

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN PRODUK IKAN
BANDENG (*Chanos chanos*) PADA UD. MINA MAKMUR KECAMATAN
GAYAMSARI KOTA SEMARANG JAWA TENGAH**

SKRIPSI

Oleh:

**NINDI SAFITRIANI
NIM. 155080401111027**



**PROGR STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN PRODUK IKAN
BANDENG (*Chanos chanos*) PADA UD. MINA MAKMUR KECAMATAN
GAYAMSARI KOTA SEMARANG JAWA TENGAH**

SKRIPSI

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

Oleh :

**NINDI SAFITRIANI
NIM. 155080401111027**



**PROGR STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019**

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN PRODUK IKAN BANDENG (*Chanos chanos*) PADA UD. MINA MAKMUR KECAMATAN GAYAMSARI KOTA SEMARANG JAWA TENGAH

Oleh :
NINDI SAFITRIANI
NIM. 155080401111027

telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 3 Mei 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Dosen Pembimbing I

Menyetujui
Dosen Pembimbing II,

Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP
NIP. 19630511 198802 1 001
Tanggal : 14 MAY 2019

Mochammad Fattah, S. Pi, M. Si
NIP. 201506 860513 1 001
Tanggal : 14 MAY 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK,



Dr. Ir. Edi Susilo, MS
NIP. 19591205 198503 1 003
Tanggal : 14 MAY 2019



IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGOLAHAN PRODUK IKAN
BANDENG (*Chanos chanos*) PADA UD. MINA MAKMUR
KECAMATAN GAYAMSARI KOTA SEMARANG JAWA TENGAH**

Nama Mahasiswa : NINDI SAFITRIANI

NIM : 155080401111027

Progr Studi : Agrobisnis Perikanan

PENGUJI PEMBIMBING:

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP

Pembimbing 2 : Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si

PENGUJI BUKAN PEMBIMBING:

Dosen Penguji 1 : Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS

Dosen Penguji 2 : Lina Asmara Wati, S.Pi., M.P., M.BA

Tanggal Ujian : 3 Mei 2019

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan kali ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan laporan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan laporan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS dan Lina Asmara Wati, S.Pi, M.P, M.BA selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan perbaikan laporan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Ke dua orang tua penulis, Bapak Sulasmin dan Ibu Samsiyah serta keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan doa, dukungan dan semangat yang luar biasa bagi penulis.
5. Adik tersayang Stevi dan sahabat tersayang Novanda Erwan Saputra yang selalu setia mendoakan penulis dan memberikan semangat, semoga sukses untuk kedepannya.
6. Ibu Hartini Darmono sebagai Kepala UD Mina Makmur yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan penelitian skripsi, membimbing selama kegiatan ini, memberikan arahan, informasi serta motivasi pada penulis.
7. Teman - teman Asisten Praktikum Manajemen Penelitian Sosial, Evaluasi Proyek Perikanan, Ekonomi Perikanan dan Manajemen Industri Perikanan dan keluarga HH-41 Griya Shanta Inside yang selalu memberikan dukungan semangat tanpa pamrih.

8. Teman – teman seperjuangan Progr Studi Agrobisnis Perikanan 2015 untuk semua dukungannya.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Malang, 3 Mei 2019

Penulis
(Nindi Safitriani)



RINGKASAN

NINDI SAFITRIANI. Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Produk Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) Pada UD. Mina Makmur Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. (Prof. Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP dan Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si)

Sektor kelautan dan perikanan menjadi salah satu sumber bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu upaya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi wilayah, perlu ada suatu wilayah andalan yang berorientasi untuk mengembangkan potensi daerah masing – masing. Salah satu daerah yang menopang perekonomian pulau Jawa adalah Jawa Tengah terutama di Kota Semarang. Salah satu produk perikanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah ikan bandeng karena memiliki rasa cukup enak dan gurih serta harga juga terjangkau oleh segala lapisan masyarakat di Indonesia dan kaya akan gizi. Ikan bandeng juga memiliki kelemahan yaitu daging ikan bandeng yang berbau lumpur serta duri - duri bandeng yang tidak mudah dibersihkan sehingga dibutuhkan suatu upaya penangan dalam pemanfaatan ikan bandeng yaitu dengan mengolah ikan bandeng menjadi produk yang memiliki nilai tambah.

Pengolahan ikan di Indonesia sebagian besar merupakan pengolahan tradisional, karena pengolahan modern memerlukan persyaratan yang sulit dipenuhi oleh perikanan skala kecil. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengolahan tradisional masih mempunyai prospek untuk dikembangkan mengingat UKM memiliki peranan penting bagi masyarakat di tengah krisis ekonomi. Dengan memupuk UKM diyakini akan dapat dicapai pemulihan ekonomi. Hal serupa juga berlaku pada sektor modern dan tradisional, karena itu lebih mudah dimasuki oleh pelaku - pelaku usaha yang baru sehingga dibutuhkan sebuah strategi untuk mampu mengembangkan sebuah usaha yang mampu bersaing di era modern ini

Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Mengetahui profil usaha pada UD. Mina Makmur Kecamatan Gayamsari. (2) Menganalisis kelayakan usaha dari kondisi finansial dan non finansial pada UD. Mina Makmur. (3) Menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada UD. Mina Makmur. (4) Menemukan alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha pengolahan produk ikan bandeng UD. Mina Makmur melalui metode kombinasi AHP dan SWOT.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan metode kualitatif. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan yaitu metode analisis SWOT dan AHP. SWOT digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi kemudian di olah dengan analisis AHP untuk menentukan prioritas strategi dalam mencapai strategi pengembangan usaha. Pengolahan data dalam metode AHP ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi *Microsoft Office Excel* dan *Expert Choice V.11*.

UD. Mina Makmur merupakan usaha pengolahan produk ikan bandeng yang di dirikan oleh Ibu Hartini Darmono pada tahun 1980. Pada aspek teknis terdiri dari bahan baku produksi, sarana dan prasarana usaha serta proses produksi pengolahan ikan bandeng dimana secara keseluruhan sudah berjalan

dengan baik dan kualitas bahan baku dan fasilitas sudah berstandar SNI. Pada aspek manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan sudah cukup baik dalam menjalankan per masing – masing tugas. Pada aspek pemasaran usaha ini sudah memiliki sasaran pasar sendiri yang standar sudah pada level instansi dan luar negeri. Pada aspek finansial usaha ini dikatakan layak secara jangka pendek dan jangka panjang. Pada aspek hukum UD. Mina Makmur memiliki surat-surat perizinan usaha yaitu dalam bentuk NPWP, HACCP, TDP, PIRT, Halal MUI, SIUP, NPWP, SKP, HAKI, SNI. Pada aspek sosial usaha ini membantu kaum wanita pada daerah Kel. Tambakrejo untuk mencari nafkah dan memperluas relasi. Kemudian usaha ini memiliki nilai zakat. Pada aspek lingkungan usaha ini terdapat 2 jenis limbah, yaitu limbah cair dan limbah padat dan belum memiliki IPAL yang khusus. Pada aspek kelembagaan, usaha ini memiliki kerja sama dengan masyarakat dan beberapa instansi daerah serta dijadikan sebagai Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) yang bisa diikuti oleh umum berupa kegiatan pelatihan, studi banding, bimbingan dan permagangan.

Hasil analisis SWOT terdapat 16 alternatif strategi dimana seluruh strategi tersebut diambil dalam pemilihan strategi pengembangan usaha tanpa menggunakan diagram SWOT. Pada strategi SO (*Strength – Opportunities*) terdiri dari strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM, memaksimalkan pelayanan konsumen, memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi, menjadi sponsor kegiatan. Pada strategi WO (*Weakness – Opportunities*) terdiri dari strategi memberikan pelatihan kepada karyawan, menambah fasilitas penunjang produksi, meningkatkan promosi secara intensif dan menambah cabang usaha. Pada strategi ST (*Strength – Threats*) terdiri dari strategi menjaga kualitas produk, melakukan inovasi produk, menambah target pasar dan menjaga kerja sama dan relasi. Pada strategi WT (*Weakness – Threats*) terdiri dari strategi pengadaan perbaikan sarana dan prasarana untuk memenuhi kelancaran usaha, menambah saluran distribusi, menjaga loyalitas pelanggan dan memaksimalkan penggunaan sosial media.

Analisis AHP diperoleh prioritas utama yaitu pada faktor pasar. Prioritas strategi dalam mencapai *goal* secara berurutan yaitu strategi memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi, menambah target pasar, meningkatkan promosi secara intensif, melakukan inovasi produk, memaksimalkan pelayanan konsumen, menjaga kualitas produk, memberikan pelatihan kepada karyawan, memaksimalkan penggunaan sosial media, menambah fasilitas penunjang produksi, menambah saluran distribusi, menjaga loyalitas, mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM, menjaga kerja sama dan relasi, menambah cabang, pengadaan sarana dan prasarana dan menjadi sponsor kegiatan. Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan hasil analisis *combine* dikatakan konsisten karena hasil konsistensi < 0,1 atau 10%.

