

**STUDI KELAYAKAN BISNIS LELE CRISPY PADA UNIT BISNIS FISH  
BOSTER CENTRE, DESA GEMURUNG, KECAMATAN GEDANGAN  
KABUPATEN SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Perikanan  
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Universitas Brawijaya**

**Oleh :**

**EMA SRI NURNANINGSIH  
115080407113008**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2015**

**SKRIPSI**

**STUDI KELAYAKAN BISNIS LELE CRISPY PADA UNIT BISNIS FISH**

**BOSTER CENTRE, DESA GEMURUNG, KECAMATAN GEDANGAN**

**KABUPATEN SIDOARJO**

Oleh :

**EMA SRI NURNANINGSIH**

**115080407113008**

**Telah dipertahankan didepan penguji**

**pada tanggal 14 Agustus 2015**

**Dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Menyetujui,**

Dosen Penguji I

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)  
NIP. 19610417 199003 1 001

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)  
NIP. 19630820 198802 1 001

Dosen Penguji

(Zainal Abidin, S.Pi, MBA)  
NIP. 19770221 200212 1 008

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing II

(Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP)  
NIP. 19630511 108802 1 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)  
NIP. 19610417 199003 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS PENULIS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

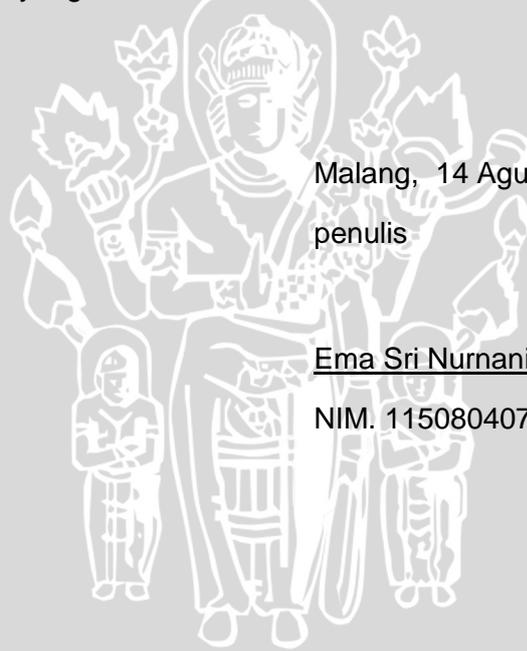
Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil penjiplakan (plagiasi), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

Malang, 14 Agustus 2015

penulis

Ema Sri Nurnaningsih

NIM. 115080407113008



## UCAPAN TERIMAKASIH

Bismillahirrahmanirahim

Dengan menyebut asma Allah yang maha pengasih dan penyayang

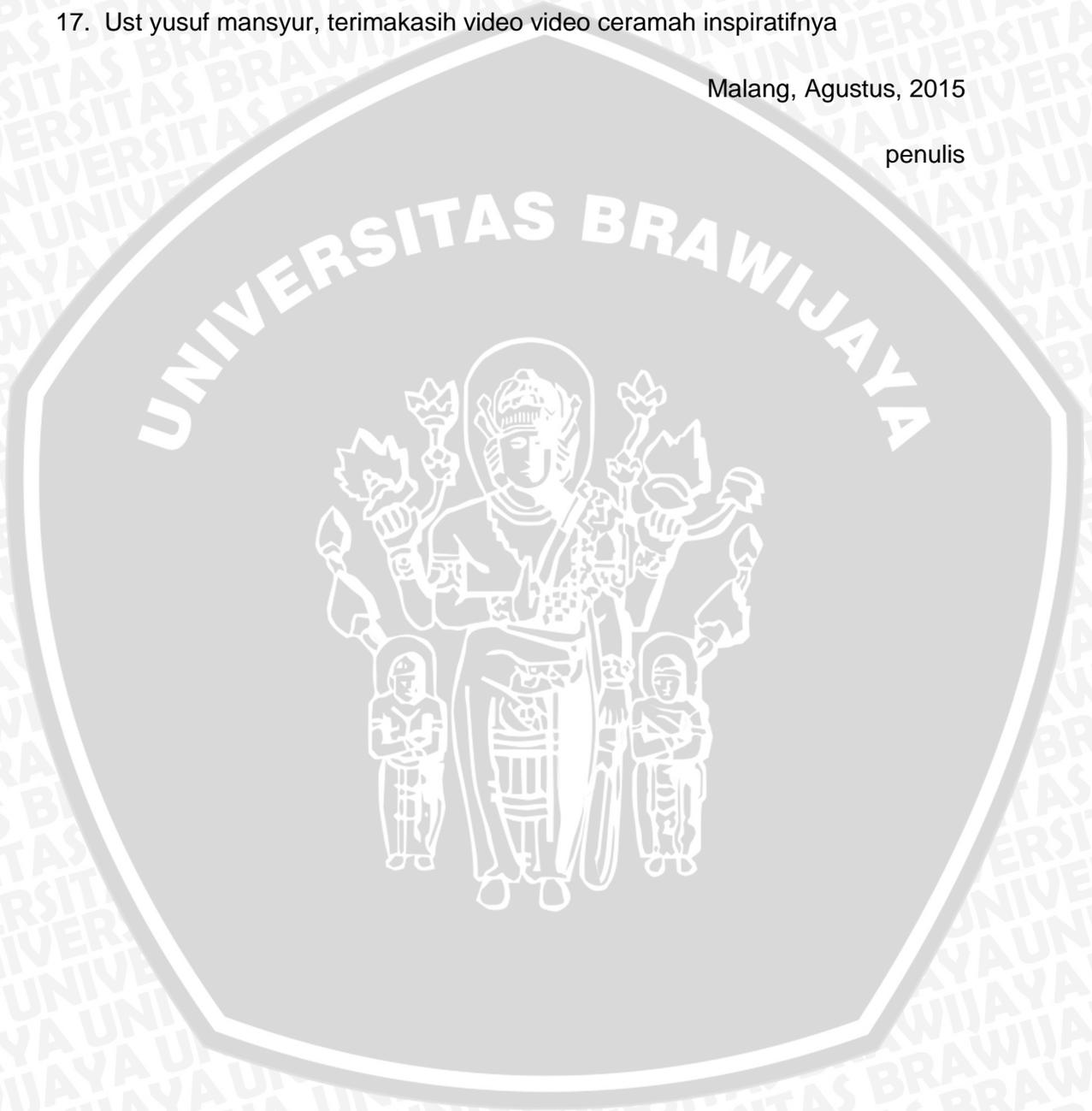
Dengan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Allah SWT *“yang menguasai segala kerajaan, dan maha kuasa atas segala sesuatu”* telah menuliskan skenario terindahNya untuk hambanya,
2. Orang tua tercinta yang telah mendoakan,papa mama mensupport baik materi maupun spiritualnya, dan ke 2 saudara saya abang adji dan adek desi terimakasih
3. Dosen pembimbing Dr.Ir Agus Tjahjono,MS dan Dr.Ir Mimit Primyastanto,MS yang telah membimbing dan selalu memberi pengarahan yang luar biasa
4. Bapak Risky Agung Lestariadi, S.Pi. MP.MBA selaku Koordinator Program studi yang sering memberi nasihat, bimbingan dan arahan pada saya,
5. Bapak Dr.Ir. Nuddin Harahab, MP dan Bapak Zainal Abidin, S.Pi, MBA selaku dosen penguji.
6. Bapak Edi Susilo Selaku dosen PA AP UB kediri yang selalu memberikan motivasi dan merupakan salah satu dosen favorit dari semester 1, terimakasih atas arahan dan bimbingannya
7. Seluruh Dosen SEPK yang telah memberikan ilmu selama kuliah terimakasih atas ilmu dan bimbingannya selama ini.
8. My super team, (wirid, endah, adistya, rere, mba isti, hanif, rizal) luv u gaes
9. Senior yang sering meneror pagi dan malam agar penulis segera menyelesaikan skripsi, zura nirma dan geng UNAIR ITS terimakasih
10. Teman teman organisasi (DPKM,EKM,RKIM,KKI UB kampus IV) terimakasih atas supportnya
11. Teman teman AP FPIK UB 2011 malang dan UB kediri terimakasih telah kebersamai dan supportnya (Riri, nanda, cicik, lusi, chintya, vina, ratna)
12. Teman teman Foksi terimakasih telah mau menerima “tamu” dan dijamu dengan baik
13. Penghuni “kesumba 8a”( delfika, kasih, icus, niken, anis, bu ula, dan semuanya terimakasih atas support, candaan perhatian selama setahun menetap di malang, terimakasih atas kegokilannya.

14. Bapak Eka Jaya Tjioe, Dedi Hermansya, Bu nita, atas pengarahannya yang diberikan pada saat penelitian, agar penelitian berjalan dengan lancar dan baik
15. Semua teman-teman yang kukenal dimanapun berada yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.
16. Junior-junior yang selalu menghibur dan perhatian
17. Ust Yusuf Mansyur, terimakasih video-video ceramah inspiratifnya

Malang, Agustus, 2015

penulis



## RINGKASAN

**EMA SRI NURNANINGSIH.** Skripsi. Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis “ Fish Boster Centre” Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo (dibawah bimbingan **Dr.Ir. Agus Tjahjono, MS dan Dr.Ir. Mimit Primyastanto, MP**)

---

Tingkat konsumsi ikan yang semakin meningkat merupakan suatu peluang bagus untuk mengembangkan sektor perikanan. Salah satu sub sektor perikanan yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan adalah ikan lele. Hasil produksi budidaya lele di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar masih dipasarkan dalam bentuk segar, sehingga nilai tambah yang didapat kecil karena kegiatan yang dilakukan hanya berakhir pada aktifitas budidaya (*on farm agribusiness*). Upaya peningkatan nilai tambah produk perikanan khususnya lele, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas hilir atau biasa disebut dengan *off farm agribusiness*, berupa agroindustri. Salah satu caranya adalah dengan diversifikasi produk, diversifikasi. Salah satu diversifikasi produk yaitu lele *crispy*.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran dari usaha lele crispy 2) menganalisis aspek finansial, 3) menganalisis tingkat sensitivitas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah study kasus dan objek penelitian ini yaitu unit bisnis lele crispy “Fish Boster Centre” dengan menentukan responden yang dipilih adalah pemilik usaha, tenaga kerja. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yang meliputi aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial (operasional dan perencanaan strategis usaha) serta analisis sensitivitas.

Berdasarkan hasil aspek teknis cukup layak karena saran prasarana usaha telah terpenuhi dengan baik, faktor produksi usaha lele crispy adalah air yang bersumber dari PDAM yang digunakan untuk mencuci peralatan produksi dan pencucian ikan lele setelah proses penyiangan, bahan baku utama lele crispy adalah ikan lele yang di budidayakan dengan sistem boster, bahan tambahan berupa tepung-tepungan dan bumbu, supply tenaga kerja yaitu pekerja merupakan lulusan Akademi Perikanan Sidoarjo, SMA Perikanan Jember, dan warga sekitar unit bisnis, modal yang diperoleh yaitu berasal dari pemilik usaha sendiri. Lokasi usaha ini dekat dengan bahan baku, bahan tambahan dan jalur transportasi, layout yang dibuat sudah baik, *penerapan sanitasi and hygiene* sudah sesuai dengan SOP HACCP. Proses pembuatan lele crispy melalui tahapan tahapan yaitu penyiapan bahan baku, penyiangan, pemfilletan, pemotongan, pembuatan adonan *butter mix*, pembaluran dengan tepung crispy, penggorengan, pengemasan, dan stocking. Aspek manajemen yang dilakukan ada empat yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, semua aspek pada manajemen telah dikerjakan dengan baik, namun pada pengorganisasian masih sangat sederhana yaitu pekerja divisi lain masih ikut membantu dalam proses penanganan bahan baku. Aspek pemasaran pada saluran pemasaran yang diterapkan usaha ada dua yaitu langsung dan tidak

langsung yaitu pada Rumah Makan pertahun menyerap produksi sebesar 1200 pack/ tahun, Universitas Ciputra 2400 pack/ tahun, ibu ibu PKK 1000 pack/tahun), pameran 2000 pack/tahun. Selain itu pada saat kunjungan dari pembudidaya maupun lembaga pemerintahan untuk pelatihan, sebagian besar tertarik untuk membeli produk olahan ikan lele yang bahan bakunya merupakan hasil budidaya lele di farm fish boster centre sebesar 2000 pack/ tahun. Pada saluran kedua yaitu saluran tidak langsung dari produsen utama ke pedagang perantara kemudian ke konsumen, pedagang perantaranya yaitu melalui kantin kantin sekolah, dan toko kelontong yang memesan dari luar kota yaitu pada daerah malang pemesanan produk 300 pack/tahun, Kota Denpasar 700 pack /Tahun, Jakarta 1800 pack/ tahun, Riau 500 pack/tahun, kalimantan 500 pack/tahun, surabaya 1000 pack/tahun

Hasil analisis aspek finansial pada usaha lele crispy didapat hasil modal tetap Rp. 111.714.000, Modal Lancar Rp. 170.272.000, Modal Kerja Rp. 193.136.000, Biaya tetap 133.064.000, biaya variabel Rp.60.072.000, total biaya produksi Rp 193.136.000, R/C 1,11, Keuntungan Rp.22.854.000, Rentabilitas usaha 20,45%, BEP Seles Rp.133.064.000 BEP unit 2.699 pada hasil perencanaan strategis usaha dapat dilihat dari nilai NPV lebih dari nol yaitu sebesar Rp79114660, IRR lebih dari tingkat *suku bunga bank pinjaman dari BI Rate 7,5 persen* yaitu sebesar 20 persen, *Net B/C* lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,71 dan *Payback Periode* kurang dari umur usaha yaitu selama lima tahun dua bulan. Arti data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan secara finansial layak untuk dijalankan.

Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha lele *crispy* sangat sensitiv dan rentan mengalami kerugian apabila terjadi penurunan jumlah hasil penjualan sebesar 7 %, kenaikan biaya sebesar 8 % , penurunan jumlah hasil penjualan sebesar 5% dan kenaikan biaya sebesar 5% .

Dari hasil penelitian didapat kesimpulan Berdasarkan hasil non finansial cukup layak untuk dijalankan, pada aspek teknis proses pembuatan lele crispy runtut dan mementingkan higienitas pada produk, sarana prasarana sudah baik pada pemasaran saluran distribusi dilakukan dengan langsung dan tidak langsung. Aspek manajemen pada usaha lele *crispy* "fish boster centre" meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan cukup terlaksana dengan baik, namun pada pengorganisasian masih terjadi kondisi dimana karyawan devisi lain ikut membantu dalam penangannan proses produksi. Hasil analisis aspek finansial pada usaha lele crispy dapat dilihat dari nilai NPV lebih dari nol yaitu sebesar Rp79114660, IRR lebih dari tingkat *suku bunga bank pinjaman dari BI Rate 7,50 persen* yaitu sebesar 20 persen, *Net B/C* lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,71 dan *Payback Periode* kurang dari umur usaha yaitu selama lima tahun dua bulan. Arti data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan secara finansial layak untuk dijalankan. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha lele *crispy* sensitiv dan akan terjadi kerugian bila terjadi penurunan penjualan 7 %, kenaikan biaya 8 % ,penurunan penurunan penjualan 5% dan kenaikan biaya 5%

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah – Mu penulis dapat menyajikan laporan skripsi yang berjudul Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis Fish Boster Centre, Desa Gemurung, Kecamatan Dedangan Kabupaten Sidoarjo. Di dalam tulisan ini disajikan bagaimana kondisi faktual usaha terkini dari aspek teknis, pemasaran, manajemen, menganalisis kelayakan usaha pada usaha lele crispy dilihat dari aspek finansial serta menganalisis sensitivitas usaha Lele crispy.

Skripsi ini merupakan kurikulum wajib yang dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan sarjana S1 bagi seluruh mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerjakan sebaik mungkin, tapi masih dirasakan banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 14 Agustus 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

## HALAMAN

<b>SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan .....	5
1.4 Kegunaan .....	6
1.5 Tempat, Waktu/Jadwal pelaksanaan .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Diversifikasi Produk .....	11
2.3 Study Kelayakan Bisnis .....	14
2.4 Aspek-Aspek dalam Kelayakan Bisnis .....	15
2.4.1 Aspek-Aspek Non Finansial .....	15
2.4.1 Aspek Teknis .....	16
2.4.2 Aspek Manajemen .....	16
2.4.3 Aspek Pemasaran .....	17
2.4.2 Aspek-Aspek Finansial .....	19
2.4.1.1 Analisis Operasional .....	19
2.4.1.2 Analisis Perencanaan Strategis .....	22
2.5 Analisis Sensitivitas .....	24
2.6 Kerangka Pemikiran .....	26
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29

<b>3.2 Objek Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>29</b>
3.3.1 Data Primer .....	29
3.3.2 Data Skunder .....	29
<b>3.4. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>30</b>
3.4.1 Observasi .....	30
3.4.2 Wawancara .....	31
3.4.3 Dokumentasi .....	32
<b>3.5 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>32</b>
3.5.1 Analisis Data Kualitatif .....	32
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif .....	35
3.5.2.1 Analisis Oprasional .....	36
3.5.2.2 Analisis Perencanaan Strategis .....	39
3.5.3 Analisis Sensitivitas .....	42
<b>IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Umum .....	43
4.1.1 Letak Geografis Kecamatan Gedangan .....	43
4.1.2 Letak Administrasi Desa Gemurung.....	43
4.1.3 Keadaan Penduduk .....	44
4.1.4 Keadaan Usaha Perikanan .....	45
4.1.5 Gambaran Umum dan Sejarah Unit Bisnis.....	46
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Aspek Non finansill.....	49
5.1.1 Aspek Tekinis .....	49
5.1.2 Aspek Manajemen .....	64
5.1.3 Aspek Pemasaran .....	71
5.2 Aspek Finansiiil .....	77
5.2.1 Analisis Operasional .....	78
5.2.2 Perencanaan Strategis Usaha .....	82
5.3 Analisis Sensitivitas .....	86
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
6.1 Kesimpulan.....	89
6.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DARTAR GRAFIK

Grafik 1. Jumlah produsen utama lele menurut provinsi di Indonesia..... 2



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Nilai gizi ikan budidaya menurut komoditas utama(persen)..... 3

Tabel 2. Matriks study terdahulu terkait dengan penelitian..... 11

Tabel 3. Komposisi penduduk desa gemung berdasarkan usia ..... 44

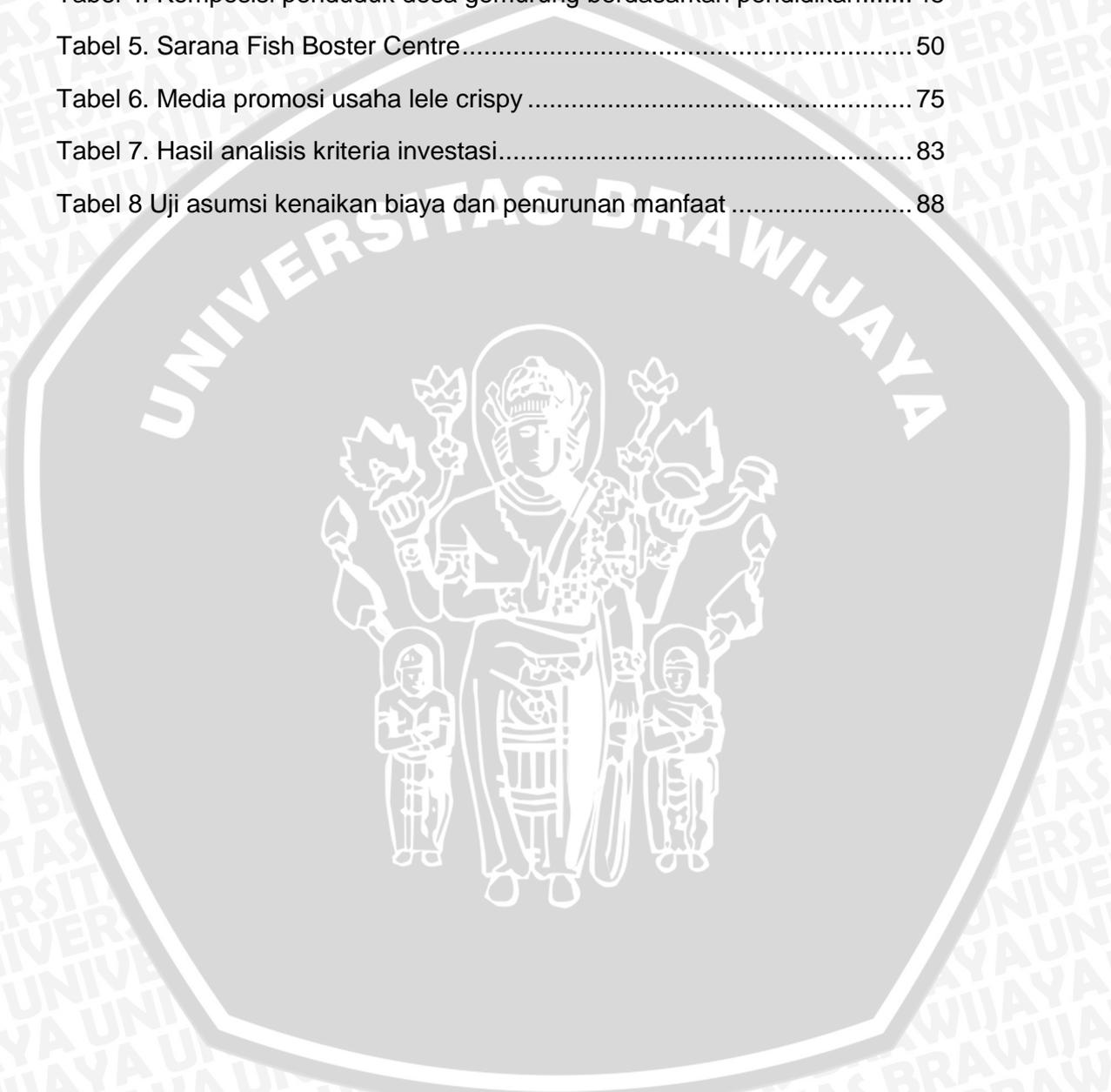
Tabel 4. Komposisi penduduk desa gemung berdasarkan pendidikan..... 45

Tabel 5. Sarana Fish Boster Centre..... 50

Tabel 6. Media promosi usaha lele crispy ..... 75

Tabel 7. Hasil analisis kriteria investasi..... 83

Tabel 8 Uji asumsi kenaikan biaya dan penurunan manfaat ..... 88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema kerangka pemikiran.....	27
Gambar 2. Lokasi Fish Boster Centre.....	47
Gambar 3. Mobil operasional.....	52
Gambar 4. Akses jalan.....	52
Gambar 5. Telepon seluler.....	53
Gambar 6. Layout.....	95
Gambar 7. Ikan lele segar.....	58
Gambar 8. Hasil lele fillet.....	58
Gambar 9. Pemotongan lele fillet.....	59
Gambar 10. Adonan <i>buttermix</i> .....	60
Gambar 11. Tepung <i>crispy</i> .....	61
Gambar 12. Penggorengan dan penirisan.....	62
Gambar 13. Proses pengemasan.....	62
Gambar 14. <i>Stock case</i> .....	63
Gambar 15. Struktur organisasi.....	67
Gambar 16. Produk lele <i>crispy</i> .....	72
Gambar 17. Acara <i>Indonesian culture</i> .....	74
Gambar 18. Saluran distribusi.....	77

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

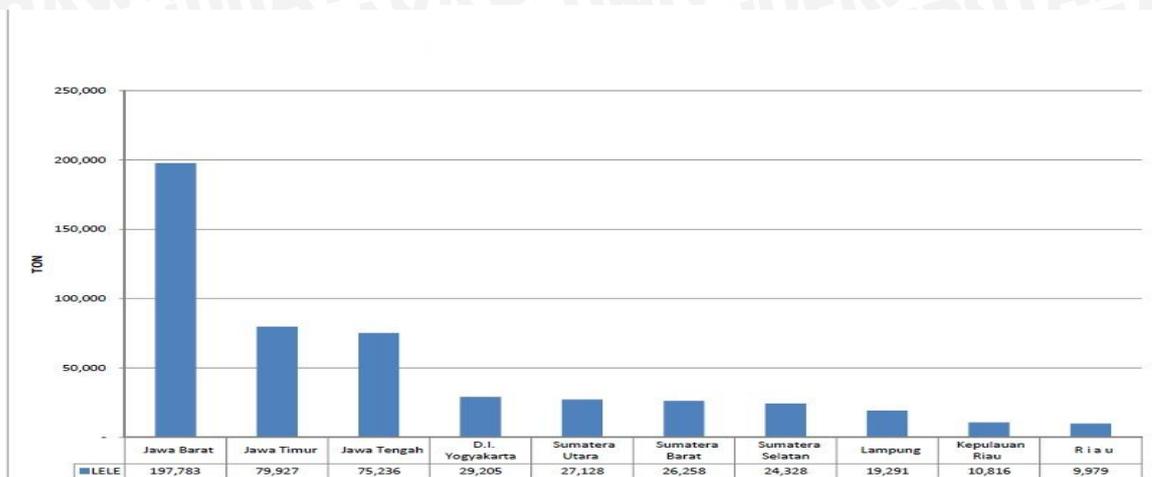
Perikanan merupakan salah satu usaha manusia untuk memanfaatkan sumber daya hayati perairan (*aquatic resources*) yang meliputi benda-benda hidup baik itu berupa jenis ikan, udang-udang, kerang-kerangan, mutiara, rumput laut, dan organisme air lainnya yang berada di perairan umum maupun di perairan laut. Salah satu usaha manusia untuk memanfaatkan potensi sumber daya hayati perairan tersebut melalui usaha perikanan (KKP, 2014). Potensi sumberdaya perikanan yang dimiliki oleh Indonesia dan produksi yang dihasilkan tersebut menunjukkan bahwa perikanan memiliki potensi yang baik untuk berkontribusi di dalam pemenuhan gizi masyarakat, khususnya protein hewani, di samping kontribusinya dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia (Irianto dan Soesilo, 2007).

