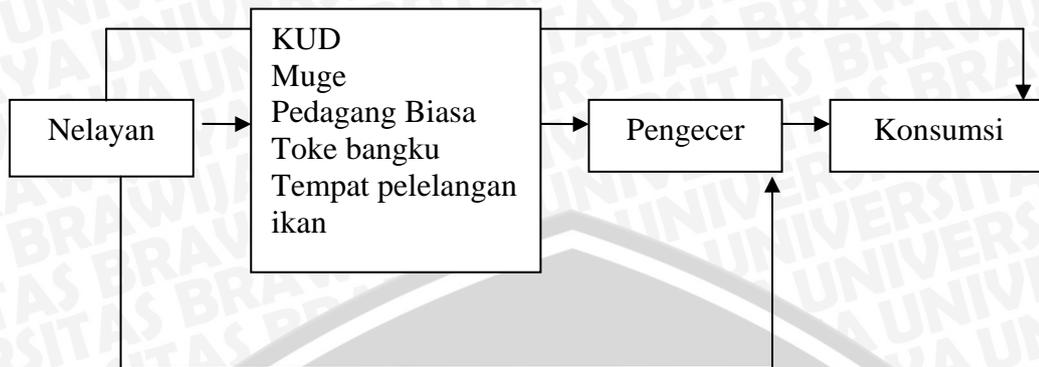
## 2.7 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran menghubungkan pemasar dengan pembeli sasaran. Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu :

- Saluran Komunikasi (Communication Channel)
  - digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli.
  - Contoh : surat kabar, majalah, radio, telepon, internet.
- Saluran Distribusi (Distribution Channel)
  - Untuk memamerkan atau menerahkan produk fisik atau jasa kepada pembeli atau pengguna.
- Saluran Penjualan
  - Untuk mempengaruhi transaksi dengan pembeli potensial (Kotler, 1993).

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1986) dalam Frihartinih (2006), baik tidaknya aspek pemasaran dari usaha yang akan dikembangkan juga rantai pemasaran, perlu mendapat perhatian karena mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mendapatkan margin (keuntungan). Rantai pemasaran yang dimaksud disini adalah pola tataniaga mulai dari produsen sampai pada konsumen akhir.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1986) dalam Frihartinih (2006), contoh rantai pemasaran, channel berikut adalah bentuk rantai pemasaran ikan segar di beberapa kota di daerah-daerah :



**Gambar 1. Contoh Skema Rantai Pemasaran**

Panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu hasil perikanan tergantung pada beberapa faktor, antara lain :

- Jarak antara produsen ke konsumen. Makin jauh tempat antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
- Cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat rusak atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
- Skala produksi. Bila produksi berlangsung dalam ukuran kecil, maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil juga, maka kehadiran pedagang perantara diharapkan keberadaannya. Dengan demikian saluran yang dilalui produk cenderung panjang.
- Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung memperpendek saluran tataniaga.

## 2.8 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (1997: 47), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan dapat mencapai sasaran-sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang

diharapkan dan kondisi pesaingnya. Sedangkan definisi lain yang diungkapkan oleh Kotler, strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasarnya yang telah ditetapkan lebih dulu, dimana didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pedagang di tempat pelelangan agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

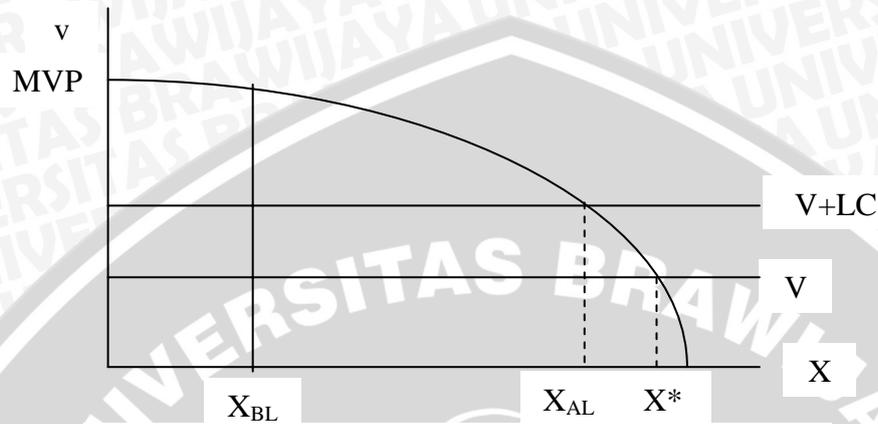
### **2.9 Peluang Pasar**

Menurut Soekartawi (1993), peluang pasar adalah peluang (probability) dari seorang (produsen, petani atau pihak lain) untuk menjual hasil pertanian dengan mendapatkan keuntungan. Posisi produsen sebagai pelaku pemasaran adalah yang paling lemah dan sering merugikan. Tidak semua pelaku lembaga pemasaran mampu memanfaatkan peluang pasar, maka hanya mereka yang mampu memanfaatkan pasar yang memperoleh kesempatan yang baik. Salah satu faktor yang menyebabkan lemahnya peluang pasar oleh produsen yaitu kurangnya informasi pasar, sehingga menyebabkan produsen berada pada posisi yang dirugikan.

### **2.10 Teori Produksi**

Pada hakikatnya produksi merupakan penciptaan atau penambahan faedah, bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat lebih bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia. Sedangkan proses produksi merupakan suatu proses mengombinasikan berbagai input untuk menghasilkan output. Hubungan teknis antar keduanya digambarkan oleh fungsi produksi (Henderson dan Quant, 1980 dalam Riniwati H, 1995:24-25).

Kondisi profit maksimum adalah apabila nilai produksi marjinal (MVP) sama dengan harga input. Secara grafis tingkat penggunaan dapat dilihat pada gambar 3:



**Gambar 3. Tingkat Penggunaan Input**

Sumber : Henderson dan Quant (1980) dalam Riniwati (1995:25).

Keterangan:

- $X_{BL}$  = input sebelum meminjam.
- $X_{AL}$  = input setelah meminjam
- $X^*$  = input optimal
- LC = biaya meminjam
- MVP= Marginal Value Product

Karena modal terbatas, produsen hanya mampu menggunakan input sebanyak  $X_{BL}$ . Bila harga input  $V$ , tingkat penggunaan output sebesar  $X_{BL}$  belum optimal. Pada tingkat harga tersebut penggunaan input yang optimal adalah  $X^*$ . Apabila produsen mendapat tambahan modal dari kredit, maka harga input menjadi lebih mahal yaitu sebesar  $V$  ditambah bunga pinjaman. Pada tingkat harga tersebut penggunaan input yang optimal adalah  $X_{AL}$ . Berarti ada peningkatan penggunaan input setelah produsen mendapat pinjaman.

Penggunaan input meningkat, akan menyebabkan produksi meningkat. Sehingga dapat dihipotesiskan bahwa kredit dapat meningkatkan produksi.

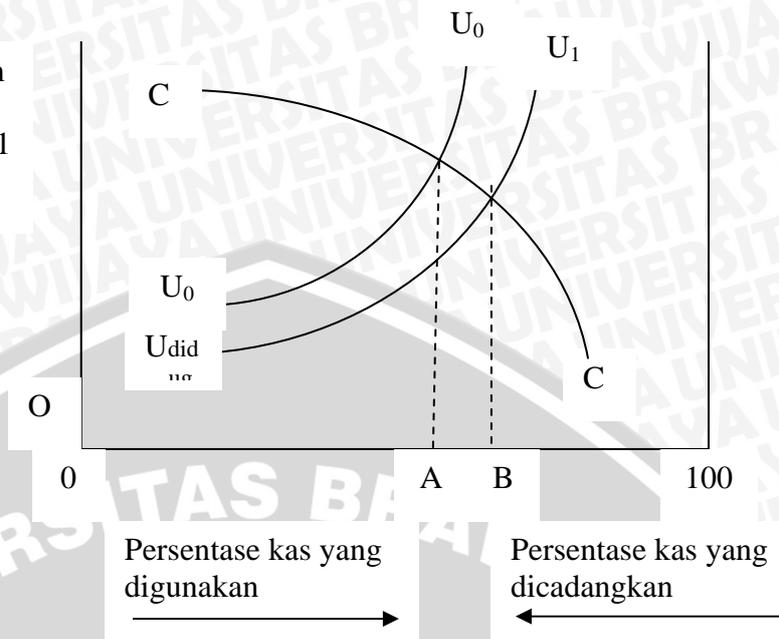
Hasil penelitian Feder (1990) dalam Riniwati (1995:26), menunjukkan bahwa pengaruh tambahan modal seperti kredit, dapat meningkatkan penggunaan input ke arah yang optimal. Sehingga dengan kredit akan meningkatkan produksi dan pendapatan. Hasil penelitian lain, Octavio (1986) dalam Riniwati (1995:26) menunjukkan bahwa diatas 50 persen dari responden mengambil kredit ada peningkatan produksi dan pendapatan.

### 2.11 Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan untuk menyediakan uang atau kas dalam waktu yang singkat dan dengan biaya yang murah. Kas dapat dicadangkan untuk mengatasi kejadian yang tidak terduga atau digunakan untuk keperluan produksi dan konsumsi. Dengan demikian mencadangkan kas membawa manfaat dan biaya. Manfaatnya adalah kesempatan untuk mengatasi kejadian-kejadian yang tidak terduga sedang biayanya adalah pendapatan dan utilitas yang dikorbankan karena tidak menggunakan kas.

Dari uraian diatas dapat dikemukakan bahwa cadangan mempunyai nilai biaya likuiditas. Barry dan Baker (1971) dalam Riniwati (1995:34-35) mengemukakan nilai dari \$1 kas dalam cadangan menurun bila kas dalam cadangan meningkat. Keadaan ini ditunjukkan dalam kurva nilai likuiditas uu dalam gambar 4

Nilai \$1 kas dalam cadangan dan penerimaan dari \$1 penggunaan kas.



**Gambar 4. Nilai dan Biaya Likuiditas Kas**

Sumber : Barry dan Baker (1971) dalam Riniwati (1995:34-35).

Dalam gambar 3, nilai likuiditas kas yang dicadangkan ditunjukkan oleh suatu vertikal. Sumbu horizontal menunjukkan persentase kas yang digunakan (baca dari kiri ke kanan) dan kas yang dicadangkan (baca dari kanan ke kiri). Kurva ini dapat bergeser karena pengalaman, kesukaan, umur dan respons seseorang terhadap resiko. Penerimaan dari \$1 penggunaan kas menurun bila penggunaan kas meningkat. Keadaan ini ditunjukkan oleh kurva biaya likuiditas CC pada gambar 3. Penggunaan kas optimal terjadi pada perpotongan antara nilai likuiditas dengan kurva biaya likuiditas. Di titik ini nilai marginal dari kas sama dengan biaya marginalnya.

Teori ini dapat digunakan untuk menganalisa peranan kredit sebagai sumber likuiditas. Semakin penting peranan kredit sebagai sumber likuiditas semakin banyak kas dalam cadangan yang dapat digantikan oleh kredit sehingga semakin banyak kas yang dapat dipergunakan untuk keperluan produksi dan konsumsi.

Sehubungan dengan itu Gustafson (1989) dalam Riniwati (1995:35-36) menyebutkan bahwa sumber likuiditas yang penting adalah kredit. Apabila dibandingkan dengan sumber likuiditas yang lain seperti menjual aset, menunda investasi, mengurangi input, dan lain-lain, maka kredit tidak mengganggu proses produksi atau rencana membeli aset. Kredit adalah serbaguna dan dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti memperluas usaha, meningkatkan efisiensi, merubah kondisi lingkungan dan kelancaran usaha.

Selanjutnya dengan menggunakan gambar 3 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: kurva CC menunjukkan pendapatan yang dikorbankan karena tidak menggunakan kas untuk kegiatan produktif. Kurva  $u_0u_0$  merupakan kurva nilai likuiditas produsen apabila tidak mengambil kredit. Kurva  $u_1u_1$  merupakan kurva nilai likuiditas produsen yang mengambil kredit. Apabila produsen tidak mengambil kredit, maka kas yang digunakan adalah sebesar OA dan kas yang dicadangkan adalah sebesar CA. Setelah produsen mengambil kredit, maka kas yang digunakan sebesar OB dan kas yang dicadangkan adalah sebesar CB. Hal ini berarti posisi likuiditas yang mengambil kredit lebih baik. Karena uang yang dicadangkan untuk keperluan tak terduga jumlahnya relatif kecil. Dengan demikian dapat dihipotesiskan bahwa kredit dapat meningkatkan posisi likuiditas nelayan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 JENIS PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2003). Menurut Whitney dalam Nazir (2003), Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Studi kasus atau penelitian kasus (*case study*) adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial atau merupakan suatu cara penelitian terhadap masalah empiris dengan mengikuti suatu rangkaian prosedur yang telah dispesifikasikan sebelumnya (Yin, 1996: 1).

Studi kasus merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari kehidupan-kehidupan nyata seperti siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri (Yin, 1996: 26).

Penelitian ini merupakan studi kasus pada suatu tempat pelelangan ikan (TPI), sehingga dapat dikatakan bahwa metode penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan lingkungan baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi bisnis/perdagangan yang dilakukan di tempat pelelangan ikan (TPI). Penelitian ini juga difokuskan pada studi kasus

tentang pengaruh adanya *borg* sebagai pemilik modal terhadap pendapatan yang diperoleh dan bagaimana pemasaran ikan segar yang ada di tempat pelelangan ikan (TPI) Kabupaten Sidoarjo.

### 3.2 SAMPEL PENELITIAN

Adapun metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik sampling ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2003), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini rencana yang diambil sebagai sampel dalam melakukan penelitian tentang pengaruh *borg* sebagai pemilik modal adalah tempat pelelangan ikan (TPI) Kabupaten Sidoarjo, dan responden yang dipilih adalah *borg* yang ada di tempat pelelangan yaitu berjumlah sekitar 16 orang dan seluruh pedagang yang ada ditempat pelelangan sekitar 25 orang, sedangkan untuk mengetahui keadaan usaha sebelum dan sesudah mendapat pinjaman modal hanya mengambil 2 sampel pedagang yaitu Bu Lasiyem dan BU Rina.

### 3.3 TEMPAT PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Jl. Lingkar Timur, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purpose*) dengan pertimbangan bahwa merupakan sentra pelelangan ikan yang sedang berkembang dan perlu mendapatkan perhatian untuk usaha pengembangannya, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

### 3.4 JENIS DAN SUMBER DATA

Pada penelitian ini data yang diambil adalah data primer dan data sekunder.