Saran untuk pihak UD. Mina Makmur yaitu memperbaiki beberapa sarana penunjang produksi seperti IPAL dan fasilitas air. Peneliti menyarankan agar perbaikan ini bisa dilakukan dengan sistem eko-efisiensi agar mengurangi dampak lingkungan per unit yang diproduksi dan dikonsumsi dan terbentuk pelayanan yang baik untuk perkembangan usaha ini. Selain itu, menambah SDM atau tenaga kerja dengan memperhatikan kualitas SDM agar usaha ini mampu terdorong lebih baik lagi dalam hal kualitas tenaga kerja. Peneliti menyarankan memperbaiki pola rekrutmen kerja agar menghasilkan kualitas tenaga kerja yang unggul mengingat usaha ini sudah berstandar SNI.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Produk Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) Pada UD. Mina Makmur Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. Skripsi dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya.

Atas terselesaikan laporan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Selain itu penulis berharap semoga penulisan laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Malang, 3 Mei 2019

Penulis

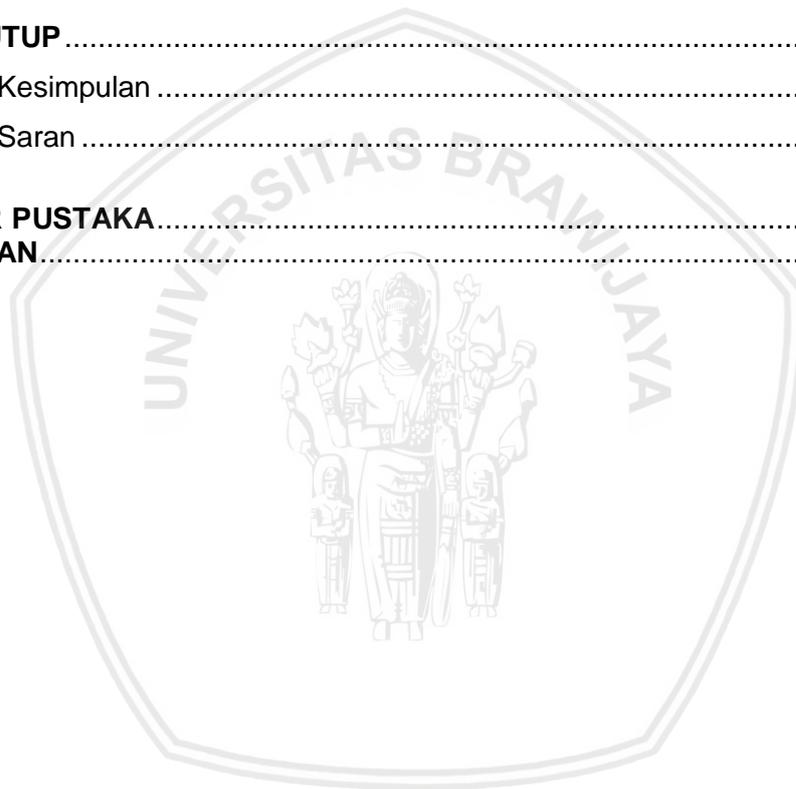
(Nindi Safitriani)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
IDENTITAS TIM PENGUJI	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
RINGKASAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
1. PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Perumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan.....	23
1.4 Kegunaan.....	23
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Strategi	25
2.3 Pengembangan Usaha.....	26
2.4 Faktor – Faktor Pengembangan Usaha.....	26
2.5 Klasifikasi Ikan Bandeng	29
2.6 Jenis Olahan Ikan Bandeng	33
2.7 Kelayakan Usaha	34
2.7.1 Aspek Teknis.....	34
2.7.2 Aspek Manajemen.....	35
2.7.3 Aspek Pemasaran	35
2.7.4 Aspek Finansial	36
2.7.5 Aspek Hukum	41
2.7.6 Aspek Sosial.....	41
2.7.7 Aspek Lingkungan	41
2.7.8 Aspek Kelembagaan.....	42
2.8 Analisis SWOT.....	42
2.9 Analisis AHP	42
2.10 Kerangka Pemikiran.....	44

3. METODE PENELITIAN	47
3.1 Tempat dan Waktu.....	47
3.2 Jenis Penelitian.....	47
3.3 Subyek Penelitian.....	48
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Observasi.....	49
3.5.2 Wawancara.....	50
3.5.3 Dokumentasi.....	50
3.5.4 Kuesioner.....	51
3.6 Analisis Data.....	51
3.6.1 Analisis Kualitatif.....	52
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	60
3.7 Operasionalisasi Konsep.....	68
3.8 Analisis SWOT.....	70
3.9 AHP (<i>Analysis Hierarki Process</i>).....	75
4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	78
4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian.....	78
4.2 Letak Geografis dan Keadaan Topografis Kelurahan Tambakrejo.....	78
4.3 Keadaan Penduduk kelurahan Tambakrejo.....	79
5. HASIL DAN PEMBAHASAN	81
5.1 Analisis Kelayakan Usaha.....	81
5.1.1 Aspek Teknis.....	82
5.1.2 Aspek Manajemen.....	99
5.1.3 Aspek Pemasaran.....	104
5.1.4 Aspek Finansial.....	109
5.1.5 Aspek Hukum.....	115
5.1.6 Aspek Sosial.....	116
5.1.7 Aspek Lingkungan.....	117
5.1.8 Aspek Kelembagaan.....	118
5.2 Analisis SWOT.....	119
5.2.1 Analisis Lingkungan Internal.....	120

5.2.2	Analisis Lingkungan Eksternal	129
5.3	Perumusan Strategi Pengembangan Usaha dengan AHP	140
5.3.1	Struktur Hierarki Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur	140
5.3.2	Hasil Pengolahan AHP menggunakan <i>Expert Choice</i>	144
5.3.3	Hasil Pembobotan <i>Combine</i> Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur	181
5.3.4	Analisis Sensitivitas Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur	188
5.4	Implikasi Penelitian	191
6.	PENUTUP	194
6.1	Kesimpulan	194
6.2	Saran	195
	DAFTAR PUSTAKA	197
	LAMPIRAN	203



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. PDRB Jawa Tengah	19
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. Kriteria Narasumber / Informan Ahli	48
Tabel 4. Analisis Data yang Digunakan	52
Tabel 5. Aspek Teknis	53
Tabel 6. Aspek Manajemen	57
Tabel 7. Aspek Pemasaran.....	58
Tabel 8. Aspek Hukum	58
Tabel 9. Aspek Sosial.....	59
Tabel 10. Aspek Lingkungan.....	59
Tabel 11. Aspek Kelembagaan	60
Tabel 12. Permodalan.....	61
Tabel 13. Biaya.....	61
Tabel 14. Penerimaan.....	62
Tabel 15. <i>R/C Ratio</i>	63
Tabel 16. Keuntungan.....	63
Tabel 17. Rentabilitas	64
Tabel 18. <i>Break Even Point</i> (BEP)	65
Tabel 19. <i>Net Present Value</i> (NPV)	65
Tabel 20. <i>Net Benefit Cost Ratio</i> (Net B/C)	66
Tabel 21. <i>Internal Rate of Return</i> (IRR)	67
Tabel 22. Payback Period (PP).....	67
Tabel 23. Analisis Sensitivitas.....	68
Tabel 24. Variabel dan Indikator Faktor Internal.....	68
Tabel 25. Variabel dan Indikator Faktor Eksternal.....	69
Tabel 26. Faktor Penentu dalam Strategi Pengembangan.....	69
Tabel 27. Aktor yang Terlibat dalam Strategi Pengembangan	69
Tabel 28. IFAS.....	72
Tabel 29. EFAS	74
Tabel 30. Matrik SWOT	75
Tabel 31. Nilai Skala Pembandingan Berpasangan	77
Tabel 32. Pembagian Kelurahan Tambakrejo	79
Tabel 33. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin	79
Tabel 34. Mata Pencaharian Penduduk Kelurahan Tambakrejo	80
Tabel 35. Tingkat Pendidikan Penduduk Kelurahan Tambakrejo	80
Tabel 36. Kepercayaan di Kelurahan Tambakrejo	80
Tabel 37. Sarana UD. Mina Makmur	85
Tabel 38. Hasil Analisis Sensitivitas UD. Mina Makmur	114
Tabel 39. Faktor Internal UD. Mina Makmur	120
Tabel 40. Kriteria Pembobotan dan <i>Rating</i> Pada Faktor Kekuatan	121
Tabel 41. Kriteria Pembobotan dan <i>Rating</i> Pada Faktor Kelemahan	125
Tabel 42. Matriks IFAS UD. Mina Makmur	129
Tabel 43. Faktor Eksternal UD. Mina Makmur.....	130
Tabel 44. Kriteria Pembobotan dan <i>Rating</i> Pada Faktor Peluang	131

Tabel 45. Kriteria Pembobotan dan *Rating* Pada Faktor Ancaman 135
Tabel 46. Matrik EFAS UD. Mina Makmur 138
Tabel 47. Matrik SWOT 139