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap ikan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Tercatat pada tahun 2010 konsumsi ikan sebesar 30,48 per kapita (kg/kap/th), pada tahun 2011 konsumsi ikan sebesar 32,25 per kapita (kg/kap/th), tahun 2012 konsumsi ikan sebesar 33,89 per kapita (kg/kap/th) dan 2013 konsumsi ikan sebesar 35,14 per kapita (kg/kap/hp) (P2HP, 2014). Tingkat konsumsi ikan yang semakin meningkat merupakan suatu peluang bagus untuk mengembangkan sektor perikanan. Sektor perikanan terbagi menjadi tiga sub sektor yaitu perikanan laut, perikanan budidaya dan perikanan perairan umum.

Ikan lele merupakan salah satu komoditas perikanan budidaya yang memiliki peluang besar yang dikembangkan untuk pemenuhan gizi masyarakat. Di Indonesia terdapat 10 Propinsi terbanyak sebagai produsen ikan lele. Jawa timur

menempati posisi ke 2 dengan menghasilkan 79.927 ton ikan lele pada tahun 2013. Keterangan tabel dapat dilihat pada grafik 1.

Grafik 1. jumlah produsen utama lele menurut Provinsi di Indonesia tahun 2013



Sumber :kkp.co.id di akses tanggal 08 april 2015

Hasil produksi budidaya lele di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar masih dipasarkan dalam bentuk segar, sehingga nilai tambah yang didapat rendah karena kegiatan yang dilakukan hanya berakhir pada aktifitas budidaya (*on farm agribusiness*). Upaya peningkatan nilai tambah produk perikanan khususnya ikan lele, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas hilir atau biasa disebut dengan *off farm agribusiness*, yaitu berupa agroindustri.

kadar protein ikan lele lebih unggul dibandingkan enam jenis ikan lainnya. Kadar protein ikan lele sebesar 19,91 persen menduduki urutan kedua setelah ikan bandeng. Ikan lele memiliki kandungan gizi yang paling baik dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya. Daging ikan lele mengandung protein yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya dan hewan lainnya. Protein dalam ikan lele sangat baik, karena tersusun dari asam-asam amino yang dibutuhkan untuk pertumbuhan. Selain itu protein ikan lele sangat

mudah dicerna dan diabsorpsi oleh tubuh (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2003).

Kandungan nilai gizi yang ada pada ikan lele dijadikan salah satu alasan bagi pemerintah untuk berkonsentrasi dalam pengembangan produksi lele secara nasional selain kemudahan proses budidayanya. Sepuluh komoditas unggulan perikanan budidaya yang ditetapkan pemerintah untuk mencapai target produksi sebesar 6,85 juta ton pada tahun 2011 adalah lele, rumput laut, udang, kakap, kerapu, bandeng, mas, nila, patin dan gurame (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2011). Keterangan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Nilai Gizi Ikan Budidaya Menurut Komoditas Utama (Persen)

No	Nama Ikan	Kadar Air (%)	Kadar Abu (%)	Kadar Protein (%)	Kadar Lemak (%)
1	Bandeng	70,45	2,15	22,84	1,15
2	Lele	77,99	1,63	19,91	1,96
3	Nila	81	1,08	16,05	1,34
4	Rumput Laut	10,34	38,64	3,07	4,38
5	Kerapu	81,2	1,11	16,97	0,47
6	Ikan Mas	76,7 ± 4,9	0,8±0,2	14,61±0,00	0,2±0,00
7	Udang Vaname	81,35±0,97	0,64±0,06	17,43±0,89	0,15±0,03
8	Kakap Merah	80,51	1,33	17,82	0,55

Sumber: Database Nilai Gizi Ikan, Balai Besar Riset Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan, (2010)

Penilaian ikan lele hingga saat ini masih rendah, terkesan sebagai makanan bagi kalangan terbatas seperti kalangan mahasiswa dan konsumen menengah ke bawah, serta persepsi masyarakat terhadap ikan lele adalah bahwa ikan lele adalah ikan yang kurang higienis, padahal dalam database kandungan gizi hewani yang dikeluarkan oleh Balai Besar Riset Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan

(2010) ikan lele menduduki posisi ke 2 dari ikan - ikan yang lain dan mengandung proteinyang berkualitas tinggi.

Sebagaimana masyarakat pada umumnya mempunyai tingkat konsumsi yang rendah terhadap Ikan Lele yaitu dikonsumsi langsung tanpa diolah, sehingga perlu adanya inovasi guna merubah citra buruk yang selama ini melekat pada ikan lele kemudian mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, salah satu caranya adalah dengan diversifikasi produk, diversifikasi produk perikanan merupakan penganekaragaman jenis produk olahan hasil perikanan dari bahan baku yang belum atau sudah dimanfaatkan dengan tetap memperhatikan faktor mutu dan gizi, sebagai usaha penting peningkatan konsumsi produk perikanan secara kualitas maupun kuantitas dan bahkan dapat dijadikan suatu peluang usaha yang menjanjikan. Salah satu diversifikasi produk yaitu lele *crispy*. Menurut Albert (2013) dalam kamus bahasa indonesia baku, *crispy* berarti garing yaitu kering, renyah, gurih.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku agroindustri dalam memberikan nilai tambah terhadap produk perikanan adalah manajemen dan analisis kelayakan dari usaha yang dilakukan. Analisis kelayakan usaha bertujuan untuk memperkirakan berapa besarnya modal yang diperlukan, bagaimana kelayakan usahanya, keuntungan yang akan diperoleh dan sebagainya (Rochdianto A,1994).

Dengan melihat latar belakang diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang studi kelayakan bisnis olahan ikan lele pada unit usaha *fish boster centre*. Berdasarkan pengamatan tersebut peneliti melakukan penelitian degan judul "Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis Fish Boster Centre, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo"

## 1.2 Rumusan Masalah

bahan baku ikan lele yang di gunakan dalam usaha lele crispy ini dari hasil budidaya dengan menggunakan sistem “boster” yang menghasilkan daging ikan lele yang kenyal dan padat yang berbeda dengan ikan lele yang biasa dijual dipasaran. Untuk mengetahui kelayakan usaha pengolahan Lele *Crispy* banyak aspek yang harus diperhatikan seperti dari Aspek finansil usaha yaitu jangka panjang dan jangka pendek Serta aspek non finansil seperti aspek teknis, manajemen, dan pemasaran. Berdasarkan uraian diatas, yang menjadi pokok permasalahan adalah:

1. Bagaimana aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran usaha?
2. Bagaimana aspek finansil usaha?
3. Bagaimana menganalisis tingkat sensitivitas usaha lele *crispy*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berjudul ” Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis Fish Boster, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo” adalah :

1. mengetahui kelayakan aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran usaha.
2. menganalisis kelayakan finansil usaha.
3. menganalisis tingkat sensitivitas usaha.

#### 1.4 Kegunaan

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan akan berguna bagi :

a. Mahasiswa

Sebagai bahan acuan untuk kajian ilmiah di masa yang akan datang serta sebagai sumber pengetahuan dan pengembangan kemampuan mahasiswa.

b. Pelaku usaha

Sebagai sumber informasi yang dapat dijadikan referensi untuk pengembangan usahanya.

c. Masyarakat

Sebagai sumber informasi dan referensi untuk peluang usaha olahan lele sebagai diversifikasi usaha.

#### 1.5 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian yang berjudul “Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis Fish Boster Centre Kompleks Pergudangan Sinar Gedangan, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo” dilaksanakan di Unit Usaha Bisnis *Fish Boster Centre* Kompleks Pergudangan Sinar Gedangan, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo pada bulan Mei-juni 2015.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Simatupang, (2013) tentang analisis kelayakan usaha didapat hasil Secara teknis proses produksi ikan hias Cardinal tetra di Kirana Fish Farm layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Aspek manajemen dan organisasi yang digunakan oleh Kirana Fish Farm masih sederhana, namun mampu mengorganisir kegiatan produksi ikan hias di Kirana Fish Farm dengan baik. Kegiatan usaha yang dilakukan tidak menentang hukum dan izin usaha. Hasil analisis finansial dari kegiatan produksi ikan hias Cardinal tetra layak untuk dilakukan. Empat kriteria investasi menunjukkan hasil di atas nilai standar kelayakan suatu usaha. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai NPV sebesar Rp. 104.866.189, Net B/C sebesar 1,99, IRR sebesar 35%, dan nilai *Payback Period* selama 4,52 tahun. Pada penelitian ini juga dilakukan analisis sensitivitas dengan melakukan nilai perubahan yaitu perubahan *discount rate* yang lebih besar yaitu sebesar enam dan tujuh persen, dimana variabel yang digunakan pada kondisi normal yaitu lima persen, penurunan produksi sebesar lima persen, dan kenaikan harga pakan cacing sutera sebesar 25 persen. Secara keseluruhan, penurunan jumlah produksi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan perubahan lainnya

Hasil penelitian Santoso (2008) tentang analisis finansial usaha didapat hasil yang menunjukkan bahwa usaha krupuk SKS termasuk usaha skala kecil, dan memiliki potensi. Usaha kerupuk sks ini memiliki ijin usaha dagang (SIUP) dan izin mendirikan Bangunan (IMB), kegiatan operasional tidak mengganggu keseimbangan lingkungan masyarakat sekitar. Analisis finansial didapat hasil dengan perhitungan modal pinjaman 30% didapatkan NPV sebesar 641.020.052, IRR sebesar 24,90%, B/C sebesar 1,18 dan ROI sebesar 0,58 pada tahun

pertama, sedangkan untuk tahun kedua, ketiga, keempat dan kelima sebesar 0,63. Payback period adalah selama 1 tahun 5 bulan 9 hari. Hasil BEP untuk harga jual Rp. 2010 dan untuk BEP Volume produksi adalah 2.475.717 keping. Untuk perhitungan analisis sensitivitas 30% modal pinjaman tidak layak dilaksanakan apabila operasional sebesar 20% pada tepung tapioka, minyak goreng, dan tepung terigu sehingga untuk menurunkan penerimaan sebesar 10% dan kenaikan biaya operasional sebesar 20% pada tepung tapioka, minyak goreng, minyak tanah, dan tepung terigu akan tidak layak dilaksanakan. Sedangkan untuk analisis sensitivitas sebesar 100% modal sendiri yang terjadi pada variabel pengurangan pendapatan sebesar 10% dan kenaikan biaya operasional sebesar 20% pada tepung tapioka, minyak goreng, minyak tanah dan tepung terigu usaha ini layak untuk dilaksanakan.

Hasil penelitian Maulana (2008) Tentang analisis usaha didapat hasil yaitu analisis kelayakan non finansial yaitu analisis aspek pasar, bahan baku, teknis, manajemen, hukum, dan sosial ekonomi dan lingkungan, usaha pembuatan bandeng isi yang dijalankan oleh BANISI layak untuk dilaksanakan, karena tidak ada faktor yang menghambat kegiatan produksi BANISI dari tiap-tiap aspek. Hasil aspek finansial dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga pola usaha. Pertama pola usaha I dengan nilai NPV Rp Rp 13.646.116, Net B/C Rasio 1,2994, IRR 15 persen dan *Payback Period* 7 tahun 7 bulan. Skenario kedua yaitu pola usaha II dengan nilai NPV Rp 213.884.273, Net B/C Rasio 5,4296, IRR 91 persen dan *Payback Period* dua tahun satu bulan. Sedangkan yang terakhir yaitu pola usaha III dengan nilai NPV Rp 527.334.772. Karena pola usaha III memperoleh NPV yang bernilai negatif maka untuk kriteria kelayakan lainnya dianggap tidak layak. Hasil analisis finansial menunjukkan perusahaan pembuatan bandeng isiyang dilakukan pada tiga pola tidak semuanya dapat mendatangkan keuntungan. Hanya dua dari tiga pola yang telah dirancang layak untuk

diusahakan yaitu pola usaha I dan II, sedangkan pola usaha III tidak layak untuk dijalankan jika dilihat dari aspek finansialnya. Dari kedua pola usaha yang layak pola usaha II merupakan pola usaha yang paling layak untuk dijalankan. Hal ini dilihat dari hasil analisis finansial yang menunjukkan bahwa NPV pola usaha II > NPV pola usaha I, begitu pula dengan nilai Net B/C dan IRR nya. Sama halnya dengan *payback periode*, pola usaha II lebih cepat dalam hal pengembalian biaya investasi dibandingkan dengan pola usaha I. Jika dilihat dari hasil analisis *switching value*, untuk pola usaha III kenaikan harga jual merupakan faktor yang paling berpengaruh agar usaha pembuatan bandeng isi ini layak untuk dijalankan dibandingkan dengan penurunan harga bandeng dan kenaikan tingkat penjualan.

Hasil penelitian dari Kusri (2011) pada aspek finansial usaha pengolahan kerupuk ikan/udang dengan adanya penambahan teknologi ini layak untuk dijalankan. Dapat dilihat dari nilai NPV sebesar Rp2,74 milyar, IRR sebesar 26 persen, Net B/C sebesar 2,37 dan PP selama enam tahun, dua bulan, 22 hari. Analisis sensitivitas dilakukan jika terjadi kenaikan harga ikan sebesar 17 persen dan tepung tapioka sebesar 25 persen. Pemilihan persentase kenaikan harga tersebut merupakan kenaikan harga yang pernah dialami oleh perusahaan. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa bahwa usaha pengolahan kerupuk Perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah tidak sensitif terhadap kenaikan harga bahan baku ikan/udang sebesar 17 persen dan tepung tapioka sebesar 25 persen, sehingga perusahaan masih layak menjalankan usahanya. Hal ini, dapat dilihat dari nilai kriteria investasinya yaitu, jika terjadi kenaikan harga ikan/udang sebesar 17 persen akan mengakibatkan nilai NPV sebesar Rp37 juta, IRR sebesar 12,2 persen, dan Net B/C sebesar 1,01 yang berarti bahwa ketika harga ikan naik sebesar 17 persen perusahaan masih layak menjalankan usahanya, namun jika harga ikan naik lebih dari 17 persen usahanya menjadi tidak layak.

Jika terjadi kenaikan harga tepung tapioka sebesar 25 persen akan mengakibatkan nilai NPV sebesar Rp 352 juta, IRR sebesar 14 persen, Net B/C sebesar 1,17 yang berarti bahwa ketika harga tepung tapioka naik sebesar 25 persen perusahaan masih layak menjalankan usahanya, namun jika harga ikan naik lebih dari 17 persen usahanya menjadi tidak layak. Nilai analisis sensitivitas tersebut juga menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku ikan lebih sensitif dari pada kenaikan harga bahan baku tepung tapioka.

Hasil Penelitian Tjahjono, primyastanto, dan Riniwati (1998) bertujuan untuk mengetahui teknis pelaksanaan pengolahan ikan teri nasi, mengetahui produksi dan pembiayaan usaha pengolahan ikan teri nasi, mengetahui kelayakan finansial usaha pengolahan ikan teri nasi, mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pelaksanaan usaha pengolahan ikan teri nasi Analisis data dilakukan secara deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Tahapan proses pengolahan ikan teri meliputi, penimbangan, pencucian, perebusan, pengeringan, sortasi dan pengemasan serta beberapa perlakuan tambahan seperti pengipasan setelah perebusan dan penyimpanan dalam *cold storage* yang bertujuan untuk menjaga kualitas dari ikan teri nasi tersebut. Untuk perebusan bahan yang digunakan adalah larutan garam 5% sampai 6%. Dalam proses pengeringan masih digunakan sinar matahari. Hasil evaluasi proyek dengan menggunakan analisis finansial menunjukkan bahwa proyek investasi pengolahan ikan teri nasi dalam kategori diterima artinya proyek ini layak untuk di laksanakan. Kelayakan finansial ini dapat dilihat oleh nilai NPV yang positif (Rp. 169.317.019), nilai Net B/C Ratio yang lebih besar dari satu (5,05), dan nilai IRR (793%) yang lebih besar dari tingkat bunga yang diisyaratkan, yang dalam hal ini discount rate yang dipakai sebesar 28%. Berdasarkan analisis sensitivitas terlihat bahwa usaha pengolahan ikan teri nasi ini cukup mantap artinya jika penerimaan turun sampai dengan 20 % usaha ini masih layak dilaksanakan.

Tabel 2. Matrik studi terdahulu terkait dengan penelitian

No	Tahun	Tahun	Judul	Metode Analisis
1	Simatupang	2013	analisis kelayakan usaha Hias Cardinal Tetra (paracheirodo axelrodii) di kirana fish farm bogor, jawa barat	NPV, Net B/C, IRR, sensitivitas
2	Santoso	2008	Analisis finansial usaha kerupuk (study kasus:kerupuk suka asih (sks) di pondok labu, jakarta selatan	ROI, BEP, NPV, IRR, NET B/C, PP, Sensitivitas
3	Maulana	2008	Analisis kelayakan usaha pembuatan bandeng isi pada banisi di kecamatan soreang kabupaten bandung, jawa barat	NPV, Net B/C, IRR, Payback Periode, BEP, PBP, Sensitivitas
4	Kusrini	2011	Analisis kelayakan pengolahan kerupuk perusahaan cap dua gajah	NPV, IRR, Net B/C, PP, Sensitivitas
5	Tjahjono, primyastanto, dan Riniwati	1998	Studi evaluasi kelayakan usaha pengolahan teri nasi skala rumah tangga di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur	NPV, IRR, Net B/C, PP, DF, Sensitivitas

## 2.2 Diversifikasi produk

### 2.2.1 Pengertian Produk Diversifikasi Perikanan

Menurut Assauri (2007) diversifikasi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya suatu pengembangan produk, sedangkan produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Dalam diversifikasi produk perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan melalui cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru sehingga terdapat berbagai macam produk yang diproduksi perusahaan. Menurut Ismanthono (2006), diversifikasi produk merupakan suatu kegiatan yang

diupayakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan penganeekaragaman produk, baik lewat pengembangan produk baru maupun mengembangkan produk yang sudah ada. Sedangkan Menurut Tjiptono (2008), pengertian diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

Diversifikasi produk perikanan merupakan Penganeekaragaman jenis produk olahan hasil perikanan dari bahan baku yang belum/sudah dimanfaatkan dengan tetap memperhatikan faktor mutu dan gizi, sebagai usaha penting bagi peningkatan konsumsi produk perikanan baik kualitas maupun kuantitas dan peningkatan nilai jual. Pengolahan diversifikasi hasil perikanan adalah pengolahan hasil perikanan dengan menerapkan teknologi tepat guna antara daging ikan dengan bahan tambahan lain yang diterapkan pada petani/pengusaha ikan, untuk mendapatkan *added value*/nilai tambah pada produk perikanan atau menampung hasil panen yang berlebih, serta hubungan antara yang satu dengan lainnya. Pendekatan yang digunakan dalam pengolahan diversifikasi hasil perikanan adalah menggunakan metode ilmiah dan eksperimen. Contoh produk diversifikasi perikanan yang sering dijumpai adalah nugget ikan, sosis ikan, scaloop, kerupuk ikan (buku teks bahan ajar siswa, 2013)

### **2.2.2 Strategi Diversifikasi Produk**

Tjiptono (2008) berpendapat bahwa strategi diversifikasi produk dapat dilakukan melalui 3 (tiga) cara ,cara tersebut adalah sebagai berikut :

1. Diversifikasi konsentris, yaitu dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki hubungan atau kaitan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.

2. Diversifikasi horizontal, yaitu dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
3. Diversifikasi konglomerat, yaitu di mana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda. senantiasa menambah produk-produk baru baik yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada.

### 2.2.3 Pertimbangan Dalam Mengadakan Diversifikasi Produk

Menurut Assauri (2007) berbagai pertimbangan yang harus dipikirkan dalam mengadakan diversifikasi produk oleh suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Agar perusahaan tidak tergantung pada satu pasar saja, sehingga kekhawatiran perusahaan tentang kejenuhan yang akan terjadi atas *product line* yang ada untuk mencapai tujuan pertumbuhan secara efisien, dapat dihindari atau dihilangkan.
2. Adanya kesempatan menghasilkan produk baru dapat mendatangkan hasil keuntungan yang lebih baik.
3. Adanya unsur sinergi, yang mana penambahan produk baru yang lain akan menimbulkan besarnya biaya tetap per unit akan menurun atau lebih rendah.
4. Adanya suatu kegiatan dalam pengembangan produk yang dapat menghasilkan atau menemukan produk baru.

produk yang akan diproduksi membutuhkan adanya penelitian yang mendalam, sebelum melaksanakan strategi diversifikasi produk sehingga

diperoleh keyakinan akan dapat diperolehnya tingkat keuntungan yang diharapkan, terkadang perusahaan dapat meneruskan produk yang telah ada, tetapi di lain pihak dapat pula menghentikan produksi produk tertentu, agar keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan. Perusahaan perlu memperhatikan dan memperhitungkan segala hal yang dilakukannya, sama halnya dengan usaha diversifikasi produk yang perlu memperhatikan perusahaan supaya diversifikasi produk tidak menimbulkan resiko yang membahayakan bagi kelangsungan hidup perusahaan dan masih mendapatkan keuntungan yang wajar. Untuk mengurangi resiko yang melekat dalam strategi diversifikasi, maka Tjiptono (2008) berpendapat unit bisnis seharusnya memperhatikan hal-hal berikut :

1. Mendiversifikasi kegiatan-kegiatannya hanya bila peluang produk atau pasar yang ada terbatas.
2. Memiliki pemahaman yang baik dalam bidang-bidang yang didiversifikasi.
3. Memberikan dukungan yang memadai pada produk yang diperkenalkan.
4. Memprediksi pengaruh diversifikasi terhadap lini produk yang ada.

### **2.3 Study Kelayakan Bisnis**

Setiap investasi tujuan yang diharapkan adalah untuk efisiensi penggunaan sumberdaya yang dimiliki baik berupa sumber daya alam dan sumberdaya manusia, sehingga dari penggunaan sumberdaya tersebut dapat memberikan imbalan yang menguntungkan sampai dengan investasi proyek tersebut, karena penilaian dalam kelayakan usaha ini adalah penekanan pada analisa/rasio finansial, maka diperlukan analisa jangka pendek dan jangka panjang.

Study Kelayakan bisnis adalah study yang melakukan penilaian terhadap instansi pada proyek tertentu yang sudah dilakukan atau akan

dilakukan, study dilakukan untuk memberikan pengarahannya terkait apakah investasi pada suatu proyek tertentu itu layak dilaksanakan atau tidak. Atas dasar risiko dan ketidakpastian (*risk and uncertainty*) dimasa yang akan datang (primyastanto, 2011). Proyek merupakan suatu kegiatan untuk membangun sistem yang belum ada. Sistem dibangun terlebih dahulu oleh proyek, kemudian dioperasikan secara rutin (Umar, 2009).

Analisis evaluasi proyek membahas mengenai kelayakan suatu proyek (gagasan usaha) yang dilihat dari pengusaha secara individu serta dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Evaluasi proyek dapat juga digunakan untuk menilai dan memilih dari bermacam-macam investasi yang mungkin untuk dikembangkan sesuai dengan kemampuan investasi pengusaha (Ibrahim, 2003). Studi kelayakan proyek harus dilakukan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan-kesalahan dalam industrialisasi suatu negara, serta untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar pada kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Jumingan, 2009).

Menurut kasmir dan jakfar (2003) inti dari perlu adanya study kelayakan sebelum adanya suatu usaha atau proyek dijalankan adalah agar usaha atau proyek yang dijalankan tidak akan sia-sia atau dengan kata lain akan menimbulkan masalah yang tidak perlu dimasa yang akan datang, bahkan dengan adanya usaha atau proyek dapat memberikan berbagai manfaat serta keuntungan kepada berbagai pihak, tujuan dari study kelayakan bisnis ini adalah untuk menghindari kerugian, memudahkan perencanaan, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, memudahkan pengawasan, memudahkan pengendalian.