#### 1. *Data Primer*

Data primer yaitu data yang secara langsung dikumpulkan dengan teliti dari sumber pertama (Subagya, 1991). Untuk data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Data ini meliputi sejarah dan perkembangan tempat pelelangan ikan (TPI), permodalan, pemasaran, kondisi lingkungan.

#### 2. *Data Sekunder*

Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dan dilaporkan orang dari luar peneliti. Data ini diperoleh dari sumber-sumber instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini yaitu dari kantor Desa/Kelurahan, Kantor Kecamatan, Kantor BPS (Badan Pusat Statistik), dan BAPEDA. Data tersebut meliputi kondisi umum daerah, data sosial ekonomi masyarakat desa serta data lainnya yang mendukung penelitian.

### 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adapun teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber dilakukan dengan cara :

#### a. Wawancara

Menurut Singarimbun (2006: 192), wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara si penanya dengan si penjawab.

Wawancara dalam penelitian kali ini meliputi : sejarah berdirinya, permodalan, dan pemasarannya.

b. Observasi

Menurut Marzuki (1986), observasi adalah suatu studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan atau fenomena yang diselidiki baik itu sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat tanpa mengajukan suatu pertanyaan.

c. Studi kepustakaan

Adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data sekunder yang berkaitan dengan tujuan penelitian antara lain studi literatur, buku bacaan dan jurnal yang berhubungan erat dengan penelitian.

d. Perekaman untuk memperlancar jalannya wawancara digunakan alat perekam berfungsi untuk memperjelas apa yang telah dicatat disamping melakukan pengambilan gambar atau foto.

### 3.6 METODE ANALISIS DATA

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan setelah selesai pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder. Tujuan analisis data adalah menyempitkan dan membatasi penemuan-penemuan hingga menjadi suatu data yang teratur serta tersusun lebih berarti (Hadi, S 1983). Pengumpulan data lebih bersifat kualitatif yang memberikan penjelasan berupa kalimat-kalimat dan kuantitatif yang berupa perhitungan-perhitungan atau angka. Data yang akan dianalisis meliputi :

- 1) Pengaruh *borg* sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan. Menggunakan analisa diskriptif kualitatif dengan memberikan penjelasan berupa kata- kata atau kalimat yang dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *borg*

terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan. Disini peneliti ingin terlebih dahulu mengetahui peran dan fungsi *borg* di tempat pelelangan ikan. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui apakah dengan adanya pinjaman modal dari *borg* dapat meningkatkan likuiditas dan dapat meningkatkan produksi di tempat pelelangan ikan atau sebaliknya, yang nantinya akan dibandingkan dengan teori yang ada.

2) Poses pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo.

Dalam hal ini yang akan dibahas adalah :

- a. Saluran pemasaran yang meliputi : rantai pemasaran dan daerah pemasaran. Menggunakan analisa diskriptif kualitatif.
- b. Staregi pemasaran. Menggunakan analisa diskriptif kualitatif.
- c. Manajemen pemasaran. Menggunakan analisa diskriptif kualitatif.

3) Keadaan usaha sebelum dan setelah mendapat pinjaman modal.

Menggunakan analisis pendekatan kuantitatif dengan analisa finansial antara lain: analisis penerimaan, analisis keuntungan, analisis Revenue Cost Ratio (R/C), analisis REC (Return to Equity Capital), analisis likuiditas, analisis payback period. Dari hasil analisis data yang akan diperoleh apakah akan mendukung teori, empiris atau keduanya. Untuk memudahkan analisis di gambarkan dengan tabel perbandingan usaha sesudah dan sebelum mendapatkan pinjaman.

4) Mengetahui sistem perkreditan yang dilakukan oleh *borg*. Disini peneliti ingin mengetahui apakah sistem perkreditan yang dilakukan *borg* sama atau berbeda dengan sistem perkreditan yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan formal seperti bank. Menggunakan analisa diskriptif kualitatif dengan studi pustaka guna mengetahui persyaratan peminjaman yang sudah dilakukan oleh pihak lembaga keuangan formal seperti bank.

- 5) Faktor - faktor yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada *borg*. Dengan menggunakan analisa diskriptif kualitatif.

### 3.6.1 Analisis Penerimaan (Total Revenue)

Menurut Soekartawi ( 1986 ), keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah di kurangi dengan biaya yang di keluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap. Total Revenue ( TR ) atau penerimaan di dapat dari perkalian antar produk yang di dihasilkan ( Q ) dengan harga penjualan (PQ ).

- Penerimaan total dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana : TR = Total penerimaan

Q= Produk yang dihasilkan

P = Harga penjualan

- Biaya total (*Total Cost*)

Biaya total dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Dimana: TC = Biaya total

FC = Biaya tetap

VC = Biaya tidak tetap

### 3.6.2 Analisis Keuntungan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap (Soekartawi, 1990). Keuntungan atau pendapatan bersih adalah penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap.

Keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :  $\pi$  = Keuntungan

TR (Total Revenue) = Pendapatan kotor usaha

TC (Total Cost) = Pengeluaran total

### 3.6.3 Analisis Zakat

Pengenaan pajak penjualan atas pajak pertambahan nilai akan meningkatkan biaya total average total cost (ATC). Peningkatan ATC secara tidak langsung juga meningkatkan MC (Marginal Cost). Bila setelah dikenakan beban pajak harga tetap maka hal ini akan dapat menurunkan laba yang diperoleh, sebab pendapatan tetap sedangkan biaya naik, akan tetapi pajak juga harus dibayar karena pajak dapat berpengaruh pada kondisi keuangan suatu negara, yang nantinya akan berimbas pada masyarakat. Sedangkan adanya zakat tidak akan mempengaruhi terhadap biaya dalam suatu usaha sehingga tidak akan menurunkan suatu keuntungan yang didapat. Akan tetapi akan menambah harta tersebut seperti Firman Allah dalam surat At Taubah : 103. Sehingga dapat disimpulkan pengertian zakat adalah analisis finansial yang tidak akan menambah besarnya beban biaya, dan hal itu berbeda dengan konsep pajak yang dapat meningkatkan biaya suatu usaha meningkat (Primyastanto, 2005).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

- **EAT (Earning After Tax)**

$$EAT = \pi (... \% \times \pi)$$

- **ABZ (Earning Before Zakat)**

$$EBZ = \pi$$

- o **EAZ (Earning After Zakat)**

$$\text{EAZ} = \text{EBZ} - (5\% \times \pi)$$

#### 3.6.4 Analisis Likuiditas

Likuiditas adalah berhubungan dengan masalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi. Jumlah alat-alat pembayaran (alat-alat likuid) yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada suatu saat tertentu merupakan "kekuatan membayar" dari perusahaan yang bersangkutan. Suatu perusahaan yang mempunyai "kekuatan membayar" belum tentu dapat memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, atau dengan kata lain perusahaan tersebut belum tentu mempunyai "kemampuan membayar" (Riyanto, 1995: 25).

Likuiditas badan usaha dapat diketahui dari neraca pada suatu saat antara lain dengan membandingkan jumlah aktiva lancar (current assets) di suatu pihak dengan utang lancar (current liabilities), hasil dari perbandingan tersebut adalah current ratio. Current ratio ini merupakan ukuran yang berharga untuk mengukur kesanggupan suatu perusahaan untuk memenuhi "current obligation". Apabila current ratio suatu perusahaan kurang dari 2 : 1 atau 200% dianggap kurang baik, sebab apabila aktiva lancar turun misalnya sampai lebih dari 50%, maka jumlah aktiva lancarnya tidak akan cukup lagi untuk menutup utang lancarnya. Sedangkan apabila suatu perusahaan menetapkan current ratio yang harus dipertahankan adalah 3 : 1 atau 300%, maka perusahaan mengalami kelebihan aktiva lancar diatas utang lancar, disebut "the line of credit" atau "the maximum current indebtedness" (Riyanto, 1995 : 27).

Dapat dicontohkan :

Aktiva lancar ..... Rp. 15.000,00	Utang lancar ..... Rp. 5.000,00
	New Working Capital ..... Rp. 10.000,00
Current ratio = 3 : 1	

### 3.6.5 Analisis REC (Return to Equity Capital)

Menurut Primyastanto (2005), analisis REC (Return to Equity Capital) adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya imbalan yang diterima dari modal yang sudah digunakan.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{REC} = \frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Dimana :

Pendapatan bersih = merupakan total penerimaan dikurangi biaya tetap dan biaya variabel.

NKK = dihitung dengan mengkalikan jumlah anggota keluarga pemilik usaha yang bekerja dengan jumlah hari kerja serta upah yang berlaku di daerah setempat. NKK yang ada di tempat penelitian ini hanya untuk suami, istri dan anak.

Modal = seluruh modal kerja yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan selama periode tertentu.

### 3.6.6 Analisis Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis R/C ratio merupakan salah satu analisa untuk mengetahui apakah biaya – biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Analisa R/C ratio merupakan perbandingan antara pendapatan dengan

total biaya dalam satuan produksi per satuan waktu. Untuk mengetahui apakah usaha yang dilakukan memiliki kelayakan usaha.

Menurut Soekartawi ( 1990 ), analisis R/C ratio dimaksudkan untuk mengetahui besarnya nilai perbandingan antara penerimaan dan biaya produksi yang digunakan. Semakin besar R/C ratio maka akan semakin besar pula keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut dapat tercapai bila faktor produksi dialokasikan dengan lebih efisien.

Adapun rumus yang di gunakan untuk menghitung analisis R/C ratio adalah sebagai berikut :

$$\text{R/C ratio} = \text{TR/TC}$$

Dimana : TR = Pendapatan kotor usaha di definisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu

TC = Pengeluaran total yang di definisikan sebagai semua nilai masuk yang habis terpakai atau di keluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga.

Kriteria yang di gunakan dalam penilaian analisis R/C Ratio adalah sebagai berikut :

- R/C Ratio  $> 1$  : Maka suatu usaha menghasilkan keuntungan
- R/C Ratio  $= 1$  : Maka suatu usaha tidak untung dan tidak rugi
- R/C Ratio  $< 1$  : Maka suatu usaha mengalami kerugian

### 3.6.7 Analisis Payback period

Analisis Payback Period adalah suatu metode penilaian investasi yang digunakan untuk berapa lama investasi akan kembali atau waktu yang dibutuhkan guna menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan "proceeds" (net cash flow). Dengan demikian, payback period dari suatu investasi menggambarkan panjang waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam dapat

diperoleh kembali seluruhnya. Jika proceeds setiap tahunnya sama jumlahnya, maka payback period dapat dihitung dengan cara membagi jumlah investasi dengan proceeds tahunan (*net cash flows*). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Payback period} = \frac{\text{Modal Investasi}}{\text{Pendapatan}} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

Modal investasi = jumlah keseluruhan modal yang diberikan oleh borg kepada tiap pedagang

Pendapatan = selisih antara total penerimaan terhadap biaya.

Apabila diperoleh nilai payback period yang lebih kecil berarti usaha tersebut lebih baik karena lebih cepat kembali modalnya (Riyanto, 1995).



## BAB IV

### KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Jl. Lingkar Timur terletak di Desa Bluru Kidul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Propinsi Jawa Timur. Adapun batasan-batasan wilayah Desa Bluru Kidul adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara adalah Desa Kemiri
- Sebelah Selatan adalah Desa Rangka Kidul, dan Kelurahan Pucang Anom
- Sebelah Timur adalah Desa Sidoklumpuk, dan Kelurahan Pucang
- Sebelah Barat adalah Desa Rangka Kidul

Dari segi topografi, tempat penelitian yaitu tempat pelelangan ikan ini terletak pada ketinggian 3 meter dari permukaan air laut dan berjarak  $\pm$  8 km dari pantai utara pulau Jawa. Sebagaimana daerah lain di Jawa Timur, Kabupaten Sidoarjo mempunyai iklim tropis dengan curah hujan yang relatif rendah. Curah hujan sangat besar pengaruhnya terhadap berbagai kegiatan usaha khususnya perikanan dan pertanian, dimana curah hujan baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi ketersediaan air.

Tempat penelitian terletak di jalur lalu lintas alternatif Surabaya – Sidoarjo. Lokasi penelitian ini terletak agak jauh dari pemukiman penduduk, tetapi masih mudah dijangkau dengan kendaraan roda dua dan roda empat.

#### 4.2 Keadaan Penduduk

##### A. Berdasarkan Mata Pencaharian dan Jenis Kelamin

Penduduk Desa Bluru Kidul sebagian besar adalah orang asli Jawa. Pada tahun 2006 jumlah penduduk sebesar 13.087 jiwa, yang terdiri dari 5.980 orang laki – laki dan 7.170 orang perempuan.

**Tabel 2.** Jumlah Penduduk Desa Bluru Kidul Berdasarkan Mata Pencaharian

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Negeri Sipil	467	10,2
ABRI	170	3,7
Swasta	3.115	67,8
Wiraswasta/pedagang	460	10
Tani	30	0,7
Pertukangan	40	0,9
Buruh Tani	36	0,8
Pensiunan	107	2,3
Nelayan	225	4,9
Pemulung	15	0,3
Jasa	81	1,8
<b>Jumlah</b>	<b>4.593</b>	<b>100</b>

**Sumber : Kantor Desa Bluru Kidul tahun 2006**

Berdasarkan mata pencaharian, sebagian besar penduduknya adalah swasta sebanyak 3.115 orang, sedang yang lain memiliki mata pencaharian sebagai Pegawai Negeri sipil sebanyak 467 orang, sebagai ABRI sebanyak 170 orang, sebagai karyawan swasta, sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 460 orang, sebagai tani sebanyak 30 orang, sebagai tukang sebanyak 40 orang, sebagai buruh tani sebanyak 36 orang, pensiunan sebanyak 107 orang, sebagai nelayan sebanyak 225 orang, sebagai pemulung sebanyak 15 orang, dan bermata pencaharian di bidang jasa sebanyak 81 orang.

### **B. Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Penduduk Desa Bluru Kidul memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, dimana hampir 51,2 persen (1228 orang) berpendidikan SD, 8,3 persen (195 orang) berpendidikan SMP, 36,2 persen (860 orang) berpendidikan SMA, 3,2 persen (75 orang) berpendidikan Akademi/ D1-D2, dan 0,8 persen (19 orang) adalah sarjana.