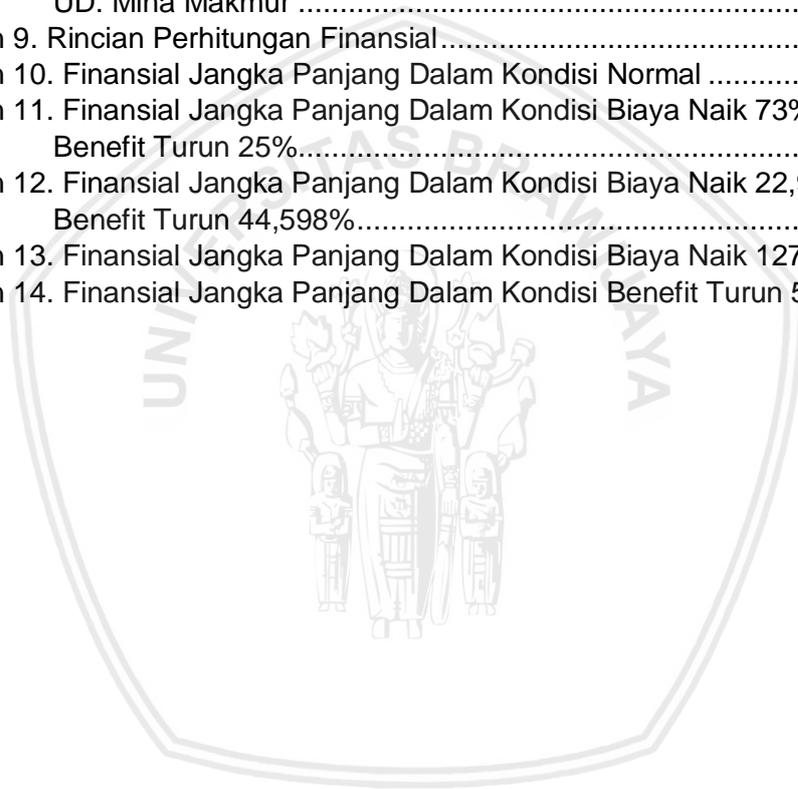
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Ikan bandeng (<i>Chanos chanos</i>)	29
Gambar 2. Nutrisi Proksimat Ikan Bandeng	30
Gambar 3. Nutrisi Mineral Ikan Bandeng	31
Gambar 4. Kandungan Vitamin Ikan Bandeng	31
Gambar 5. Kandungan Lemak Ikan Bandeng	32
Gambar 6. Kandungan Asam Amino Ikan Bandeng	32
Gambar 7. Kerangka Berpikir Penelitian	46
Gambar 8. Logo UD. Mina Makmur	81
Gambar 9. Alat Transportasi Sepeda Motor	89
Gambar 10. Alat Transportasi Mobil	90
Gambar 11. Listrik UD. Mina Makmur	90
Gambar 12. Ruang Produksi	91
Gambar 13. Ruang Kantor	91
Gambar 14. Ruang Karyawan UD. Mina Makmur	91
Gambar 15. Outlet UD. Mina Makmur	92
Gambar 16. Kondisi Jalan	92
Gambar 17. Penerimaan Bahan Baku Ikan Bandeng	94
Gambar 18. Pencucian dan Penyiangan Ikan	95
Gambar 19. Pelumuran Bumbu Bandeng Presto	95
Gambar 20. Pemasakan Bandeng Presto	96
Gambar 21. Bumbu Pepes Bandeng	96
Gambar 22. Pemasakan dan Pemanggangan Pepes Bandeng	96
Gambar 23. Bahan-bahan Otak - otak Bandeng	97
Gambar 24. Pengisian Daging Otak - otak Bandeng	97
Gambar 25. Penirisan dan Pendinginan Olahan Bandeng	98
Gambar 26. Dus Kemasan Olahan Bandeng	98
Gambar 27. Pemasaran Olahan Ikan Bandeng	99
Gambar 28. Bagan Organisasi UD. Mina Makmur	101
Gambar 29. Produk Basah Bandeng Presto, Otak – otak dan Pepes Bandeng	105
Gambar 30. Produk Goreng Otak - otak, Bandeng Presto dan Pepes Bakar ...	105
Gambar 31. Produk Bandeng Presto <i>Vacuum</i>	106
Gambar 32. Saluran Pemasaran 1	108
Gambar 33. Saluran Pemasaran 2	108
Gambar 34. Aspek Hukum	116
Gambar 35. Aspek Sosial UD. Mina Makmur	117
Gambar 36. Keadaan selokan (IPAL) UD. Mina Makmur	118
Gambar 37. Keadaan Jalan Akses Menuju UD. Mina Makmur	118
Gambar 38. Pelatihan UD. Mina Makmur	119
Gambar 39. Struktur Hirarki model AHP UD. Mina Makmur	141
Gambar 40. Hasil Pengolahan AHP Dengan Goal	144
Gambar 41. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM	145
Gambar 42. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Pimpinan	147
Gambar 43. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pimpinan, Produksi	147

Gambar 44. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pimpinan, Pasar	148
Gambar 45. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi.....	150
Gambar 46. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi, Produksi.....	150
Gambar 47. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi, Pasar	151
Gambar 48. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah	152
Gambar 49. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah, Produksi.....	153
Gambar 50. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah, Pasar	154
Gambar 51. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran	155
Gambar 52. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran, Produksi.....	156
Gambar 53. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran, Pasar	157
Gambar 54. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi.....	158
Gambar 55. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pimpinan	159
Gambar 56. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi. Pimpinan dan Produksi	159
Gambar 57. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pimpinan dan Pasar ..	160
Gambar 58. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Produksi	162
Gambar 59. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Produksi dan Produksi	162
Gambar 60. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Produksi dan Pasar ...	163
Gambar 61. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemerintah	164
Gambar 62. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi ,Pemerintah dan Produksi	165
Gambar 63. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi , Pemerintah dan Pasar.....	166
Gambar 64. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemasaran.....	168
Gambar 65. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pemasaran dan Produksi	168
Gambar 66. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pemasaran dan Pasar	169
Gambar 67. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar	170
Gambar 68. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pimpinan	171
Gambar 69. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pimpinan dan Produksi....	171
Gambar 70. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pimpinan dan Pasar	172
Gambar 71. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, dan Produksi	173
Gambar 72. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Produksi dan Produksi.....	173
Gambar 73. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Produksi dan Pasar	175
Gambar 74. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, dan Pemerintah	176
Gambar 75. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemerintah dan Produksi	176
Gambar 76. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemerintah dan Pasar	177
Gambar 77. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pemasaran	179
Gambar 78. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemasaran dan Produksi	179
Gambar 79. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemasaran dan Pasar	180
Gambar 80. Combine Instance – Synthesis	181
Gambar 81. Sensitivitas AHP	189

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Kota Semarang.....	203
Lampiran 2. Denah Kecamatan Gayamsari	204
Lampiran 3. Dokumentasi	205
Lampiran 4. Denah UD. Mina Makmur	206
Lampiran 6. Rincian Modal Tetap dan Re-Investasi UD. Mina Makmur.....	207
Lampiran 7. Rincian Modal Lancar UD. Mina Makmur	209
Lampiran 8. Rincian Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Modal Kerja UD. Mina Makmur	210
Lampiran 9. Rincian Perhitungan Finansial	211
Lampiran 10. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Normal	214
Lampiran 11. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 73% dan Benefit Turun 25%.....	215
Lampiran 12. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 22,9% dan Benefit Turun 44,598%.....	216
Lampiran 13. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 127,9%	217
Lampiran 14. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Benefit Turun 57,77%	218



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (١٨)

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. Al-Hasyr 18).

Berdasarkan ayat Al-Hasyr 18, kita dapat melakukan perubahan suatu pandangan (perspektif) dan cara penalaran (kerangka pikir) untuk menangkap dan melihat sesuatu. Termasuk di dalamnya adalah berpikir dan berpandangan alternatif serta mengkaji serta mengembangkan ide-ide, rencana kerja, atau strategi yang telah dibuat dari berbagai perspektif untuk mengantisipasi masa depan yang lebih baik.

Sektor kelautan dan perikanan menjadi salah satu sumber bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini terjadi dengan daya dukung berupa kapasitas suplai yang besar dengan dukungan permintaan yang terus meningkat. *Output* sektor kelautan dan perikanan berupa ikan dan usaha pengolahan perikanan dapat diekspor, pada sisi lain input berasal dari sumber daya domestik. Potensi industri hulu dan hilir yang besar, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain hal tersebut, produk sektor kelautan dan perikanan memiliki sifat dapat diperbaharui, sehingga mendukung bagi pembangunan berkelanjutan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2016).

Salah satu upaya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi wilayah, perlu ada suatu wilayah andalan yang berorientasi untuk mengembangkan potensi daerah masing - masing. Wilayah andalan merupakan suatu wilayah yang ditetapkan sebagai penggerak utama perekonomian wilayah, yang memiliki

kriteria sebagai wilayah yang cepat tumbuh dibandingkan lokasi lain dalam suatu provinsi atau Kabupaten/kota, memiliki sektor basis dan memiliki keterkaitan ekonomi dengan daerah sekitar (Handayani, Purnomo, & Ike, 2017).