## **2.4 Aspek – aspek dalam Kelayakan Bisnis**

### **2.4.1 Aspek-Aspek Non Finansiiil**

#### a. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Beberapa variabel terutama yang perlu mendapat perhatian dalam penentuan aspek teknis adalah :

- a. Ketersediaan bahan mentah
- b. Letak pasar yang dituju
- c. Tenaga listrik
- d. Ketersediaan air
- e. Supply tenaga kerja dan
- f. Fasilitas-fasilitas lain yang terkait (Husnan dan Suwarsono, 1994).

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah penentuan lokasi, kapasitas produksi, tata letak, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi, kelengkapan kajian teknis (Kasmir dan Jakfar, 2003). Selain itu, perlu dianalisis juga jumlah dan kualitas bahan baku agar kontinuitas usaha yang direncanakan dapat terjamin. Faktor teknis lain yang sebaiknya diperhatikan adalah kemungkinan untuk melakukan perluasan usaha, baik dari segi ketersediaan areal maupun situasi dan kondisi lingkungan tempat dilakukan perluasan usaha (Ibrahim, 2003).

#### b. Aspek Manajemen

Aspek manajemen menurut Nurmalina *et al* (2009) di bagi menjadi dua bagian yaitu manajemen yang mempelajari dalam masa pembangunan bisnis yang mencakup siapa pelaksana bisnis, jadwal penyelesaian bisnis dan siapa yang melakukan studi masing-masing aspek kelayakan bisnis dan manajemen dalam masa operasi. Dan manajemen pada masa pembangunan. Sementara itu, manajemen dalam masa operasi mempelajari tentang bentuk organisasi/badan usaha yang dipilih, struktur organisasi, deskripsi masing-

masing jabatan, jumlah tenaga kerja yang digunakan serta menentukan anggota direksi dan tenaga-tenaga kerja inti.

Menurut Griffin, (2002), Pada aspek manajemen terdapat beberapa fungsi yaitu Fungsi perencanaan (*Planning*), Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*), Fungsi pergerakan (*Actuating*), Fungsi pengawasan (*Controlling*). Menurut Firdaus (2010), keempat fungsi tersebut bukanlah fungsi yang berjalan secara terpisah-pisah, tetapi merupakan fungsi yang saling berkaitan sehingga membutuhkan tindakan - tindakan yang simultan dan berhubungan dalam melaksanakannya. Aspek manajemen dalam suatu usaha diantaranya mencakup manajemen operasional, manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen resiko.

#### c. Aspek Pemasaran

Menurut kasmir dan jakfar (2003) pengertian pasar adalah bahwa pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat untuk melakukan suatu transaksi, akan tetapi cukup melalui media elektronik seperti faksimile, telepon maupun melalui internet. Pasar dan pemasaran memiliki ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya, pasar tanpa pemasaran tidak akan ada artinya, begitu pula dengan pemasaran tanpa pasar tidak akan berarti. Selain itu, program pemasaran yang harus dilakukan adalah meliputi *marketing mix* (bauran pemasaran) serta identifikasi siklus kehidupan produk. Selanjutnya, perkiraan penjualan yang dapat dicapai perusahaan juga harus diketahui (*market share* yang bisa dikuasai perusahaan).

##### ➤ . Strategi bauran pemasaran

Bauran pemasaran dikelompokkan menjadi 4 yaitu Produk, Harga, lokasi dan Promosi (4P). Pengkombinasian bauran produk, harga, lokasi, promosi, tersebut memegang peranan penting sebagai bagian dari bauran perusahaan. Bauran

pemasaran dari usaha ini dapat dijadikan pertimbangan konsumen dalam keputusan membeli (Kotler, 2005).

Adapun 4 kelompok dari bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

### 1. Strategi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh seseorang atau organisasi yang mempunyai manfaat baik berupa benda nyata maupun tidak berwujud yang tujuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan hendaknya adalah sebuah produk yang menarik, mempunyai penampilan yang bagus dan yang lebih dikenal dan diingat. Oleh karena itu, proses merancang sebuah produk bukan sekedar menyangkut penentuan manfaat apa yang dipenuhi melainkan juga menyangkut keputusan desain produk, nama merek dagang, jaminan mutu, citra produk dan layanan konsumen (Kotler, 1997)

### 2. Strategi Harga

Menurut Jakfar dan Kasmir (2012) harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga merupakan sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan

### 3. Strategi lokasi dan distribusi

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Demikian pula dengan sarana prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya (Jakfar dan Kasmir 2012).

Strategi distribusi digunakan untuk menentukan bagaimana mencapai target pasar dan bagaimana untuk menyelenggarakan fungsi-fungsi yang berbeda-beda. Saluran distribusi suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Dasar penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen yaitu:

- a. Produsen ----- Konsumen
- b. Produsen ----- pengecer ----- konsumen
- c. Produsen ----- grosir ----- pengecer ----- konsumen
- d. Produsen ----- agen ----- grosir ----- pengecer ----konsumen

#### 4. Strategi promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini sama pentingnya dengan kegiatan sebelumnya, setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi pelanggan tidak akan mengenal produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Tujuan promosi perusahaan adalah salah satunya adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru (Jakfar dan Kasmir 2012).

#### 2.4.2 Aspek-aspek Finansial

##### 2.4.2.1 Analisis Operasional

Analisis jangka pendek dalam suatu usaha adalah meliputi permodalan, biaya produksi, penerimaan, keuntungan, rentabilitas, revenue cost ratio, dan break event point.

#### a. Permodalan

Permodalan menurut Riyanto (1995), ialah modal bila dilihat dari bentuknya disebut modal aktif yang di bagi menjadi dua yaitu modal kerja dan modal tetep, modal kerja akan mengalami proses perputaran dalam jangka waktu yang panjang sedangkan modal tetap adalah modal yang membutuhkan waktu lama dalam menghabiskannya. sedangkan menurut asalnya disebut modal pasif yaitu berasal dari modal sendiri maupun modal asing.

#### b. Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah semua faktor produksi yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu barang tertentu yang dihitung menurut jumlah produk yang siap untuk dipasarkan, maka biaya produksi adalah keseluruhan dari biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang siap di jual sampai ke tangan pembeli atau konsumen ( widjajanata dan vidyaningtyas, 2007). Biaya produksi ada 3 yaitu:

##### 1. Biaya Tetap

Biaya tetep atau total fixed cost adalah jumlah biaya-biaya yang tetap dibayar oleh perusahaan (produsen) berapapun tingkat outputnya, jumlah total fixed cost adalah tetap untuk setiap tingkat outputnya, seperti penyusutan, sewa gedung dan lain-lain (riniwati, 2005).

##### 2. Biaya Variabel

Biaya variabel atau total variabel cost merupakan jumlah biaya yang berubah menurut tinggi rendahnya output yang diproduksi. Seperti biaya untuk upah, bahan baku, biaya transportasi dan lain sebagainya (riniwati, 2005)

### 3. Biaya Total

Biaya total atau total cost adalah pengeluaran total usaha yang didefinisikan sebagai semua yang biaya masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan didalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga (Primyastanto dan Istikharoh, 2006).

#### c. Penerimaan

Penerimaan atau Total Revenue adalah pendapatan kotor usaha yang didefinisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (primyastanto dan istikharoh, 2006)

#### d. Revenue Cost Ratio (R/C)

R/C menurut Primyastanto dan Azhar (2003) adalah singkatan dari *Revenue Cost Ratio* atau dikenal dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang bertujuan untuk menyatakan apakah suatu usaha sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Suatu usaha dikatakan layak bila R/C lebih besar dari 1 ( $R/C > 1$ ). Hal ini menggambarkan semakin tinggi nilai R/C, maka tingkat keuntungan suatu usaha akan semakin tinggi.

#### e. Keuntungan

Keuntungan maksimum adalah selisih antara penghasilan total (TR) dengan pembiayaan total (TC). Penghasilan total atau TR adalah jumlah uang atau nilai yang diperoleh dari hasil penjualan sejumlah produk yang dihasilkan, sedangkan untuk pembiayaan total (TC) terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

#### f. Rentabilitas

Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan (Riyanto, 2002). Dalam

melaksanakan suatu usaha ada beberapa indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menghitung efisiensi penggunaan modal yang di tanamkan pada perusahaan tersebut, hal ini dilakukan untuk melihat gambaran kelancaran dan keberhasilan usaha. Salah satu dari indikator tersebut adalah nilai rentabilitas. Menurut Riyanto (2002), rentabilitas suatu usaha menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut,

g. BEP (Break Event Point)

Menurut Riyanto (1995) *Break Even Point* (BEP) adalah suatu teknik analisa untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Sedangkan menurut jakfar dan kasmir (2012) analisa titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian, artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

#### 2.4.2.2 Analisis Perencanaan Strategis

a. Net Present Value

*Net Present Value* (NPV) adalah kriteria investasi yang banyak digunakan dalam mengukur apakah suatu proyek *feasible* atau tidak. Menurut Suliyanto (2010), Proyek dinyatakan layak atau bermanfaat jika NPV lebih besar dari 0. Jika NPV sama dengan 0, berarti biaya dapat dikembalikan persis sama besar oleh proyek. NPV lebih kecil dari nol, proyek tidak dapat menghasilkan nilai biaya yang dipergunakan dan ini berarti bahwa proyek tersebut tidak layak dilakukan.

b. Net Benefit Cost Ratio

Net B/C adalah perbandingan antara jumlah NPV positif dengan jumlah NPV negatif. Menurut Purba (1997), Kriteria kelayakan proyek adalah jika Net B/C

lebih besar atau sama dengan satu. Sedangkan proyek dinyatakan tidak layak apabila Net B/C lebih kecil dari satu. Menurut Prihandana dan Handoko (2008), Net B/C adalah perbandingan antara biaya dengan keuntungan. Net B/C dihitung dengan membagi nilai NPV positif dengan nilai NPV negatif. Indikatornya adalah apabila Net B/C >1 berarti proyek (usaha) layak dikerjakan, bila Net B/C <1 berarti proyek tidak layak untuk dijalankan, bila Net B/C =1 berarti cash flow = cash out flow (BEP).

#### c. Internal Rate Of Return

IRR adalah tingkat suku bunga yang membuat nilai NPV proyek sama dengan nol. Menurut Zulkifli (2002),  $NPV_1 = NPV$  positif,  $NPV_2 = NPV$  negatif  
Kriteria penilaian IRR adalah :

- ❖ Jika  $IRR >$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi diterima.
- ❖ Jika  $IRR <$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi ditolak.

Menurut Zaharuddin (2006), patokan dari IRR adalah suku bunga bank saat yang berlaku saat ini. Jika nilai IRR lebih besar daripada suku bunga bank berarti nilai tersebut baik. Suatu usaha yang di biayai oleh perusahaan itu sendiri menggunakan patokan yaitu suku bunga bank deposito. Namun jika usaha tersebut dibiayai oleh pinjaman dari bank patokannya menggunakan suku bunga pinjaman karena harus mampu membayar bunga pinjaman dari uang yang dipinjam.

#### d. Payback Periode

*Payback Period* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan

dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut.

Menurut Sulyanto (2010), PP dihitung dengan rumus :

$$PP = \frac{\text{investasi}}{\text{kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian pada *payback period* adalah :

- ❖ Jika *Payback periodnya* < waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut dapat diterima.
- ❖ Jika *Payback periodnya* > waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut ditolak.

## 2.5 Analisis Sensitifitas

Analisis Sensitifitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat dari kepekaan arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan pada masing-masing variabel, apabila suatu variabel tertentu berubah namun variabel lainnya dianggap tidak berubah atau tetap. Dari perhitungan pengaruh perubahan masing-masing variabel terhadap arus kas, maka dapat diketahui variabel mana yang besar pengaruhnya dan variabel mana yang pengaruhnya relatif kecil terhadap arus kas tersebut (Riyanto,1995). Menurut Gittinger (1986) Analisis sensitivitas adalah suatu alat yang langsung dalam menganalisis pengaruh-pengaruh resiko yang ditanggung dan ketidakpastian dalam analisis proyek. Analisis sensitivitas dilakukan guna melihat sampai berapa persenkah peningkatan atau penurunan faktor-faktor tersebut dapat mengakibatkan perubahan dalam kriteria investasi yaitu dari tidak layak menjadi layak untuk dilaksanakan. Menurut Kadirah *et al.* (1999) analisis sensitivitas adalah suatu teknik analisis untuk menguji secara sistematis apa yang akan terjadi pada total penerimaan apabila terjadi perubahan unsur-unsur dalam aspek finansial yang

tidak terduga yang berbeda dengan perencanaan dan perkiraan semula. Suatu analisis sensitivitas dikerjakan dengan mengubah unsur-unsur atau dengan mengkombinasikan unsur-unsur lain, kemudian menentukan pengaruh pada hasil analisis. Dalam menganalisa suatu proyek tujuan analisa harus disertai dengan definisi biaya dan manfaat. Biaya diartikan sebagai salah satu yang mengurangi suatu tujuan, sedangkan manfaat adalah segala sesuatu yang membantu terlaksananya suatu tujuan (Gittinger, 1986). Biaya dapat juga didefinisikan sebagai pengeluaran atau korbanan yang dapat menimbulkan pengurangan terhadap manfaat yang diterima. Biaya dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Biaya modal merupakan dana untuk investasi yang penggunaannya bersifat jangka panjang, seperti tanah , bangunan, pabrik, dan mesin.
2. Biaya operasional atau modal kerja merupakan kebutuhan dana yang diperlukan pada saat proyek mulai dilaksanakan, seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja.
3. Biaya lainnya, seperti pajak, bunga, dan pinjaman.

Manfaat dapat diartikan sebagai suatu yang dapat menimbulkan kontribusi terhadap suatu proyek. Manfaat proyek dapat dibedakan menjadi :

1. Manfaat langsung yaitu manfaat yang secara langsung dapat diukur dan dirasakan sebagai akibat dari investasi seperti peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja.
2. Manfaat tidak langsung yaitu manfaat yang secara nyata diperoleh dengan tidak langsung dari proyek dan bukan merupakan tujuan utama proyek, seperti rekreasi. Kriteria yang biasa digunakan sebagai dasar persetujuan atau penolakan suatu proyek yang dilaksanakan adalah kriteria investasi. Dasar penilaian investasi adalah perbandingan antara

jumlah nilai yang diterima sebagai manfaat dari investasi tersebut dengan manfaat dalam situasi tanpa proyek. Nilai perbedaannya adalah berupa tambahan manfaat bersih yang akan muncul dari investasi dengan adanya proyek (Gittinger, 1986).

## 2.7 Kerangka Pemikiran

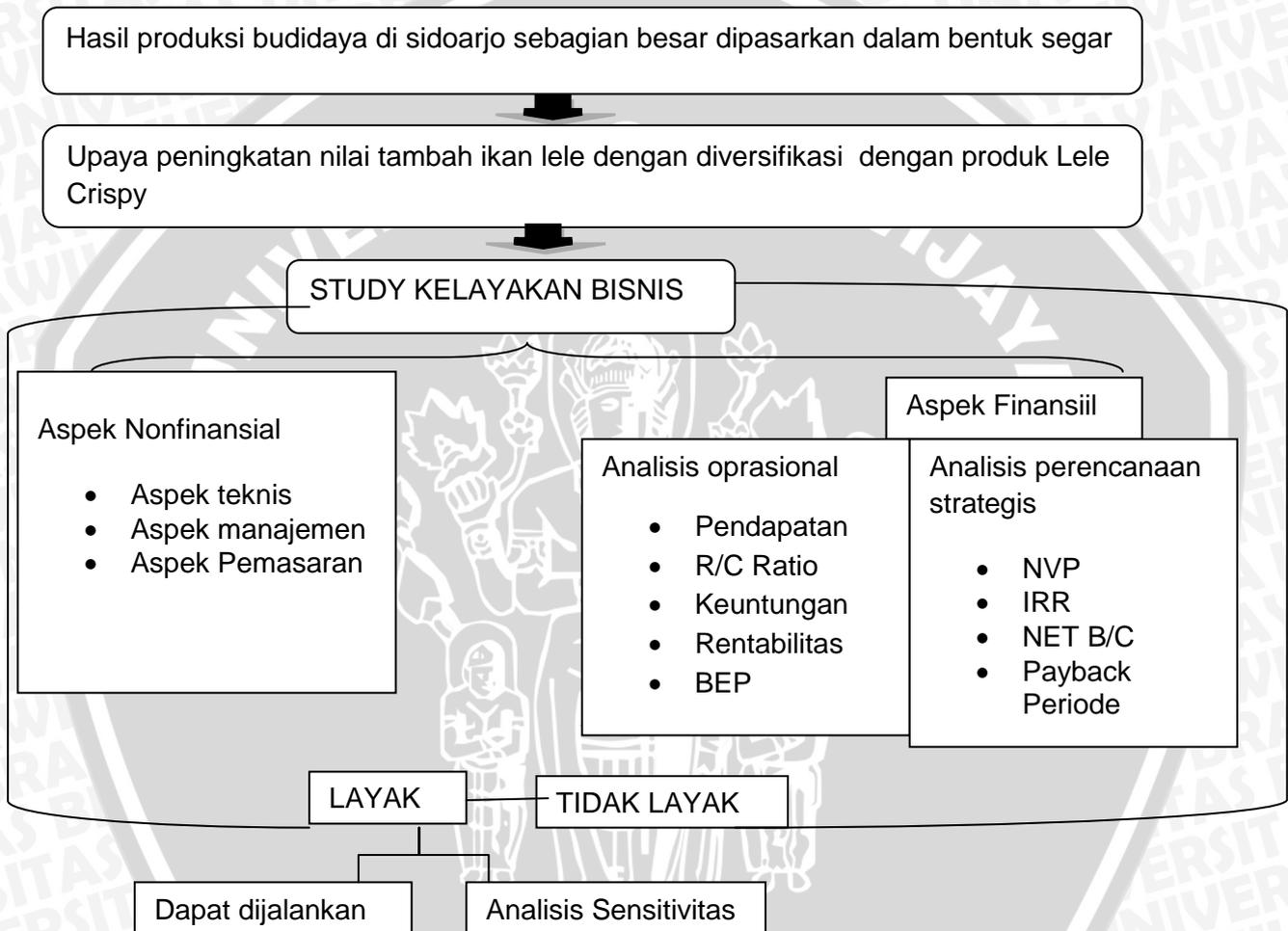
Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap ikan dari tahun ketahun semakin meningkat. Tercatat pada tahun 2010 konsumsi ikan sebesar 30,48 per kapita (kg/kap/th), pada tahun 2011 konsumsi ikan sebesar 32,25 per kapita (kg/kap/th), tahun 2012 konsumsi ikan sebesar 33,89 per kapita (kg/kap/th) dan 2013 konsumsi ikan sebesar 35,14 per kapita (kg/kap/hp) (P2HP,2014).

Tingkat konsumsi ikan yang semakin meningkat merupakan suatu peluang bagus untuk mengembangkan sektor perikanan. Sektor perikanan terbagi menjadi tiga sub sektor yaitu perikanan laut, perikanan budidaya dan perikanan perairan umum.

Hasil produksi budidaya lele di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar masih dipasarkan dalam bentuk segar, sehingga nilai tambah yang didapat kecil karena kegiatan yang dilakukan hanya berakhir pada aktifitas budidaya (*on farm agribusiness*). Upaya peningkatan nilai tambah produk perikanan khususnya lele, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas hilir atau biasa disebut dengan *off farm agribusiness* atau, berupa agroindustri dengan diversifikasi produk

Agar memperoleh keuntungan yang maksimal maka perlu adanya study tentang kelayakan bisnis dimana analisis kelayakan meliputi analisis finansil dan mengetahui aspek non finansil. Analisis finansil terdiri dari analisis kriteria investasi *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Net Benefit*

*Cost Ratio (Net B/C)* laba rugi dan *Payback Period*. Adanya perubahan yang terjadi selama bisnis berjalan dapat dianalisis dengan menggunakan analisis sensitivitas, serta Untuk mengetahui aspek non finansial yaitu terdiri dari aspek teknis, manajemen, pemasaran. Skema Kerangka pemikiran dapat di lihat pada diagram berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif menurut Nazir (2013) metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini ialah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Nazir, (2013) studi kasus adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Sedangkan menurut sugiyono, (2011) metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner test, wawancara terstruktur dan lain sebagainya.

Studi kasus menurut Yin (2002) merupakan strategi yang secara umum lebih cocok apabila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila penelitiannya memilih sedikit peluang untuk mengontrol suatu peristiwa yang akan diselidiki, dan bila fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) dalam konteks kehidupan nyata.

### 3.1 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang "Study Kelayakan Bisnis Lele Crispy Pada Unit Bisnis Fish Booster Centre, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo" pada unit usaha "fish booster centre" Komplek Pergudangan Sinar Gedangan, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan mei-juni 2015.

### 3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah pada unit bisnis "fish booster centre" yang memproduksi olahan ikan lele yaitu lele *crispy*. Objek ini dipilih karena olahan ikan lele ini tergolong baru dan belum banyak masyarakat mengetahui, serta permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku agroindustri dalam memberikan nilai tambah terhadap produk perikanan adalah manajemen dan analisis kelayakan dari usaha yang dilakukan.

Pada penelitian ini yang menjadi fokus kajian antara lain adalah tentang kelayakan usaha dilihat dari aspek finansial, aspek non finansial, serta bagaimana strategi usaha pengolahan ikan lele.

### 3.3 Jenis dan Sumber data

penelitian ini membutuhkan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara *survey*, pengamatan / observasi langsung ke lapang serta wawancara dan mengambil data dari produksi olahan ikan lele.

#### 3.3.1 Data Primer

Marzuki, (1995) mengatakan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya atau belum terolah. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan survei lapangan

dengan instansi terkait, diskusi dan pencatatan data dengan pimpinan usaha serta karyawan usaha lele *crispy* dan pengamatan terhadap kegiatan usaha lele *crispy* di *Fish Boster Centre* adalah proses pengumpulan bahan baku, penanganan bahan baku, pembuatan produk.

### 3.3.2 Data Sekunder

Menurut Marzuki, 1995 data sekunder merupakan data yang pengumpulannya tidak secara langsung melalui narasumber. Menurut Sugiyono (2005) data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen disebut data sekunder. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

Adapun data sekunder yang akan dikumpulkan yaitu :

- Letak geografis dan topografis
- Keadaan umum lokasi penelitian
- Keadaan usaha perikanan
- Struktur organisasi usaha

## 3.4 Teknik Pengumpulan data

### 3.4.1 Observasi

Observasi menurut Marzuki (1995) adalah melakukan tindakan pengamatan secara langsung dengan melakukan pencatatan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan suatu kegiatan usaha. Dalam hal ini ialah mengamati cara kerja pengolahan ikan lele menjadi lele *crispy*. Observasi menurut Kartasapoetra (1985) kegiatan observasi yaitu kegiatan melakukan penelitian atau peninjauan

secara langsung ditempat (*on the spot*) tenaga kerja itu sedang menangani dan menekuni pekerjaannya.

Menurut Arikunto (2006) dalam menggunakan observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan. Dari peneliti berpengalaman diperoleh suatu petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat, seperti memperhatikan reaksi penonton televisi, bukan hanya mencatat reaksi tersebut, tetapi juga menilai reaksi tersebut apakah sangat kurang, atau tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki

#### 3.4.2 Wawancara

Menurut Ranupandojo (2002) wawancara mungkin merupakan satu cara seleksi yang paling sering dipergunakan, apabila dalam seleksi pelamar hanya digunakan satu cara. Menurut Black (2001) wawancara adalah kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi, disamping itu mendapatkan gambaran yang menyeluruh, juga akan mendapatkan informasi yang penting.

Menurut Nazir M,(1995) wawancara langsung adalah melakukan kegiatan Tanya jawab secara langsung kepada responden sebagai obyek penelitian untuk memperoleh keterangan dengan menggunakan alat yang bernama *interview guide* (panduan wawancara). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan proses usaha lele crispy di “*Fish Borter Centre*”, Komplek Pergudangan Sinar Gedangan, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo.

### 3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data suatu kejadian yang lazimnya berupa tulisan, foto, rekaman untuk dijadikan bukti informasi dari kejadian tersebut. Data berupa dokumen dapat digunakan untuk menggali informasi yang terjadi dimasa lampau. Penelitian perlu memiliki kepekaan teoritik untuk mengartikan semua dokumen tersebut sehingga bukan sekedar barang yang tidak bermakna ( Nazir, 1985). Pada penelitian ini, dokumentasi yang dilakukan adalah mencatat hasil wawancara dari narasumber serta mengambil foto dari kegiatan bisnis *fish boster centre*.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang paling penting dalam metode ilmiah, karena dengan menganalisis data tersebut bermanfaat dalam pemecahan suatu masalah. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Tujuannya adalah untuk menggambarkan secara umum dan sistematis, faktual dan valid mengenai sifat usaha. Pada data kuantitatif, untuk analisis aspek finansial yang meliputi data penjualan, biaya-biaya operasional dan investasi pada pengembangan usaha lele *crispy* pada unit usaha *fish boster centre* ini diolah dengan memanfaatkan program komputer dan disajikan dalambentuk tabulasi untuk dapat mempermudah pemahaman.