**Tabel 3.** Jumlah Penduduk Desa Bluru Kidul Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	jumlah	Persentase (%)
SD	1.228	51,7
SMP	195	8,2
SMA	860	36,2
Akademi/ D1 – D3	75	3,2
Perguruan Tinggi	19	0,8
<b>Jumlah</b>	<b>2377</b>	<b>100</b>

Sumber : Kantor Desa Bluru Kidul tahun 2006

### C. Berdasarkan Umur

Jumlah penduduk di Desa Bluru Kidul antara laki – laki dan perempuan lebih banyak perempuan, dan penduduk yang mempunyai usia produktif tergolong banyak sehingga desa ini tergolong desa yang produktif karena sebagian besar penduduknya adalah orang yang masih kuat untuk melakukan pekerjaan.

**Tabel 4.** Jumlah Penduduk Desa Bluru Kidul Berdasarkan Umur

Golongan Umur	Jumlah	Persentase (%)
<b>a. Kelompok Pendidikan</b>		
○ 0 – 5 tahun	914	8,7
○ 4 – 6 tahun	516	4,9
○ 7 -12 tahun	715	6,8
○ 13 – 15 tahun	690	0,7
○ 16 – 18 tahun	2.155	20,5
○ 19 – keatas	-	-
<b>b. Kelompok Kerja</b>		
○ 10 – 14 tahun	225	2,1
○ 15 – 19 tahun	690	6,5
○ 20 – 26 tahun	1.705	16,2
○ 27 – 40 tahun	1.710	16,3
○ 41 – 56 tahun	1.195	11,4
<b>Jumlah</b>	<b>10.515</b>	<b>100</b>

Sumber : Kantor Desa Bluru Kidul tahun 2006

#### D. Berdasarkan Agama

Hampir sebagian besar penduduk Desa Bluru Kidul adalah suku Jawa. Sejumlah 93,3% penduduk beragama Islam, 3,7% penduduk beragama Khatolik, 1,4% penduduk beragama Protestan, 0,4% penduduk beragama Hindu, dan 0,4% penduduk beragama Budha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel

**Tabel 5.** Jumlah Penduduk Desa Bluru Kidul Berdasarkan Agama

No	Agama	Jumlah	Persen
1.	Islam	12.273	93,3
2.	Khatolik	509	3,7
3.	Protestan	182	1,4
4.	Hindu	58	0,4
5.	Budha	48	0,4
<b>Jumlah</b>		<b>13.065</b>	<b>100</b>

Sumber : Kantor Desa Bluru Kidul tahun 2006

#### 4.3 Sejarah Berdirinya dan Perkembangannya

Tempat pelelangan ikan (TPI) Sidoarjo didirikan pertama kali pada tahun 1956 di jalan Gajah Mada. Pada tahun 1960 tempat pelelangan ikan pindah di Jl. Pasar ikan. Pada tanggal 10 november tahun 2007, untuk kedua kalinya tempat pelelangan ikan Sidoarjo dipindahkan. Tempat pelelangan ikan Sidoarjo ini di bawah pengawasan UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah) dan dibawah naungan DKP (Dinas Kelautan dan Perikanan) Kabupaten Sidoarjo. Jumlah pegawai yang mengurus tempat pelelangan ikan ini adalah berjumlah 9 orang pegawai, yang terdiri dari 1 orang pimpinan dan 8 orang lainnya staf.

Luas lahan yang digunakan untuk tempat pelelangan ikan ini adalah 2 hektar. Di tempat pelelangan ikan ini terdapat beberapa unit bangunan yang terdiri dari 1 unit kantor, 1 unit musholla, 1 unit rumah penjagaan, 1 unit kamar mandi, 1 unit tempat pelelangan, dan 1 unit tempat berjualan ikan segar. Ikan yang ada di tempat pelelangan ikan ini berasal dari laut maupun tambak,

tetapi lebih banyak berasal dari tambak. Ikan yang ada adalah bandeng, udang werus, udang windu, mujair, nila, kepiting, kerang kulit, kerang tanpa kulit, cumi-cumi, kakap merah, pari, pati, lele, dan gurami .



## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Pengaruh *Borg* Sebagai Pemilik Modal Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Pemasaran Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan

*Borg* di tempat pelelangan ikan Sidoarjo berperan sebagai penyalur ikan segar yang berasal dari petani tambak maupun nelayan kepada pedagang dengan mendapat imbalan/komisi sebesar 5% dari hasil penjualan. Sehingga bisa dikatakan bahwa yang memanfaatkan jasa *borg* di tempat pelelangan ikan ini adalah petani tambak dan pedagang yang ada di tempat pelelangan ikan. *Borg* yang ada di tempat pelelangan ikan Sidoarjo berbeda dengan tengkulak/pengambek yang ada di tempat lain, mereka lebih tepat disebut dengan istilah lain yaitu "Makelar". Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan, *borg* sebagai seseorang yang memiliki modal tidak selalu merasa diuntungkan terkadang mereka juga mengalami resiko kerugian yang besar. Karena sering kali pedagang tidak membayar ikan yang sudah mereka beli atau biasa disebut "ngemplang". *Borg* juga tidak menetapkan bunga tertentu kepada para pedagang yang mempunyai pinjaman kepada mereka, dan sistem kerjasama yang diterapkan antara *borg* dan pedagang ikan yang ada di tempat pelelangan ikan Sidoarjo adalah "Sistem Kepercayaan". *Borg* di tempat pelelangan ikan Sidoarjo juga tidak memainkan semua peranan (produksi, pemasaran, finansial, dan sosial) sehingga tidak menyebabkan adanya ketergantungan antara *borg* dan pedagang.

Pengaruh *borg* sebagai pemilik modal terhadap peningkatan pendapatan dan pemasaran ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo sangat besar bagi pedagang ikan segar yang ada disana. Keberadaan *borg* di tempat pelelangan ikan dapat mempermudah mereka dalam memperoleh ikan

segar yang nantinya akan mereka jual atau mempermudah pemasaran. Uang pembayaran dapat dibayar dilain hari dengan cara diangsur atau dibayar tunai tanpa adanya jaminan atau bunga. Disini berbeda dengan teori yang di ungkapkan oleh Dirmawan (2004), bahwa hampir di setiap wilayah pesisir di Indonesia di jumpai adanya tengkulak yang mengambil beberapa fungsi pengembangan di sektor perikanan dan kelautan secara informal.

Adanya pinjaman dari borg yang pembayarannya bisa dilakukan dengan cara mencicil dan tanpa dikenakan bunga dapat meningkatkan likuiditas, sebab kredit adalah salah satu sumber likuiditas yang penting. Menurut Gustafson (1989) dalam Riniwati (1995:35-36) kredit adalah serba guna dan dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti memperluas usaha, meningkatkan efisiensi, merubah kondisi lingkungan dan kelancaran usaha. Sehingga apabila dilihat dari teori yang ada, maka dengan adanya pemberian pinjaman dari borg dapat meningkatkan penggunaan input ke arah yang optimal, sehingga meningkatkan produksi/penjualan dan pendapatan. Tetapi hasil penelitian tidak harus mendukung dengan teori yang ada, sehingga dalam penelitian kali ini hasil yang didapat tidak semua mendukung dengan teori yang ada.

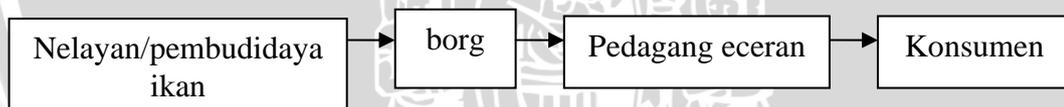
Dari hasil penelitian didapatkan bahwa keuntungan meningkat setelah mendapat pinjaman modal dari borg, volume penjualan juga ikut meningkat sehingga dapat dikatakan usaha tersebut sudah mendapat keuntungan dan menurut teori yang ada dapat meningkatkan penggunaan input ke arah yang optimal. Tetapi ada faktor-faktor lain yang membuat penggunaan input tidak selalu menuju ke arah yang optimal, yaitu (1) dikarenakan sistem perkreditan yang diterapkan kurang baik dengan hanya menggunakan sistem kepercayaan sehingga dalam mengatur keluar masuknya uang kurang teliti dan kurang hemat, (2) adanya ketergantungan pedagang yang ada di tempat pelelangan ikan

dengan jasa borg karena mereka tidak akan mendapatkan ikan segar apabila tidak melalui jasa borg, (3) setelah diadakan analisis finansial diketahui bahwa nilai REC dalam 1 tahun jauh dibawah suku bunga bank. Sehingga dapat disimpulkan disini tidak semua kredit dapat meningkatkan penggunaan input kearah optimal seperti halnya kredit yang diberikan oleh borg.

## 5.2 Proses Pemasaran Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan

### 5.2.1 Saluran Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari suatu usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Saluran pemasaran juga dapat mempengaruhi transaksi dengan pembeli yang potensial. Panjang pendeknya saluran pemasaran juga akan mempengaruhi harga jual suatu barang yang nantinya akan mempengaruhi minat konsumen dalam membeli suatu barang tersebut. Saluran pemasaran yang ada di tempat pelelangan ikan ini adalah :



Ikan segar yang didatangkan dari tambak maupun laut yang dibawa ke tempat pelelangan ikan ini nantinya akan langsung dibeli oleh para borg-borg yang ada di tempat pelelangan. Dari borg, ikan akan dijual kepada pedagang eceran dengan sistem pelelangan, dalam transaksi jual beli ini borg akan mendapat uang jasa sebesar 5 %. Dari pedagang eceran langsung dijual kepada konsumen.

Ikan segar yang ada di tempat pelelangan ikan berasal daerah Kalang Anyar, Sawaan, Kepetingan (daerah pesisir Sidoarjo), Gresik, dan Lamongan. Konsumen yang datang ke tempat pelelangan ikan berasal dari daerah sekitar Sidoarjo, Surabaya, Mojokerto, Kediri, dan Malang

### 5.2.2 Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, para pedagang yang ada di tempat pelelangan ikan Sidoarjo melakukan strategi pemasarannya dengan sangat sederhana, karena barang dagangan yang berupa ikan segar sulit untuk memperkirakan kontinuitas pasarnya dan pemasarannya sering dilakukan secara gembling. Untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan para pelanggan, pedagang melakukan bauran pemasaran, antara lain:

#### 1. Produk

Menurut Kotler (2005), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen yang bersangkutan. Produk merupakan sekumpulan nilai kepuasan kompleks. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut. Aspek utama dalam perencanaan produk adalah perbedaan produk. Aspek lain dari perencanaan produk adalah kemasan.

Kebanyakan produk-produk yaitu berupa ikan yang dijual oleh para pedagang ditempat pelelangan ikan sama jenisnya (ikan air tawar dan ikan laut). Sehingga para pedagang ditempat pelelangan ikan berlomba-lomba untuk menawarkan ikan yang segar dan langsung didatangkan dari petani tambak atau nelayan.

## 2. Tempat

Untuk produk industri manufaktur, *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk industri jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa yang digunakan dalam pemasok jasa pada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Tempat juga penting sebagai lingkungan diaman dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa (Hurriyati,2005). Ada beberapa faktor dalam hal pemilihan lokasi atau tempat :

- Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum
- Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas di tepi jalan
- Lalu lintas, dengan pertimbangan banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* dan kepadatan, kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi tambahan.
- Tempat parkir yang luas dan aman
- Ekspansi, tersedia tempat yang cukup perluasan usaha di kemudian hari
- Lingkungan, daerah yang mendukung jasa yang ditawarkan
- Persaingan, yaitu lokasi pesaing
- Peraturan pemerintah

Sejak tempat pelelangan ikan Sidoarjo berpindah tempat pada tanggal 10 november tahun 2007, yaitu dari Jl. Pasar Ikan pindah ke Jl. Lingkar Timur penjualan ikan segar relatif menurun. Karena lokasi pelelangan yang jauh dari pemukiman penduduk, sehingga konsumen menurun dan cenderung untuk membeli ikan di mlijo-mlijo. Tetapi lokasi pelelangan ikan yang baru ini lebih luas

dari sebelumnya dan fasilitas yang disediakan lebih lengkap mulai dari tempat parkir yang luas, musholla, dan ruang pertemuan.

Untuk mengatasi masalah menurunnya daya beli konsumen banyak diantara pedagang yang menyediakan layanan pesan antar, sehingga konsumen tidak perlu repot datang ke tempat pelelangan ikan. Konsumen tinggal pesan melalui telepon pada hari itu juga atau pada hari sebelumnya.

### 3. Promosi

Menurut Tjiptono (1997), Promosi sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun tinggi kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar, melihat dan tidak yakin bahwa barang atau jasa tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Hurriyati, 2005).

Beberapa tugas khusus dalam bauran promosi :

#### a. *Personal selling*

Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon konsumen untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon konsumen dan membentuk pemahaman konsumen terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

#### b. *Mass selling*

Merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama *mass selling*, yaitu : periklanan dan publisitas. Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam memproduksi produksinya. Sedangkan publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara personal, yang mana orang dan organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu. Publisitas merupakan pemanfaatan nilai-nilai berita yang terkandung dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan.

*c. Promosi penjualan*

Melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk pesaing, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana pembelian) atau mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengecer.

*d. Hubungan masyarakat*

Merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Yang dimaksud dengan kelompok adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kelompok tersebut dapat terdiri dari karyawan dan keluarganya, pemegang saham, pelanggan, orang-orang yang tinggal disekitar organisasi, pemasok, perantara, pemerintah, serta media massa.

*e. Direct marketing*

Sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau

transaksi di sembarang tempat. Dalam direct marketing, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasaran.

f. *Word of mouth*

Promosi melalui cara ini merupakan salah satu ciri dari pemasaran jasa. Pelanggan seringkali menceritakan pengalamannya pada pelanggan potensial lainnya. Mereka yang senang dapat memberikan masukan pada penyedia jasa dan pada kenyataannya beberapa bisnis khususnya didirikan untuk menawarkan jasa seperti itu. Penelitian atas rekomendasi seseorang atau *word of mouth* menjadi salah satu sumber yang penting, dimana orang yang menyampaikan rekomendasi secara perorangan seringkali lebih disukai sebagai sumber informasi.

Promosi yang dilakukan pedagang ditempat pelelangan ikan adalah "Penjualan Perorangan (Personal Selling)" yaitu hubungan tatap muka langsung antara penjual dan calon konsumen. Dan tidak ada promosi secara khusus misalnya, pembuatan iklan, spanduk, dan selebaran.

#### 4. Harga

Harga adalah nilai pasar atau nilai tukar dari permintaan yang dinyatakan dalam jumlah uang. Harga merupakan kesepakatan antara penawaran dan permintaan (Hanafiah dan Saefuddin, 1986). Sedangkan menurut Kotler (2005), harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk baik barang maupun jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk.