Indonesia memiliki beberapa daerah yang tingkat pendapatan memberikan kontribusi cukup besar terhadap pendapatan nasional. Perekonomian pulau Jawa mempunyai kontribusi yang sangat penting bagi perekonomian nasional. Salah satu daerah yang menopang perekonomian pulau Jawa adalah Jawa Tengah. Untuk mengetahui seberapa besar Provinsi Jawa Tengah mempengaruhi kemajuan perekonomian Indonesia dengan melihat perkembangan nilai Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) 17 sektor.

Tabel 1. PDRB Jawa Tengah

Uraian	2012	2013	2014	2015
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	106.536	108.832	107.793	113.825
Pertambangan dan Penggalian	13.745	14.594	15.542	16.099
Industri Pengolahan	241.528	254.694	271.561	284.100
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	547	549	567	577
Konstruksi	70.034	73.465	76.681	81.286
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	101.058	105.825	110.809	115.432
Transportasi dan Pergudangan	20.871	22.760	24.802	26.762
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	20.871	21.812	23.465	25.129
Informasi dan Komunikasi	24.690	26.663	30.130	33.001
Jasa Keuangan dan Asuransi	18.588	19.311	20.115	21.745
Real Estate	11.934	12.853	13.776	14.822
Jasa Perusahaan	2.087	2.340	2.534	2.780
Administrasi Pemerintah Pertahanan dan Kejaminan Sosial Wajib	20.373	20.912	21.075	22.194
Jasa Pendidikan	22.760	24.930	27.466	29.410
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4.959	5.312	5.907	6.324
Jasa Lainnya	10.055	10.983	11.917	12.300
Produk Domestik Regional Bruto	691.343	726.655	764.992	806.609

(Handayani, Purnomo, & Ike, 2017)

Dari tabel 1 dapat diketahui produk domestik regional bruto Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2012 sampai dengan 2015 selalu mengalami perkembangan setiap sektor. Tabel 1 pada tahun 2015, tertinggi adalah sektor industri pengolahan sebesar Rp 284.100.055,43 di ikuti sektor Pertanian,

Kehutanan dan Perikanan sebesar Rp 113.825.916,62 serta diikuti sektor lain. Maka dari hal berikut dapat diambil kesimpulan bahwa Jawa Tengah sangat berpotensi untuk dikembangkan usaha di bidang pengolahan terutama pada sektor perikanan (Handayani, Purnomo, & Ike, 2017).

Jawa Tengah sangat terkenal akan UKM pengolahan ikan bandeng. Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi. Gerak sektor UKM sangat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lain (Ardhi, 2008).

Potensi UKM di Indonesia dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah terhadap usaha - usaha kecil termasuk usaha-usaha rumah tangga atau mikro. Hasil survei menunjukkan usaha mikro pada tahun 2000 dengan jumlah total penjualan (*turn over*) setahun yang kurang dari Rp 1 milyar meliputi 99,9% dari total usaha - usaha yang bergerak di Indonesia. Sedangkan usaha - usaha menengah berupa usaha - usaha dengan total penjualan tahunan yang berkisar antara Rp 1 Milyar dan Rp 50 Milyar meliputi hanya 0,14% dari jumlah total usaha. Potensi UKM sebagai keseluruhan meliputi 99,9% dari jumlah total usaha yang bergerak di Indonesia (Cahyati, Mulyanti, & Setyawasih, 2011).

Salah satu produk perikanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah ikan bandeng. Ikan bandeng merupakan suatu komoditas perikanan yang memiliki rasa cukup enak dan gurih sehingga banyak digemari masyarakat serta harga juga terjangkau oleh segala lapisan masyarakat di Indonesia. Kandungan gizi yang ada pada ikan bandeng pun berbeda. Untuk bandeng tambak memiliki kandungan kadar air 8,49%, abu 5,09%, lemak 15,42%, protein 67,19%, serat

kasar 1,31%, nitrogen bebas 2,50% dan kalori 4.945,98 cal/gr. Ikan bandeng termasuk jenis ikan ekonomis penting karena permintaan pasokan domestik yang cukup tinggi disamping kandungan gizi yang tinggi (Vatria, 2010).

Ikan bandeng juga memiliki kelemahan yaitu daging ikan bandeng yang berbau lumpur serta duri - duri bandeng yang tidak mudah dibersihkan. Hal ini menyebabkan bandeng kurang praktis untuk dikonsumsi terutama oleh anak-anak dan golongan usia lanjut. Untuk itu dibutuhkan suatu upaya penanganan dalam pemanfaatan ikan bandeng dengan mengolah ikan bandeng menjadi produk yang memiliki nilai tambah sehingga dapat mengatasi masalah tersebut.

Beberapa cara dalam pengawetan dan pengolahan ikan bandeng yang bertujuan untuk mengatasi kelemahan dalam mengkonsumsi ikan bandeng, adalah melakukan pengasapan, pengeringan, presto, pendinginan dan penggaraman. Proses pengolahan ikan merupakan bagian penting dalam mata rantai industri perikanan, karena dengan proses pengolahan, produksi perikanan dapat dimanfaatkan dengan lebih baik. Kegiatan pengolahan di Indonesia masih tergolong pengolahan ikan tradisional dan dilakukan pada skala industri rumah tangga atau Usaha Kecil dan Menengah (Ardhi, 2008).

Pengolahan ikan di Indonesia sebagian besar merupakan pengolahan tradisional, karena pengolahan modern memerlukan persyaratan yang sulit dipenuhi oleh perikanan skala kecil, yaitu pasokan bahan baku yang bermutu tinggi dalam jenis dan ukuran yang seragam, dalam jumlah yang cukup banyak sesuai dengan jumlah industri. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengolahan tradisional masih mempunyai prospek untuk dikembangkan. Prospek ini didukung oleh masih tersedia sumberdaya ikan di pusat produksi, tinggi permintaan di tingkat konsumsi, teknologi sederhana, serta banyak industri pengolahan tradisional. UKM memiliki peranan penting bagi masyarakat di tengah krisis ekonomi. Dengan

memupuk UKM diyakini akan dapat dicapai pemulihan ekonomi. Hal serupa juga berlaku pada sektor informal dan tradisional, karena itu lebih mudah dimasuki oleh pelaku-pelaku usaha yang baru sehingga dibutuhkan sebuah strategi untuk mampu mengembangkan sebuah usaha yang mampu bersaing di era modern ini (Rakhmawati, Marwanti, & Setyowati, 2018).

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan pada usaha pengolahan produk ikan bandeng UD. Mina Makmur di Jl. Purwosari IV No. 17 RT 05 RW 03 Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. Dimana kita dapat memilih suatu rencana strategis untuk memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi serta dapat memajukan usaha tersebut sehingga mendorong Kecamatan Gayamsari Kota Semarang untuk memperkuat struktur ekonomi lokal berbasis pada pengolahan.

1.2 Perumusan Masalah

Strategi pengembangan dalam suatu usaha sangat penting dilakukan dan pelaku usaha dapat memilih strategi mana yang akan digunakan untuk memajukan usaha tersebut. Adapun permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kelayakan usaha dari kondisi non finansial dan finansial di UD. Mina Makmur ?
2. Bagaimana faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada UD. Mina Makmur ?
3. Bagaimana alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha pada UD. Mina Makmur melalui metode kombinasi SWOT dan AHP ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis beberapa hal sebagai berikut:

1. Kelayakan usaha dari kondisi non finansial dan finansial pada UD. Mina Makmur.
2. Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada UD. Mina Makmur.
3. Alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha pengolahan pada UD. Mina Makmur melalui metode kombinasi SWOT dan AHP.

1.4 Kegunaan

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan sebagai bahan informasi bagi :

1. Lembaga Akademis (Perguruan Tinggi dan Mahasiswa)

Sebagai sarana informasi keilmuan untuk menambah wawasan pengetahuan dan ketrampilan dalam bidang manajemen khususnya manajemen produksi serta sebagai referensi yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Peserta Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) UD. Mina Makmur

Sebagai sarana informasi untuk pengusaha dalam proses produksi agar lebih efisien dan efektif guna meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta sebagai sarana kerja sama antara instansi perusahaan dengan perguruan tinggi terkait.

3. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan pembuatan kebijakan yang terkait dengan masalah manajemen produksi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian – penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelum penelitian ini dilaksanakan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Kesimpulan
1	(Yandi, 2016)	Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Udang Vanname (<i>Litopenaus vannamei</i>) di Tambak Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Probolinggo, Jawa Timur	Analisis yang digunakan adalah analisis keuangan jangka pendek dan jangka panjang, matrik SWOT dan matrik IFAS dan EFAS. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha ini berada pada kuadran I yang artinya usaha berada pada posisi agresif. Strategi yang disarankan yaitu strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kuantitas serta kualitas produksi melalui penggunaan teknologi modern dengan memanfaatkan potensi pasar yang ada tanpa mengesampingkan penyerapan bantuan pemerintah dan tetap menjalin hubungan baik dengan masyarakat
2	(Zumroh, 2014)	Penggunaan Analisis SWOT dan AHP Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus : WL Alumunium)	Analisis data yang digunakan yaitu analisis matriks internal - eksternal SWOT dan AHP. Hasil menunjukkan bahwa hasil matriks internal pada analisis SWOT, WL Berdasarkan hasil AHP yaitu terdapat pada alternatif strategi "C" dengan nilai akhir paling besar dan menempati peringkat ke 1 dengan nilai sebesar 0,185 yaitu menjaga kepercayaan dengan para konsumen dengan cara pengiriman produk ke konsumen tepat waktu, mengganti produk yang cacat (ketika pengiriman) dengan produk yang sama, memberikan diskon harga bagi pelanggan tetap.

Lanjutan Tabel 2.

No.	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Kesimpulan
3	(Putri, Astuti, & Atica, 2014)	Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus restoran Big Burger Malang).	Penelitian ini menggunakan analisis secara kualitatif dan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dan QSPM. Hasil yang diperoleh bahwa prioritas strategi yang bisa diterapkan oleh Restoran Big Burger adalah meningkatkan mutu dan menjaga kehalalan pangan. Strategi ini bertujuan untuk menjaga dan mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap kualitas produk Big Burger.
4	(Evalia, 2015)	Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren	Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT dan AHP. Berdasarkan hasil SWOT diperoleh IFE sebesar 2,462 dan EFE sebesar 2,298. Ini berarti bahwa banyak peluang yang belum dimanfaatkan dengan baik. Prioritas berdasarkan AHP yaitu teknologi, dengan pelaku yang bertugas adalah pemerintah sebagai fasilitator yang akan di prioritaskan untuk diversifikasi produk turunan aren.

2.2 Strategi

Strategi secara bahasa berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikan. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam

perumusan perlu mempertimbangkan faktor - faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (Meysiana, 2010).

2.3 Pengembangan Usaha

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan menekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja (Hariandja, 2002).

Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara (Harmaizar, 2003).

Pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.4 Faktor – Faktor Pengembangan Usaha

Beberapa faktor dalam pengembangan usaha terdiri dari kepemimpinan, permodalan, pembinaan, mitra kerja, pelanggan, lingkungan lokasi, daya saing, pemasaran, dan sumberdaya manusia yang dijelaskan sebagai berikut (Meysiana, 2010) :

a. Kepimpinanan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan suatu usaha. Kepimpinanan merupakan proses atau rangkaian

kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Kepimpinan juga dapat dikatakan sebagai proses pengarahan pembimbingan, penggerakan dan evaluasi yang diselenggarakan oleh pimpinan dalam mengembangkan seluruh usaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

b. Permodalan

Modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha. Dimana modal sangat berperan dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan.

c. Pembinaan

Pembinaan merupakan tuntutan, bantuan dan pertolongan kepada individu atau kelompok orang agar dapat menyesuaikan diri dengan baik untuk mencapai kesejahteraan dan mempertahankan hidup untuk mencapai tingkat efektivitas tenaga kerja yang baik maka perlu adanya pembinaan dari seorang pimpinan perusahaan sehingga apa yang menjadi tujuan perusaah tercapai.

d. Mitra Kerja

Mitra kerja merupakan suatu bentuk kerja sama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Terjadinya mitra kerja dikarenakan adanya keinginan dalam mencapai tujuan bersama, dengan adanya mitra kerja ini usaha menengah diharapkan hidup sejajar dengan usaha-usaha besar.

e. Pelanggan

Pelanggan merupakan faktor yang menentukan dalam suatu usaha dengan tetap mempertahankan pelanggan bahkan meningkatkan itu. Kita akan memiliki keunggulan tersendiri sebab pelanggan merupakan konsumen utama dari suatu usaha ketimbangan dengan konsumen pasar secara umum. Untuk mempertahankan pelanggan maka seorang pimpinan usaha harus mampu mengambil kebijaksanaan yang tidak mengikat usaha serta pelanggan.

f. Lingkungan Lokasi

Faktor pendukung lainnya adalah lokasi usaha yang terletak di tempat strategis yakni dekat para pelanggan. Hal ini sangat memudahkan para pelanggan untuk datang ke lokasi tempat usaha, sehingga produk yang dihasilkan akan mendapatkan perhatian dari konsumen.

g. Daya Saing

Pada saat kualitas produksi cukup dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat dan cepat berubah. Oleh sebab itu perusahaan harus mengetahui kondisi pasar, konsumen dan selalu melihat permintaan konsumen. Dalam persaingan pemasaran harus dapat mempengaruhi calon pembeli dengan cara promosi, namun promosi tidak mengetahui perkembangan pasar dan permintaan konsumen. Karena hal itu perusahaan harus memusatkan perhatian kepada konsumen dan kondisi pasar.

h. Pemasaran

Marketing memegang peranan penting yang memperluas usaha, dimana pemasaran merupakan hasil kerja dari seluruh rangkaian kegiatan usaha yang berhubungan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkan. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan usaha untuk menciptakan suatu produk guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

i. Sumber Daya Manusia

Keadaan sumber daya manusia pada pembahasan ini lebih difokuskan kepada kualitas tenaga kerja (karyawan), dimana tenaga kerja merupakan faktor yang turut mempengaruhi tinggi rendah suatu pendapatan dari usaha yang dijalankan, keberhasilan suatu usaha juga didukung oleh faktor kemauan /

motifasi, karyawan yang sangat tinggi untuk melaksanakan tugas dalam menghasilkan produk

2.5 Klasifikasi Ikan Bandeng

Ikan bandeng merupakan suatu komoditas perikanan yang memiliki rasa cukup enak dan gurih sehingga banyak digemari masyarakat. Selain itu, harga juga terjangkau oleh segala lapisan masyarakat. Ikan bandeng digolongkan sebagai ikan berprotein tinggi dan berkadar lemak rendah. Adapun klasifikasi ikan bandeng (*Chanos chanos Forsk*) adalah sebagai berikut (Susanto, 2010):

Kingdom	: Animalia
Phylum	: Chordata
Sub phylum	: Vertebrata
Class	: Pisces
Sub class	: Teleostei
Ordo	: Malacopterygii
Family	: Chanidae
Genus	: <i>Chanos</i>
Species	: <i>Chanos chanos</i> Forsk



Gambar 1. Ikan bandeng (*Chanos chanos*)
(Susanto, 2010)

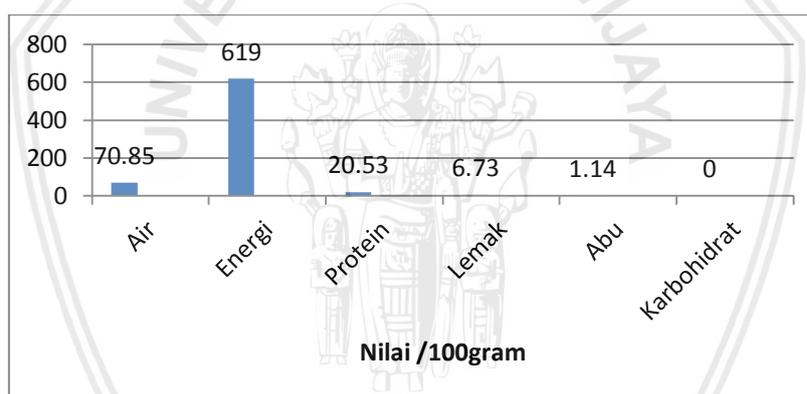
Ikan Bandeng mempunyai ciri-ciri seperti badan memanjang, padat, kepala tanpa sisik, mulut kecil terletak di depan mata. Mata diselaputi oleh selaput bening (*subcutaneous*). Sirip punggung terletak jauh di belakang tutup insang dan dengan rumus jari-jari D. 14 - 16, sirip dada (*pectoral fin*) mempunyai rumus jari-jari P. 16 -17, sirip perut (*ventrial fin*) mempunyai rumus jari-jari V. 11 - 12; sirip anus (*anal fin*) terletak jauh di belakang sirip punggung dekat dengan anus

dengan rumus jari - jari A. 10 – 11, sirip ekor (*caudal fin*) berlekuk simetris dengan rumus jari-jari C. 19 (Susanto, 2010).