#### 3.5.1 Analisis Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2004), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1975) dalam buku Moleong (2004) mengemukakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari

orang-orang. Perilaku yang dapat diamati dalam data kualitatif penelitian ini adalah:

- Sejarah berdirinya usaha lele *crispy*
- Aspek teknis : ketersediaan bahan baku utama, penentuan kapasitas produksi, pemilihan lokasi usaha, serta tata letak mesin dan ruangan
- Aspek manajemen : perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan
- Aspek pemasaran : saluran distribusi pemasaran dan strategi bauran pemasaran

#### 1. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Beberapa variabel terutama yang perlu mendapat perhatian dalam penentuan aspek teknis adalah :

- a. Ketersediaan dan Kriteria bahan baku
- b. Tenaga listrik
- c. Supply tenaga kerja
- d. Fasilitas Transportasi
- e. Layout
- f. Pemilihan teknologi dan perlengkapan (Husnan dan Suwarsono, 1994).

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah penentuan lokasi, kapasitas produksi, tata letak, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi, kelengkapan kajian teknis (Kasmir dan Jakfar, 2003). Aspek teknis dalam pelaksanaan penelitian ini meliputi persiapan bahan baku, proses pengolahan.

Tenaga listrik dan air, supply tenaga kerja, fasilitas transportasi, lingkungan, layout.

Proses pengolahan produk olahan ikan lele sebagai berikut:

1. Persiapan alat
2. Persiapan Bahan Baku
3. proses pengolahan produk
4. pengemasan

## 2. Aspek Manajemen

Pada aspek ini manajemen terdapat beberapa fungsi sebagai berikut:

### a. Fungsi perencanaan (*Planning*)

Fungsi ini merupakan tindakan untuk menentukan sasaran dan arah yang dipilih. Perencanaan ini dituntut adanya kemampuan untuk meramalkan, mewujudkan dan melihat ke depan dengan dilandasi tujuan-tujuan tertentu.

### b. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi ini merupakan tindakan membagi-bagi bidang pekerjaan antara kelompok yang ada serta menetapkan dan merinci hubungan-hubungan yang diperlukan.

### c. Fungsi pergerakan (*Actuating*)

Fungsi ini merupakan tindakan untuk merangsang anggota-anggota kelompok agar melaksanakan tugas-tugas yang telah dibebankan dengan baik dan antusias.

### d. Fungsi pengawasan (*Controlling*)

Fungsi ini merupakan tindakan-tindakan untuk mengawasi aktivitas-aktivitas agar dapat berjalan sesuai rencana yang telah dibuat (Rahardi,1997). Menurut Firdaus (2010), keempat fungsi tersebut bukanlah fungsi yang berjalan secara terpisah-pisah, tetapi merupakan fungsi yang saling berkaitan sehingga

mebutuhkan tindakan-tindakan yang simultan dan berhubungan dalam melaksanakannya. Aspek manajemen dalam suatu usaha diantaranya mencakup manajemen operasional, manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen resiko.

Aspek manajemen dalam pelaksanaan penelitian mencakup sejauh mana penerapan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, organisasi, pergerakan, pengawasan) dalam usaha lele *crispy* di *fish booster centre*.

### 3. Aspek Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Hal ini dikarenakan aspek pasar dan pemasaran sangat menentukan hidup matinya perusahaan atau setiap kegiatan usaha (Kasmir dan Jakfar, 2003). Kajian aspek pemasaran berkaitan dengan strategi pemasaran usaha yakni upaya yang dilakukan oleh calon investor atau pengusaha dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian hasil produksinya (Husnan dan Suwarsono, 1994).

Aspek pemasaran dalam pelaksanaan penelitian ini berkaitan dengan strategi bauran pemasaran, daerah pemasaran, distribusi dan pemasaran lele *crispy*.

#### 3.5.2 Analisis Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2004), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian

ini penghitungan aspek finansial menggunakan program komputer yang kemudian dijelaskan secara deskriptif.

### 3.5.2.1 Analisis Operasional

#### a. Permodalan

Dengan perkembangan teknologi dan makin jauhnya spesialisasi dalam perusahaan, maka modal merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam suatu usaha. Modal didefinisikan sebagai jumlah uang atau barang yang dibeli dengan uang tersebut untuk produksi barang lain (Primyastanto dan Istikharoh, 2006). Menurut Riyanto (2002) modal secara umum dapat dibedakan atas modal aktif dan modal pasif. Modal aktif terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Sedangkan modal pasif dapat dibedakan atas modal sendiri dan modal asing.

#### b. Biaya Produksi

Biaya / *Total Cost* (TC)

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variable Cost* (biaya tidak tetap)

#### c. Penerimaan

Penerimaan atau Total Revenue adalah pendapatan kotor usaha yang didefinisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (primyastanto dan istikharoh, 2006)

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

P = Harga jual per kemasan

Q = Jumlah barang per kemasan

d. Revenue Cost Ratio (R/C)

R/C menurut Primyastanto dan Azhar (2003) adalah singkatan dari *Revenue Cost Ratio* atau dikenal dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang bertujuan untuk menyatakan apakah suatu usaha sudah menghasilkan keuntungan atau belum. R/C ratio dapat dirumuskan :

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Dimana apabila,

R/C > 1, maka usaha dikatakan menguntungkan

R/C = 1, maka usaha dikatakan tidak untung dan tidak rugi

R/C < 1, maka usaha dikatakan mengalami kerugian

e. Keuntungan

Keuntungan maksimum adalah selisih antara penghasilan total (TR) dengan pembiayaan total (TC). Penghasilan total atau TR adalah jumlah uang atau nilai yang diperoleh dari hasil penjualan sejumlah produk yang dihasilkan, sedangkan untuk pembiayaan total (TC) terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

Analisa keuntungan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$$\pi = \text{Keuntungan}$$

TR = *Total Revenue* (total penerimaan)

TC = *Total Cost* (total biaya)

f. Rentabilitas

Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan (Riyanto, 2002). Dalam melaksanakan suatu usaha ada beberapa indikator yang dapat dijadikan tolok ukur untuk menghitung efisiensi penggunaan modal yang di tanamkan pada perusahaan tersebut, hal ini dilakukan untuk melihat gambaran kelancaran dan keberhasilan usaha. Salah satu dari indikator tersebut adalah nilai rentabilitas. Menurut Riyanto (2002), rentabilitas suatu usaha menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut, sehingga dapat dirumuskan sebagai tersebut :

$$R = L / M \times 100\%$$

Dimana : - R = Rentabilitas (%)

- L = jumlah keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu (Rp/siklus)

M = Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba

g. BEP (Break Event Point)

Menurut Riyanto (1995) *Break Even Point* (BEP) adalah suatu teknik analisa untuk mengetahui hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Sedangkan menurut jakfar dan kasmir (2012) analisa titik impas adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapatan (laba) dan tidak pula menderita kerugian, artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang yang diterimasama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan.

Cara perhitungan BEP ada 2 macam yaitu:

1. BEP atas dasar seles

$$BEP = \frac{F}{1 - \frac{VC}{S}}$$

Dimana : FC =Biaya Tetap

VC = Variabel Cost

S =Nilai penjualan (Jumlah Penerimaan)

2. BEP atas dasar unit

$$BEP = \frac{FC}{P - V}$$

Dimana : FC =Biaya Tetap

VC =Vaariabel Cost

P =harga per unit

V =biaya variabel Per unit

### 3.5.2.2. Analisis Perencanaan Strategis

Pada penelitian ini analisa perencanaan strategis dapat menggunakan empat metode yang bisa dipertimbangkan untuk dipakai dalam penilaian investasi, diantaranya: *Net Present Value* (NPV), *Net B/C*, *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP).

a. *Net Present Value* (NPV)

*Net Present Value* (NPV) adalah kriteria investasi yang banyak digunakan dalam mengukur apakah suatu proyek *feasible* atau tidak. Menurut Suliyanto (2010), NPV dirumuskan sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Dimana :

$B_t$  = Manfaat pada tahun ke  $t$

$C_t$  = Biaya pada tahun ke  $t$

$1/(1+i)^t$  = *Discount factor*

$t$  = tahun (1,2,3,.....n)

$n$  = Umur proyek

Proyek dinyatakan layak atau bermanfaat jika NPV lebih besar dari 0. Jika NPV sama dengan 0, berarti biaya dapat dikembalikan persis sama besar oleh proyek. NPV lebih kecil dari nol, proyek tidak dapat menghasilkan senilai biaya yang dipergunakan dan ini berarti bahwa proyek tersebut tidak layak dilakukan.

#### b. Net B/C

Net B/C (Net Benefit Cost Ratio) adalah perbandingan antara jumlah NPV positif dengan jumlah NPV negatif. Menurut Purba (1997), Net B/C dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Net } \frac{B}{C} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}} \quad \text{Dimana } \begin{matrix} (B_t - C_t) > 0 \\ (B_t - C_t) < 0 \end{matrix}$$

Dimana :

$B_t$  = Manfaat (*Benefit*) pada tahun ke- $t$

$C_t$  = Biaya (*Cost*) pada tahun ke- $t$

$i$  = *Discount Factor*

$t$  = Umur proyek

Kriteria kelayakan proyek adalah jika Net B/C lebih besar atau sama dengansatu. Sedangkan proyek dinyatakan tidak layak apabila Net B/C lebih kecil dari satu.

### c. Internal Rate of Return (IRR)

IRR adalah tingkat suku bunga yang membuat nilai NPV proyek sama dengan nol. Menurut Zulkifli (2002), IRR dirumuskan sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_1 - i_2)$$

Dimana:

$i_1$  = tingkat diskonto yang menghasilkan NPV positif

$i_2$  = tingkat diskonto yang menghasilkan NPV negatif

NPV1 = NPV positif

NPV2 = NPV negatif

Kriteria penilaian IRR adalah :

- ❖ Jika  $IRR >$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi diterima.
- ❖ Jika  $IRR <$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi ditolak.

### d. Payback Period (PP)

*Payback Period* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut.

Menurut Sulyanto (2010), PP dihitung dengan rumus :

$$PP = \frac{\text{investasi}}{\text{kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Kriteria penilaian pada *payback period* adalah :

- ❖ Jika *Payback periodnya*  $<$  waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut dapat diterima.

- ❖ Jika *Payback periodnya* > waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut ditolak.

### 3. 5.3 Analisis sensitivitas

Menurut Kadirah *et al.* (1999) analisis sensitivitas bertujuan untuk melihat apa yang akan terjadi dengan hasil analisa proyek apabila ada suatu kesalahan atau perubahan dalam dasar-dasar perhitungan biaya atau *benefit*. Analisis sensitivitas dilakukan dengan mengubah suatu unsur atau mengkombinasikan perubahan beberapa unsur dan menentukan pengaruh dari perubahan pada hasil semula. Dalam analisis sensitivitas, semua kemungkinan (yang mempengaruhi komponen manfaat dan biaya) harus dicoba.



## IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### 4.1. Deskripsi Umum

#### 4.1.1 Letak Geografis Kecamatan Gedangan

Kabupaten Sidoarjo memiliki 18 kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Gedangan, kecamatan gedangan sebagian besar areal persawahannya telah dialih fungsikan sebagai sektor industri perdagangan maupun perumahan walau demikian, Kecamatan Gedangan masih terdapat lahan yang dapat digunakan untuk perikanan dan masih ada lahan yang berpotensi untuk pertanian maupun perkebunan. Pada data administrasi Kecamatan Gedangan tahun 2015, Kecamatan Gedangan memiliki Luas wilayah 2.310 hadan terletak pada 7,3°-7,5° Lintang Utara (LU) dan 112,5° –112,9° Bujur Timur (BT). Peta kabupaten sidoarjo dapat dilihat pada lampiran 1 dan denah Kecamatan Gedangan Selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 2. Kecamatan Gedangan terdiri atas 15 desa dengan jumlah penduduk 167.652 jiwa yaitu 95.664 jiwa laki laki 71.988 jiwa perempuan dan 37.311 KK. Wilayah Kecamatan Gedangan memiliki batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kecamatan Waru
- Sebelah Timur : Kecamatan Sedati
- Sebelah Selatan : Kecamatan Buduran
- Sebelah Barat : Kecamatan Sukodono dan Taman

#### 4.1.2. Letak Administrasi Desa Gemurung

Penelitian ini dilaksanakan di unit usaha *Fish Boster Centre* yang terletak di Komplek Pergudangan Sinar Gedangan, Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Desa Gemurung merupakan salah satu desa di

Kecamatan Gedangan yang sebagian besar wilayahnya merupakan daerah industri yang dibangun pabrik-pabrik dan tidak memiliki potensi dalam kegiatan budidaya perikanan.

Desa Gemurung memiliki luas wilayah sekitar 171.640 km<sup>2</sup>. Batas-batas wilayah Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo adalah :

- Sebelah Utara : Desa Wedi
- Sebelah Timur : Desa Kragan
- Sebelah Selatan : Desa Punggul
- Sebelah Barat : Desa Kwangsan

Kondisi topografi di Desa Gemurung yaitu keseluruhan arealnya merupakan dataran rendah dengan ketinggian kurang lebih 4 meter dari permukaan laut.

#### 4.1.3 Keadaan Penduduk

Berdasarkan Data Kependudukan Desa Gemurung tahun 2015, diperoleh data penduduk Desa Gemurung sejumlah 4.735 jiwa dengan klasifikasi laki-laki sejumlah 2.407 jiwa dan perempuan sejumlah 2328 jiwa. Komposisi penduduk Desa Gemurung berdasarkan usia dapat dilihat di Tabel 3.

Tabel 3. Komposisi Penduduk Desa Gemurung Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Laki-Laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	<20	1091	985	2076	44
2.	21-59	1215	1206	2421	51
3.	> 60	101	137	238	5
	Total	2407	2328	4735	100

Sumber : Kantor Desa Gemurung Tahun 2015

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa penduduk Desa Gemurung paling banyak adalah pada usia produktif yaitu antara 21 sampai 59 tahun sebanyak 2.421 jiwa. Selanjutnya, tingkat pendidikan di Desa Gemurung masih belum bisa dikatakan baik. Hal ini dilihat dari mayoritas penduduk masih banyak belum mengenyam pendidikan sekolah yaitu sebanyak 1.026 jiwa, sebaliknya penduduk minoritas mengenyam pendidikan tinggi sebesar 557 dari jumlah penduduk yaitu 4735 jiwa. Tabel mengenai komposisi penduduk Desa Gemurung Berdasarkan Tingkat Pendidikan dapat dilihat di Tabel 4.

Tabel 4. Komposisi Penduduk Desa Gemurung Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Belum sekolah	379	8,7
2.	Tidak sekolah	1026	21,5
3.	SD	1042	22
4.	SMP	708	15
5.	SMA	1023	21
6.	Perguruan tinggi	557	11,8
	Total	4735	100%

Sumber : Kantor Desa Gemurung tahun 2015

#### 4.1.4 Keadaan Usaha Perikanan

Desa Gemurung, dapat dikatakan tidak memiliki potensi perikanan dan kelautan. Usaha perikanan tidak ada, walau dahulu pernah ada yang memiliki usaha budidaya tetapi saat ini budidaya tersebut sudah tidak ada. Desa ini tidak terdapat tambak. Karena sebagian besar wilayah desa Gemurung merupakan daerah perindustrian yang sebagian besar berdiri bangunan pabrik. *Fish Boster Centre* merupakan salah satu contoh usaha perikanan yang berhasil berkembang dalam lingkungan industri. Usaha lele crispy di *Fish*

*Boster Centre* sangat memiliki peluang pasar besar untuk produk pengolahan hasil perikanan karena merupakan salah satu upaya dalam memperoleh nilai tambah karena hasil dari penjualan lele crispy bahan baku yang didapat pada usaha olahan ikan lele ini adalah hasil dari budidaya ikan lele dengan sistem boster, Sistem *boster* adalah suatu sistem budidaya menggunakan kolam yang terdapat buangan atau *outlet* pada dasar tengah kolam (*central drain*) serta padat tebar tinggi dengan penggunaan tambahan suplemen pada pakan ikan dan monitoring secara intensif kualitas air. Selain itu melihat peluang pasar yang cukup stabil, usaha lele crispy memiliki potensi sebagai upaya peningkatan nilai tambah komoditas produk perikanan sehingga usaha olahan lele *Fish Boster Centre* ini sangat cocok untuk dikembangkan.

#### 4.1.5 Gambaran Umum dan Sejarah Unit Bisnis

Menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha, *Fish Boster Centre* merupakan areal budidaya ikan lele berupa *farm* dengan menggunakan sistem *boster*. Sistem *boster* adalah suatu sistem budidaya menggunakan kolam yang terdapat buangan atau *outlet* pada dasar tengah kolam (*central drain*) serta padat tebar yang tinggi dengan penggunaan tambahan suplemen pada pakan ikan. *Fish Boster Centre* berdiri pada tahun 2013 bulan Februari di Desa Gemurung, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo yang didirikan oleh seorang pengusaha suplemen ikan dan burung bernama Eka Jaya Tjioe. Pada awalnya pemilik membangun sebuah usaha yang bergerak dalam bidang pakan burung dari tahun 1990 hingga tahun 2000. Pada usaha tersebut dirasa kurang menguntungkan, akhirnya pemilik melihat peluang di dunia perikanan. Dari saat itulah pemilik mencoba beralih memproduksi suplemen ikan. Lokasi *Fish Boster Centre* dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Lokasi *fish boster centre*

Latar belakang berdirinya *farm* ini adalah untuk *research* aplikasi produk suplemen ikan yang di produksi oleh PT. Indosco Dwi Jaya. Kemudian dari *research* tersebut dikembangkan dan kini tidak hanya menjadi sebuah *farm* namun menjadi pusat pelatihan mandiri kelautan dan perikanan atau P2MKP. . Pada tahun 2015 pada bulan juni *Fish boster centre* mendapatkan penghargaan pusat pelatihan mandiri perikanan dan kelautan terbaik dari menteri perikanan dan kelautan.

*Fish Boster Centre* terbentuk dengan tujuan untuk *research* aplikasi dan pengenalan sistem *Boster* kepada masyarakat luas. Alasan pemilik memilih budidaya ikan lele adalah selain rasa ikan lele yang enak, ikan lele juga merupakan ikan konsumsi yang diminati kalangan bawah sampai kalangan atas. Selain itu budidaya ikan lele juga mudah dan siklus produksinya singkat hanya sekitar 2-3 bulan.

Pada awalnya pemilik hanya sekedar membuat masakan yang berbahan dasar ikan lele dari hasil budidaya yang menggunakan sistem *boster* untuk sajian kepada para tamu yang berkunjung ke *farm*, respon tamu sangat positif, sehingga pemilik mencoba untuk membuat produk olahan. Guna meningkatkan nilai tambah dari ikan lele dan memperkenalkan produk olahan ikan lele dari hasil

budidaya menggunakan sistem boster, maka munculah suatu inovasi baru yakni dengan produk olahan yaitu lele crispy, lele fillet, ketty futtay, patty, bakso, siomay, tahu bakso agar konsumen dapat mengkonsumsi ikan lele secara praktis dan mudah sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama dalam proses memasak. Kini *Fish Boster Centre* juga telah memiliki izin dagang oleh pemerintah setempat yaitu P-irt, saat penelitian berlangsung fish boster centre juga telah mendaftar pada BPOM dan sedang diproses. Fish boster centre juga sering mengikuti pameran yang diadakan oleh dinas setempat, kementerian perikanan dan kelautan guna memperkenalkan produk olahan ikan lele kepada masyarakat.



## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Aspek Non Finansial

#### 5.1.1 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkaitan dengan penyediaan sarana dan prasarana produksi, faktor produksi dan proses produksi. Analisis terhadap aspek teknis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi pemilihan lokasi usaha dengan, pemilihan kriteria dan ketersediaan bahan baku, proses produksi, layout pabrik, supply tenaga kerja dan proses pembuatan lele *crispy*.

#### A. Sarana prasarana dan faktor produksi

Menurut Moenir (1992) sarana merupakan segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga dalam rangka kepentingan yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja. Sedangkan prasarana menurut Wahab (2011) prasarana adalah benda yang bersifat untuk umum atau bagi yang memperoleh manfaat pemakaiannya belum ada unsur kepemilikan pribadi.

Kegiatan produksi tentunya tidak hanya memerlukan sarana dan prasarana saja tentu saja memerlukan unsur-unsur yang dapat digunakan dalam proses produksi yang sering disebut faktor produksi. Faktor produksi meliputi bahan-bahan yang dibutuhkan oleh seorang produsen untuk memproduksi produk yang diciptakan.

Sarana, prasarana, dan faktor produksi yang digunakan oleh usaha lele *crispy* "fish boster centre" adalah sebagai berikut:

##### 1. Sarana

Sarana yang digunakan Fish Boster Centre mulai dari persiapan bahan baku hingga memproduksi olahan ikan lele dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Sarana produksi lele crispy

No	Nama	Fungsi	Gambar
1	Keranjang Ember	Keranjang ember dipergunakan untuk menampung ikan lele ketika akan di proses menjadi olahan	
2	Ember	Ember merupakan salah satu sarana untuk menampung ikan lele segar setelah diambil dari kolam	
3	Timbangan Digital	Timbangan digital merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk mengetahui berat produk olahan sebelum dikemas	
4	Keranjang peniris	Keranjang peniris merupakan salah satu sarana yang berfungsi sebagai tempat peniris lele <i>crispy</i> setelah di goreng dan wadah penyimpanan catty furray, patty, lele fillet sebelum dibekukan	
6	Timbangan	Timbangan merupakan salah satu sarana yang berfungsi untuk mengetahui berat lele segar dan daging lele yang sudah di <i>fillet</i> .	

7	<i>Mixer</i>	<i>Mixer</i> digunakan sebagai alat pencampuran adonan <i>buttermix</i>	
8	<i>stock case</i>	<i>Stock case</i> merupakan salah satu sarana yang dipergunakan untuk menyimpan semua produk dalam bentuk beku dan sebagai wadah penampung semua produk olahan	
9	Alat Penggorengan	Penggorengan atau wajan merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk proses pematangan produk olahan( lele crispy, )	
10	Mesin Sealer	Mesin sealer merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk proses perekatan kemasan pada semua produk olahan	

2. Prasarana

Prasarana yang digunakan dalam *Fish Boster Centre* yaitu seperti berikut:

a. Mobil operasional

mobil oprasional merupakan prasarana yang digunakan untuk mendistribusikan produk olahan ikan lele dan sebagai sarana pengangkut kebutuhan produksi. Mobil oprasional berjumlah 1 unit.



Gambar 3. mobil operasional

#### b. Fasilitas Jalan

Jalan Merupakan sarana eksternal yang seharusnya ada memperlancar kegiatan produksi hingga distribusi produk kepada. Akses jalan yang berada disekitar fish boster centre hingga jalan menuju kota surabaya maupun kearah luar kota surabaya sangat baik relatif lancar dan rata, pada sekitar unit usaha hingga keluar kompleks pergudangan sinar gedangan jalannya menggunakan paving yang dapat meminimalisir terjadinya banjir yang dapat menghambat mobilitas usaha, setelah keluar dari kompleks pergudangan sinar gedangan jalannya beraspal.



Gambar 4. Akses jalan

#### c. Prasarana komunikasi

komunikasi merupakan hal yang tak kalah penting, dalam usaha ini komunikasi menggunakan Telepon seluler yang merupakan prasarana komunikasi yang berfungsi untuk berhubungan dengan konsumen, produsen

untuk pemesanan kebutuhan bahan pelengkap produk untuk produksi. Nomor telepon yang digunakan adalah 085262030500.



Gambar 5. Telepon seluler

#### d. Listrik

Usaha lele crispy ini sudah menggunakan listrik. Sumber listrik yang digunakan berasal dari PLN yang dipergunakan untuk mesin pompa air, penerangan, pendingin, dan pencampuran bahan yang menggunakan alat elektronik yang menggunakan tenaga listrik.

### **B. Faktor Produksi**

#### a. Air

Sumber air yang digunakan dalam proses pembuatan lele crispy menggunakan air PDAM yang dibeli oleh fish boster centre dan ditampung di tandon penampungan, Ketersediaan air ini sangat penting bagi suatu usaha pembuatan olahan ikan lele, Air dalam usaha ini digunakan untuk proses produksi antara lain untuk mencuci ikan lele, mencuci bahan baku, maupun untuk membersihkan peralatan produksi.