Peranan harga sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang makin tajam dan perkembangan yang terbatas. Keberadaan harga dirasa sangat penting tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan

perusahaan namun juga dapat menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen.

Menurut Simamora (2001), keberadaan harga memberi dampak ekonomis dan psikologis. Dampak ekonomis berkaitan dengan daya beli. Sebab harga merupakan biaya bagi konsumen. Semakin tinggi harga, semakin sedikit produk yang mereka beli. Sebaliknya semakin rendah harga, semakin banyak produk yang dapat konsumen beli. Harga juga memiliki efek psikologis, dimana ada persepsi yang mengatakan bila suatu produk memiliki harga yang tinggi mencerminkan kualitas produk yang tinggi pula. Dan harga rendah mencerminkan kualitas yang rendah pula.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, harga jual ikan segar yang ada di tempat pelelangan, yaitu antara pedagang yang satu dengan yang lain relatif sama, meskipun ada perbedaan harga itu juga sangat kecil. Dan ada kesepakatan harga jual ikan segar antara pedangan-pedagang yang ada ditempat pelelangan.

### 5.2.3 Manajemen Pemasaran

Dalam menganalisa manajemen pemasaran di tempat pelelangan dibuat tabel sebagai berikut :

**Tabel 6.** Tabulasi kegiatan perencanaan pada usaha penjualan ikan segar di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo.

Kegiatan perencanaan	Sudah dilakukan	Belum dilakukan
1. Merencanakan pertemuan untuk mengkoordinasikan dan membahas harga jual ikan segar yang sesuai dengan harga beli dan keuntungan yang diinginkan.	X	
2. Merencanakan adanya penambahan – penambahan fasilitas tempat pelelangan yang bekerja sama dengan pihak pengelola tempat pelelangan ikan (UPTD – DKP).	X	
3. Merencanakan bagaimana menarik konsumen.	X	
4. Merencanakan jumlah produk/ikan segar yang akan dijual dengan melakukan analisis peluang pasar.		X
Setiap kegiatan mempunyai tingkat kesulitan sebesar $100\% : 4 = 25\%$		

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dari 4 kegiatan yang sebaiknya dilakukan, ternyata hanya 3 saja yang dilaksanakan, oleh karena itu pelaksanaan perencanaan pada usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan ini dikategorikan dalam tingkat kesesuaian sebesar 75% dengan nilai bobot 23.

**Tabel 7.** Tabulasi kegiatan pengorganisasian yang sudah atau belum dilakukan pada usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo.

<b>Kegiatan Pengorganisasian</b>	<b>Sudah dilakukan</b>	<b>Belum dilakukan</b>
1. Menentukan tipe organisasi yang sesuai dengan usaha penjualan yang ada di tempat pelelangan	<b>X</b>	
2. Pembagian pengurus organisasi yang ada di tempat pelelangan, dibawah pengawasan pihak pengelola tempat pelelangan ikan (UPTD – DKP).	<b>X</b>	
3. Pembagian tugas untuk masing-masing pengurus	<b>X</b>	
4. Menciptakan suasana yang sangat mendukung kegiatan yang ada di lingkungan tempat pelelangan		<b>X</b>
Setiap kegiatan mempunyai tingkat kesulitan sebesar $100\% : 4 = 25\%$		

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 4 kegiatan pengorganisasian yang sebaiknya dilakukan pada usaha penjualan ikan segar yang ada ditempat pelelangan ikan Sidoarjo, ternyata hanya 3 yang dilaksanakan. Oleh karena itu pelaksanaan pengorganisasian pada usaha penjualan ikan segar ini dapat dikategorikan dalam tingkat kesesuaian sebesar 75% dengan nilai bobot 23.

**Tabel 8.** Tabulasi kegiatan pelaksanaan fungsi pergerakan baik yang sudah atau belum dilakukan pada usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo.

Kegiatan Pergerakan	Sudah dilakukan	Belum dilakukan
1. pemberian motivasi kepada tenaga kerja dengan pemberian bonus pada waktu lebaran.	X	
2. Pemberian sarana transportasi		X
Setiap kegiatan mempunyai tingkat kesulitan sebesar $100\% : 2 = 50\%$		

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 2 kegiatan pergerakan yang sebaiknya dilakukan pada usaha penjualan ikan segar yang ada ditempat pelelangan ikan Sidoarjo, ternyata hanya 1 yang dilaksanakan. Oleh karena itu pelaksanaan pengorganisasian pada usaha penjualan ikan segar ini dapat dikategorikan dalam tingkat kesesuaian sebesar 50% dengan nilai bobot 5.

**Tabel 9.** Tabulasi kegiatan pengawasan baik yang sudah atau belum dilakukan pada usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo.

Kegiatan Pengawasan	Sudah dilakukan	Belum dilakukan
1. Pengawasan terhadap tenaga kerja	X	
2. Pengawasan saat kegiatan penjualan		X
3. Pencatatan mengenai pengeluaran dan penerimaan	X	
Setiap kegiatan mempunyai tingkat kesulitan sebesar $100\% : 3 = 33,33\%$		

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 3 kegiatan pengawasan yang sebaiknya dilakukan pada usaha penjualan ikan segar yang ada ditempat pelelangan ikan Sidoarjo, ternyata hanya 2 yang dilaksanakan. Oleh karena itu pelaksanaan pengorganisasian pada usaha penjualan ikan segar ini dapat dikategorikan dalam tingkat kesesuaian sebesar 66,660% dengan nilai bobot 13,33.

Sehingga total fungsi manajemen yang ada pada usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 10.** Tingkat Kesesuaian dan Nilai Bobot Pelaksanaan Fungsi Manajemen Pada Usaha Penjualan Ikan Segar di Tempat Pelelangan Ikan Segar Sidoarjo.

No.	Kategori Seleksi	Tingkat Kesesuaian	Nilai Bobot
1.	Perencanaan	75%	$75/100 \times 30 = 23$
2.	Pengorganisasian	75%	$75/100 \times 30 = 23$
3.	Pergerakan	50%	$50/100 \times 10 = 5$
4.	Pengawasan	66,66%	$66,66/100 \times 20 = 13,33$
<b>Total</b>			<b>64,33</b>

Sesuai hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan, maka tingkat pengelolaan manajemen dari usaha penjualan ikan segar di tempat pelelangan ikan Kabupaten Sidoarjo mempunyai nilai bobot sebesar 64,33 yang berarti kurang sesuai.

### 5.3 Permodalan

Modal merupakan faktor yang penting dalam kegiatan usaha, tanpa adanya modal suatu usaha tidak dapat berjalan dengan lancar meskipun syarat-syarat lain telah dimiliki. Jadi dalam permodalan memerlukan pengelolaan yang teliti dalam melakukan usaha.

Pengertian modal menurut Primyastanto (2005) adalah merupakan salah satu faktor yang digunakan bersama-sama faktor produksi lainnya dalam suatu proses produksi untuk menghasilkan suatu produk barang atau jasa. Dalam penelitian kali ini modal yang digunakan dalam kegiatan usaha berasal dari modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri berasal dari tabungan pedagang, sedangkan modal asing diperoleh dari pinjaman borg dalam bentuk ikan segar.

## 5.4 Keadaan Usaha Sebelum dan Sesudah Mendapat Pinjaman berdasarkan

### Aspek Finansial

#### 54.1 Pada Usaha “Bu Lasiyem”

##### 5.4.1.1 Sebelum Mendapat Pinjaman

Sebelum mendapat pinjaman modal, besar pengeluaran biaya tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp.1.313.375,00, sedangkan untuk biaya tidak tetap selama satu tahun adalah Rp.18.911.000,00, sehingga total modal kerja dalam satu tahun sebesar Rp.20.224.375,00. Modal kerja yang digunakan untuk melaksanakan proses produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap ialah biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi. Biaya tidak tetap/biaya variabel merupakan biaya operasional dalam suatu usaha. (Soekartawi, 1990)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, 1993). Sedangkan produksi yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah penjualan ikan segar. Berdasarkan hasil penelitian, perhitungan penjualan ikan segar yang diperoleh selama satu tahun oleh Bu Lasiyem adalah sebesar Rp.33.510.000,00.

Tujuan didirikannya usaha penjualan ikan segar ini adalah untuk mendapatkan keuntungan dan dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Pendapatan kotor suatu usaha didapat dari hasil perkalian antara volume produksi atau penjualan dengan harga jual perkilogram ikan sedangkan pendapatan bersih adalah merupakan selisih antara pendapatan kotor yang diterima selama periode tertentu dengan total biaya yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu. Dari hasil penelitian, dan dilakukan perhitungan diperoleh pendapatan kotor yang diterima sebesar Rp.33.510.00,00. Adapun total biaya produksi atau penjualan sebesar Rp.20.224.375,00 yang terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap sebesar Rp.1.313.375,00 dan Rp.18.911.000,00, sehingga

keuntungan yang diperoleh selama satu tahun adalah sebesar Rp.13.285.625,00.

Keuntungan yang diperoleh dalam suatu usaha diharuskan membayar zakat. Menurut Primyastanto (2005), zakat tidak akan mempengaruhi biaya dalam suatu usaha sehingga tidak akan menurunkan keuntungan yang didapat. Zakat diperoleh dari 5% dikalikan dengan keuntungan yang didapat. Dari hasil penelitian, dan dilakukan perhitungan zakat yang harus dibayar adalah sebesar Rp. 664.281,00.

Likuiditas adalah kemampuan suatu usaha untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Dari hasil penelitian diperoleh new working capital sebesar Rp.20.224.375,00, maka usaha "Bu Lasiyem" hanya boleh mempunyai utang lancar sebesar Rp.10.112.188,00, dan aktiva lancarnya sebesar Rp.30.336.564,00. Usaha tersebut dapat mempertahankan current ratio sebesar 3:1, apabila utang lancar usaha tersebut tidak melebihi Rp. 10.112.188,00, dan jumlah Rp. 10.112.188,00 ini adalah apa yang disebut "the line of credit". Apabila utang lancarnya melebihi Rp.10.112.188,00 maka current rasionya juga berubah.

REC (Return to Equity Capital) adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya imbalan yang diterima dari modal yang digunakan (Primyastanto, 205). REC dapat dikatakan efisien jika nilainya lebih besar dari suku bunga bank. Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai REC (Return to Equity Capital) adalah sebesar 29,60%. Ini berarti bahwa setiap Rp.100,00 modal yang digunakan mendapat imbalan sebesar 29,60%. Apabila dibandingkan dengan suku bunga bank saat ini yang 12% per bulannya maka nilai REC sebesar 29,60 % belum efisien karena REC dihitung dalam 1 tahun, sehingga besarnya imbalan yang diterima dari modal belum cukup untuk menutupi modal yang sudah digunakan untuk usaha.

Menurut Soekartawi (1990), R/C Ratio merupakan salah satu analisa untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Dari hasil penelitian, dan dilakukan perhitungan R/C ratio yang diperoleh adalah sebesar 1,66, artinya usaha ini sudah dapat menghasilkan keuntungan, karena besar total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan berada pada mendekati titik impas yaitu dimana suatu usaha hanya memperoleh keuntungan yang sedikit dan tidak mengalami kerugian. dengan kata lain usaha tersebut sudah mendapatkan keuntungan meskipun terbilang kecil.

Dilihat dari nilai *payback period* yaitu sebesar 1,522, usaha ini sebelum mendapat pinjaman modal sudah dapat dikatakan mampu mengembalikan modal investasi dalam waktu yang relatif cepat 548 hari. Apabila dibandingkan dengan *payback period maximum* yang setelah diadakan perhitungan adalah selama 3000 hari, maka pengembalian modal investasi masih layak karena lebih kecil dari *payback period maximum*nya.

#### **5.4.1.2 Sesudah Mendapat Pinjaman**

Sesudah mendapat pinjaman modal dari borg yang berupa ikan segar, besar pengeluaran biaya tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp1.339.625, sedangkan biaya tidak tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp.35.958.000,00 sehingga total biaya produksi selama satu tahun sebesar Rp.37.297.625,00. Penerimaan kotor yang diperoleh selama satu tahun setelah mendapat pinjaman modal dari borg sebesar Rp. 54.894.000,00.

Keuntungan yang diperoleh selama satu tahun dari selisih antara penerimaan kotor dengan biaya produksi yaitu sebesar Rp.54.894.000,00 dan Rp.37.297.625,00, sehingga keuntungan yang diperoleh adalah sebesar Rp.17.596.375,00. Dari keuntungan tersebut zakat yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp. 879.818,00.

Dari hasil penelitian, setelah mendapat pinjaman modal diperoleh new working capital sebesar Rp.37.297.625,00, maka usaha "Bu Lasiyem" hanya boleh mempunyai utang lancar sebesar Rp.18.648.913,00, dan aktiva lancarnya sebesar Rp.55.946.439,00. Usaha tersebut dapat mempertahankan current ratio sebesar 3:1, apabila utang lancar usaha tersebut tidak melebihi Rp.18.648.913,00, dan jumlah Rp.18.648.913,00 ini adalah apa yang disebut "the line of credit". Apabila utang lancarnya melebihi Rp.18.648.913,00 maka current rasionya juga berubah.

REC (Return to Equity Capital) adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya imbalan yang diterima dari modal yang digunakan (Primyastanto, 205). REC dapat dikatakan efisien jika nilainya lebih besar dari suku bunga bank yaitu sebesar 12% per bulan. Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai REC (Return to Equity Capital) setelah mendapat pinjaman modal dari borg adalah sebesar 27,65% dan sebelum mendapat pinjaman modal nilai REC (Return to Equity Capital) sebesar 29,60%. Ini berarti bahwa setiap Rp.100,00 modal yang digunakan mendapat imbalan sebesar 27,65%. Apabila dibandingkan dengan suku bunga bank saat ini adalah 12%, maka nilai REC sebesar 27,65% belum cukup efisien sehingga tidak cukup untuk menutupi modal yang sudah digunakan dalam usaha. Besarnya imbalan yang diterima setelah mendapat pinjaman modal dari borg lebih kecil dari sebelumnya,.

Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai R/C Ratio dari perbandingan total pendapatan kotor yang diterima sebesar Rp.54.894.000,00, dengan total biaya sebesar Rp.37.297.625,00 diperoleh nilai perbandingan sebesar 1,47. Artinya usaha ini sudah dapat menghasilkan keuntungan, karena besar total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan berada pada mendekati titik impas yaitu dimana dimana suatu usaha hanya memperoleh keuntungan yang sedikit dan tidak mengalami kerugian. Meskipun

pendapatan yang diperoleh lebih besar daripada sebelum mendapat pinjaman modal, tetapi nilai R/C Rationya lebih kecil, karena harga beli ikan segar yang relatif lebih mahal sehingga meskipun penjualan meningkat, tetapi pada kenyataannya keuntungan yang diperoleh menjadi sedikit.