Bandeng mempunyai daerah hidup yang luas, dapat ditemukan di kawasan tropik hingga sub - tropik (*Indo – Pacific - Ocean*). Bandeng juga ditemukan hingga Laut Merah, sepanjang pantai *Africa* dan Asia Timur pada perairan *Pacific* hingga di kawasan selatan *Australia, New Zealand, Japan, Hawaii* dan *Mexico* (Nurhidayani, 2012)

Ikan bandeng (*Chanos chanos* Forsk) mempunyai nutrisi yang lengkap, terdiri dari proksimat, mineral lemak dan asam amino yang bermanfaat bagi pemenuhan nutrisi manusia yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

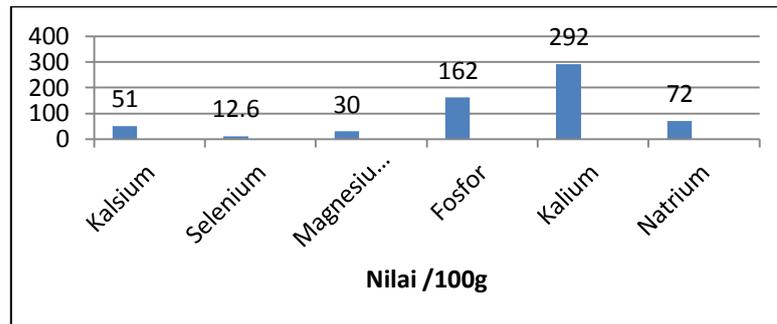
Gambar 2. Nutrisi Proksimat Ikan Bandeng



(Nurhidayani, 2012)

Ikan bandeng pada nutrisi proksimat memiliki kandungan air, energi, protein, lemak, abu, dan karbohidrat. Kadar air sebesar 70,85 gr, energi 619 kJ, protein 20,53 gr, lemak 6,73 gr , abu 1,14 dan karbohidrat 0 gr. Dari kadar tertinggi nutrisi proksimat ikan bandeng adalah energi sebesar 619 KJ, dan kadar terendah adalah karbohidrat 0 gr.

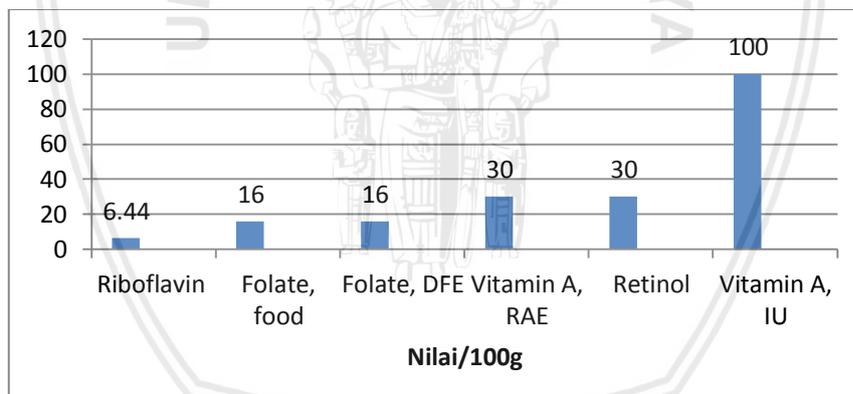
Gambar 3. Nutrisi Mineral Ikan Bandeng



(Nurhidayani, 2012)

Ikan bandeng pada nutrisi mineral memiliki kandungan kalsium, selenium, magnesium, fosfor, kalium, dan natrium. Kadar kalsium sebesar 51 mg, selenium 12,6 mcg, magnesium 30 mg, fosfor 162 mg, kalium 292 mg dan natrium 72 mg. Dari kadar tertinggi nutrisi mineral ikan bandeng adalah kalium sebesar 292 mg, dan kadar terendah adalah selenium 12,6 mcg.

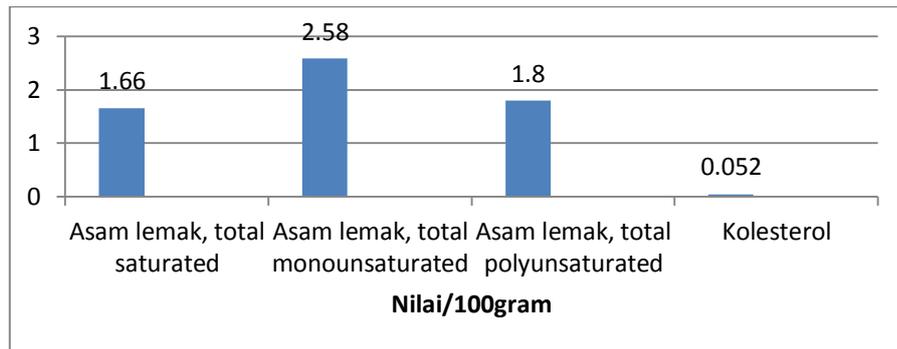
Gambar 4. Kandungan Vitamin Ikan Bandeng



(Nurhidayani, 2012)

Nutrisi vitamin memiliki kandungan *niacin*, *folate,food* ; *folate*, DFE ; Vitamin A, RAE ; dan Vitamin A, IU. Kadar *niacin* sebesar 6,44 mg, *folate,food* 16 mcg, *folate*, DFE 16 mcg_DFE, vitamin A, RAE 30 mcg_RAE, retinol 30 mcg, dan vitamin A, IU 100 IU. Dari kadar tertinggi nutrisi vitamin ikan bandeng adalah vitamin A, IU sebesar 100 IU, dan kadar terendah adalah niacin 6,44 mg.

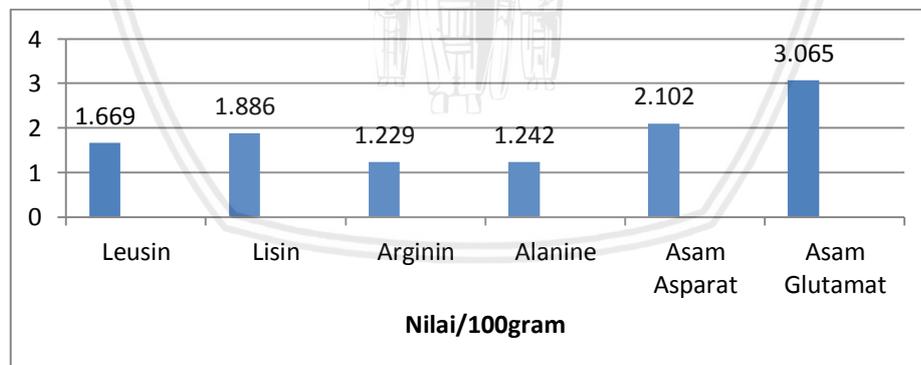
Gambar 5. Kandungan Lemak Ikan Bandeng



(Nurhidayani, 2012)

Ikan bandeng pada nutrisi lemak memiliki kandungan asam lemak, total *saturated*, asam lemak, total *monounsaturated*, asam lemak, total *polyunsaturated* dan kolesterol. Kadar asam lemak, total *saturated* 1,66 gr, asam lemak, total *monounsaturated* 2,58 gr, asam lemak, total *polyunsaturated* 1,84 gr dan kolesterol 0,052 gr. Dari kadar tertinggi nutrisi lemak ikan bandeng adalah asam lemak. Total *monounsaturated* sebesar 2,58 gr, dan kadar terendah adalah kolesterol 0,052 gr.

Gambar 6. Kandungan Asam Amino Ikan Bandeng



(Nurhidayani, 2012)

Nutrisi asam amino memiliki kandungan *aleusin*, *lisin*, *arginin*, *alanine*, asam aspartat dan asam glutamat. Kadar *aleusin* sebesar 1,669 gr, *lisin* 1,886 gr, *arginin* 1,229 gr, *alanine* 1,242 gr, asam aspartat 2,102 gr dan asam glutamat 3,065 gr. Dari kadar tertinggi nutrisi asam amino ikan bandeng adalah asam glutamat sebesar 3,065 gr, dan kadar terendah adalah *alanine* 1,242 gr (Susanto, 2010).

2.6 Jenis Olahan Ikan Bandeng

Beberapa jenis olahan ikan bandeng antara lain bandeng presto, otak – otak bandeng dan pepes bandeng yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Bandeng Presto

Salah satu hasil olahan ikan bandeng adalah bandeng duri lunak. Mempunyai ciri hampir sama dengan pindang bandeng, dengan kelebihan yakni tulang, duri dari ekor hingga kepala cukup lunak, sehingga dapat dimakan tanpa menimbulkan gangguan duri pada mulut. Bandeng presto / duri lunak adalah produk olahan hasil perikanan dengan bahan baku ikan utuh yang mengalami perlakuan sebagai berikut: penerimaan bahan baku, sortasi, penyiangan, pencucian, perendaman, pembungkusan, pengukusan, pendinginan, pengepakan, pengemasan, penandaan, dan penyimpanan (SNI No: 4106.1-2009).