#### b. Bahan Baku

Bahan baku utama dari produk lele crispy ini adalah ikan lele dari hasil budidaya menggunakan sistem boster yang dibudidaya sendiri oleh pihak fish

boster centre, alasan unit usaha ini menggunakan bahan baku ikan lele dari hasil budidaya sistem boster adalah karena ikan hasil budidaya sistem boster dengan hasil budidaya lainnya berbeda, ikan hasil budidaya biasa yang dijual dipasar pasar tradisonal teksturnya lembek, kecil dan kurang padat, sedangkan ikan lele hasil budidaya menggunakan sistem boster, ikan lele tersebut bertekstur kenyal, besar, tidak berbau amis dan daging ikan lele padat sehingga ketika proses pengolahan, produk tersebut tidak hancur, dan hasil produknnya optimal.

#### c. Bahan tambahan

Pada usaha lele crispy fish boster centre ini bahan tambahan yang di gunakan adalah tepung tapioka, tepung terigu, tepung maizena, gula, garam, merica bubuk, bubuk bawang, bahan bahan dibeli di superindo, supermarket grosir besar yang berada didaerah surabaya, sedangkan es batu dan es kering didapat dari pabrik es yang terletak di satu blok dengan *Fish Boster Centre*.

#### d. Supplay Tenaga Kerja

Ketersediaan tenaga kerja pada usaha pengolahan produk olahan ikan lele ini berasal dari daerah sekitar yaitu daerah kalang anyar, dan pekerja merupakan lulusan dari akademi perikanan sidoarjo (APS) yang kebetulan lokasi unit usaha dekat dengan akademi perikanan sidoarjo dan lulusan SMK 5 jember yang berbasis perikanan. Pekerja yang bekerja di unit usaha ini 7 orang pekerja dengan masing-masing bagian. pekerja pada bagian pengolahan ada sekitar 2 orang yang dilakukan oleh tenaga kerja perempuan, penanganan bahan baku 4 orang, pengemasan 2 orang. Pekerja kebersihan dilakukan oleh 1 orang pekerja wanita. Pembagian pekerjaan merupakan salah satu bentuk manajemen tenaga kerja yang sesuai dengan kapasitasnya karena diharapkan bisa lebih cekatan dan terampil sehingga menghasilkan produktivitas yang tinggi.

#### e. Modal

modal pun memiliki peranan penting dalam proses pengadaan barang dan jasa. Dengan modal yang memadai akan terjadinya kelancaran dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Tanpa adanya modal yang cukup, tentu akan menghambat proses pengadaan barang dan jasa. Faktor produksi modal merupakan benda-benda hasil dari produksi barang dan jasa yang berfungsi sebagai penunjang dalam melancarkan atau mempercepat kemampuan dalam memproduksinya, sumber modal yang digunakan dalam usaha ini adalah modal perorangan yaitu modal dari pemilik usaha

### C. Pemilihan Lokasi Usaha

Lokasi usaha lele *crispy* dari segi keadaan lingkungan seperti suhu, air dan cuaca yang cukup stabil bebas banjir, dekat dengan bahan bakumudah dalam memperoleh tenaga kerja serta akses transportasi yang dekat dengan jalan raya Sidoarjo - Surabaya, sehingga mempermudah kegiatan mobilitas dan pendistribusian produk ke konsumen, kelebihan lokasi usaha ini berada dekat dengan Bandara, jalur transportasi antar Sidoarjo dengan kota lain maupun Sidoarjo dengan luar pulau juga telah memadai dan dapat digunakan dengan baik. Pemilihan lokasi usaha selain mempermudah proses pemasaran dan pendistribusian, Pemilihan lokasi yang dilakukan salah satunya dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku olahan ikan lele. Lokasi fish boster centre dekat dengan sumber bahan baku yaitu sewilayah atau satu tempat dengan kolam budidaya ikan lele yang menggunakan sistem boster, sehingga dapat meminimumkan biaya terutama dalam hal biaya pengangkutan bahan baku. Selainbahan baku ikan, tepung yang digunakan dibeli di superindo atau supermarket besar yang berada di wilayah surabaya yang letaknya tidak

begitu jauh dari lokasi usaha, sedangkan es kering dan es batu dibeli di pabrik es yang terletak di satu blok di kompleks pergudangan sinar gedangan.

#### **D. Layout**

Menurut Kasmir dan Jakfar, 2003 Layout merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk dan penetapan fasilitas usaha yang dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi. Layout dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi sehingga dapat tercapai efisiensi lokasi, tata letak atau layout usaha *Fish Boster Centre* dapat dilihat pada gambar 6 pada lampiran 3.

Kelebihan dari tata letak atau layout yang di rancang oleh *Fish Boster Centre* sangat efisien karena penyediaan bahan baku sangat dekat dengan tahap proses awal hingga akhir dalam pembuatan produk olahan ikan lele, sehingga dapat meminimalkan waktu dan biaya produksi, karena tidak dijumpai kekurangan dalam layout ini.

#### **E. Sanitasi and hygiene**

Sanitasi merupakan keseluruhan upaya yang mencakup kegiatan atau tindakan yang perlu dilakukan untuk membebaskan hal-hal yang berkenaan dengan kebutuhan manusia, baik itu berupa barang atau jasa, dari segala bentuk gangguan atau bahaya yang merusak kebutuhan manusia di pandang dari sudut kesehatan. Sedangkan hygiene adalah cara pengawasan masyarakat yang menitik beratkan kepada pengawasan terhadap berbagai faktor lingkungan yang mungkin mempengaruhi derajat kesehatan masyarakat (Azwar,1998)

Dalam pembuatan lele crispy ini penanganan dilakukan sesuai SOP HACCP, pada sistem HACCP yang direkomendasikan oleh Standar Nasional Indonesia

(1998) yang dikeluarkan oleh BSN (1999) pada **Prosedur 4 Implementasi “Control measures” dan “critical limit”** pada bagian serving ialah personal hygiene penggunaan sarung tangan, tidak kontak langsung pada saat proses produksi, pada usaha ini juga dilakukan proses sesuai prosedur HACCP yaitu pembersihan bahan baku yang berupa ikan lele menggunakan air bersih PDAM yang mengalir melalui selang yang terhubung dengan keran air dan ditampung didalam ember, ikan lele dibersihkan dari isi perut dan sisa darah yang menempel. Selain itu air bersih ini juga digunakan untuk , membersihkan tempat dan alat-alat yang akan dipakai dalam proses pengolahan. Pada saat proses penanganan bahan baku (membersihkan isi perut,sisa darah dan pemfilletan) pekerja menggunakan apron, sarung tangan, dan sepatu boot agar pekerja tidak terkena darah dan kotoran saat membersihkan ikan lele dan ikan lele tetap higienis.

#### **F. Proses Pembuatan Produk**

Proses pembuatan olahan lele crispy dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu pembersihan ikanlele dari isi perut, kepala dan tulang, pencucian ikan lele dari sisa darah.Berikut ini adalah tahapan proses yang dibutuhkan dalam pembuatan lele *crispy*.

##### **a. Persiapan bahan baku**

Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum melakukan kegiatan pengolahan, dimana mempersiapkan bahan baku sebelum proses selanjutnya. Tahapan ini terdiri dari proses pengambilan ikan lele hidup dan penimbangan. Ikan lele hidup dengan size 8-9 yang tersedia di kolam penampungan dibawa ke tempat pengolahan. Ikan lele yang masih segar, terlebih dahulu di pukul kepalanya lalu ditimbang. Ikan lele segar dapat dilihat pada gambar7.



Gambar 7 . Ikan lele segar

b. Pemfilletan

Pemfilletan menurut Suparno (1993) adalah bagian ikan yang diperoleh dengan penyayatan ikan utuh sepanjang tulang belakang dimulai dari pangkal kepala sampai ekor. Pemfilletan dilakukan dengan hati-hati agar isi perut tidak mencemari daging lele. Proses *fillet* adalah sebagai berikut : ikan lele diletakkan pada talenan dengan posisi miring, kemudian tangan kiri memegang kepala, tangan kanan menggunakan pisau lalu disayat dari pangkal insang sampai ke ekor tanpa merusak daging. Setelah itu ikan dibalik, kepala ditarik, dipisahkan dari badan dan dibuang isi perutnya. Setelah terbelah hingga bentuk layang-layang, tulang dipisahkan dari daging lalu dicuci bersih. *Fillet* lele dicuci bersih dalam wadah dengan air untuk menghilangkan kotoran, sisa isi perut dan sisa darah. Kemudian fillet lele yang sudah dicuci bersih. Proses pemfilletan dapat dilihat pada lampiran 4 dan hasil pemfilletan dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. hasil lele *fillet*

### c. Pemotongan

Setelah dilakukan pemfilletan dan pembersihan ikan dari sisa kotoran dan sisa darah, tahap selanjutnya pemotongan ikan lele segar hingga membentuk dadu. Gambar proses dan hasil pemotongan dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. pemotongan lele *fillet*

### d. *Butter mix*

*Butter mix* merupakan pencampuran bumbu *crispy* cair yang bertujuan untuk merekatkan ikan lele dengan tepung *crispy* dengan komposisi sebagai berikut:

- Tepung terigu
- Tepung maizena
- Telur
- Garam
- Bubuk lada
- Bubuk bawang putih
- Soda kue
- Air dingin

Komposisi bahan tersebut kemudian di *mix* menggunakan mixer hingga adonan mengental dan tidak menggumpal, Setelah adonan *buttermix* jadi, masukkan daging ikan lele yang telah dipotong potong sedikit demi sedikit. pemberian *buttermix* bertujuan untuk perekatan tepung *crispy* dan penambah cita rasa pada lele *crispy*. Adonan *Buttermix* dapat dilihat pada gambar 10.



Gambar 10. adonan *buttermix*

e. Pembaluran tepung *crispy*

Pembaluran tepung *crispy* pada daging lele yang telah di balut dengan *buttermix* bertujuan agar tekstur lele menjadi *crispy* dan semakin renyah bila di konsumsi. Komposisi tepung *crispy* sebagai berikut:

- Loyang 1
  - Tepung terigu
- Loyang 2
  - Tepung terigu
  - Tepung maizena
  - Tepung beras
  - Tepung kanji
  - Garam
  - Bubuk lada
  - Bubuk bawang
- Loyang 3
  - Tepung terigu
  - Tepung maizena
  - Tepung beras
  - Tepung kanji

- Garam
- Bubuk lada
- Bubuk bawang
- Tepung terigu
- Tepung maizena
- Garam
- Bubuk lada
- Bubuk bawang putih
- Soda kue

Tepung *crispy* dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Tepung *crispy*

#### f. Proses Penggorengan

Setelah proses pencampuran daging ikan lele dengan *buttermix* dan tepung *crispy* kemudian daging ikan lele tersebut di goreng setengah matang pada 2 wajan, wajan 1 dengan api yang sedang wajan ke 2 dengan api agak besar, yang kemudian ditiriskan semalam hingga minyak dalam lele *crispy* tidak mengendap yang bisa merusak tekstur dan rasa lele *crispy*. Proses penggorengan dan penirisan dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12. penggorengan dan penirisan

#### g. Pengemasan

Setelah proses penggorengan dan penirisan selama satu malam, tahap selanjutnya adalah pengemasan lele *crispy* dengan takaran timbangan sebesar 200 gr. Proses pengemasan dapat dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. proses pengemasan

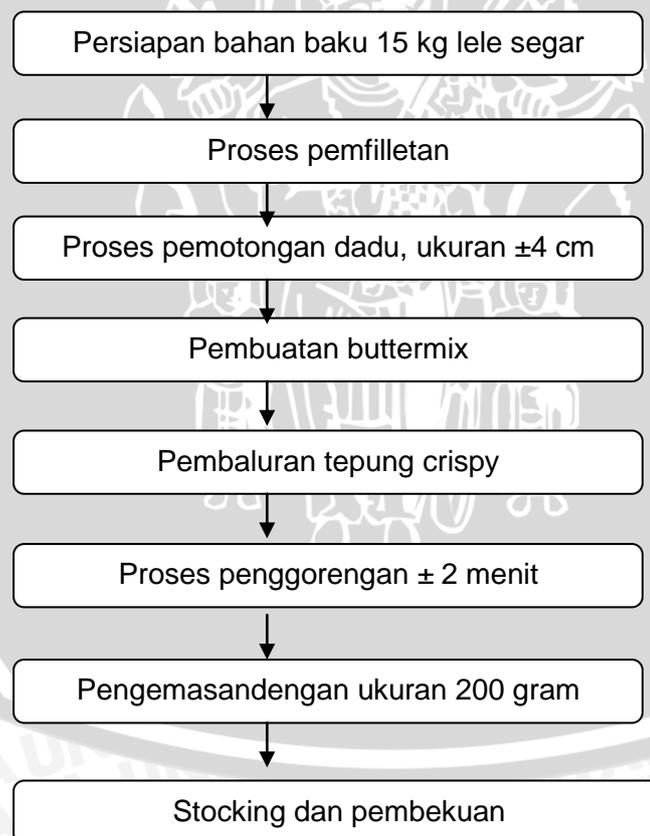
h. *Stocking* dan pembekuan

Setelah proses pengemasan produk siap disimpan di dalam *stockcase* dan proses pembekuan yang kemudian dapat dipasarkan. Pada gambar 14 adalah *stock case* untuk menyimpan dan pembekuan produk.



Gambar 14. *stock case*

skema pembuatan lele *crispy* sebagai berikut:



Gambar 15. skema pembuatan lele *crispy*

Proses pembuatan lele *crispy*, dapat dilihat pada lampiran 4.1

### 5.1.2 Aspek Manajemen

Menurut Kasmir dan jakfar, 2003 tujuan perusahaan akan lebih mudah tercapai apabila memenuhi kaidah-kaidah atau tahapan dalam proses manajemen. Proses manajemen ini dapat tergambar dari masing-masing fungsi yang ada dalam manajemen, masing – masing fungsi tidak akan berjalan sendiri akan tetapi harus dikerjakan secara berkesinambungan.

Unit Usaha Fish Boster Centre ini merupakan unit usaha yang didirikan oleh PT. Indosco Dwijaya Sebagai balai research obat dan suplemen ikan yang didirikan oleh Bapak Eka Jaya Tjioe. struktur organisasi yang dimiliki oleh Perusahaan ini masih tergolong sederhana dan terpusat. Bapak Eka Jaya Tjioe menempati posisi sebagai pemilik usaha pengolahan ikan lele, pemilik mempunyai garis koordinasi langsung dengan manajer baik itu manajer bagian keuangan dan administrasi, dan juga Co Lapangan/ Koordinator Lapangan Sedangkan koordinasi secara tidak langsung dilakukan dengan pekerja di bagian pembenihan, pembesaran, pengolahan dan pemasaran.

Perekrutan yang dilakukan perusahaan masih sangat sederhana Peluang kerja yang tersedia hanya diinformasikan kepada pekerja kemudian oleh para pekerja diinformasikan kepada masyarakat sekitar yang mau dan mampu bekerja di unit bisnis tersebut. Tenaga kerja yang mendominasi pada bagian pembenihan pembesaran dan pengolahan merupakan lulusan dari akademi perikanan sidoarjo dan SMK 5 jember yang berbasis peikanan, yang berjenis kelamin laki laki, sedangkan Tenaga kerja wanita bekerja sebagai tenaga kebersihan mess karyawan, ruang produksi, dan ruang pelatihan dan juru masak serta membantu dalam proses pengolahan. Rata rata usia para tenaga kerja pada unit usaha fish boster centre masih muda sekitar umur 22-25 tahun sedangkan tenaga kerja perempuan sebagai tenaga kebersihan, juru masak dan membantu pengolahan usianya berkisar 23 dan 40 tahun.

### A. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah pemilihan atau penetapan tujuan-tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, anggaran dan standart yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pembuatan keputusan banyak melibatkan fungsi ini (Handoko,2003).

Usaha pengolahan ikan leleyang dijalankan oleh Bapak Eka Jaya Tjioe pasti telah melalui tahap perencanaan meski relatif masih sederhana.

#### a. Perencanaan bahan baku

Pada usaha olahan ikan lele "*fish boster centre*" ini pemilik berencana untuk berkerjasama dalam pengadaan bahan baku yaitu ikan lele dari hasil budidaya ikan lele dengan sistem boster dari binaan pelatihan budidaya ikan leleyang setiap bulannya diadakan di Farm "*fish boster centre*" oleh pemilik, sehingga hasil produksi yang akan didapat lebih besar dari hasil bep seles sebesar Rp.133.064.000 dan bep unit sebesar 2,699,9

#### b. Perencanaan kapasitas stocking produk

Pada usaha olahan ikan lele "*fish boster centre*" pemilik berencana untuk membeli *cold storage* agar dapat menambah jumlah produksi lebih banyak lagi.

#### c. Perencanaan tenaga kerja

Karyawan yang bekerja di bagian pengolahan ada 3, dengan rincian 1 karyawan laki laki dan 2 karyawan perempuan, karyawan laki laki bertugas untuk menyiapkan bahan baku utama yaitu ikan lele kemudian dilakukan penanganan yaitu membersihkan ikan dari isi perut, kepala, sisa darah dan pemfilletan. Sedangkan karyawan perempuan bertugas untuk mengolah ikan lele menjadi beberapa produk. Pada proses penanganan bahan baku, karyawan dari devisi lain ikut membantu dikarenakan jumlah ikan yang ditangani banyak sehingga 1 orang tidak dapat menyelesaikan dalam waktu singkat. Jadi usaha ini kedepannya akan menambah 2 orang lagi pada proses penanganan bahan

baku dan 2 orang di sales marketing olahan agar dapat meningkatkan volume penjualan.

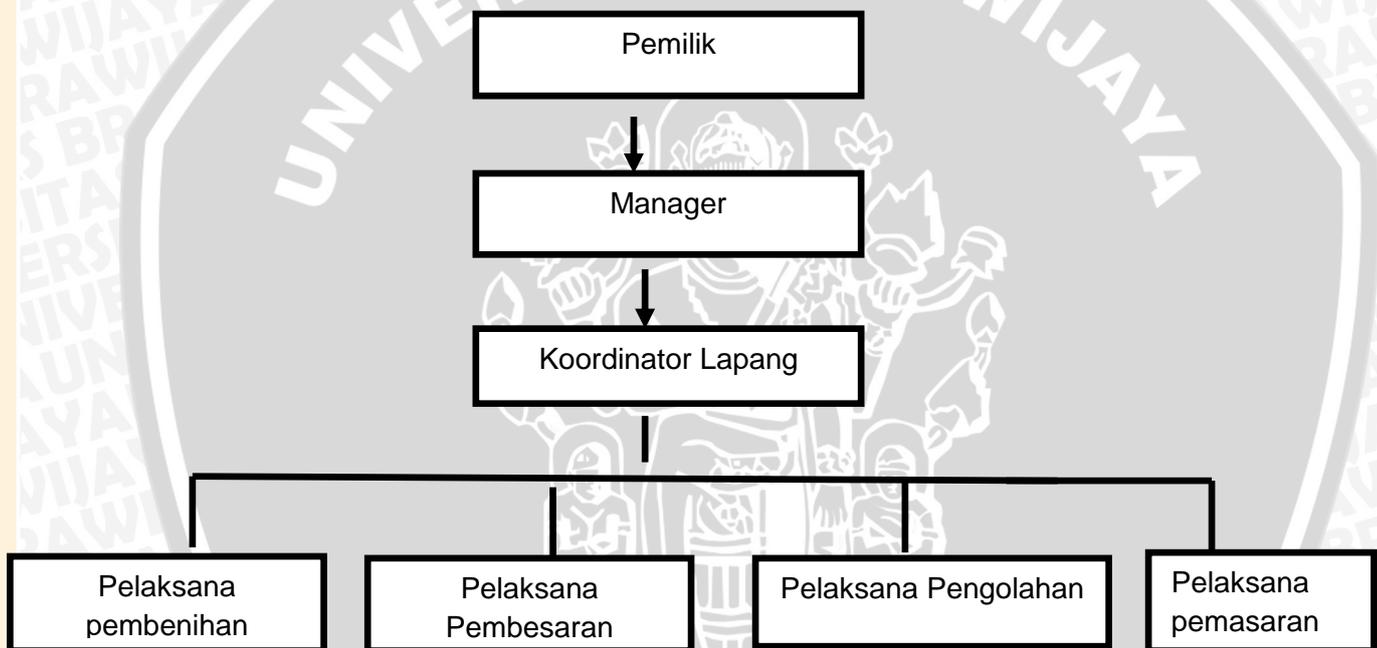
### **B. Pengorganisasian (*organizing*)**

Pengorganisasian adalah penentuan sumberdaya dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Perencanaan dan pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang akan membawa hal-hal tersebut ke arah tujuan, penugasan tanggung jawab tertentu dan kemudian pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individu-individu untuk menciptakan struktur formal dimana pekerjaan ditetapkan, dibagi dan dikoordinasikan (Handoko, 2003).

Menurut Fayol, 1967 Organisasi Lini dan Staf adalah kombinasi dari organisasi lini dan organisasi fungsional. Pelimpahan wewenang dalam organisasi ini berlangsung secara vertikal dari seorang atasan pimpinan hingga pimpinan dibawahnya. Untuk membantu kelancaran dalam mengelola organisasi tersebut seorang pimpinan mendapat bantuan dari para staf dibawahnya. Tugas para staf disini adalah untuk membantu memberikan pemikiran nasehat atau saran-saran, data, informasi dan pelayanan kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan suatu keputusan atau kebijaksanaan. Pada struktu organisasi ini Hubungan antara atasan dengan bawahan tidak secara langsung.

organisasi yang diterapkan pada usaha olahan ikan lele di *Fish Boster Centre* menggunakan organisasi lini dan staff yaitu dengan menarik garis lurus secara vertikal dengan pembagian fungsional masing-masing bersama tugas masing-masing, struktur organisasi ini sederhana dan cakupan bagian tugas dan unit yang mudah dipahami secara pasti. Kelebihan dari organisasi ini adalah *jobdisk* jelas dan tidak terjadi tumpang tindih tugas, karena masing-masing devisi fokus

dengan tugas yang telah didelegasikan oleh pimpinan, kelemahan dari struktur ini adalah terkesan kaku dan kurang fleksibel. Namun pada kenyataannya di *Fish Boster Centre* semua devisi masih ikut membantu dalam pelaksanaan pengolahan dikarenakan jumlah tenaga kerja yang kurang. *Fish Boster Centre* setiap bulannya menyelenggarakan evaluasi kerja, dimana setiap devisi menyampaikan laporan kerja selama satu bulan sehingga permasalahan dapat terdeteksi dan melakukan perbaikan di bulan berikutnya.



Gambar 15. Struktur organisasi

- Pemilik

Pemilik bertugas untuk mengawasi semua kelangsungan kegiatan yang ada pada usaha tersebut dan memegang kekuasaan tinggi dalam usaha olahan ikan lele "*Fish Boster Centre*", serta sebagai pemegang modal, tapi pemilik ini juga sering kali terjun langsung dalam proses produksi.

- Manager

Dalam hal ini manager "*Fish Boster Centre*" berperan sebagai pengatur keuangan, pencatat terhadap pemasukan dan pengeluaran keuangan dalam usaha "*Fish Boster Centre*" dan ikut andil dalam berjalannya kegiatan usaha tersebut.

- Koordinator Lapangan

Koordinator Lapangan bertugas untuk mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan usaha yang ada di "*Fish Boster Centre*" mulai dari pembenihan, pembesaran, pengolahan produk lele hingga pemasaran.

- Pelaksana Pembenihan

Pelaksana pembenihan bertugas sebagai penanggung jawab dan melaksanakan semua aktivitas pembenihan ikan lele, kinerja pelaksana pembenihan bagus terbukti dengan hasil benih yang bagus,

- Pelaksana Pembesaran

Pelaksana pembesaran bertugas sebagai penanggung jawab dan melaksanakan semua aktivitas pembesaran ikan lele. Kinerja pelaksana pembesaran baik terlihat dari ikan lele yang di hasilkan gemuk dan tingkat kematiannya di bawah 0,5 %.

- Pelaksana Pengolahan

Pelaksana pengolahan bertugas sebagai penanggung jawab dan melaksanakan semua aktivitas pengolahan. Pada usaha pengolahan ini pada dasarnya kinerja pekerja divisi ini bagus, karena kurangnya tenaga kerja pelaksana membutuhkan bantuan dari divisi lain untuk membantu proses pengolahan olahan ikan lele. Pada kegiatan produksi ini ada beberapa tugas yaitu pembuatan adonan, penanganan bahan baku dan pengemasan.

- Pelaksana Pemasaran

Pelaksana pemasaran bertugas sebagai penanggung jawab dan melaksanakan semua aktivitas pemasaran.