Dilihat dari nilai *payback period* yaitu sebesar 2,129. Nilai *payback period* yang diperoleh disini lebih besar dari sebelum mendapat pinjaman modal yaitu sebesar 1,522. Usaha ini sesudah mendapat pinjaman modal dapat dikatakan mampu mengembalikan modal investasi dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan sebelum mendapat pinjaman modal yaitu dalam waktu 789 hari atau selama kurang lebih selama 2 tahun. Apabila dibandingkan dengan *payback period maximum* yang setelah diadakan perhitungan adalah selama 3000 hari atau kurang lebih selama 8 tahun, maka meskipun setelah mendapat pinjaman modal dari borg pengembalian modal investasi lebih lama tetapi masih layak karena lebih kecil dari *payback period maximumnya*.

**Tabel 11. Perbandingan Keadaan Usaha Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pinjaman Modal dengan Menggunakan Analisis Finansial.**

No	Obyek penelitian	Sebelum	Sesudah	Keterangan
1.	Penerimaan kotor (TR)	33.510.000	54.894.100	Sesudah > sebelum
2.	Total biaya (TC)	20.224.375	37.297.625	Sesudah > sebelum
3.	Keuntungan	13.285.625	17.596.375	Sesudah > sebelum
4.	Zakat	664.281	879.818	Sesudah > sebelum
5.	REC	29,60 %	27,65%	Sesudah < sebelum
6.	Revenue Cost Ratio (R/C)	1,66	1,47	R/C Ratio > 1 (menguntungkan)
7.	Payback period	1,522	2,129	Sesudah > sebelum

**Keterangan :****Payback period :**

- Sebelum =  $1,552 \times 12 \text{ bulan} = 18,624$   
 $18,624 \times 30 \text{ hari} = 559 \text{ hari}$
- Sesudah =  $2,129 \times 12 \text{ bulan} = 26,304$   
 $26,304 \times 30 \text{ hari} = 789 \text{ hari}$

**Payback Period maximum Sebelum mendapat pinjaman modal:**

- Bunga bank =  $12\% \times 20.224.375$   
 $= 2.426.925$
- Payback Period max =  $\frac{20.224.375}{2.426.925} \times 1 \text{ th} = 8,333$   
Dalam bulan =  $8,333 \times 12 \text{ bulan} = 99,996 \text{ bulan}$   
Dalam hari =  $99,996 \times 30 \text{ hari} = 3000 \text{ hari}$

**Payback Period maximum Sesudah mendapat pinjaman modal**

- Bunga bank =  $12\% \times 37.297.625$   
 $= 4.475.715$
- Payback Period max =  $\frac{37.297.625}{4.475.715} \times 1 \text{ th} = 8,333$   
Dalam bulan =  $8,333 \times 12 \text{ bulan} = 99,996 \text{ bulan}$   
Dalam hari =  $99,996 \times 30 \text{ hari} = 3000 \text{ hari}$

**5.4.2 Pada Usaha “Bu Rina”****5.4.2.1 Sebelum Mendapat Pinjaman**

Sebelum mendapat pinjaman modal, besar pengeluaran biaya tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp.1.391.625,00, sedangkan untuk biaya tidak tetap selama satu tahun adalah Rp.25.335.000,00, sehingga total modal kerja dalam satu tahun sebesar Rp.26.726.625,00. Modal kerja yang digunakan untuk melaksanakan proses produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap ialah biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi. Biaya tidak tetap/biaya variabel merupakan biaya operasional dalam suatu usaha. (Soekartawi, 1990)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, 1993). Sedangkan produksi yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah penjualan ikan segar.

Berdasarkan hasil penelitian, perhitungan penjualan ikan segar yang diperoleh selama satu tahun oleh Bu Rina adalah sebesar Rp.42.280.000,00.

Tujuan didirikannya usaha penjualan ikan segar ini adalah untuk mendapatkan keuntungan dan dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Pendapatan kotor suatu usaha didapat dari hasil perkalian antara volume produksi atau penjualan dengan harga jual perkilogram ikan, sedangkan pendapatan bersih adalah merupakan selisish antara pendapatan kotor yang diterima selama periode tertentu dengan total biaya yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu. Dari hasil penelitian kemudian dilakukan perhitungan diperoleh pendapatan kotor yang diterima sebesar Rp.42.280.000,00. Adapun total biaya produksi atau penjualan sebesar Rp.26.726.625,00 yang terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap sebesar Rp.1.391.625,00 dan Rp.26.726.625,00, sehingga keuntungan yang diperoleh selama satu tahun adalah sebesar Rp.17.553.375,00.

Keuntungan yang diperoleh dalam suatu usaha diharuskan membayar zakat. Menurut Primyastanto (2005), zakat tidak akan mempengaruhi biaya dalam suatu usaha sehingga tidak akan menurunkan keuntungan yang didapat. Zakat diperoleh dari 5% dikalikan dengan keuntungan yang didapat. Dari hasil penelitian, dan dilakukan perhitungan zakat yang harus dibayar adalah sebesar Rp.877.669,00.

Likuiditas adalah kemampuan suatu usaha untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Dari hasil penelitian diperoleh new working capital sebesar Rp.26.726.625,00, maka usaha "Bu Rina" hanya boleh mempunyai utang lancar sebesar Rp.13.363.313,00, dan aktiva lancarnya sebesar Rp.40.089.939,00. Usaha tersebut dapat mempertahankan current ratio sebesar 3:1, apabila utang lancar usaha tersebut tidak melebihi Rp.13.363.313,00, dan jumlah

Rp.13.363.313,00 ini adalah apa yang disebut "the line of credit". Apabila utang lancarnya melebihi Rp.13.363.313,00 maka current rasionya juga berubah.

REC (Return to Equity Capital) adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya imbalan yang diterima dari modal yang digunakan (Primyastanto, 2005). REC dapat dikatakan efisien jika nilainya lebih besar dari suku bunga bank yaitu 12% per bulan. Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai REC (Return to Equity Capital) adalah sebesar 38,36%. Ini berarti bahwa setiap Rp.100,00 modal yang digunakan mendapat imbalan sebesar 38,36%. Apabila dibandingkan dengan suku bunga bank saat ini adalah 12% per bulannya, maka nilai REC sebesar 38,36% belum efisien dan besarnya imbalan yang diterima dari modal belum cukup besar untuk menutupi modal yang sudah digunakan untuk usaha.

Menurut Soekartawi (1990), R/C Ratio merupakan salah satu analisa untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Dari hasil penelitian, dan dilakukan perhitungan R/C ratio yang diperoleh adalah sebesar 1,66, artinya usaha ini sudah dapat menghasilkan keuntungan, karena besar total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan berada pada mendekati titik impas yaitu dimana suatu usaha hanya memperoleh keuntungan yang sedikit dan tidak mengalami kerugian. dengan kata lain usaha tersebut sudah mendapatkan keuntungan meskipun terbilang kecil.

Dilihat dari nilai *payback period* yaitu sebesar 1,522, usaha ini sebelum mendapat pinjaman modal dapat dikatakan sudah cukup mampu mengembalikan modal investasi dalam jangka waktu yang cepat yaitu dalam jangka waktu 559 hari. Apabila dibandingkan dengan *payback period maximum* yang setelah diadakan perhitungan adalah selama 3034 hari, maka pengembalian modal investasi masih layak karena lebih kecil dari *payback period maximum*.

#### 5.4.2.2 Sesudah Mendapat Pinjaman

Sesudah mendapat pinjaman modal dari borg yang berupa ikan segar, besar pengeluaran biaya tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp.1.395.375,00, sedangkan biaya tidak tetap selama satu tahun adalah sebesar Rp.38.121.000,00 sehingga total biaya produksi selama satu tahun sebesar Rp.39.516.375,00. Penerimaan kotor yang diperoleh selama satu tahun setelah mendapat pinjaman modal dari borg sebesar Rp.60.052.000,00.

Keuntungan yang diperoleh selama satu tahun dari selisih antara penerimaan kotor dengan biaya produksi yaitu sebesar Rp.60.052.000,00 dan adalah Rp.39.516.375,00, sehingga keuntungan yang didapat sebesar Rp.20.436.625,00. Dari keuntungan tersebut zakat yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp.1.021.831,00.

Dari hasil penelitian, setelah mendapat pinjaman modal diperoleh new working capital sebesar Rp.39.516.375,00, maka usaha "Bu Rina" hanya boleh mempunyai utang lancar sebesar Rp.19.758.188,00, dan aktiva lancarnya sebesar Rp.59.274.564,00. Usaha tersebut dapat mempertahankan current ratio sebesar 3:1, apabila utang lancar usaha tersebut tidak melebihi Rp.19.758.188,00, dan jumlah Rp.19.758.188,00 ini adalah apa yang disebut "the line of credit". Apabila utang lancarnya melebihi Rp.19.758.188,00 maka current rasionya juga berubah.

REC (Return to Equity Capital) adalah suatu analisis untuk mengetahui besarnya imbalan yang diterima dari modal yang digunakan (Primyastanto, 205). REC dapat dikatakan efisien jika nilainya lebih besar dari suku bunga bank yaitu 12% per bulannya. Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai REC (Return to Equity Capital) setelah mendapat pinjaman modal dari borg lebih kecil adri sebelumnya yaitu sebesar 33,24% dan sebelum mendapat pinjaman modal nilai REC (Return to Equity Capital) sebesar 38,36%. Ini berarti bahwa

setiap Rp.100,00 modal yang digunakan mendapat imbalan sebesar 33,24%. Apabila dibandingkan dengan suku bunga bank saat ini adalah 12% per bulan, maka nilai REC sebesar 33,24% belum efisien dan imbalan yang diterima belum dapat digunakan untuk menutupi modal yang digunakan meskipun lebih sedikit dibanding sebelum mendapat pinjaman modal.

Dari hasil perhitungan selama satu tahun dapat diketahui nilai R/C Ratio dari perbandingan total pendapatan kotor yang diterima sebesar Rp.60.052.000,00, dengan total biaya sebesar Rp.39.516.375,00 diperoleh nilai perbandingan sebesar 1,52. Artinya usaha ini sudah dapat menghasilkan keuntungan, karena besar total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan berada pada mendekati titik impas yaitu dimana dimana suatu usaha hanya memperoleh keuntungan yang sedikit dan tidak mengalami kerugian. Meskipun pendapatan yang diperoleh lebih besar daripada sebelum mendapat pinjaman modal, tetapi nilai R/C Rationya lebih kecil, karena harga beli ikan segar yang relatif lebih mahal sehingga penjualan meningkat tetapi pada kenyataannya keuntungan yang diperoleh menjadi sedikit.

Dilihat dari nilai *payback period* yaitu sebesar 1,933. Usaha ini sesudah mendapat pinjaman modal diketahui nilai *payback periodnya* lebih besar dari sebelum mendapat modal yaitu sebesar 1,522, sehingga dalam mengembalikan modal investasi juga relatif lebih lama yaitu dalam jangka waktu 696 hari atau kurang lebih selama 2 tahun. Apabila dibandingkan dengan *payback period maximum* yang setelah diadakan perhitungan adalah selama 3000 hari atau kurang lebih selama 8 tahun, maka meskipun setelah mendapat pinjaman modal dari borg pengembalian modal investasi lebih lama tetapi masih layak karena lebih kecil dari *payback period maximumnya*.

**Tabel 12. Perbandingan Keadaan Usaha Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pinjaman Modal dengan Menggunakan Analisis Finansial.**

No	Obyek penelitian	Sebelum	Sesudah	Keterangan
1.	Penerimaan kotor (TR)	44.280.000	60.052.000	Sesudah>sebelum
2.	Total biaya (TC)	26.726.625	39.516.375	Sesudah >sebelum
3.	Keuntungan	17.553.375	20.436.625	Sesudah >sebelum
4.	Zakat	877.669	1.021.831	Sesudah >sebelum
5.	REC	38,36 %	33,24%	Sesudah <sebelum
6.	Revenue Cost Ratio (R/C)	1,66	1,52	R/C Ratio > 1 (menguntungkan)
7.	Payback period	1,522	1,933	Sesudah >sebelum

**Keterangan :**

**Payback period**

- Sebelum =  $1,552 \times 12 \text{ bulan} = 18,624$   
 $18,624 \times 30 \text{ hari} = 559 \text{ hari}$
- Sesudah =  $1,933 \times 12 \text{ bulan} = 23,196$   
 $23,196 \times 30 \text{ hari} = 696 \text{ hari}$

**Payback Period maximum Sebelum mendapat pinjaman modal:**

- Bunga bank =  $12\% \times 26.726.625$   
 $= 3.171.231$
- Payback Period max =  $\frac{26.726.625}{3.171.231} \times 1 \text{ th} = 8,427$   
Dalam bulan =  $8,427 \times 12 \text{ bulan} = 101,124 \text{ bulan}$   
Dalam hari =  $101,124 \times 30 \text{ hari} = 3034 \text{ hari}$

**Payback Period maximum Sesudah mendapat pinjaman modal**

- Bunga bank =  $12\% \times 39.516.375$   
 $= 4.741.965$
- Payback Period max =  $\frac{39.516.375}{4.741.965} \times 1 \text{ th} = 8,333$   
Dalam bulan =  $8,333 \times 12 \text{ bulan} = 99,996 \text{ bulan}$   
Dalam hari =  $99,996 \times 30 \text{ hari} = 3000 \text{ hari}$

### 5. 5 Sistem Perkreditan Yang Dilakukan oleh Borg

Dalam bahasa latin kredit disebut ” *credere*” yang artinya percaya. Maksudnya si pemberi kredit percaya kepada si penerima kredit, bahwa kredit yang disalurkan pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian. Sedangkan bagi si penerima kredit berarti menerima kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar kembali pinjaman tersebut sesuai dengan jangka waktunya (Kasmir, 2002: 101).

Pemberian kredit formal yang diberikan oleh pihak perbankan, biasanya melalui prosedur peminjaman yang cukup rumit dan berbelit. Menurut Kasmir (2002:123-124), prosedur pemberian kredit adalah tahap-tahap yang harus dilalui sebelum sesuatu kredit diputuskan untuk dikucurkan. Tujuannya adalah untuk mempermudah bank dalam menilai kelayakan suatu permohonan kredit. Prosedur pemberian dan penilaian kredit oleh dunia perbankan secara umum antar bank yang satu dengan bank yang lain tidak jauh berbeda. Yang menjadi perbedaan mungkin hanya terletak bagaimana cara-cara bank tersebut menilai serta persyaratan yang ditetapkan dengan pertimbangan masing-masing bank. Prosedur digunakan dalam pemberian kredit pihak perbankan adalah pohon keputusan atau 5C yang diterapkan oleh Bank BCA.

Sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, yaitu borg sebagai pemilik modal yang paling besar di tempat pelelangan ikan tidak menerapkan prosedur secara khusus dalam pemberian pinjaman kepada pedagang, lain halnya dengan pihak perbankan yang lebih selektif dalam pemberian kreditnya. Pinjaman diberikan atas dasar ”kepercayaan”, dan tidak ada bunga, jaminan atau agunan apapun. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa yang mendapat resiko yang paling besar dalam sistem kerjasama ini adalah borg karena sering kali pedagang lalai dalam pengembalian pinjaman. Pinjaman yang diberikan borg kepada pedagang bukan

berupa uang melainkan berupa ikan segar, namun pembayarannya dapat dicicil/diangsur tanpa adanya bunga pinjaman. Borg yang ada ditempat pelelangan ikan Sidoarjo ini hanya mendapat uang jasa sebesar 5% dari transaksi jual beli.

### **5. 6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Untuk Meminjam Modal**

Modal yang digunakan untuk menjalankan usaha adalah berasal dari modal sendiri/modal pribadi dan pinjaman modal dari borg, yaitu berupa ikan segar. Pedagang yang berada di tempat pelelangan ikan Sidoarjo lebih cenderung meminjam modal usaha kepada borg karena prosedurnya lebih mudah, bahkan sangat mudah dibandingkan dengan pihak perbankan maupun pihak DKP (Dinas kelautan dan Perikanan) setempat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang untuk meminjam modal kepada borg, antara lain :

1. Tidak adanya bunga, jaminan, atau agunan apapun yang di berikan oleh borg kepada pedagang.
2. Pengembalian pinjaman juga dapat dilakukan dengan mencicil
3. Sistem perkreditan yang dilakukan hanya berdasarkan kepercayaan
4. Tidak ada syarat-syarat khusus yang diberikan kepada calon peminjam
5. Hilangnya kepercayaan pedagang terhadap pihak perbankan
6. Masih sedikitnya pihak-pihak perbankan yang mau memberikan pinjaman modal terhadap sektor perikanan terutama usaha perikanan skala kecil.

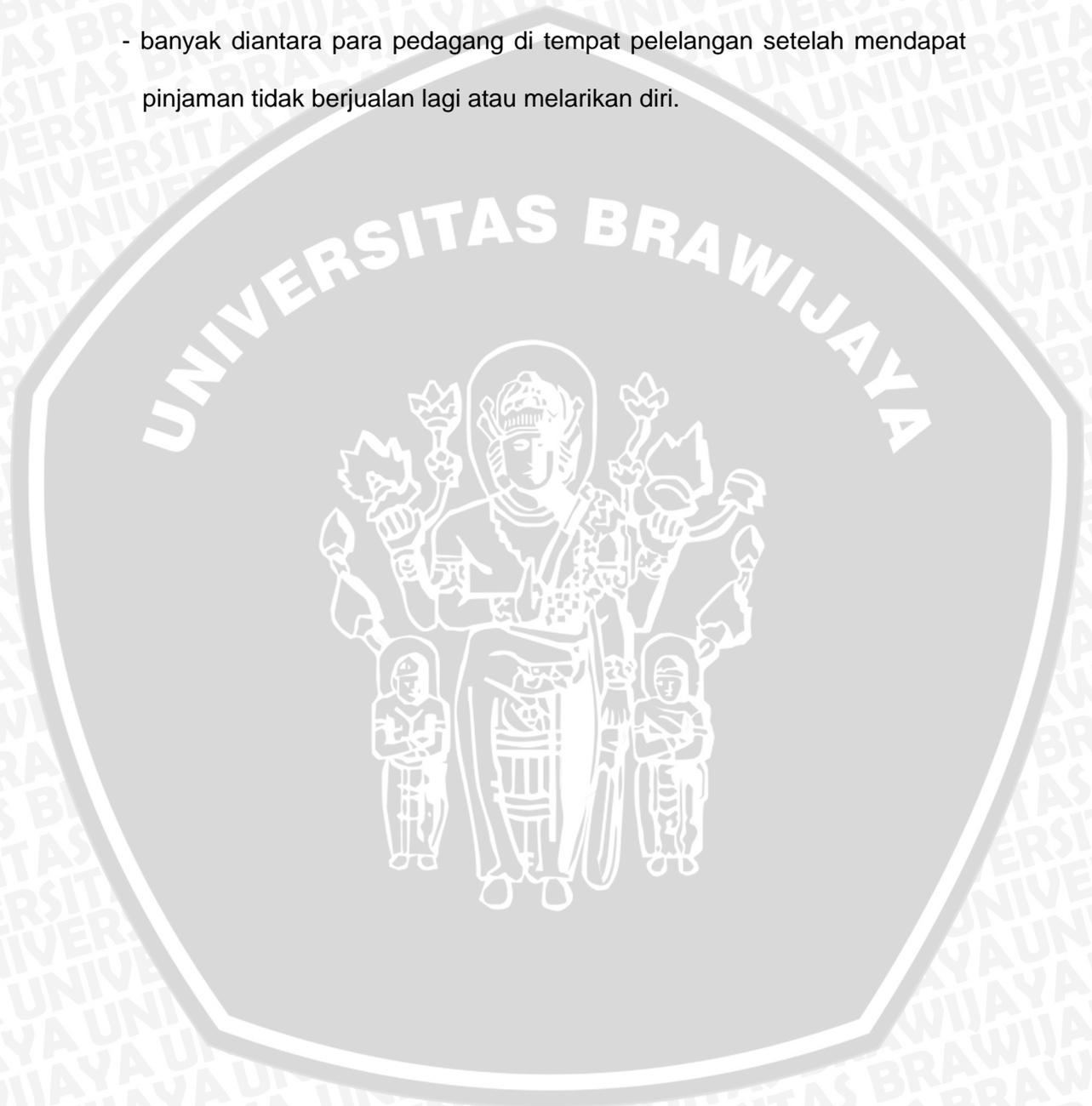
Faktor-faktor penghambat pedagang untuk meminjam modal kepada borg, antara lain:

1. Pinjaman yang ada sudah terlalu besar dan belum bisa membayar.
2. Borg tidak akan meminjamkan modal kembali kepada pedagang, apabila pinjaman yang sebelumnya belum dibayar/diangsur.
3. Hilangnya kepercayaan borg kepada pedagang

- seringkali pedagang yang tidak membayar pinjamannya dan membuat borg menanggung kerugian, sehingga borg hilang kepercayaan kepada pedagang.

4. Banyak pedagang nakal

- banyak diantara para pedagang di tempat pelelangan setelah mendapat pinjaman tidak berjalan lagi atau melarikan diri.



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat kesimpulan beberapa hal, yaitu :

- 1) Pinjaman modal dari borg dapat meningkatkan keuntungan dan volume penjualan sehingga dapat dikatakan usaha tersebut sudah mendapat keuntungan, secara teori yang ada dapat meningkatkan penggunaan input ke arah yang optimal. Tetapi ada faktor-faktor lain yang membuat penggunaan input tidak selalu menuju ke arah yang optimal, yaitu (1) dikarenakan sistem perkreditan yang diterapkan kurang baik dengan hanya menggunakan sistem kepercayaan sehingga dalam mengatur keluar masuknya uang kurang teliti dan kurang hemat, (2) adanya ketergantungan pedagang yang ada di tempat pelelangan ikan dengan jasa borg karena mereka tidak akan mendapatkan ikan segar apabila tidak melalui jasa borg, (3) setelah diadakan analisis finansial diketahui bahwa nilai REC dalam 1 tahun jauh dibawah suku bunga bank.
- 2) Ikan yang ada ditempat pelelangan didatangkan dari petani tambak dan nelayan yang ada di daerah Kalang Anyar, Sawaan, Kepetingan, Gresik, dan Lamongan. Sedangkan konsumen yang datang bersal dari daerah Sidoarjo, Surabaya, Mojokerto, Kediri, dan Malang.
- 3) Hasil penelitian dari aspek finansial diambil dua sampel pedagang yaitu "Bu Lasiyem" dan "Bu Rina". Untuk penjualan ikan segar oleh "Bu Lasiyem" sebelum mendapat pinjaman modal didapat penerimaan kotor selama satu tahun sebesar Rp.33.510.000, total biaya sebesar Rp.20.224.357, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.13.385.625, zakat yang harus dibayarkan Rp.664.281, REC (Return to Equity Capital) sebesar 29,60 %, R/C ratio sebesar 1,66, dan payback periodnya sebesar 1,522. Sedangkan untuk usaha "Bu Rina" sebelum mendapatkan modal penerimaan kotor yang diperoleh selama satu tahun sebesar Rp. 44.280.000, total biaya sebesar Rp.26.726.625, keuntungan selama

satu tahun sebesar Rp.17.553.375, zakat yang harus dibayarkan Rp.877.669, REC (Return to Equity Capital) sebesar 38,36 %, R/C ratio sebesar 1,66, dan payback periodnya sebesar 1,552.

- 4) Berdasarkan hasil penelitian, usaha "Bu Lasiyem" setelah mendapat pinjaman modal mempunyai penerimaan kotor sebesar Rp.54.894.000, total biaya sebesar Rp.37.297.625, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.17.596.375, zakat yang harus dibayarkan Rp.879.818, REC (Return to Equity Capital) sebesar 27,65 %, R/C ratio sebesar 1,47, dan payback periodnya sebesar 2,129. Sedangkan untuk usaha penjualan ikan segar milik "Bu Rina" setelah mendapatkan modal mendapat penerimaan kotor selama satu tahun sebesar Rp.60.052.000, total biaya sebesar Rp.39.516.375, keuntungan selama satu tahun sebesar Rp.20.436.625, zakat yang harus dibayarkan Rp.1.021.831, REC (Return to Equity Capital) sebesar 33,24 %, R/C ratio sebesar 1,52, dan payback periodnya sebesar 1,933.
- 5) Pinjaman dari borg diberikan atas dasar "kepercayaan", dan tidak ada bunga, jaminan atau agunan apapun. Modal yang digunakan dalam usaha yaitu berasal dari modal pribadi dan pinjaman dari borg.
- 6) Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang di tempat pelelangan ikan meminjam modal kepada *borg* antara lain ; Tidak adanya bunga, jaminan, atau agunan apapun yang di berikan oleh borg kepada pedagang, Pengembalian pinjaman juga dapat dilakukan dengan mencicil, Sistem perkreditan yang dilakukan hanya berdasarkan kepercayaan, tidak ada syarat-syarat khusus yang diberikan kepada calon peminjam, hilangnya kepercayaan pedagang terhadap pihak perbankan, masih sedikitnya pihak-pihak perbankan yang mau memberikan pinjaman modal terhadap sektor perikanan terutama usaha perikanan skala kecil.
- 7) Sedangkan faktor-faktor penghambat bagi pedagang untuk meminjam modal kepada *borg* antara lain ; Pinjaman yang ada sudah terlalu besar dan belum bisa

membayar, *borg* tidak akan meminjamkan modal kembali kepada pedagang apabila pinjaman yang sebelumnya belum dibayar/diangsur, hilangnya kepercayaan *borg* kepada pedagang, banyak pedagang nakal.

## 6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian beberapa saran yang perlu dilakukan dalam laporan ini, antara lain :

- 1) Perlu adanya campur tangan pihak pemerintah khususnya Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) setempat dalam program pemberian modal untuk para pedagang ikan segar di tempat pelelangan ikan Sidoarjo.
- 2) Pihak Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) bisa menjadi penghubung antara pedagang dan pihak perbankan untuk penyeleksian kelayakan pemberian kredit bagi usaha kecil. Diperlukan adanya kerja sama yang baik antara pihak DKP melalui UPTD-DKP, *borg*, dan pedagang itu sendiri.
- 3) Adanya perluasan daerah pemasaran dengan melakukan promosi produk agar pendapatan lebih meningkat. Ikan segar yang dijual hendaknya benar-benar terjamin mutu dan kualitasnya, sehingga konsumen merasa puas.
- 4) Pembayaran hutang kepada *borg* hendaknya dibayar tepat waktu oleh pedagang sehingga mengurangi terjadinya kredit macet yang akan merugikan *borg* dan pedagang itu sendiri, dan untuk menjaga kepercayaan yang sudah terjalin antara *borg* dan pedagang yang ada di tempat pelelangan.
- 5) Hendaknya *borg* menerapkan sistem yang diterapkan oleh pihak perbankan, sehingga dapat antara *borg* dan pedagang tidak ada yang merasa dirugikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daniel, M. 2003. **Metode Penelitian Sosial Ekonomi**. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dirmawan. 2002. **Peran “Tengkulak” Dalam Pengembangan Masyarakat Pesisir Memberikan Manfaatkah Mereka**. <http://www.google.com>
- Hadi, S. 1989. **Metode Research Jilid 1**. Yogyakarta. Penerbit : Andi
- Hanafiah, A.M dan Saefudin, A.M. 1986. **Tata Niaga Hasil Perikanan**. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Jerome, E. 1993. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Phillip. 1993. **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Edisi Ke-7. Volume I. Alih Bahasa Az Afiff. Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2000. **Manajemen Pemasaran, Perspektif ASIA**. Andi. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. **Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Bupati Sidoarjo Tahun Anggaran 2005**. <http://sidoarjo.sytes.net/bappekab/com>
- Mahyuddin, Bustami. 2001. **Peranan Pelelangan Ikan Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan**. <http://www.google.com>
- Mardjoko, Tri. 2004. **Pasar Lelang Info**. <http://www.bappebti.go.id/pll/artikel-pasarlelang.pdf>
- Marzuki. 1986. **Metodologi Riset**. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Nugraharani, H. 2006. **Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Tambak dengan Sistem Tandon**. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang.
- Olivia, R. 2007. **Laporan Praktek Kerja Lapang ”Usaha pembenihan Ikan Gurami”**. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang.
- Primyastanto, M. 2005. **Perencanaan Usaha (Bisnis Plan) Sebagai Aplikasi Ekonomi Perikanan**. Bahtera Press. Malang.
- Riniwati. 1995. **Pengaruh Kredit Informal Pada Usaha Penangkapan Terhadap Produksi dan Konsumsi Rumah Tangga Nelayan di Lekok Jawa Timur**. Laporan Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Riyanto, B. 1994. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Edisi empat. BPFE. Yogyakarta.