Pengolahan bandeng duri lunak dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu secara tradisional dan modern. Pada pengolahan bandeng duri lunak secara tradisional, wadah yang digunakan untuk memasak berupa drum yang dimodifikasi atau dandang berukuran besar. Pengolahan bandeng duri lunak secara tradisional dilakukan dengan menggunakan prinsip pemindangan. Secara modern, pengolahan bandeng duri lunak menggunakan *autoclave* untuk memasak. Prinsip penggunaan *autoclave* pada pemasakan bandeng duri lunak adalah dengan cara menggunakan tekanan tinggi, sekitar 1 atm. Dengan tekanan yang tinggi proses pemasakan bandeng duri lunak dengan *autoclave* akan lebih cepat matang dengan lama sekitar 2 jam dan tulang ikan dapat segera lunak daripada menggunakan drum atau dandang (Susanto, 2010).

b. Otak - otak Bandeng

Otak - otak bandeng adalah bandeng yang sudah dibersihkan kulit dan jeroan kemudian dibelah tengah, lalu dipresto hingga empuk dan ditambah daging / bumbu kemudian digoreng. Otak – otak adalah makanan khas dari Indonesia

yang terbuat dari ikan dibungkus oleh daun pisang dan dipanggang. Otak - otak terbuat dari ikan tenggiri, bandeng, santan, sagu, bumbu, dan gula. Penyebaran otak – otak hampir di seluruh Indonesia. Masalah yang timbul pada pengolahan bandeng adalah kualitas baik dari daya awet, sanitasi, dan *hygiene* yang tepat guna untuk meningkatkan kualitas. Oleh karena itu melalui IPTEK kepada masyarakat (IbM) akan diusahakan memperbaiki proses pengolahan ikan bandeng khusus otak - otak bandeng (Primyastanto & Firdaus, 2011).

c. Pepes Bandeng

Pepes adalah pengolahan ikan dengan cara menambahkan berbagai jenis bumbu dan memasak dengan cara mengukus, sedangkan pengeringan adalah mengolah dengan cara membuat makanan menjadi kering dengan kadar air yang serendah mungkin dengan cara dijemur, dan dipanaskan. Pengolahan makanan dengan cara dipepes menjadikan makanan, terutama ikan, menjadi lebih kaya rasa. Namun pengolahan ikan dengan cara ini tidak menjadikan ikan dapat bertahan lebih lama dari pada ikan yang dikeringkan (Utami, 2012).

2.7 Kelayakan Usaha

Beberapa aspek dalam kelayakan usaha terdiri dari aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, aspek lingkungan, aspek sosial dan aspek kelembagaan yang dijelaskan sebagai berikut:

2.7.1 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkenaan dengan pengoperasian dan proses pembangunan proyek secara teknis setelah proyek atau bisnis tersebut selesai dibangun atau didirikan. Berdasarkan analisis ini pula dapat diketahui rancangan awal penaksiran biaya investasi termasuk *startup cost* atau pra - operasional proyek yang akan dilaksanakan (Subagyo, 2007).

2.7.2 Aspek Manajemen

Aspek manajemen terdapat beberapa fungsi sebagai bagian dari proses manajemen dalam proses pelaksanaan kegiatan (Hariandja, 2002), antara lain:

1. *Planning* (Perencanaan)

Fungsi ini merupakan kegiatan untuk menentukan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi ini merupakan penentuan sumber daya dan kegiatan - kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.

3. *Actuating* (Pergerakan)

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

4. *Controlling* (Pengawasan)

Fungsi ini merupakan penerapan cara dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah ditetapkan.

2.7.3 Aspek Pemasaran

Analisis aspek pasar merupakan tahap penting setelah mengidentifikasi peluang usaha dan merupakan tahap awal studi kelayakan, sehingga dimungkinkan untuk memulai studi kelayakan yang lebih rinci pada aspek finansial. Analisis pasar dapat dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan mengidentifikasi, memisahkan dan membuat deskripsi pasar. Selain itu, analisis pasar dapat juga dilakukan dengan cara kuantitatif, seperti menghitung besar perkiraan penjualan produk satu tahun mendatang (Sari, 2014).

2.7.4 Aspek Finansial

Aspek finansial menyangkut masalah perbandingan antara biaya dan manfaat atau hasil usaha yang dapat diperoleh dari usaha tersebut. Aspek finansial bertujuan menganalisis kegiatan ekonomi yang berlangsung, mulai dari biaya investasi yang terdiri dari biaya pra operasi, biaya investasi dalam aktiva tetap, hingga modal kerja (Nugroho, Bakar, & Fitri, 2014).

Aspek finansial dibagi menjadi analisis jangka pendek dan jangka panjang. Adapun yang termasuk dalam jangka pendek yaitu permodalan, biaya produksi, penerimaan, *R/C Ratio*, keuntungan, rentabilitas, dan titik impas (*BEP/ Break Even Point*). Sedangkan dalam jangka panjang terdapat *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan analisis sensitivitas. Dikatakan jangka pendek jika suatu usaha berjalan kurang dari 5 tahun, sedangkan dapat disebut jangka panjang jika suatu usaha telah berjalan 5 tahun hingga lebih. Adapun yang termasuk aspek finansial dalam jangka pendek adalah sebagai berikut:

a. Permodalan

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecil modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal dari luar yaitu dari lembaga lembaga kredit (Purwanti, 2012).

b. Biaya Produksi

Biaya total (*total cost*) merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total atau *total cost* (TC) adalah jumlah seluruh biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan sejumlah produk dalam suatu periode tertentu. Biaya total terdiri atas biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel (*variable cost*) adalah perubahan pada biaya total yang

dihubungkan dengan volume atau *output*. Contoh yang lazim biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan, biaya tetap (*fixed cost*) adalah bagian dari biaya total yang tidak berubah meskipun jumlah penggerak biaya berubah dalam rentang waktu yang relevan. Biaya tetap total dari biaya variabel per unit diharapkan tetap kurang lebih konstan dalam rentang waktu yang relevan. Biaya tetap meliputi biaya tidak langsung terutama biaya - biaya fasilitas (depresiasi atau sewa, asuransi, pajak bangunan pabrik dan lain-lain), gaji penyedia produksi, dan biaya pendukung produksi (Utomo, 2009).

c. Penerimaan

Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual produk. Penerimaan total ialah nilai produksi secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi. Pendapatan bersih merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya atau total biaya (Panjaitan, Satria, & Hasman, 2014).

d. R/C Ratio

Analisis *Revenue Cost Ratio* (*R/C Ratio*) merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan tersebut. Penggunaan *R/C Ratio* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil yang diperoleh dari usaha menguntungkan dalam periode tertentu. Kriteria dari *R/C Ratio* adalah apabila nilai *R/C Ratio* > 1 maka usaha menguntungkan, apabila nilai *R/C Ratio* $= 1$ maka usaha impas, dan apabila nilai *R/C Ratio* < 1 , maka usaha rugi (Effendi & Oktariza, 2006).

e. Keuntungan

Laba bersih merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak. Laba bersih (*net income*) merupakan selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya - biaya kerugian. Laba bersih perusahaan merupakan hasil dari pendapatan perusahaan yang telah diterima bersama-sama dengan menanggung kewajiban atas segala biaya yang terangkum

dalam laporan laba / rugi pada suatu periode. Dengan demikian laba bersih menjadi sisa kelebihan dana akhir dalam laporan laba / rugi (Wowor, 2014).

Membersihkan harta / *benefit* yang didapat maka perlu dikeluarkann zakat sebesar 2,5% dari *benefit* yang diperoleh. Zakat dalam konsep finansial tidak menambah besar total biaya. Hal ini berbeda dengan konsep pajak. Besarnya pajak selain PPH, hal ini disebabkan ke dua macam pajak tersebut dibayarkan berdasarkan keuntungan kotor produsen dan PPN dibebankan pada konsumen. Hal ini mengakibatkan jumlah *fixed cost* dari suatu proyek usaha meningkat. Zakat dibedakan atas *Earning Before Zakat* dan *Earning After Zakat* (Primyastanto, 2015).

f. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan modal yang dipergunakan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Rentabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Artarina & Gregorius, 2013).

Ada dua cara penilaian rentabilitas yaitu apa yang sering disebut rentabilitas ekonomi dan rentabilitas modal sendiri. Rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase. Rentabilitas modal sendiri atau sering disebut dengan rentabilitas usaha adalah perbandingan antara jumlah laba yang tersedia bagi pemilik modal sendiri disatu pihak dengan jumlah modal sendiri yang menghasilkan laba tersebut dilain pihak. Laba yang diperhitungkan untuk menghitung rentabilitas usaha adalah laba usaha setelah dikurangi dengan bunga modal asing dan pajak perseroan (Riyanto, 1995).

g. Break Even Point (BEP)

Analisis sensitivitas merupakan analisis yang berkaitan dengan perubahan parameter untuk melihat berapa besar perubahan dapat ditolerir sebelum solusi optimum mulai kehilangan optimalitas. Salah satu metode yang digunakan dalam analisis sensitivitas adalah *Break Even Point*. BEP dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan di dalam operasi tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian (Darmaseptana, Dally, Alex, & Kurniawan, 2016).

Break Even Point (BEP) dilihat dari aspek pemasaran merupakan volume penjualan dimana total penghasilan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan dalam posisi tidak untung maupun tidak rugi sehingga harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah total tetap tidak berubah dalam range output tertentu, tetapi untuk setiap satuan produksi akan berubah - ubah sesuai dengan perubahan produksi. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah total akan naik turun sebanding dengan hasil produksi, tetapi untuk setiap satuan produksi akan tetap.