### C. Pengarahan/Penggerakan (*Actuating*)

Dalam menjalankan suatu pekerjaan, pimpinan perusahaan atau usaha harus dapat mengarahkan karyawan untuk mengerjakan pekerjaan dengan cara memberikan instruksi, petunjuk, dan lain sebagainya. Untuk mempermudah karyawan dalam menjalankan tugasnya, pimpinan harus mendelegasikan kekuasaan pada pimpinan menengah, agar dapat melaksanakan tugasnya dan memberikan pertanggungjawaban dari tugas – tugas yang diberikan (Primyastanto, 2011).

*Fish Boster Centre* menggunakan fungsi pengarahannya yang dilakukan oleh pimpinan usaha, yaitu Bapak Eka Jaya Tjioe yang mendelegasikan wewenang kepada koordinator lapangan yaitu Dedy Hermansyah dimana mengkoordinir pelaksanaan masing-masing *jobdisk* karyawan sehingga akan terjadi kesinambungan dan keteraturan kerja yang tidak lepas dari tujuan usaha seperti harapan pimpinan. Sistem upah yang dilakukan pihak perusahaan untuk tenaga kerja adalah bulanan, kenaikan gaji per 6 bulan sekali, penambahan jatah beras bulanan untuk karyawan yang menghuni mess, serta makan pagi, siang dan malam yang dimasak oleh pekerja juru masak serta beberapa fasilitas guna mendukung kinerja bagi tenaga kerja, fasilitas tersebut diantaranya adalah mess karyawan, mushola, Tunjangan Hari Raya (THR), acara bakar ikan dan ayam pada saat tahun baru, pemberian reward apabila kinerja bagus, rekreasi dan pendelegasian untuk mengikuti pelatihan yang diadakan oleh instansi pemerintah maupun nonpemerintah guna meningkatkan soft dan hard skill karyawan.

Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan yaitu sebagai motivasi kerja agar lebih baik lagi, pemimpin juga mendelegasikan karyawannya untuk mengikuti pameran-pameran produk perikanan, pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas Perikanan Dan kelautan, kegiatan perikanan nasional maupun pemerintahan lokal misalnya yang diadakan oleh Dinas Perikanan Dan Kelautan dan Indo Aqua, agar menambah wawasan, menambah *skill* agar tercapainya tujuan usaha olahan ikan lele dengan efektif dan efisien. Kelemahan dari pengarahannya ini adalah pimpinan akan jarang mengarahkan karyawannya secara langsung, karena pimpinan telah memberikan delegasi pengarahannya pada koordinator lapangan dan hanya mengarahkan jika pimpinan merasa ada yang perlu di arahkan.

#### **D. Pengawasan (*Controlling*)**

Pengawasan merupakan fungsi terakhir yang harus dilakukan dalam manajemen, sebab dengan pengawasan dapat diketahui hasil yang telah tercapai, sehingga dapat mengukur seberapa jauh hasil yang telah dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan (Firdaus, 2009).

Pelaksanaan fungsi pengawasan pada usaha lele di *Fish Boster Centre* yang dilakukan meliputi penerapan Jadwal kerja yang ditentukan berdasarkan jumlah stock produk, sedangkan untuk jam kerja pada masing-masing bagian berbeda. Pada bagian proses produksi dimulai dari pukul 9 pagi hingga pukul 12 siang, kemudian istirahat dan dilanjutkan pada proses produksi produk olahan yang lainnya sampai jam tiga sore namun pada pukul 8 malam terkadang karyawan laki laki masih melanjutkan pekerjaan, karena ada produk olahan yang harus menunggu beberapa jam setelah penanganan hingga penanganan berikutnya, dan melakukan proses selanjutnya yaitu pengemasan. hal ini tak masalah karena pekerja tinggal di mess yang disediakan oleh pemilik yang lokasinya satu

lingkungan dengan gedung produksi. sedangkan bagian pembesaran kerja di mulai pukul 6 pagi mengecek kualitas air pada budidaya ikan lele boster dan pemberian treatment dan pakan kepada ikan, kemudian ikut membantu pada proses produksi, pada jam 3 sore pekerja ini kembali memberi pakan ikan lele budidaya, pada malam hari pukul 10 malam pekerja melakukan pengecekan kembali pada kolam budidaya ikan lele. Fungsi pengawasan selanjutnya adalah pengawasan kegiatan teknis mulai dari persiapan bahan baku, mutu produk, pensortir, *sanitasi and higine*, pengemasan sampai pada pemasaran serta permasalahan yang ada beserta solusinya terutama bila terjadi keluhan dari pelanggan. Sebagian besar hal yang berkaitan dengan pengawasan sudah dilaksanakan oleh pimpinan usaha secara langsung dan tidak langsung, periodik dan berkelanjutan Sehingga hasil akhir yang didapat akan maksimal.

### 5.1.3 Aspek Pemasaran

#### A. Strategi Bauran Pemasaran

Banyak aspek yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian, salah satunya adalah bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan. Menurut Kotler (2005), bauran pemasaran dikelompokkan menjadi 4 kelompok luas yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*) atau biasa disebut 4P. Pengkombinasian bauran produk, harga, lokasi, dan promosi memegang peranan penting sebagai bagian dari bauran pemasaran dalam mewujudkan keputusan konsumen.

##### a. Produk

Kata produk terkandung pengertian yang mencakup segi fisik dan hal – hal lain yang lebih ditentukan oleh konsumen seperti masalah jasa yang menyertainya, masalah psikologis seperti kepuasan pemakaian, simbol status, segi artistik, dan lain sebagainya. (Mursid, 2006).

Produk dari Fish Borter Centre adalah lele crispy. Menurut hasil wawancara dengan pemilik usaha:

*"Lele crispy yang dihasilkan oleh Fish Boster Centre memiliki kualitas, rasa dan gizi yang tinggi karena diperoleh dari hasil budidaya ikan lele menggunakan sistem boster. Ikan lele hasil budidaya dengan sistem boster ini memiliki tekstur yang berbeda dari ikan lele biasa yaitu tidak berbau amis, daging kenyal, rasa lebih gurih, warna daging putih bersih, lendir tidak banyak dan tidak banyak kandungan airnya."*

Produk lele crispy yang dipasarkan oleh Fish Boster Centre berbahan baku ikan lele hasil budidaya sistem boster yang dari segi tekstur daging yang kenyal dan enak. Produk ini merupakan produk baru sehingga menarik perhatian masyarakat dan didukung kemasan yang menarik sehingga masyarakat ingin membeli produk tersebut. Gambar produk lele crispy dapat dilihat pada gambar 16.



Gambar 16. produk lele crispy

#### b. Harga

Menurut Primyastanto (2011), harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Penetapan harga usaha *lele crispy* ditentukan sendiri oleh pemilik usaha yaitu sebesar Rp.15.000, menetapkan harga Rp 15.000 memang terkesan mahal dibanding produk serupa dengan bahan baku yang berbeda, namun berbanding lurus dengan kualitas bahan baku yang ditawarkan dengan sistem budidaya yang sangat bagus yang menjadi keunggulan produk ini, serta pemberian potongan harga Rp 10.000 setiap pembelian min 10 pcs. Pada dasarnya Pemilik usaha tidak berorientasi pada keuntungan saja, namun pemilik berorientasi agar produknya dapat dikenal masyarakat luas.

#### c. Lokasi

Menurut Primyastanto (2011), penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa.

Secara umum lokasi usaha ini sangat strategis dengan jalur transportasi untuk pemasaran maupun kondisi alam yang mendukung usaha *lele crispy*. Hal ini dikarenakan akses transportasi yang dekat dengan jalan raya Sidoarjo-Surabaya, sehingga mempermudah kegiatan mobilitas, terlebih lokasi usaha ini berada dekat dengan Bandara Juanda. Dengan demikian, jalur transportasi antar Sidoarjo dengan kota lain maupun Sidoarjo dengan luar pulau telah memadai dan dapat digunakan dengan baik.

#### d. Promosi

Strategi promosi yang dilakukan *Fish Boster Centre* yakni dengan menggunakan berbagai cara diantaranya menjamu atau memberikan tester olahan ikan lele saat ada kunjungan oleh pengunjung dan bekerjasama dengan instansi lain dalam memasarkan produk olahan ikan lele. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui jejaring sosial. Adanya promosi dengan pelatihan di *Fish*

*Boster Centre*, saat ini telah membuat *Fish Boster Centre* menjadi salah satu P2MKP (Pusat Pelatihan Mandiri Kelautan dan Perikanan) dan dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia, Tidak hanya itu saja, promosi juga dilakukan dengan mengikuti event atau pameran produk olahan perikanan yang diselenggarakan oleh dinas perikanan setempat. Seperti pada saat Penelitian *fish boster centre* mengikuti mini bazar yang diadakan oleh pemerintahan kota surabaya di Taman bungkul Surabaya, pada bulan juni 2015 *Fish Boster Centre* mempromosikan produk dan usahanya melalui pameran produk diacara wisuda Akademi Perikanan Sidoarjo (APS) yang diliput oleh stasiun televisi TVRI, acara Indonesian Aquaculture 2014 di Jakarta, dan acara kunjungan dari Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM). Pada dasarnya pemilik tidak berorientasi pada keuntungan namun pemilik usaha bertujuan agar produknya dapat dikenal dan dinikmati masyarakat luas Dokumentasi dapat dilihat pada gambar 17



Gambar 17. Acara indonesian culture

Tabel 6. Media Promosi Usaha Olahan Ikan Lele

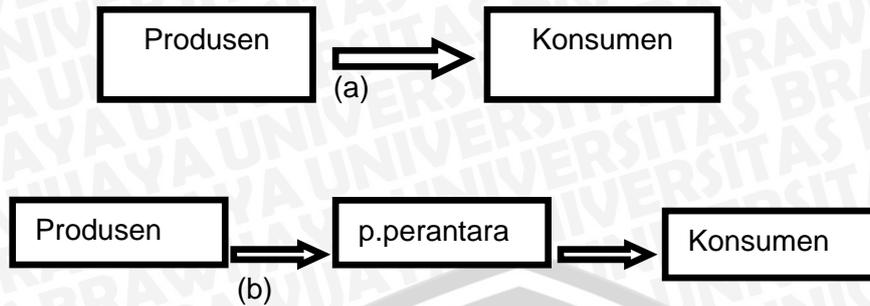
No.	Media Promosi	Gambar
1.	Promosi Online - Facebook  - Instagram  - Twitter	
2.	Promosi Offline - Acara wisuda APS (Akademi Perikanan Sidoarjo ), mini bazar di taman bungkul Surabaya  - Acara kunjungan kepala BPSDM (Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia)  - Pelatihan rutin yang diselenggarakan oleh fish boster centre	

## B Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran untuk produk lele crispy di Fish Boster Centre yaitu dalam dan luar kota Sidoarjo antara lain seperti Jakarta, Kalimantan, Riau, Bali, Malang dan daerah luar kota lainnya. Oleh karena itu selama proses pengiriman produk untuk sampai ke konsumen yang ditargetkan digunakan es kering untuk media penanganan agar kondisi dan daya tahan lele *crispy* tetap terjaga.

## C. Distribusi dan Pemasaran Lele crispy

Pada aspek pemasaran, pendistribusian ialah salah satu kegiatan yang penting bertujuan untuk menyalurkan barang hasil produksi kepada konsumen secara cepat dan tepat. Untuk mendukung kegiatan pendistribusian produk, maka diperlukan suatu saluran distribusi agar pendistribusian barang dapat dilakukan secara tepat dan merata. Saluran distribusi merupakan saluran yang menghubungkan suatu barang produksi kepada konsumen akhir melalui perantara-perantara maupun langsung. Saluran distribusi untuk lele crispy dibagi menjadi dua. Pertama, saluran distribusi langsung dilakukan langsung dari *Fish Boster Centre* ke konsumen akhir yakni pada saat tamu datang atau peserta pelatihan yang memesan langsung, dan konsumen yang memesan langsung kepada fish boster centre baik via telepon maupun datang langsung ke farm. Sedangkan yang kedua, saluran distribusi tidak langsung, yaitu dilakukan dari *Fish Boster Centre* sebagai produsen ke konsumen pertama rumah makan, Universitas Ciputra, dan kantin-kantin sekolah, setelah itu ke konsumen akhir. Pada gambar 18 ditunjukkan saluran distribusi pemasaran olahan ikan leleyang dilakukan di *Fish Boster Centre*:



Gambar 18. Saluran Distribusi (a) Langsung; (b) Tidak Langsung

Peluang pasar yang untuk lele crispy di *Fish Boster Centre* sangatlah besar. Setiap bulan selalu ada permintaan dari perusahaan yaitu pada Rumah Makan pertahun menyerap produksi sebesar 1200 pack/ tahun, Universitas Ciputra 2400 pack/ tahun, ibu ibu PKK 1000 pack/tahun), pameran 2000 pack/tahun. Selain itu pada saat kunjungan dari pembudidaya maupun lembaga pemerintahan untuk pelatihan, sebagian besar tertarik untuk membeli produk olahan ikan lele yang bahan bakunya merupakan hasil budidaya lele di farm fish boster centre sebesar 2000 pack/ tahun. Pada saluran kedua yaitu saluran tidak langsung dari produsen utama ke pedagang perantara kemudian ke konsumen, pedagang perantaranya yaitu melalui kantin kantin sekolah, dan toko kelontong yang memesan dari luar kota yaitu pada daerah malang pemesanan produk 300 pack/tahun, Kota Denpasar 700 pack /Tahun, Jakarta 1800 pack/ tahun, Riau 500pack/tahun, kalimantan 500 pack/tahun, surabaya 1000 pack/tahun

## 5.2 Aspek Finansiiil

Aspek finansiiil yang dibahas pada studi kelayakan bisnis lele crispy meliputi jangka pandek dan jangka panjang. Jangka pendek dalam usaha ini meliputi permodalan, biaya produksi (biaya tetap dan biaya variabel), penerimaan, *revenue cost ratio* (RC ratio), keuntungan, rentabilitas dan *break event point* (BEP). Sedangkan untuk jangka panjang meliputi *net present value* (NPV),

*benefit cost ratio (B/CRatio), internal rate of return (IRR), payback period (PP)* dan analisis sensitivitas.

### 5.2.1 Analisis Operasional

#### a. Permodalan

Menurut Riyanto (1995), modal secara umum dapat dibedakan atas modal aktif dan modal pasif. Modal aktif terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Sedangkan modal pasif terdiri dari modal sendiri dan modal asing. Modal usaha dalam pengertian ekonomi adalah barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja bekerja untuk menghasilkan suatu barang baru.

Jenis modal yang digunakan adalah modal tetap, modal kerja dan modal lancar. Modal tetap yaitu modal yang tahan lama tidak habis atau berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi, besar modal tetap dalam usaha ini yaitu Rp 113.064.000 pertahun,-. Untuk tabel rincian modal tetap dapat dilihat pada Lampiran 5.1 .

Modal lancar yaitu modal yang habis turut serta dalam proses produksi, besar total modal lancar pada usaha lele crispy sebesar 170.473.000 pertahun untuk tabel rincian modal lancar dapat dilihat pada Lampiran 5.2 .

Sedangkan modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membelanjakan operasional sehari-hari. Total modal kerja yang digunakan pada usaha lele crispy sebesar Rp 193.136.000 pertahun,-. Untuk tabel rincian modal kerja dapat dilihat pada Lampiran 5.3 .

#### b. Modal Investasi

Modal investasi adalah biaya yang masa kegunaannya dapat berlangsung untuk waktu yang relatif lama. Biasanya waktu untuk biaya investasi ditetapkan lebih dari satu tahun. Batas satu tahun ditetapkan atas dasar kebiasaan

merencanakan dan merealisasikan anggaran untuk jangka waktu satu tahun. Biaya investasi biasanya berhubungan dengan pembangunan atau pengembangan infrastruktur fisik dan kapasitas produksi. Modal yang digunakan pada *Fish Boster Centre* untuk memproduksi lele *crispy* berasal dari modal sendiri. Modal tersebut meliputi modal investasi sebesar Rp 111.714.000,-. Uraian rincian modal investasi dapat dilihat pada lampiran 5.4

### **c. Biaya Tetap**

Biaya tetap ini merupakan biaya yang dikeluarkan dalam jumlah tetap setiap siklus usaha pengolahan lele *crispy*. Biaya tetap pada usaha pengolahan lele *crispy* sebesar Rp.133.064.000 biaya tersebut yang harus terus di keluarkan oleh perusahaan perbulannya. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.5.

### **d. Biaya Variabel**

Jumlah dari biaya variabel yang dikeluarkan dipengaruhi oleh banyak sedikitnya produksi yang ingin dikehendaki. Biaya variabel pada usaha pengolahan lele *crispy* diperoleh dari bahan bahan pembuatan lele *crispy* sebesar Rp. 60.072.000,- per tahun. Rincian dari biaya variabel dapat dilihat pada lampiran 5.6.

### **e. Total Biaya Produksi**

biaya total (*total cost*) merupakan pengeluaran total usaha yang didefinisikan sebagai semua nilai masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan didalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja rumah keluarga (Primyastanto, 2011). Biaya produksi ini diperoleh dari penjumlahan biaya tetap (*fix cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*). Sehingga diperoleh hasilnya sebesar Rp. 193.136.000, per tahun. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.7.

#### f. Penerimaan / Tahun

Penerimaan atau total revenue (TR) adalah pendapatan kotor usaha yang didefinisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (Primyastanto, 2011). Besarnya nilai penerimaan dalam usaha lele *crispy* adalah sebesar Rp. 216.000.000 per tahun. Penerimaan ini diperoleh dari pengalihan jumlah barang dengan harga jual dengan rincian 1 kg ikan lele menghasilkan 5 pcs lele *crispy* dengan harga Rp. 15.000/pcs, dengan 4 kali produksi per minggu, sehingga perbulannya 16 kali produksi dengan menggunakan bahan baku 240 kg/bulan atau 2880 kg/th, sehingga pertahun menghasilkan 14.400 pack dikali dengan harga jual. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.8

#### g. Revenue cost Ratio (R/C Ratio)/ Tahun

Analisis R/C merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relative suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan tersebut. Suatu usaha dikatakan layak bila R/C lebih dari 1 ( $R/C > 1$ ). Hal ini menggambarkan semakin tinggi nilai R/C maka tingkat keuntungan suatu usaha akan semakin tinggi ( Primyastanto, 2011). R/C dapat dihitung dengan rumus:

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan TR = Total Penerimaan (*Total Revenue*)

TC = Total Biaya (*Total Cost*)

Kriteria R/C >1. Maka usaha dikatakan menguntungkan

R/C=1. Maka usaha dikatakan impas atau tidak untung  
tidak rugi.

R/C<1. Maka usaha mengalami kerugian

Fish boster centre memproduksi 7 prodak yaitu lele *crispy*, lele fillet, catty furray, patty, siomay, tahu bakso, bakso lele , namun pada penelitian ini hanya meneliti produk lele *crispy* dikarenakan produk lele *crispy* merupakan produk

pertama yg dibuat dan produk unggulan “fish booster centre”. Analisis RC Ratio dalam produk lele *crispy* memperoleh nilai sebesar 1,11. Artinya setiap modal yang dikeluarkan untuk memproduksi lele *crispy* sebesar 100 maka akan memperoleh keuntungan sebesar Rp.11. Dengan demikian nilai ratio lebih besar dari satu, sehingga usaha yang dilakukan telah mencapai keuntungan. Usaha ini dapat dikatakan layak untuk dilaksanakan dengan nilai keuntungan yang diperoleh cukup tinggi. Rincian analisis R/C Ratio dapat dilihat pada lampiran 5.9.

#### **h. Keuntungan / pertahun**

Keuntungan usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap (Primyastanto, 2011). Dalam usaha lele *crispy* ini diperoleh keuntungan sebesar Rp 22.854.000, per tahun. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.10.

#### **i. Rentabilitas Lele crispy / Tahun**

Rentabilitas merupakan perbandingan antara laba dengan modal yang menghasilkan laba tersebut. Kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba selama periode tertentu berguna sebagai acuan dalam pengembangan usaha pada usaha lele *crispy* mendapatkan nilai rentabilitas sebesar 20,45%. Artinya usaha lele *crispy* bisa menghasilkan laba sebesar 20,45% dari modal yang digunakan. Jika dilihat dari suku bunga deposito Bank Indonesia yang sebesar 7,50% maka dapat dikatakan lebih menguntungkan apabila untuk usaha lele *crispy* daripada ditabung di Bank. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.11.

#### **j. Break Even point / Tahun**

Break Even Point atau titik impas merupakan keadaan dimana suatu usaha berada pada posisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami

kerugian. BEP merupakan teknik analisis yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan keuntungan. Dalam perencanaan keuntungan analisis Break Even Point merupakan profit planning approach yang mendasarkan pada hubungan antara biaya (cost) dan penghasilan penjualan (revenue). Cara perhitungan BEP ada dua macam yaitu BEP seles dan BEP unit (Primyastanto, 2011).

Dari hasil perhitungan analisis usaha lele crispy diperoleh nilai BEP seles sebesar Rp 133.064.000, dan BEP unit sebesar 2.699,9 pack. Artinya usaha lele crispy tidak akan memperoleh keuntungan dan tidak akan mengalami kerugian apabila volume penjualan dari usaha tersebut sebesar Rp133.064.000, dan produksinya sebesar 2.699,9 pack. Usaha lele crispy dikatakan menguntungkan karena hasil produksinya sebesar 14.400 pack jauh lebih besar daripada titik impas yaitu sebesar 2.699,9 pack. Begitu pula sebaliknya volume penjualan yaitu sebesar Rp. 216.000.000 lebih besar daripada titik impas yaitu sebesar Rp 133.064.000, rincian break event point dapat dilihat pada lampiran 5.12

### 5.2.2 Perencanaan Strategis Usaha

Tujuan dilakukannya perencanaan strategis usaha adalah untuk merencanakan atau memperkirakan pendanaan pada usaha lele crispy dalam jangka panjang. Sehingga dapat diketahui jika dilakukan usaha untuk beberapa tahun kedepan layak atau tidak usaha ini untuk dijalankan.

#### a. Penambahan investasi (*Re-invest*)

Biaya penambahan investasi atau Re-Invest bertujuan untuk pembiayaan pengadaan barang-barang investasi karena barang-barang tersebut mengalami penyusutan. Biaya penambahan investasi ini tergantung pada jumlah barang yang dipakai dan juga usia teknis barang tersebut. Penambahan investasi dengan merencanakan usaha lele crispy untuk 10 tahun kedepan (tahun 2016-

2025) dengan nilai kenaikan sebesar 1% setiap tahunnya. Biaya yang dikeluarkan oleh usaha lele crispy selama tahun 2016-2025 adalah sebesar Rp. 99.300.000 untuk lebih rincinya, dapat dilihat pada Lampiran 6.

b. Analisis perencanaan strategis

Dalam menganalisis perencanaan strategis lele crispy digunakan kriteria investasi seperti NPV, IRR, Net B/C, dan PP. Hasil analisis kriteria investasi dapat dilihat pada tabel 7 berikut :

Tabel 7 hasil analisis kriteria investasi

URAIAN	NILAI
NPV	79.114.660
NET B/C	1,71
IRR	20%
Payback Periode	5,02

a. NPV (*Net Present Value*)

*Net Present Value* (NPV) adalah kriteria investasi yang banyak digunakan dalam mengukur apakah suatu proyek *feasible* atau tidak. Menurut Suliyanto (2010), Proyek dinyatakan layak atau bermanfaat jika NPV lebih besar dari 0. Jika NPV sama dengan 0, berarti biaya dapat dikembalikan persis sama besar oleh proyek. NPV lebih kecil dari nol, proyek tidak dapat menghasilkan senilai biaya yang dipergunakan dan ini berarti bahwa proyek tersebut tidak layak dilakukan. *Net Present Value* (NPV) merupakan situasi metode menghitung nilai semua manfaat yang akan datang, dan yang dinilai saat ini. Kriteria ini mengatakan bahwa proyek akan dipilih jika nilai  $NPV > 0$ . *Net Present Value* (NPV) diperhitungkan dari selisih antara *present value benefit* dengan *present value cost*. Perhitungan NPV menggunakan *discount rate* sebesar 7,50%. Pada

kondisi normal nilai NPV usaha lele *crispy* yaitu Rp79.114.660 Hasil NPV tersebut menunjukkan usaha lele *crispy* menguntungkan dan layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang diperoleh bernilai positif. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Lampiran 7.1

#### b. Net Benefit Cost Ratio

Net B/C adalah perbandingan antara jumlah NPV positif dengan jumlah NPV negatif. Menurut Purba (1997), Kriteria kelayakan proyek adalah jika Net B/C lebih besar atau sama dengan satu. Sedangkan proyek dinyatakan tidak layak apabila Net B/C lebih kecil dari satu. Menurut Prihandana dan Handoko (2008), Net B/C adalah perbandingan antara biaya dengan keuntungan. Net B/C dihitung dengan membagi nilai NPV positif dengan nilai NPV negatif. Indikatornya adalah apabila Net B/C  $>1$  berarti proyek (usaha) layak dikerjakan, bila Net B/C  $<1$  berarti proyek tidak layak untuk dijalankan, bila Net B/C  $=1$  berarti cash flow = cash out flow (BEP). Nilai Net B/C dalam keadaan normal pada usaha lele *crispy* sebesar 1,71. Hal ini berarti Net B/C lebih dari 1, sehingga usaha tersebut dikatakan layak. Rincian untuk Net B/C dapat dilihat pada Lampiran 7.1.