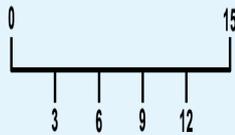
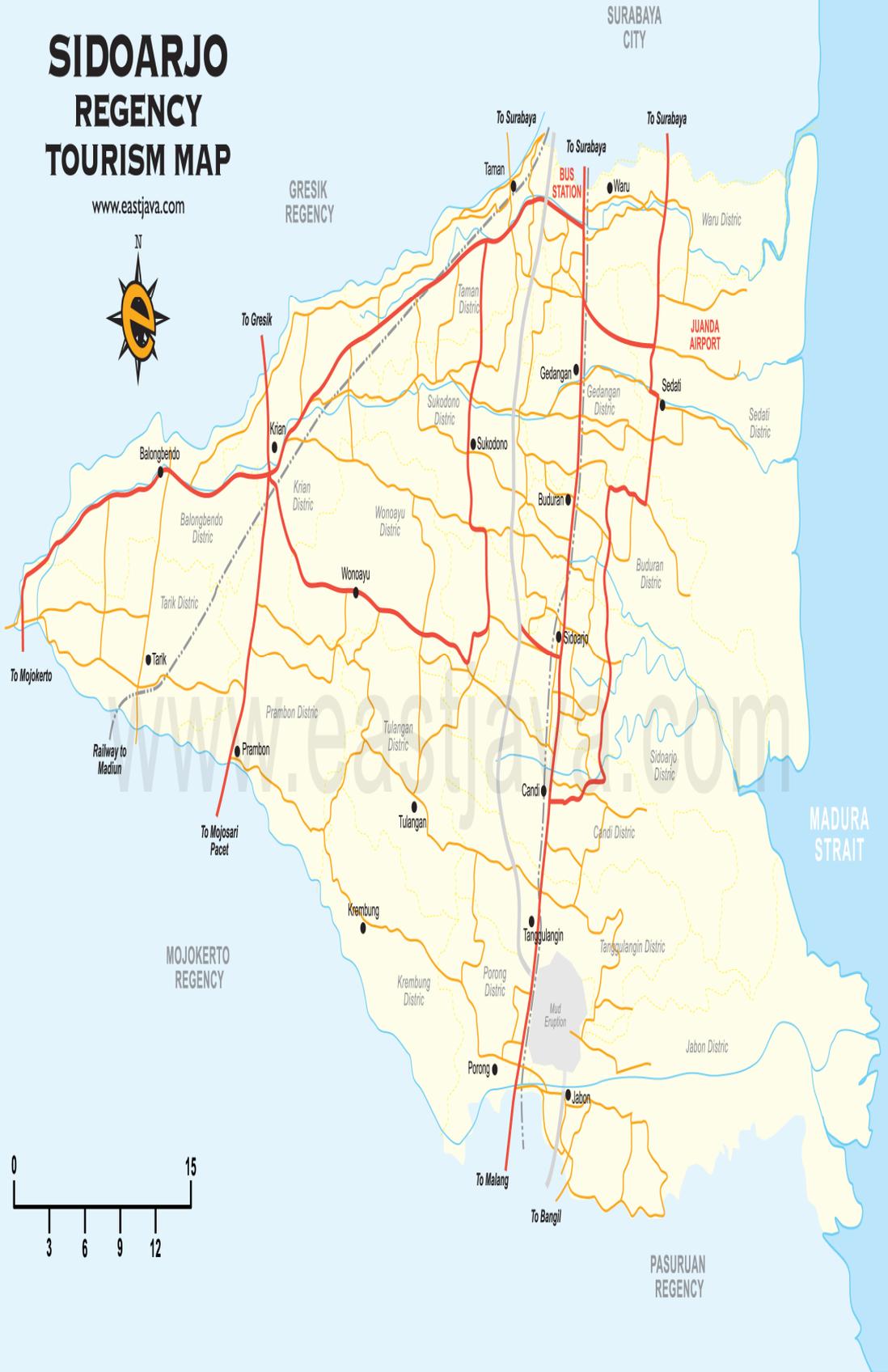
- Septiartha, Y. 2003. **Pengaruh Penguatan Modal Terhadap Peningkatan Produksi dan Pendapatan Kelompok Tani**. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang.
- Singarimbun. 2006. **Metode Penelitian Survei**. Cetakan delapan belas. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi. 1993. **Agribisnis, Teori dan Aplikasinya**. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Solihin. 2204. **Masalah klasik Perikanan**. <http://us.click.yahoo.com>
- Subagya, P. J. 1991. **Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek**. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2003. **Statistika Untuk Penelitian**. CV Alfabeta. Bandung.
- Susilo, Edi. 1986. **Nelayan, Di Antara Tengkulak dan Tempat Pelelangan Ikan**. Himpunan Indonesia Untuk Pengembangan Ilmu-Ilmu Sosial. Ujung Pandang.
- Yin, K. 1996. **Studi Kasus Desain dan Metode**. Grafindo. Jakarta.
- Zamroni, A. 2002. **Usaha Pemasaran Ikan Pindang Tingkat Pedagang Besar Pada UD. ANEKA SAMUDRA**. Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya. Malang



Lampiran 1

# SIDOARJO REGENCY TOURISM MAP

www.eastjava.com



## Lampiran 2

**Tabel Rincian Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar “Bu Lasiyem” di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari Borg**

No	Jenis Modal	Harga (Satuan)	Jumlah satuan	Harga Total
1.	Sewa tempat/stan	2,5m x 2,5 m	1	750.000
2.	Pembelian peralatan :			
	- Meja	65.000	2	130.000
	- Kursi	25.000	1	25.000
	- Pisau	7.500	3	22.500
	- Telenan	7.500	2	15.000
	- Lampu	30.000	1	30.000
	- Parang	15.000	1	15.000
	- Pembersih ikan	5.000	2	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp. 997.500</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 3

**Tabel Rincian Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar “Bu Rina” di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari Borg**

No	Jenis Modal	Harga (Satuan)	Jumlah satuan	Harga Total
1.	Sewa tempat/stan	750.000	2,5m x 2,5 m	750.000
2.	Pembelian peralatan :			
	- Lemari pendingin	525.000	1	525.000
	- Meja	65.000	2	130.000
	- Kursi	25.000	1	25.000
	- Pisau	7.500	3	22.500
	- Telenan	7.500	2	15.000
	- Lampu	30.000	2	60.000
	- Parang	15.000	1	15.000
	- Pembersih ikan	5.000	2	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp. 1.552.500</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 4

Perincian Biaya Penyusutan Atas Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Lasiyem" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

No	Penyusutan	Besar Penyusutan	Umur (Th)	Harga (Rp)	Jumlah Penyusutan (Rp)
1.	Pembelian peralatan :				
	- Meja	10%	5	130.000	13.000
	- Kursi	10%	5	25.000	2.500
	- Pisau	10%	3	22.500	2.250
	- Telenan		3	15.000	1.500
	- Lampu	10%	2	30.000	3.000
	- Parang	10%	4	15.000	1.500
	- Pembersih ikan	10%	2	10.000	1.000
<b>Total Penyusutan</b>					<b>24.750</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 5

Perincian Biaya Penyusutan Atas Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Rina" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

No	Penyusutan	Besar Penyusutan	Umur (Th)	Harga (Rp)	Jumlah Penyusutan (Rp)
1.	Pembelian peralatan :				
	- Lemari pendingin	10%		525.000	52.500
	- Meja	10%	10	130.000	13.000
	- Kursi	10%	5	25.000	2.500
	- Pisau	10%	5	22.500	2.250
	- Telenan		3	15.000	1.500
	- Lampu	10%	3	60.000	6.000
	- Parang	10%	2	15.000	1.500
	- Pembersih ikan	10%	4	10.000	1.000
			2		
<b>Total Penyusutan</b>					<b>80.250</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 6

Perincian Modal Kerja Dalam 1 Tahun Pada Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Lasiyem" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

Uraian	Jumlah (Rp)
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>	
▪ Penyusutan peralatan pertahun	24.750
▪ Retribusi/ pajak pasar	525.000
▪ Biaya perawatan	
- Meja = 5% x 130.000	6.500
- Kursi = 5% x 25.000	1.250
- Pisau = 5% x 22.500	1.125
- Telenan = 5% x 15.000	750
- Lampu = 5% x 30.000	1.500
- Parang = 5% x 15.000	750
- Pembersih ikan = 5% x 10.000	500
▪ Sewa tempat /stan	750.000
	<b>1.313.375</b>
<b>Total biaya tetap (Fixed Cost)</b>	
<b>Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)</b>	
▪ Tas plastik	475.000
▪ Listrik + Air	250.000
▪ Pembelian ikan segar	
- Bandeng 50 kg/bulan @ Rp 5.000	3.000.000
- Udang vanammei 70 kg/bulan @ Rp. 900	756.000
- Mujair 60 kg/bulan @ Rp. 5.000	3.600.000
- Kepiting 45 kg/bulan @ Rp.12.000	6.480.000
- Cumi-cumi 25 kg/bulan @ Rp.14.500	4.350.000
	<b>18.911.000</b>
<b>Total variabel Cost</b>	
	<b>20.224.375</b>
<b>Total Modal Kerja</b>	

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 7

Perincian Modal Kerja Dalam 1 Tahun Pada Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Rina" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Sebelum Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

Uraian	Jumlah (Rp)
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>	80.250
▪ Penyusutan peralatan pertahun	525.000
▪ Retribusi/ pajak pasar	
▪ Biaya perawatan	
- Lemari pendingin = 5% x 525.000	26.250
- Meja = 5% x 130.000	6.500
- Kursi = 5% x 25.000	1.250
- Pisau = 5% x 22.500	1.125
- Telenan = 5% x 15.000	750
- Lampu = 5% x 60.000	3.000
- Parang = 5% x 15.000	750
- Pembersih ikan = 5% x 10.000	500
▪ Sewa tempat/stan	750.000
<b>Total biaya tetap (Fixed Cost)</b>	<b>1.391.625</b>
<b>Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)</b>	
▪ Tas plastik	515.000
▪ Listrik + Air	250.000
▪ Pembelian ikan segar	
- Bandeng 50 kg/bulan @ Rp 5.000	3.000.000
- Udang vanammei 100 kg/bulan @ Rp. 900	1.080.000
- Mujair 60 kg/bulan @ Rp. 5.000	3.600.000
- Kepiting 45 kg/bulan @ Rp.12.000	6.480.000
- Cumi-cumi 30 kg/bulan @ Rp.14.500	5.220.000
- Patin 20 kg/bulan @ Rp. 8.500	2.040.000
- Kakap merah 25 kg/bulan @ Rp.10.500	3.150.000
<b>Total variabel Cost</b>	<b>25.335.000</b>
<b>Total Modal Kerja</b>	<b>26.726.625</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 8

## Rincian Perhitungan Untuk Penjualan Dalam 1 Bulan Sebelum Mendapat Penguatan Modal Di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo.

No	Nama penjual	Rata-rata penjualan (kg)	Harga (Rp)	Total penerimaan
1.	Bu Lasiyem			
	▪ Bandeng	50	10.500/kg	525.000
	▪ Udang vanammei	70	2.500/kg	175.000
	▪ Mujair	60	10.500/kg	630.000
	▪ Kepiting	45	20.000/kg	900.000
	▪ Cumi-cumi	25	22.000/kg	562.500
				<b>Total 2.792.500</b>
2.	Bu Rina			
	▪ Bandeng	50	11.000/kg	550.000
	▪ Udang vanammei	100	2.500/kg	250.000
	▪ Mujair	60	11.000/kg	660.000
	▪ Kepiting	45	21.000/kg	945.000
	▪ Cumi-cumi	30	22.000/kg	660.000
	▪ Patin	20	12.500/kg	250.000
	▪ Kakap merah	25	15.000/kg	375.000
				<b>Total 3.690.000</b>

## Keterangan :

- Rata – rata penjualan selama satu tahun diperoleh dari :  
Jumlah rata-rata penjualan ikan segar 1 bulan x 12

## Lampiran 9

## Perincian perhitungan analisis finansial usaha penjualan ikan segar "Bu Lasiyem" dalam 1 tahun sebelum mendapat penguatan modal.

- ❖ Penerimaan kotor (TR) dalam 1 bulan = perincian prnjualan  
= Rp. 2.792.500
- Penerimaan kotor (TR) dalam 1 tahun = Rp. 2.792.500 x 12  
= Rp. 33.510.000
- ❖ Total biaya (TC) dalam 1 tahun = Biaya tetap + Biaya variabel  
= Rp. 1.313.375 + Rp. 18.911.000  
= Rp. 20.224.375
- ❖ Keuntungan dalam 1 tahun = TR – TC  
= Rp. 33.510.000 - Rp. 20.224.375  
= Rp. 13.285.625
- ❖ Zakat
  - EBZ (Earning Before Zakat) =  $\pi$
  - EAZ (Earning After Zakat) = EBZ – (5% x Rp. 13.285.625)  
= Rp. 13.285.625 – Rp. 664.281  
= Rp. 12.621.344

## ❖ Likuiditas

Aktiva lancar	Rp.30.336.564	Utang lancar	Rp.10.112.188
		New Working Capital	Rp.20.224.375
Current Ratio = 3 : 1			

- ❖ REC (Return to Equity Capital)
  - Modal = Rp. 20.224.375
  - Pendapatan bersih = Rp.13.285.625
  - NKK (Nilai Kerja Keluarga)
    - Istri = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Suami = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Total NKK = Rp. 7.300.000
- REC (Return to Equity Capital) =  $\frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$   
=  $\frac{\text{Rp. 13.285.625} - \text{Rp. 7.300.000}}{\text{Rp. 20.224.375}} \times 100\%$   
= 29,60 %
- ❖ R/C ratio = TR/TC  
=  $\frac{\text{Rp. 33.510.000}}{\text{Rp. 20.224.375}}$   
= 1,66
- ❖ Payback period =  $\frac{\text{Modal Investasi}}{\text{Pendapatan}} \times 1 \text{ tahun}$   
=  $\frac{\text{Rp. 20.224.375}}{\text{Rp. 13.285.625}} \times 1 \text{ tahun}$   
= 1,522

**Lampiran 10**

**Perincian perhitungan analisis finansial usaha penjualan ikan segar “Bu Rina” dalam 1 tahun sebelum mendapat penguatan modal.**

- ❖ Penerimaan kotor (TR) dalam 1 bulan = perincian prnjualan  
= Rp. 3.690.000  
Penerimaan kotor (TR) dalam 1 tahun = Rp. 3.690.000 x 12  
= Rp. 44.280.000
- ❖ Total biaya (TC) dalam 1 tahun = Biaya tetap + Biaya variabel  
= Rp. 1.391.625 + Rp. 25.335.000  
= Rp. 26.726.625
- ❖ Keuntungan dalam 1 tahun = TR – TC  
= Rp. 44.280.000 - Rp. 26.726.625  
= Rp. 17.553.375
- ❖ Zakat
  - EBZ (Earning Before Zakat) =  $\pi$
  - EAZ (Earning After Zakat) = EBZ – (5% x Rp. 17.553.375)  
= Rp. 17.553.375 – Rp. 877.669  
= Rp. 16.675.706

❖ Likuiditas

Aktiva lancar	Rp. 40.089.939	Utang lancar	Rp.13.363.313
		New Working Capital	Rp. 26.726.625
Current Ratio = 3 : 1			

- ❖ REC (Return to Equity Capital)
  - Modal = Rp. 26.726.625
  - Pendapatan bersih = Rp.17.553.375
  - NKK (Nilai Kerja Keluarga)
    - Istri = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Suami = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Total NKK = Rp. 7.300.000
- REC (Return to Equity Capital) =  $\frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$   
=  $\frac{\text{Rp. 17.553.375} - \text{Rp. 7.300.000}}{\text{Rp. 26.726.625}} \times 100\%$   
= 38,36 %
- ❖ R/C ratio = TR/TC  
=  $\frac{\text{Rp. 44.280.000}}{\text{Rp. 26.726.625}}$   
= 1,66
- ❖ Payback period =  $\frac{\text{Modal Investasi}}{\text{Pendapatan}} \times 1 \text{ tahun}$   
=  $\frac{\text{Rp. 26.726.625}}{\text{Rp. 17.553.375}} \times 1 \text{ tahun}$   
= 1,522

## Lampiran 11

**Tabel Rincian Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar “Bu Lasiyem” di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari Borg**

No	Jenis Modal	Harga (Satuan)	Jumlah satuan	Harga Total
1.	Sewa tempat/stan	2,5m x 2,5 m	1	750.000
2.	Pembelian peralatan :			
	- Meja	65.000	2	130.000
	- Kursi	25.000	1	25.000
	- Pisau	7.500	3	22.500
	- Telenan	7.500	2	15.000
	- Lampu	30.000	1	30.000
	- Parang	15.000	1	15.000
	- Pembersih ikan	5.000	2	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp. 997.500</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 12

**Tabel Rincian Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar “Bu Rina” di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari Borg**

No	Jenis Modal	Harga (Satuan)	Jumlah satuan	Harga Total
1.	Sewa tempat/stan	750.000	2,5m x 2,5 m	750.000
2.	Pembelian peralatan :			
	- Lemari pendingin	525.000	1	525.000
	- Meja	65.000	2	130.000
	- Kursi	25.000	1	25.000
	- Pisau	7.500	3	22.500
	- Telenan	7.500	2	15.000
	- Lampu	30.000	2	60.000
	- Parang	15.000	1	15.000
	- Pembersih ikan	5.000	2	10.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp. 1.552.500</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 13

Perincian Biaya Penyusutan Atas Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Lasiyem" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

No	Penyusutan	Besar Penyusutan	Umur (Th)	Harga (Rp)	Jumlah Penyusutan (Rp)
1.	Pembelian peralatan :				
	- Meja	10%	5	130.000	13.000
	- Kursi	10%	5	25.000	2.500
	- Pisau	10%	3	22.500	2.250
	- Telenan		3	15.000	1.500
	- Lampu	10%	2	30.000	3.000
	- Parang	10%	4	15.000	1.500
	- Pembersih ikan	10%	2	10.000	1.000
<b>Total Penyusutan</b>					<b>24.750</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 14

Perincian Biaya Penyusutan Atas Modal Tetap Dalam 1 Tahun Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Rina" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

No	Penyusutan	Besar Penyusutan	Umur (Th)	Harga (Rp)	Jumlah Penyusutan (Rp)
1.	Pembelian peralatan :				
	- Lemari pendingin	10%	10	525.000	52.500
	- Meja	10%	5	130.000	13.000
	- Kursi	10%	5	25.000	2.500
	- Pisau	10%	3	22.500	2.250
	- Telenan		3	15.000	1.500
	- Lampu	10%	2	60.000	6.000
	- Parang	10%	4	15.000	1.500
	- Pembersih ikan	10%	2	10.000	1.000
<b>Total Penyusutan</b>					<b>80.250</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

Lampiran 15

Perincian Modal Kerja Dalam 1 Tahun Pada Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Lasiyem" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

Uraian	Jumlah (Rp)
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>	
▪ Penyusutan peralatan pertahun	24.750
▪ Retribusi/ pajak pasar	525.000
▪ Biaya perawatan	
- Lemari pendingin = 5% x 550.000	27.500
- Meja = 5% x 130.000	6.500
- Kursi = 5% x 25.000	1.250
- Pisau = 5% x 22.500	1.125
- Telenan = 5% x 15.000	750
- Lampu = 5% x 30.000	1.500
- Parang = 5% x 15.000	750
- Pembersih ikan = 5% x 10.000	500
▪ Sewa tempat/stan	750.000
<b>Total biaya tetap (Fixed Cost)</b>	<b>1.339.625</b>
<b>Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)</b>	
▪ Tas plastik	524.000
▪ Listrik + Air	250.000
▪ Pembelian ikan segar	
- Bandeng 70 kg/bulan @ Rp. 6.000	5.040.000
- Udang vanammei 90 kg/bulan @ Rp. 1.200	1.296.000
- Mujair 80 kg/bulan @ Rp. 6.500	6.240.000
- Kepiting 55 kg/bulan @ Rp.13.000	8.580.000
- Cumi-cumi 35 kg/bulan @ Rp.14.500	6.090.000
- Pari 20 kg/bulan @ Rp. 4.500	1.080.000
- Kakap merah 30 kg/bulan @ Rp. 11.500	4.140.000
- Kerang tanpa kulit 30 kg/bulan @ Rp. 7.500	2.700.000
<b>Total variabel Cost</b>	<b>35.958.000</b>
<b>Total Modal Kerja</b>	<b>37.297.625</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

Lampiran 16

Perincian Modal Kerja Dalam 1 Tahun Pada Pada Usaha Penjualan Ikan Segar "Bu Rina" di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo Setelah Mendapat Pinjaman Modal dari *Borg*.

Uraian	Jumlah (Rp)
<b>Biaya Tetap (Fixed Cost)</b>	
▪ Penyusutan peralatan pertahun	80.250
▪ Retribusi/ pajak pasar	525.000
▪ Biaya perawatan	
- Lemari pendingin = 5% x 525.000	
- Meja = 5% x 130.000	26.250
- Kursi = 5% x 25.000	6.500
- Pisau = 5% x 22.500	1.250
- Telenan = 5% x 15.000	1.125
- Lampu = 5% x 60.000	750
- Parang = 5% x 15.000	3.000
- Pembersih ikan = 5% x 10.000	750
	500
▪ Sewa tempat/stan	750.000
<b>Total biaya tetap (Fixed Cost)</b>	<b>1.395.375</b>
<b>Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)</b>	
▪ Tas plastik	515.000
▪ Listrik + Air	250.000
▪ Pembelian ikan segar	
- Bandeng 75 kg/bulan @ Rp 6.000	5.400.000
- Udang vanammei 150 kg/bulan @ Rp. 1.200	2.160.000
- Mujair 70 kg/bulan @ Rp. 6.000	3.600.000
- Kepiting 50 kg/bulan @ Rp. 12.500	7.500.000
- Cumi-cumi 25 kg/bulan @ Rp. 14.500	4.350.000
- Patin 35 kg/bulan @ Rp. 8.500	3.570.000
- Kakap merah 32 kg/bulan @ Rp. 11.500	4.416.000
- Kerang tanpa kulit 40 kg/bulan @ Rp. 7.000	3.360.000
- Kerang kulit 27 kg/bulan @ Rp. 6.000	1.944.000
- Pari 22kg/bulan @ Rp. 4.000	1.056.000
<b>Total variabel Cost</b>	<b>38.121.000</b>
<b>Total Modal Kerja</b>	<b>39.516.375</b>

Sumber : Hasil penelitian 2008

## Lampiran 17

## Rincian Perhitungan Untuk Penjualan Dalam 1 Bulan Setelah Mendapat Penguatan Modal Di Tempat Pelelangan Ikan Sidoarjo.

No	Nama penjual	Rata-rata penjualan (kg)	Harga (Rp)	Total penerimaan
1.	Bu Lasiyem			
	▪ Bandeng	70	11.500/kg	805.000
	▪ Udang vanammei	90	2.800/kg	252.000
	▪ Mujair	80	11.500/kg	920.000
	▪ Kepiting	55	21.500/kg	1.182.500
	▪ Cumi-cumi	35	22.000/kg	770.000
	▪ Pari	20	6.500/kg	130.000
	▪ Kakap merah	30	13.000/kg	260.000
	▪ Kerang tanpa kulit	30	8.500/kg	255.000
	<b>Total</b>			<b>4.574.500</b>
2.	Bu Rina			
	▪ Bandeng	75	11.000/kg	825.000
	▪ Udang vanammei	150	2.500/kg	375.000
	▪ Mujair	70	11.500/kg	805.000
	▪ Kepiting	55	22.000/kg	1.210.00
	▪ Cumi-cumi	25	22.000/kg	550.000
	▪ Patin	35	13.500/kg	472.500
	▪ Kakap merah	32	15.000/kg	480.000
	▪ Kerang kulit	40	8.000/kg	320.000
	▪ Kerang tanpa kulit	27	8.500/kg	229.500
▪ Pari	22	7.000/kg	154.000	
	<b>Total</b>			<b>5.421.000</b>

## Keterangan :

- Rata – rata penjualan selama satu tahun diperoleh dari :

Jumlah rata-rata penjualan ikan segar 1 bulan x 12

## Lampiran 18

## Perincian perhitungan analisis finansial usaha penjualan ikan segar “Bu Lasiyem” dalam 1 tahun setelah mendapat penguatan modal.

- ❖ Penerimaan kotor (TR) dalam 1 bulan = perincian prnjualan  
= Rp. 4.574.500  
Penerimaan kotor (TR) dalam 1 tahun = Rp. 4.574.500 x 12  
= Rp. 54.894.000
- ❖ Total biaya (TC) dalam 1 tahun = Biaya tetap + Biaya variabel  
= Rp. 1.339.625 + Rp. 35.958.000  
= Rp. 37.297.625
- ❖ Keuntungan dalam 1 tahun = TR – TC  
= Rp. 54.894.000 - Rp. 37.297.625  
= Rp. 17.596.375
- ❖ Zakat
  - EBZ (Earning Before Zakat) =  $\pi$
  - EAZ (Earning After Zakat) = EBZ – (5% x Rp. 17.596.375)  
= Rp. 17.596.375 – Rp. 879.818  
= Rp. 16.716.557

❖ Likuiditas			
Aktiva lancar	Rp.55.946.439	Utang lancar	Rp.18.648.913
		New Working Capital	Rp. 37.297.625
Current Ratio = 3 : 1			

- ❖ REC (Return to Equity Capital)
  - Modal = Rp. 37.297.625
  - Pendapatan bersih = Rp. 17.596.375
  - NKK (Nilai Kerja Keluarga)
    - Istri = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Suami = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
    - Total NKK = Rp. 7.300.000
  - REC (Return to Equity Capital) =  $\frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$   
=  $\frac{\text{Rp. 17.596.375} - \text{Rp. 7.300.000}}{\text{Rp. 37.297.625}} \times 100\%$   
= 27,65 %
- ❖ R/C ratio = TR/TC  
=  $\frac{\text{Rp. 54.894.000}}{\text{Rp. 37.297.625}}$   
= 1,47
- ❖ Payback period =  $\frac{\text{Modal Investasi}}{\text{Pendapatan}} \times 1 \text{ tahun}$   
=  $\frac{\text{Rp.37.297.625}}{\text{Rp.17.596.375}} \times 1 \text{ tahun}$   
= 2,129

**Lampiran 19**

**Perincian perhitungan analisis finansial usaha penjualan ikan segar “Bu Rina” dalam 1 tahun setelah mendapat penguatan modal.**

- ❖ Penerimaan kotor (TR) dalam 1 bulan = perincian prnjualan  
= Rp. 5.421.000  
Penerimaan kotor (TR) dalam 1 tahun = Rp. 5.421.000 x 12  
= Rp. 60.052.000
- ❖ Total biaya (TC) dalam 1 tahun = Biaya tetap + Biaya variabel  
= Rp. 1.395.375 + Rp. 38.121.000  
= Rp. 39.516.375
- ❖ Keuntungan dalam 1 tahun = TR – TC  
= Rp. 60.052.000 - Rp. 39.516.375  
= Rp. 20.436.625
- ❖ Zakat
  - EBZ (Earning Before Zakat) =  $\pi$
  - EAZ (Earning After Zakat) = EBZ – (5% x Rp. 20.436.625)  
= Rp. 20.436.625 – Rp. 1.021.831  
= Rp. 19.414.749

❖ Likuiditas			
Aktiva lancar	Rp. 59.274.564	Utang lancar	Rp.19.758.188
		New Working Capital	Rp. 39.516.375
Current Ratio = 3 : 1			

- ❖ REC (Return to Equity Capital)
    - Modal = Rp. 39.516.375
    - Pendapatan bersih = Rp. 20.436.625
    - NKK (Nilai Kerja Keluarga)
      - Istri = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
      - Suami = Rp. 10.000 x 365 hari = Rp. 3.650.000
      - Total NKK = Rp. 7.300.000
- REC (Return to Equity Capital) =  $\frac{\text{Pendapatan Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$   
 =  $\frac{\text{Rp. 20.436.625} - \text{Rp. 7.300.000}}{\text{Rp. 39.516.375}} \times 100\%$   
 = 33,24 %

- ❖ R/C ratio = TR/TC  
=  $\frac{\text{Rp. 60.052.000}}{\text{Rp. 39.516.375}}$   
= 1,52

- ❖ Payback period =  $\frac{\text{Modal Investasi}}{\text{Pendapatan}} \times 1 \text{ tahun}$   
=  $\frac{\text{Rp. 39.516.375}}{\text{Rp. 20.436.625}} \times 1 \text{ tahun}$   
= 1,933

Lampiran 20

Gambar 1. Kegiatan pelelangan ikan



Gambar 2. Kegiatan pelelangan ikan



Lampiran 21

Gambar 3. kegiatan penjualan ikan segar



Gambar 4. Kegiatan penjualan ikan segar