#### c. IRR (*Internal Rate Of Return*)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar dari pada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan (Husnan dan Suwarsono, 2000). Untuk mengetahui kelayakan suatu usaha melalui nilai IRR, maka IRR harus dibandingkan dengan *cost of capital*. Menurut

Zaharuddin (2006), patokan dari IRR adalah suku bunga bank saat yang berlaku saat ini

- ❖ Jika  $IRR >$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi diterima.
- ❖ Jika  $IRR <$  dari suku bunga yang telah ditetapkan, maka investasi ditolak.

Nilai IRR dalam keadaan normal pada usaha Lele Crispy ini sebesar 20%, sehingga nilai tersebut diatas tingkat suku bunga deposito Bank Indonesia (7,50%). Hal ini dikatakan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Untuk rincian tabel IRR dapat dilihat pada Lampiran 7.1.

#### d. Payback Periode

*Payback Period* merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. Kriteria penilaian pada *payback period* adalah Jika *Payback periodnya*  $<$  waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut dapat diterima. Jika *Payback periodnya*  $>$  waktu maksimum, maka usulan proyek tersebut ditolak. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh *Payback Period* pada kondisi normal dari pada usaha lele crispy adalah 5,02 tahun. Informasi ini menyatakan bahwa seluruh biaya investasi dapat dikembalikan dalam jangka waktu lima tahun dua bulan. Bila dibandingkan dengan umur usaha yakni 10 tahun, maka jangka pengembalian modal usaha lebih cepat daripada umur usaha lele crispy di unit bisnis Fish Boster Centre layak untuk dilaksanakan. Rincian perhitungan PP dapat dilihat pada lampira 7.1

Dari nilai perhitungan berbagai kriteria kelayakan investasi usaha lele crispy dapat dikatakan layak karena memiliki NPV lebih dari nol ( $NPV > 0$ ), Net B/C lebih

dari satu ( $\text{Net B/C} > 1$ ), IRR lebih dari tingkat *discount factor* ( $\text{IRR} > \text{DF}$ ) dan *payback period* kurang dari umur usaha ( $\text{PP} < \text{Umur usaha}$ ).

### 5.3 Analisis sensitivitas

Analisis sensitivitas bertujuan untuk menilai apa yang terjadi dengan hasil analisis kelayakan suatu kegiatan investasi atau bisnis apabila terjadi perubahan di dalam perhitungan biaya atau manfaat. Analisis sensitivitas digunakan untuk mengetahui toleransi dari perubahan variabel-variabel input maupun output dengan menggunakan bantuan alat ukur NPV, Net B/C, IRR dan PP. Maksud dari analisis sensitivitas ini adalah untuk mengetahui titik balik / titik rugi pertama kali yang akan dialami usaha lele *crispy* "Fish BosterCentre" saat perusahaan mengalami suatu kondisi yaitu penurunan benefit maupun kenaikan biaya produksi.

#### a. Asumsi benefit turun 7 %

Dasar pengambilan asumsi tersebut yaitu untuk mengetahui berapa besar benefit turun sehingga mengalami kerugian atau ketidaklayakan untuk dilanjutkan. Dengan asumsi tersebut akan menggambarkan dimana usaha lele *crispy* diharapkan tidak mengalami penurunan benefit sebesar 7 %. Hal ini karena pada penurunan benefit sebesar 7 % merupakan kondisi dimana usaha ini berada pada titik pertama mengalami kerugian. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan Program komputer, diperoleh nilai NPV sebesar -59654016, nilai Net B/C sebesar 0,47 nilai IRR -9 %, dan nilai PP sebesar 15,71. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika terjadi penurunan benefit sebesar 7 % usaha akan mengalami kerugian, sedangkan jika penurunan benefit masih dibawah 7 % usaha tersebut masih layak untuk dijalankan. Rincian perhitungan analisa sensitivitas pada kondisi penurunan benefit sebesar 7 % dapat dilihat pada lampiran 8.1

**b. Asumsi biaya naik 8 %**

Dasar pengambilan asumsi tersebut yaitu untuk mengetahui berapa besar biaya naik sehingga mengalami kerugian atau ketidaklayakan untuk dilanjutkan. Dengan asumsi tersebut akan menggambarkan dimana usaha lele crispy diharapkan tidak mengalami kenaikan biaya sebesar 8%. Hal ini karena pada kenaikan biaya sebesar 8 % merupakan kondisi dimana usaha ini berada pada titik pertama mengalami kerugian. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program komputer, diperoleh nilai NPV sebesar -56708485 nilai Net B/C sebesar 0,49 nilai IRR -6%, dan nilai PP sebesar 16,44. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan biaya sebesar 8% usaha akan mengalami kerugian, sedangkan jika biaya operasional naik tetapi masih dibawah 8 % usaha tersebut masih layak untuk dijalankan. Rincian perhitungan analisa sensitivitas pada kondisi kenaikan biaya sebesar 8 % dapat dilihat pada lampiran 8.2.

**c. Asumsi benefit turun 5% dan biaya naik 5%**

Dasar pengambilan asumsi tersebut yaitu untuk mengetahui berapa besar benefit turun dan biaya naik sehingga mengalami kerugian atau ketidaklayakan untuk dilanjutkan. Dengan asumsi tersebut diperoleh penurunan benefit sebesar 5% dan kenaikan biaya sebesar 5%. Hal ini karena pada penurunan benefit sebesar 5% dan kenaikan biaya sebesar 5% merupakan kondisi dimana usaha ini berada pada titik pertama mengalami kerugian. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program komputer, diperoleh nilai NPV sebesar -102588702 nilai Net B/C sebesar 0,08 nilai IRR -9%, dan nilai PP sebesar 62,86. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika terjadi penurunan benefit sebesar 5% dan kenaikan biaya operasional sebesar 5% usaha akan mengalami kerugian, sedangkan jika benefit turun dibawah 5% dan kenaikan biaya operasional tetapi masih dibawah 5% usaha tersebut masih layak untuk dijalankan. Rincian

perhitungan analisa sensitivitas pada kondisi benefit turun sebesar 5% dan kenaikan biaya operasional naik sebesar 5% dapat dilihat pada lampiran 8.3.

Tabel 8. Uji Asumsi Kenaikan kenaikan biaya dan penurunan manfaat

Asumsi / Alat ukur	Benefit turun 7%	Biaya naik 8%	Benefit turun 5% dan biaya naik 5%
NPV	-59.654.016	-56.708.485	-102.588.702
NET B/C	0,47	0,49	0,08
IRR	-8%	-6%	-9%
PP	15,71	16,44	62,86



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini diambil kesimpulan bahwa :

1. Aspek teknis cukup layak karena saran prasarana usaha telah terpenuhi dengan baik, faktor produksi usaha lele crispy adalah air yang bersumber dari PDAM, bahan baku utama lele crispy adalah ikan lele “sistem boster”, bahan tambahan berupa tepung-tepungan dan bumbu. Pekerja merupakan lulusan Akademi Perikanan Sidoarjo, SMA Perikanan Jember, dan warga sekitar, modal yang diperoleh yaitu berasal dari pemilik usaha sendiri. Lokasi usaha ini dekat dengan bahan baku, bahan tambahan dan jalur transportasi, layout yang dibuat sudah baik, *penerapan sanitasi and hygiene* sudah sesuai dengan SOP HACCP. Proses pembuatan lele crispy melalui tahapan tahapan yaitu penyiapan bahan baku, penyiangan, pemfilletan, pemotongan, pembuatan adonan *butter mix*, pembaluran dengan tepung crispy, penggorengan, pengemasan, dan stocking. Aspek manajemen yang dilakukan ada empat yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, semua aspek pada manajemen telah dikerjakan dengan baik, namu pada pengorganisasian masih sangat sederhana yaitu pekerja divisi lain masih ikut membantu dalam proses penanganan bahan baku. Aspek pemasaran pada saluran pemasaran yang diterapkan usaha ada dua yaitu langsung dan tidak langsung
2. Hasil analisis aspek finansiiil pada usaha lele crispy dapat dilihat dari nilai NPV lebih dari nol yaitu sebesar Rp79114660, IRR lebih dari tingkat *suku bunga bank pinjaman dari BI Rate 7,50 persen* yaitu sebesar 20 persen,

*Net B/C* lebih besar dari satu yaitu sebesar 1,71 dan *Payback Periode* kurang dari umur usaha yaitu selama lima tahun dua bulan. Arti data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan secara finansial layak untuk dijalankan.

3. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha lele *crispy* sensitiv dan rentan terjadi kerugian bila terjadi penurunan penjualan 7 %, kenaikan biaya 8 % ,penurunan penurunan penjualan 5% dan kenaikan biaya 5%

## 6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk usaha lele *crispy* “fish boster centre” adalah sebagai berikut:

1. Menambah tenaga kerja 2 orang pada proses penanganan agar hasilnya optimal dan efisien serta penambahan 2 orang tenaga kerja sales marketing pemasaran agar produk lele *crispy* lebih terkenal dan meningkatkan pendapatan
2. Setelah proses perizinan BPOM telah selesai, sebaiknya fish boster centre segera bekerja sama dengan swalayan dan mall agar produk lele *crispy* makin dikenal dimasyarakatkan dan meningkatkan penjualan.
3. Rekomendasi bagi *fish boster centre* :
  - a. Tidak menaikkan jumlah biaya produksi sebesar 7 % dari biaya produksi yang dikeluarkan sebelumnya, karena ini sangat rentan dan sensitif terhadap perubahan faktor faktor dalam produksi,
  - b. tidak menurunkan jumlah hasil penjualan diatas 7 persen karena usaha lele *crispy* ini sangat rentan dan sensitif terhadap perubahan

- c. tidak penurunan hasil penjualan sebesar 5% dari sebelumnya dan kenaikan biaya sebesar 5% dari sebelumnya secara bersama sama



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta :PT Renika Cipta.
- Black, James. 2001. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Jakarta.
- Bbrp2b. 2011. *Database Nilai Gizi Ikan*. Kementerian Kelautan Perikanan
- Firdaus. 2010. *Perencanaan Usaha (Business Plan) Hatchery Pendederan Kerapu Macan (Epinephelus fuscoguttatus) Dan Kerapu Lumpur (Epinephelus suillus) Di Kabupaten Gresik*. Skripsi. Universitas Brawijaya . Malang
- Hadrini, R Dan H. Arsyad, 1991. *Penuntun Praktis Budidaya Perikanan*. Pd Mahkota. Jakarta.
- Griffin RW. 2002. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Husnan S, Muhammad S. 2000. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Pencetak AMP YKPN.
- Ibrahim Y. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Irianto HE. 2007. *Optimalisasi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Melalui Pengembangan Produk Bernilai Tambah*. Jakarta : Balai Besar Riset Pengolahan Produk dan Bioteknologi Kelautan dan Perikanan.
- Jumingan. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis, Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Kashmir dan Jakfar. 2006. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kashmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis edisi revisian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kementerian kelautan perikanan. 2015. *Produsen Utama Lele pada tahun 2013*. Jakarta. Diakses pada tanggal 08 april 2015.
- Kusrina, Rina. 2011. *Anlisis Kelayakan Usaha Pengolahan Kerupuk Perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah Indramayu Jawa Barat*. Laporan Skripsi. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Marzuki, 1986. *Metodologi dan Riset*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Jakarta.

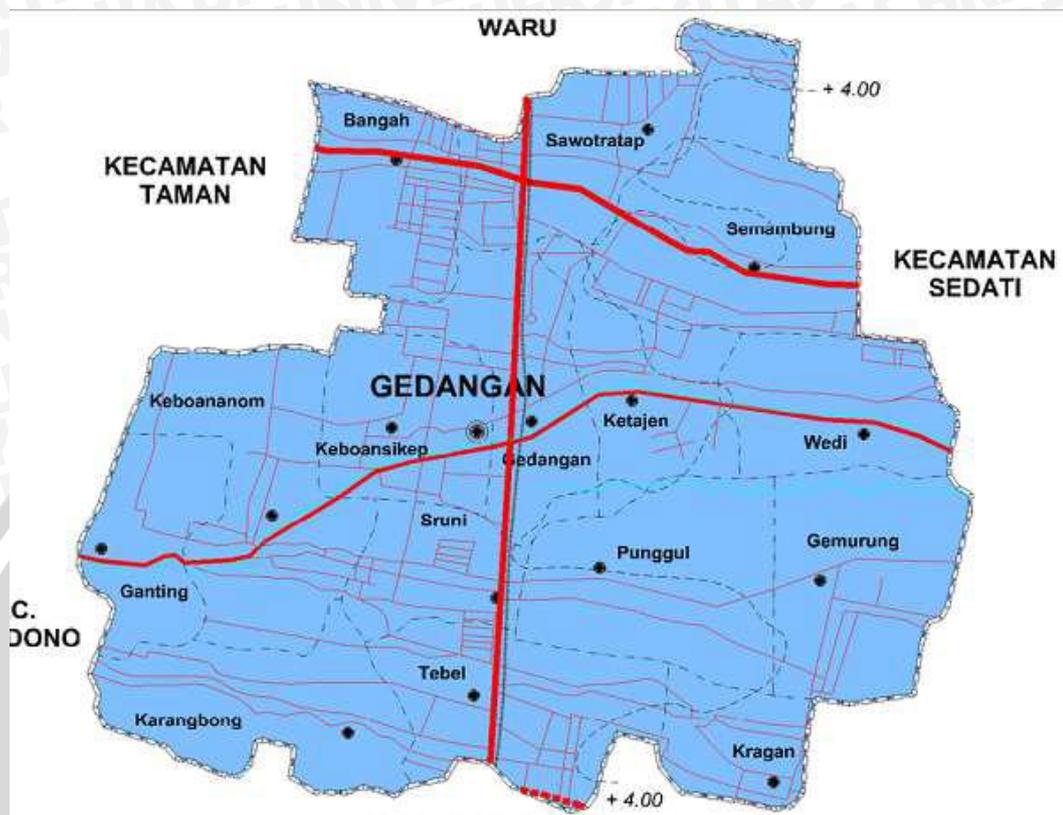
- Maulana. M, 2008. Analisis Kelayakan Usaha Pembuatan Bandeng Isi pada Banisi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Laporan Skripsi.Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Moleong, Lexy J.M.A. Metode Penelitian Kualitatif. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nazir, M. 2013. Metode Penelitian Ilmiah. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor:Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. InstitutPertanian Bogor.
- Umar, Husein. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Pustaka Utama. Jakarta
- Primyastanto,M, Tjahjono, A dan Harsuko, R. 1998. Study Evaluasi Kelayakan Usaha Pengolahan Teri Nasi (*Stolephorus, SP*) Skala Rumah Tangga Di Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Laporan Penelitian. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya. Malang.
- Primyastanto, Mimit dan Istikharoh, N. 2006. Potensi dan Peluang Bisnis Usaha Unggulan Ikan Gurami dan Nila. Bahtera Press. Malang.
- Primyastanto, M. 2011. Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dari Teori Study Kelayakan Usaha Perikanan). UB Press. Malang.
- P2HP DKP. 2014. Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Departemen Kelautan dan Perikanan. Departemen Kelautandan Perikanan. Jakarta.
- Ranupandojo ,Heidjhrachman. 2000. Manajemen Personalialia. Penerbit BPFE. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Riyanto,B. 1995. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Bpfe. Yogakarta.
- Santoso. T 2008. Analisis finansial usaha kerupuk (study kasus:kerupuk suka asih (sks) di pondok labu, jakarta selatan. Laporan Skripsi. Fakultas Tekonologi dan Sains. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Simatupang. B, 2013. Analisis Kelayakan Usaha Ikan Hias Cardinal Tetra (*paracheirodon axelrodii*) Di Kirana Fish Farm Bogor, jawa barat. Laporan Skripsi.Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatifdan R&D. Bandung :Alfabeta.
- Suliyanto. 2010. Study Kelayakan Bisnis. Andi Yogyakarta. Yogyakarta

### LAMPIRAN

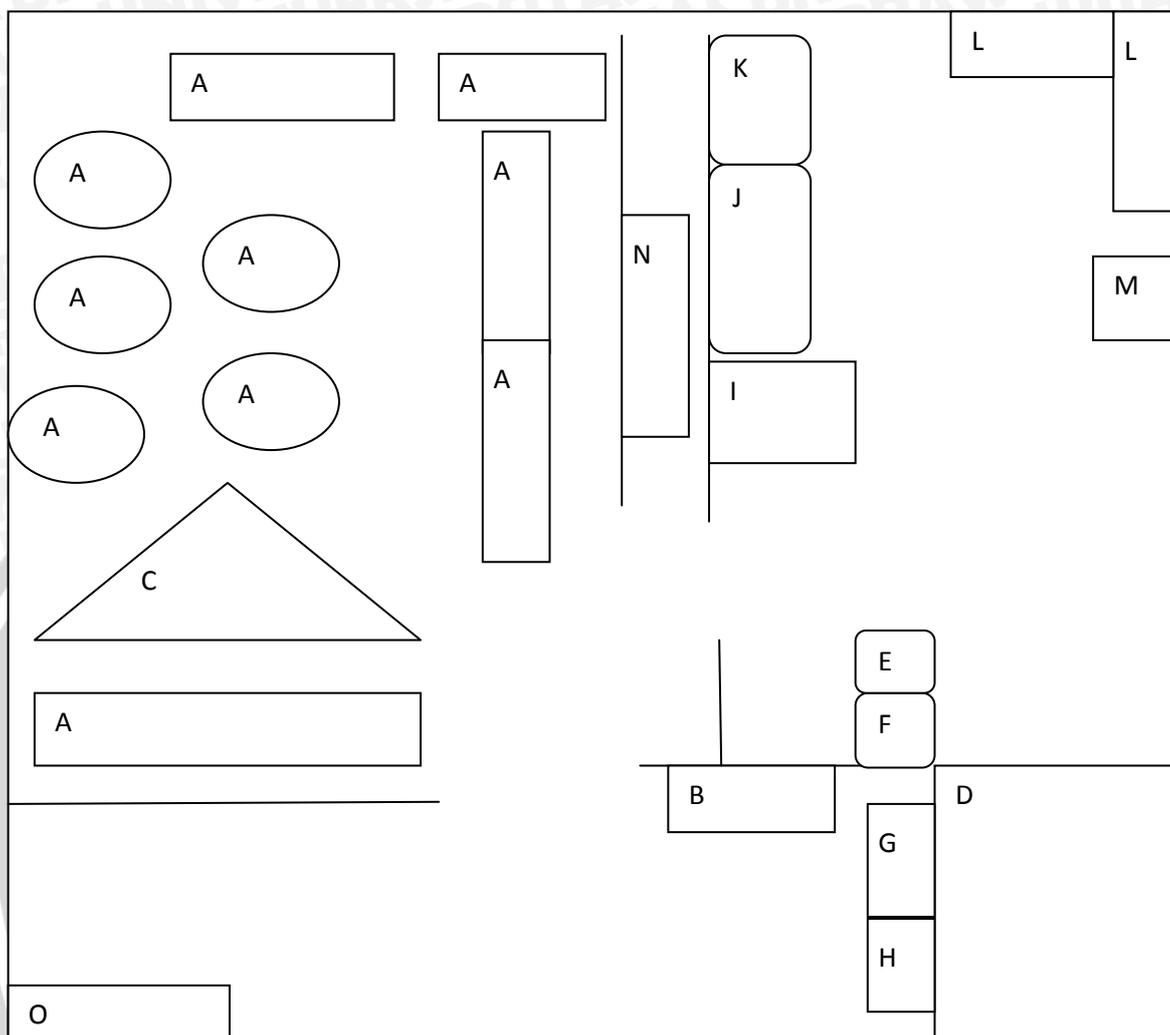
Lampiran 1. Peta Administrasi Kabupaten Sidoarjo



Lampiran 2. Denah gedangan



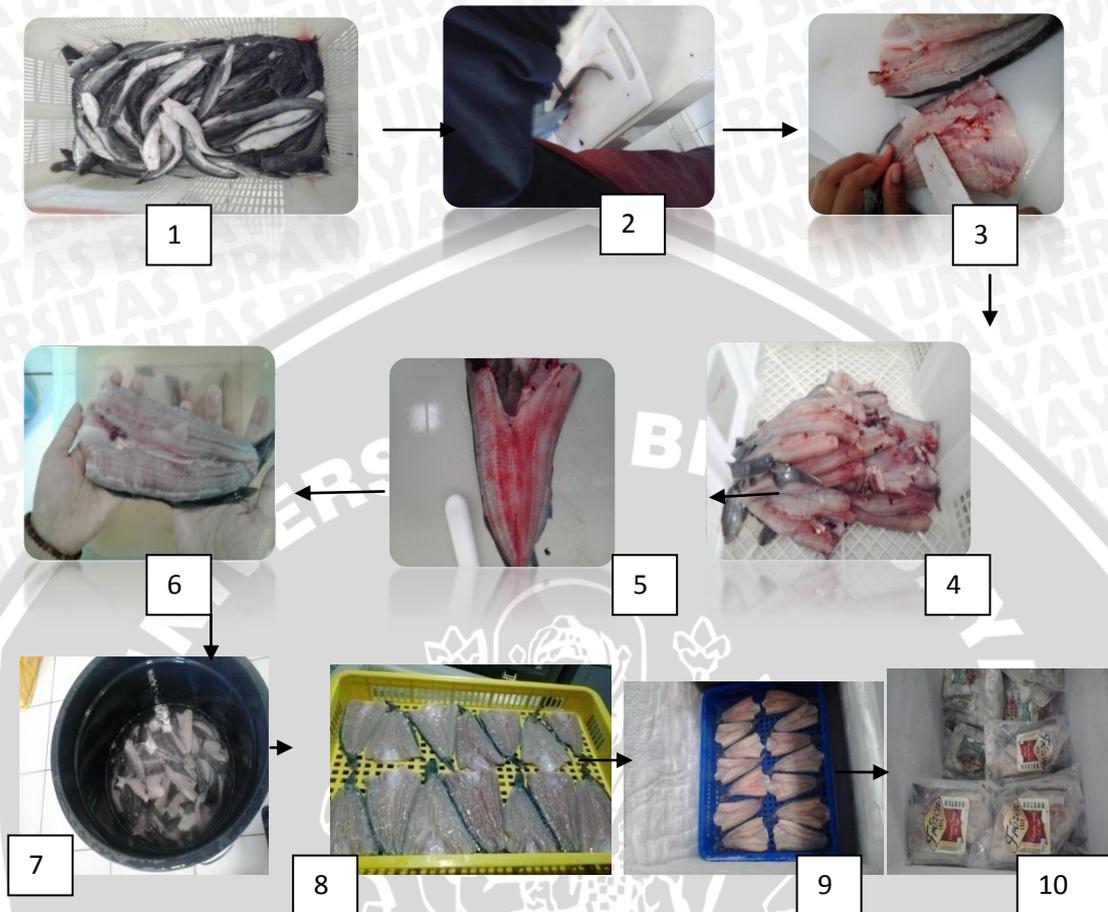
Lampiran 3 layout Fish Boster Cente



Keterangan

- A. = kolam budidaya ikan lele
- B. = Mess karyawan
- C. =Gazebo
- D. =Ruang Kantor
- E. =Ruang pelatihan
- F. =Kamar peserta pelatihan
- G. =Mushola
- H. =Toilet
- I. =Frezeer dan stock case
- J. =Ruang olahan
- K. =Kamar peserta pelatihan
- L. =Tempat penanganan ikan lele
- M. =tempat proses Penggorengan
- N. = ruang pemijahan ikan lele
- O. =pintu masuk Farm

Lampiran 4. Proses pemfilletan ikan lele



Keterangan gambar:

1. Proses pengambilan ikan lele hidup dan penimbangan. Ikan lele hidup dengan size 8-9 yang tersedia di kolam penampungan dibawa ke tempat pengolahan. Ikan lele yang masih segar, terlebih dahulu di pukul kepalanya lalu ditimbang.
2. Proses pemfilletan ikan lele segar yaitu ikan lele diletakkan pada talenan dengan posisi miring, kemudian tangan kiri memegang kepala, tangan kanan menggunakan pisau lalu disayat dari pangkal insang sampai keekor tanpa merusak daging. Setelah itu ikan dibalik, kepala ditarik dan dibuang isi perutnya
3. Bentuk ikan lele setelah di *fillet* seperti layang layang

4. Proses pemisahan tulang dari badan ikan lele dengan cara menyayat tulang secara zigzag hingga ujung ekor, dilakukan secara hati-hati agar tidak merusak badan ikan lele
5. Ikan lele yang telah terpisah dengan tulang
6. Cuci bersih sisa kotoran dan darah yang menempel pada daging ikan lele
7. Rendam ikan lele yang telah difillet dengan air yang berisi es batu dan garam sebanyak 2% dr berat ikan lele selama 24 jam
8. Setelah perendaman taruh ikan lele pada keranjang plastik dan masukkan kedalam lemari pemberku / freezer
9. Setelah beku kemas ikan lele kedalam kemasan lalu simpan pada stockase



Lampiran 4.1 Proses Pembuatan Lele Crispy



1. Tahap persiapan bahan baku (lele segar)



2. Tahap Pemfilletan lele



3. Pemotongan ikan lele fillet menjadi



4. Masukkan potongan ikan lele pada adonan



5. Setelah itu balur menggunakan tepung crispy



6. Tahap selanjutnya ikan lele digoreng setengah matang dan ditiriskan



7. Kemudian di kemas



8. Simpan dan bekukan di dalam stock case

## Lampiran 5. Analisis Finansial (Permodalan)

## Lampiran 5.1 Modal Tetap Usaha lele crispy”Fish Booster Centre”

No	jenis modal tetap	Jumlah(unit)	Harga (kg/unit)	harga total	umur teknis(tahun)	penyusutan pertahun
1	freezer kecil ( stock case)	1	2.500.000	2.500.000	10	250.000
2	frezer besar	1	5.000.000	5.000.000	10	500.000
3	mesin sealer	1	500.000	500.000	5	100.000
4	Kalkulator	1	30.000	30.000	1	30.000
5	Mobil	1	100.000.000	100.000.000	10	10.000.000
6	keranjang plastik kecil	5	20.000	100.000	1	100.000
7	keranjang plastik besar	5	30.000	150.000	1	150.000
8	Talenan	5	10.000	50.000	1	50.000
9	Pisau	10	7.500	75.000	1	75.000
10	Timbangan	1	300.000	300.000	5	60.000
11	baskom besar	5	20.000	100.000	1	100.000
12	baskom sedang	5	15.000	75.000	1	75.000
13	kompore gas	2	500.000	1.000.000	3	333.333
14	tabung LPG	1	135.000	135.000	3	45.000
15	Wajan	3	50.000	150.000	3	50.000
16	selang kompor	2	200.000	400.000	3	133.333
17	Mixer	1	500.000	500.000	5	100.000
18	apron/celemek	6	25.000	150.000	1	150.000
19	sarung tangan	5	12.000	60.000	1	60.000
20	timbangan digital	1	300.000	300.000	5	60.000
21	Spatula	3	13.000	39.000	1	39.000
22	Peniris	3	10.000	30.000	1	30.000
23	baskom stainlesssteel	2	35.000	70.000	3	23.333
<b>JUMLAH</b>			110.212.500	111.714.000		12.514.000

Lampiran 5.2. Modal Lancar Usaha lele crispy “ Fish Booster Centre dalam 1 Tahun

No	jenis modal lancar	jumlah unit		harga unit	harga total/ bulan	harga total/ tahun
		per bulan	pertahun			
1	ikan lele(kg)	240	2.880	14.000	3.360.000	40.320.000
2	tenaga kerja(orang)	6	72	1.200.000	7.200.000	86.400.000
3	co lapangan(orang)	1	12	2.000.000	2.000.000	24.000.000
4	tepung maizena(pack)	20	240	10.000	200.000	2.400.000
5	tepung terigu(karung)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
6	tepung tapioka(karung)	1	12	130.000	130.000	1.560.000
7	garam(bungkus)	8	96	1.500	12.000	144.000
8	bubuk bawang putih(kg)	2	24	50.000	100.000	1.200.000
9	bubuk merica(kg)	2	24	30.000	60.000	720.000
10	Listrik	1	12	300.000	300.000	3.600.000
11	minyak goreng(2000ml)	3	36	23.000	69.000	828.000
12	plastik kemasan(roll)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
13	label(roll)	1	12	200.000	200.000	2.400.000
14	Air	1	12	100.000	100.000	1.200.000
15	es kering	5	60	5.000	25.000	300.000
16	Stereofoam	5	60	30000	150.000	1.800.000
TOTAL					14.206.000	170.472.000

Lampiran 5.3. Modal Kerja faktual Usaha Lele Crispy “Fish Booster Centre” dalam 1 Tahun

No	jenis modal kerja	jumlah unit		harga unit	harga total/	harga total/
		per bulan	pertahun		bulan	tahun
1	ikan lele(kg)	240	2.880	14.000	3.360.000	40.320.000
2	tenaga kerja(orang)	6	72	1.200.000	7.200.000	86.400.000
3	co lapangan(orang)	1	12	2.000.000	2.000.000	24.000.000
4	tepung maizena(pack)	20	240	10.000	200.000	2.400.000
5	tepung terigu(karung)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
6	tepung tapioka(karung)	1	12	130.000	130.000	1.560.000
7	garam(bungkus)	8	96	1.500	12.000	144.000
8	bubuk bawang putih(kg)	2	24	50.000	100.000	1.200.000
9	bubuk merica(kg)	2	24	30.000	60.000	720.000
10	minyak goreng(2000ml)	3	36	23.000	69.000	828.000
11	plastik kemasan(roll)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
12	label(roll)	1	12	200.000	200.000	2.400.000
13	Air	1	12	100.000	100.000	1.200.000
14	es kering	5	60	5.000	25.000	300.000
15	sewa bangunan		1	10.000.000		10.000.000
16	PBB			150.000		150.000
17	Penyusutan					12.514.000
18	listrik	1	12	300.000	300.000	3.600.000
19	Stereofoam	5	60	30.000	150.000	1.800.000
	<b>TOTAL</b>				<b>14.206.000</b>	<b>193.136.000</b>

## Lampiran 5.4 Biaya Investasi Usaha Lele Crispy "Fish Booster Centre"

No	jenis modal tetap	Jumlah(unit)	Harga (kg/unit)	harga total	umur teknis(tahun)	penyusutan pertahun
1	freezer kecil ( stock case)	1	2.500.000	2.500.000	10	250.000
2	frezer besar	1	5.000.000	5.000.000	10	500.000
3	mesin sealer	1	500.000	500.000	5	100.000
4	Kalkulator	1	30.000	30.000	1	30.000
5	Mobil	1	100.000.000	100.000.000	10	10.000.000
6	keranjang plastik kecil	5	20.000	100.000	1	100.000
7	keranjang plastik besar	5	30.000	150.000	1	150.000
8	Talenan	5	10.000	50.000	1	50.000
9	Pisau	10	7.500	75.000	1	75.000
10	Timbangan	1	300.000	300.000	5	60.000
11	baskom besar	5	20.000	100.000	1	100.000
12	baskom sedang	5	15.000	75.000	1	75.000
13	kompur gas	2	500.000	1.000.000	3	333.333
14	tabung LPG	1	135.000	135.000	3	45.000
15	Wajan	3	50.000	150.000	3	50.000
16	selang kompor	2	200.000	400.000	3	133.333
17	Mixer	1	500.000	500.000	5	100.000
18	apron/celemek	6	25.000	150.000	1	150.000
19	sarung tangan	5	12.000	60.000	1	60.000
20	timbangan digital	1	300.000	300.000	5	60.000
21	Spatula	3	13.000	39.000	1	39.000
22	Peniris	3	10.000	30.000	1	30.000
23	baskom stainlesssteel	2	35.000	70.000	3	23.333
<b>JUMLAH</b>			110.212.500	<b>111.714.000</b>		12.514.000

## Lampiran 5.5 Biaya tetap usaha Lele Crispy Fish Boster Centre

No	Keterangan	Harga
1	PBB	150.000
2	Penyusutan	12.514.000
3	Sewa gedung	10.000.000
4	gaji karyawan	86.400.000
5	gaji co lapangan	24.000.000
	total	133.064.000

## Lampiran 5.6 Biaya Variabel usaha Lele Crispy Fish Boster Centre

No	jenis biaya Variabel	jumlah unit		harga unit	harga total/ bulan	harga total/ tahun
		per bulan	pertahun			
1	ikan lele(kg)	240	2.880	14.000	3.360.000	40.320.000
2	tepung maizena(pack)	20	240	10.000	200.000	2.400.000
3	tepung terigu(karung)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
4	tepung tapioka(karung)	1	12	130.000	130.000	1.560.000
5	garam(bungkus)	8	96	1.500	12.000	144.000
6	bubuk bawang putih(kg)	2	24	50.000	100.000	1.200.000
7	bubuk merica(kg)	2	24	30.000	60.000	720.000
8	minyak goreng(2000ml)	3	36	23.000	69.000	828.000
9	plastik kemasan(roll)	1	12	150.000	150.000	1.800.000
10	label(roll)	1	12	200.000	200.000	2.400.000
11	Air			100.000	100.000	1.200.000
12	es kering (karung kecil)	5	60	5.000	25.000	300.000
13	Listrik	1	12	300.000	300.000	3.600.000
14	Stereofoam	5	60	30.000	150.000	1.800.000
	<b>TOTAL</b>				<b>5.006.000</b>	<b>60.072.000</b>

Keterangan: Semua modal yang akan digunakan pada usaha ini adalah modal sendiri.

## Lampira 5.7. Total Biaya Produksi

Biaya Produksi = Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel

$$= \text{Rp.}133.064.000 + \text{Rp.} 60.072.000 = \text{Rp.} 193.146.000$$

## Lampiran 5.8. Penerimaan

Penerimaan (1 tahun)

Lele crispy = jumlah pack X harga jual

$$= 14.400 \text{ pack} \times 15.000$$

$$= \text{Rp } 216.000.000$$

## Lampiran 5.9 Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue Cost Ratio (R/C)

$$= \frac{\text{Total Penerimaan olahan ikan lele (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}}$$

$$\text{(R/C)} = \frac{\text{Rp } 216.000.000}{\text{Rp } 193.146.000}$$

$$\text{(R/C)} = 1,11$$

Nilai dari RC *Ratio* pada lele crispy sebesar 1,11 jika nilai R/C *Ratio* > 1 maka usaha lele crispy "fish boster centre" dikatakan menguntungkan.

## Lampiran 5.10 Keuntungan

Keuntungan

Keuntungan ( $\pi$ ) = Total Penerimaan (TR) – Total Biaya (TC)

$$= \text{Rp } 216.000.000 - \text{Rp } 193.146.000$$

$$= \text{Rp } 22.854.000$$

## Lampiran 5.11 Rentabilitas Usaha

## Rentabilitas Usaha

$$\text{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \times 100\%$$

$$\text{Rentabilitas} = \frac{\text{Rp } 22.854.000}{\text{Rp } 111.714.000} \times 100\%$$

$$= 20,45\%$$

## Lampiran 5.12 BEP

## BEP (Break Even Point)

$$\text{BEP Sales Lele Crispy} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$$

$$= \frac{133.064.000}{1 - \left(\frac{60.072.000}{216.000.000}\right)}$$

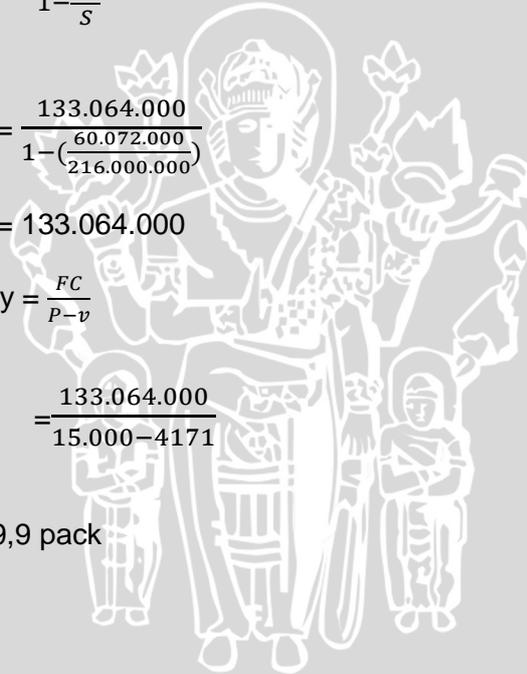
$$= 133.064.000$$

$$\text{BEP Unit Lele Crispy} = \frac{FC}{P-v}$$

$$= \frac{133.064.000}{15.000 - 4171}$$

$$= 2.699,9 \text{ pack}$$

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



NO	jenis modal	Jumlah/unit	Harga (kg/unit)	harga total	umur teknis	penyusutan pertahun	Nilai Kenalkan	Re-invest Tahun Ke										Sisa Umur Teknis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)	
								1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9			10
1	freezer kecil ( stock case)	1	2.500.000	2.500.000	10	250.000	25.000											2.750.000	9	2250000
2	frezer besar	1	5.000.000	5.000.000	10	500.000	50.000											5.500.000	9	4500000
3	mesin sealer	1	500.000	500.000	5	100.000	5.000					525.000						550.000	5	500000
4	kalkulator	1	30.000	30.000	1	30.000	300	30.300	30.600	30.900	31.200	31.500	31.800	32.100	32.400	32.700		33.000	0	0
5	mobil	1	100.000.000	100.000.000	10	10.000.000	1.000.000											110.000.000	9	90000000
6	keranjang pelastik kecil	5	20.000	100.000	1	100.000	1.000	101.000	102.000	103.000	104.000	105.000	106.000	107.000	108.000	109.000		110.000	0	0
7	keranjang pelastik besar	5	30.000	150.000	1	150.000	1.500	151.500	153.000	154.500	156.000	157.500	159.000	160.500	162.000	163.500		165.000	0	0
8	talenan	5	10.000	50.000	1	50.000	500	50.500	51.000	51.500	52.000	52.500	53.000	53.500	54.000	54.500		55.000	0	0
9	pisau	10	7.500	75.000	1	75.000	750	75.750	76.500	77.250	78.000	78.750	79.500	80.250	81.000	81.750		82.500	0	0
10	timbangan	1	300.000	300.000	5	60.000	3.000					315.000						330.000	4	240000
11	baskom besar	5	20.000	100.000	1	100.000	1.000	101.000	102.000	103.000	104.000	105.000	106.000	107.000	108.000	109.000		110.000	0	0
12	baskom sedang	5	15.000	75.000	1	75.000	750	75.750	76.500	77.250	78.000	78.750	79.500	80.250	81.000	81.750		82.500	0	0
13	kompur gas	2	500.000	1.000.000	3	333.333	10.000			1.030.000			1.060.000			1.090.000			2	666666,6667
14	tabung LPG	1	135.000	135.000	3	45.000	1.350			139.050			143.100			147.150			2	90000
15	wajan	3	50.000	150.000	3	50.000	1.500			154.500			159.000			163.500			2	100000
16	selang kompor	2	200.000	400.000	3	133.333	4.000			412.000			424.000			436.000			2	266666,6667
17	mixer	1	500.000	500.000	5	100.000	5.000					525.000						550.000	4	400000
18	apron/celemek	6	25.000	150.000	1	150.000	1.500	151.500	153.000	154.500	156.000	157.500	159.000	160.500	162.000	163.500		165.000	0	0
19	sarung tangan	5	12.000	60.000	1	60.000	600	60.600	61.200	61.800	62.400	63.000	63.600	64.200	64.800	65.400		66.000	0	0
20	timbangan digital	1	300.000	300.000	5	60.000	3.000					315.000						330.000	4	240000
21	spatula	3	13.000	39.000	1	39.000	390	39.390	39.780	40.170	40.560	40.950	41.340	41.730	41.730	42.510		42.900	0	0
22	peniris	3	10.000	30.000	1	30.000	300	30.300	30.600	30.900	31.200	31.500	31.800	32.100	32.400	32.700		33.000	0	0
21	baskom stainlesssteel	2	35.000	70.000	3	23.333	700			72.100			74.200			76.300			2	46666,66667
	Jumlah			111.714.000		12.514.000	1.116.440	867.590	876.180	2.692.420	893.360	2.581.950	2.770.840	919.130	927.330	2.849.260		120.954.900		99.300.000

Lampiran 6. Penambahan Investasi/ Reinvestasi

NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		216.250.000	231.711.875	248.279.274	266.031.242	285.052.476	305.433.728	327.272.240	350.672.205	375.745.267	402.611.054
	Nilai Sisa											99.300.000
	Gross Benefit(A)		216.250.000	231.711.875	248.279.274	266.031.242	285.052.476	305.433.728	327.272.240	350.672.205	375.745.267	501.911.054
	PVGB		201.162.791	200.507.842	199.855.026	199.204.335	198.555.763	197.909.302	197.264.946	196.622.688	195.982.521	243.524.196
	Jumlah PVGB											2.030.589.411
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	111.714.000										
	Penambahan Investasi		867.590	876.180	2.692.420	893.360	2.581.950	2.770.840	919.130	927.330	2.849.260	120.954.900
	Biaya Operasional		193.136.000	206.945.224	221.741.808	237.596.347	254.584.486	272.787.276	292.291.667	313.190.414	335.583.528	359.577.750
	Gross Cost (B)	111.714.000	194.003.590	207.821.404	224.434.228	238.489.707	257.166.436	275.558.116	293.210.697	314.117.744	338.432.788	480.532.650
	PVGC	111.714.000	180.468.456	179.834.638	180.660.704	178.581.219	179.131.501	178.551.055	176.734.184	176.126.520	176.520.949	233.151.524
	Jumlah PVGC											1.951.474.751
	Net Benefit (A-B)	-111.714.000	22.246.410	23.890.471	23.845.047	27.541.535	27.886.040	29.875.612	34.061.543	36.554.461	37.312.479	21.378.404
	PVNB	-111.714.000	20.694.335	20.673.204	19.194.322	20.623.116	19.424.262	19.358.247	20.530.762	20.496.168	19.461.573	10.372.672
iii	NPV	79.114.660	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	1,71	> 1 (layak)									
v	IRR	20%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	5,02	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 7.1 Analisis Perencanaan Strategis (Normal)

benefit turun 7 %		dari	216.250.000		menjadi	201.112.500							7%
NO	URAIAN	TAHUN KE											
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49	
i	Inflow (Benefit)												
	Hasil Penjualan		201.112.500	215.492.044	230.899.725	247.409.055	265.098.803	284.053.367	304.363.183	326.125.150	349.443.099	374.428.280	
	Nilai Sisa											99.300.000	
	Gross Benefit(A)		201.112.500	215.492.044	230.899.725	247.409.055	265.098.803	284.053.367	304.363.183	326.125.150	349.443.099	473.728.280	
	PVGB		187.081.395	186.472.293	185.865.174	185.260.032	184.656.859	184.055.651	183.456.400	182.859.100	182.263.745	229.850.085	
	Jumlah PVGB											1.891.820.735	
ii	Outflow(Cost)												
	Investasi Awal	111.714.000											
	Penambahan Investasi		867.590	876.180	2.692.420	893.360	2.581.950	2.770.840	919.130	927.330	2.849.260	120.954.900	
	Biaya Operasional		193.136.000	206.945.224	221.741.808	237.596.347	254.584.486	272.787.276	292.291.567	313.190.414	335.583.528	359.577.750	
	Gross Cost (B)	111.714.000	194.003.590	207.821.404	224.434.228	238.489.707	257.166.436	275.558.116	293.210.697	314.117.744	338.432.788	480.532.650	
	PVGC	111.714.000	180.468.456	179.834.638	180.660.704	178.581.219	179.131.501	178.551.055	176.734.184	176.126.520	176.520.949	233.151.524	
	Jumlah PVGC											1.951.474.751	
	Net Benefit (A-B)	-111.714.000	7.108.910	7.670.640	6.465.497	8.919.348	7.932.367	8.495.251	11.152.486	12.007.407	11.010.311	-6.804.370	
	PVNB	-111.714.000	6.612.940	6.637.655	5.204.470	6.678.813	5.525.359	5.504.596	6.722.216	6.732.580	5.742.796	-3.301.439	
iii	NPV	-59.654.016	> 0 (layak)										
iv	Net B/C	0,47	> 1 (layak)										
v	IRR	-8%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)										
vi	PP	15,71	lama waktu pengembalian Investasi										

## Lampiran 8. Sensitivitas

## Lampiran 8.1 Benefit turun 7 %

BIAYA NAIK 8 %		Dari	193.136.000 menjadi	208.586.880	8%							
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		216.250.000	232.468.750	249.090.266	266.900.220	285.983.585	306.431.412	328.341.258	351.817.658	376.972.620	403.926.162
	Nilai Sisa											99.300.000
	Gross Benefit(A)		216.250.000	232.468.750	249.090.266	266.900.220	285.983.585	306.431.412	328.341.258	351.817.658	376.972.620	503.226.162
	PVGB		201.162.791	201.162.791	200.507.842	199.855.026	199.204.335	198.555.763	197.909.302	197.264.946	196.622.688	244.162.279
	Jumlah PVGB											2.036.407.763
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	111.714.000										
	Penambahan Investasi		867.590	876.180	2.692.420	893.360	2.581.950	2.770.840	919.130	927.330	2.849.260	120.954.900
	Biaya Operasional		208.586.880	223.500.842	239.481.152	256.604.054	274.951.244	294.610.258	315.674.892	338.245.647	362.430.210	388.343.970
	Gross Cost (B)	111.714.000	209.454.470	224.377.022	242.173.572	257.497.414	277.533.194	297.381.098	316.594.022	339.172.977	365.279.470	509.298.870
	PVGC	111.714.000	194.841.367	194.160.755	194.940.177	192.814.200	193.318.142	192.691.508	190.828.598	190.175.045	190.523.735	247.108.720
	Jumlah PVGC											2.093.116.247
	Net Benefit (A-B)	-111.714.000	6.795.530	8.091.728	6.916.694	9.402.805	8.450.391	9.050.313	11.747.236	12.644.681	11.693.150	-6.072.708
	PVNB	-111.714.000	6.321.423	7.002.036	5.567.666	7.040.825	5.886.193	5.864.255	7.080.704	7.089.901	6.098.954	-2.946.441
iii	NPV	-56.708.485	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,49	> 1 (layak)									
v	IRR	-6%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	16,44	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 8.2 Biaya Naik 8%

biaya naik		5% dari	193.136.000	menjadi	202.792.800	5%						
benefit turun		5% dari	216.250.000	menjadi	205.437.500	5%						
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflo (Benefit)											
	Hasil Penjualan		205.437.500	220.899.375	236.693.680	253.617.278	271.750.914	291.181.104	312.000.553	334.308.593	358.211.657	383.823.791
	Nilai Sisa											99.300.000
	Gross Benefit(A)		205.437.500	220.899.375	236.693.680	253.617.278	271.750.914	291.181.104	312.000.553	334.308.593	358.211.657	483.123.791
	PVGB		191.104.651	191.151.433	190.529.080	189.908.752	189.290.445	188.674.150	188.059.862	187.447.575	186.837.280	234.408.730
	Jumlah PVGB											1.937.411.959
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	111.714.000										
	Penambahan Investasi		867.590	876.180	2.692.420	893.360	2.581.950	2.770.840	919.130	927.330	2.849.260	120.954.900
	Biaya Operasional		202.792.800	217.292.485	232.828.898	249.476.164	267.313.710	286.426.640	306.906.145	328.849.934	352.362.704	377.556.638
	Gross Cost (B)	111.714.000	203.660.390	218.168.665	235.521.318	250.369.524	269.895.660	289.197.480	307.825.275	329.777.264	355.211.964	498.511.538
	PVGC	111.714.000	189.451.526	188.788.461	189.585.374	187.476.832	187.998.152	187.388.838	185.543.193	184.906.849	185.272.690	241.874.771
	Jumlah PVGC											2.040.000.686
	Net Benefit (A-B)	-111.714.000	1.777.110	2.730.710	1.172.362	3.247.754	1.855.254	1.983.624	4.175.278	4.531.329	2.999.693	-15.387.747
	PVNB	-111.714.000	1.653.126	2.362.972	943.706	2.431.920	1.292.293	1.285.312	2.516.669	2.540.726	1.564.590	-7.466.042
iii	NPV	-102.588.727	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,08	> 1 (layak)									
v	IRR	-9%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	62,86	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 8.3 Biaya naik 5% dan benefit turun 5%

Lampiran 9 Dokumentasi



Gambar 16. Kunjungan dan pembelian produk oleh club sepeda PT. Telkom Surabaya



Gambar 17. Proses handling sebelum mengirim pesanan produk lele crispy  
dibeberapa customer di jakarta, surabaya



Gambar 18. Kunjungan dari kepala BPSDM Gambar 19. pelatihan budidaya dan pengolahan



Gambar 19. Mini Bazar gemar ikan yang diadakan oleh walikota surabaya di Taman Bungkul Surabaya



Gambar 20. Bazar di wisuda APS



Gambar 21. Lomba masak ibu PKK



Gambar 22. Acara Indonesian Agricultur di jakarta





Gambar 23. Proses Produksi