Adapun aspek finansial dalam jangka panjang terdiri dari *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan analisis sensitivitas yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Net Present Value (NPV)

Net Present Value NPV merupakan selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah di *present value* kan. Apabila hasil NPV > 0, maka usulan - usulan proyek dapat diterima. Namun apabila NPV < 0, maka usulan proyek tidak diterima. Sedangkan nilai NPV = 0, maka perusahaan tersebut dalam keadaan *Break Even Point* (Afiyah, Abidatul, & Dwiatmanto, 2015).

b. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Net Benefit Cost Ratio adalah perbandingan dan jumlah *present value net benefit* (PVBN) yang bernilai positif dengan PVBN yang bernilai negatif. Jika nilai

net B/C > 1 maka gagasan usaha atau proyek tersebut layak untuk dikerjakan. Jika lebih kecil atau < 1 maka usaha tersebut tidak layak untuk dikerjakan. Sedangkan net B/C = 1 berarti *cash in flows* sama dengan *cash out flow*, dalam *present value* disebut *break even point* (titik impas) yaitu *total cost* sama dengan *total revenue* (Primyastanto M. , 2016).

c. Internal Rate of Return (IRR)

Internal rate of return (IRR) adalah tingkat penghasilan atau biasa disebut dengan *investment rate* (*yield rate*) yang menggambarkan tingkat keuntungan dari proyek atau investasi dalam persen (%). Hasil perhitungan IRR apabila menunjukkan nilai IRR lebih besar dari *rate of return* yang ditentukan maka usulan proyek diterima, dan apabila nilai IRR lebih kecil daripada *rate of return* yang ditentukan maka usulan proyek ditolak (Afiyah, Abidatul, & Dwiatmanto, 2015).

d. Payback Period (PP)

Metode *payback period* digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi dapat kembali. Satuan yang digunakan bukan persentase melainkan satuan waktu seperti bulan, tahun, dan sebagainya. Jika periode pengembalian lebih pendek daripada yang diisyaratkan, maka proyek tersebut dikatakan menguntungkan. Namun, jika lebih lama proyek akan ditolak (Husnan, 2000).

e. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan resiko kerugian dengan menurunkan dan atau meningkatkan biaya dan atau pendapatan dari suatu usaha. Sehingga dapat diketahui tingkat sensitivitas atau kepekaan usaha terhadap perubahan biaya dan atau pendapatan. Dengan analisis sensitivitas ini diharapkan mengetahui seberapa jauh tingkat kepekaan arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing - masing variabel (Primyastanto M. , 2016).

2.7.5 Aspek Hukum

Aspek hukum bertujuan untuk melaksanakan penelitian tentang keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen yang ada pada proyek usaha diperusahaan tertentu. Proses meneliti ini sangat dibutuhkan mengingat sebelum proyek usaha tersebut dilaksanakan, maka segala prosedur yang terkait dengan perizinan atau berbagai persyaratan harus sudah dipenuhi terlebih dahulu. Bagi badan hukum suatu proyek usaha yang akan dilakukan juga perlu mempersiapkan beberapa hal diantara lain yang berhubungan dengan aspek hukum seperti badan hukum yang dipilih dari proyek usaha pada perusahaan tertentu (Primyastanto M. , 2016).

2.7.6 Aspek Sosial

Usaha yang dijalankan akan memberikan dampak positif dan negatif, yang mana dampak tersebut akan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, baik bagi pengusaha itu sendiri, pemerintah ataupun masyarakat luas. Dalam aspek sosial, dampak positif yang diberikan dengan adanya investasi lebih ditekankan kepada masyarakat khusus dan pemerintah umum (Primyastanto M. , 2016).

2.7.7 Aspek Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Sudah tentu telaah yang dilakukan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan jika suatu investasi dilakukan, baik dampak positif maupun yang berdampak negatif. Dampak yang timbul ada yang langsung mempengaruhi pada saat kegiatan usaha/proyek dilakukan sekarang atau baru terlihat beberapa waktu kemudian di masa yang akan datang. Dampak lingkungan hidup yang telah terjadi adalah berubah suatu lingkungan dari bentuk asli seperti perubahan fisik kimia, biologi atau sosial. Perubahan lingkungan ini jika tidak diantisipasi dari awal akan merusak tatanan yang sudah ada, baik terhadap fauna, flora, maupun manusia itu sendiri (Jakfar & Khasmir, 2003).

2.7.8 Aspek Kelembagaan

Kelembagaan sosial merupakan terjemahan langsung dari istilah *social - institution*. Akan tetapi ada yang menggunakan istilah pranata sosial untuk istilah *social-institution* tersebut, yang menunjuk pada unsur - unsur yang mengatur perilaku warga masyarakat. Kelembagaan sosial adalah suatu kompleks atau sistem peraturan - peraturan dan adat istiadat yang mempertahankan nilai - nilai yang penting dan kelembagaan itu pula memiliki tujuan untuk mengatur antar hubungan yang diadakan untuk memenuhi kebutuhan manusia (Nasdian, 2015).

2.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*streght*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi keempat faktor - faktor tersebut dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor - faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Faktor - faktor strategis perusahaan disusun dalam matriks SWOT yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi (Amenda & Nurmala, 2013).

2.9 Analisis AHP

Analytic Hierarchy Process (AHP) adalah salah satu bentuk model pengambilan keputusan yang pada dasarnya berusaha menutupi kekurangan dari model pengambilan keputusan yang lain. Alat analisis ini membantu para

pembuat keputusan untuk mengidentifikasi dan sekaligus membuat prioritas berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, pengetahuan yang dimiliki dan pengalaman yang mereka miliki untuk masing-masing masalah yang dihadapi. Kelebihan model AHP dibandingkan model pengambilan keputusan lain terletak pada kemampuan AHP untuk memecahkan masalah yang *multiobjectives* dan *multicriterias* (Amenda & Nurmala, 2013).

Metode AHP adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian - bagian, menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hirarki, memberi nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang penting tiap variabel dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel yang mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Metode AHP ini membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstruktur suatu hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat (Amenda & Nurmala, 2013).

Beberapa prinsip yang harus dipahami dalam menyelesaikan permasalahan dengan AHP sebagai berikut :

1. *Decomption* (membuat hierarki). Sistem yang kompleks bisa dipahami dengan memecahkan menjadi elemen-elemen yang lebih kecil dan mudah dipahami.

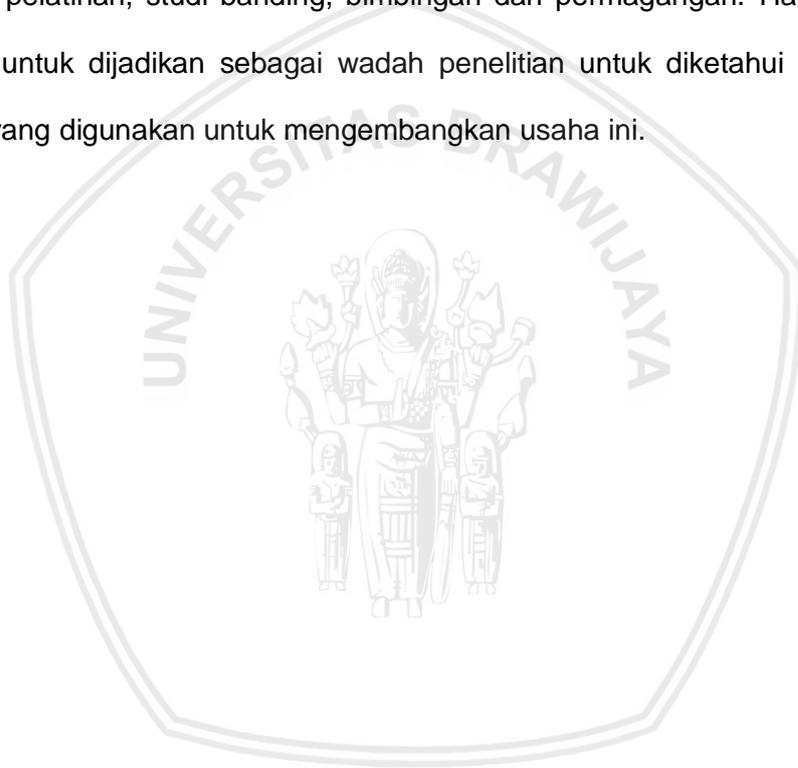
2. *Comparative judgment* (penilaian kriteria dan alternatif). Kriteria dan alternatif dilakukan dengan perbandingan berpasangan. Untuk berbagai persoalan, skala 1 sampai 9 adalah skala terbaik untuk mengekspresikan pendapat.
3. *Synthesis of priority* (menentukan prioritas). Menentukan prioritas dari elemenelemen kriteria dapat dipandang sebagai bobot / kontribusi elemen tersebut terhadap tujuan pengambilan keputusan. Prioritas ini ditentukan berdasarkan pandangan para pakar dan pihak - pihak yang berkepentingan terhadap pengambilan keputusan, baik secara langsung (diskusi) maupun secara tidak langsung (kuisisioner).
4. *Logical Consistency* (konsistensi logis). Konsistensi memiliki dua makna. Pertama, objek - objek yang serupa bisa dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi. Ke dua, menyangkut tingkat hubungan antarobjek yang didasarkan pada kriteria tertentu.

2.10 Kerangka Pemikiran

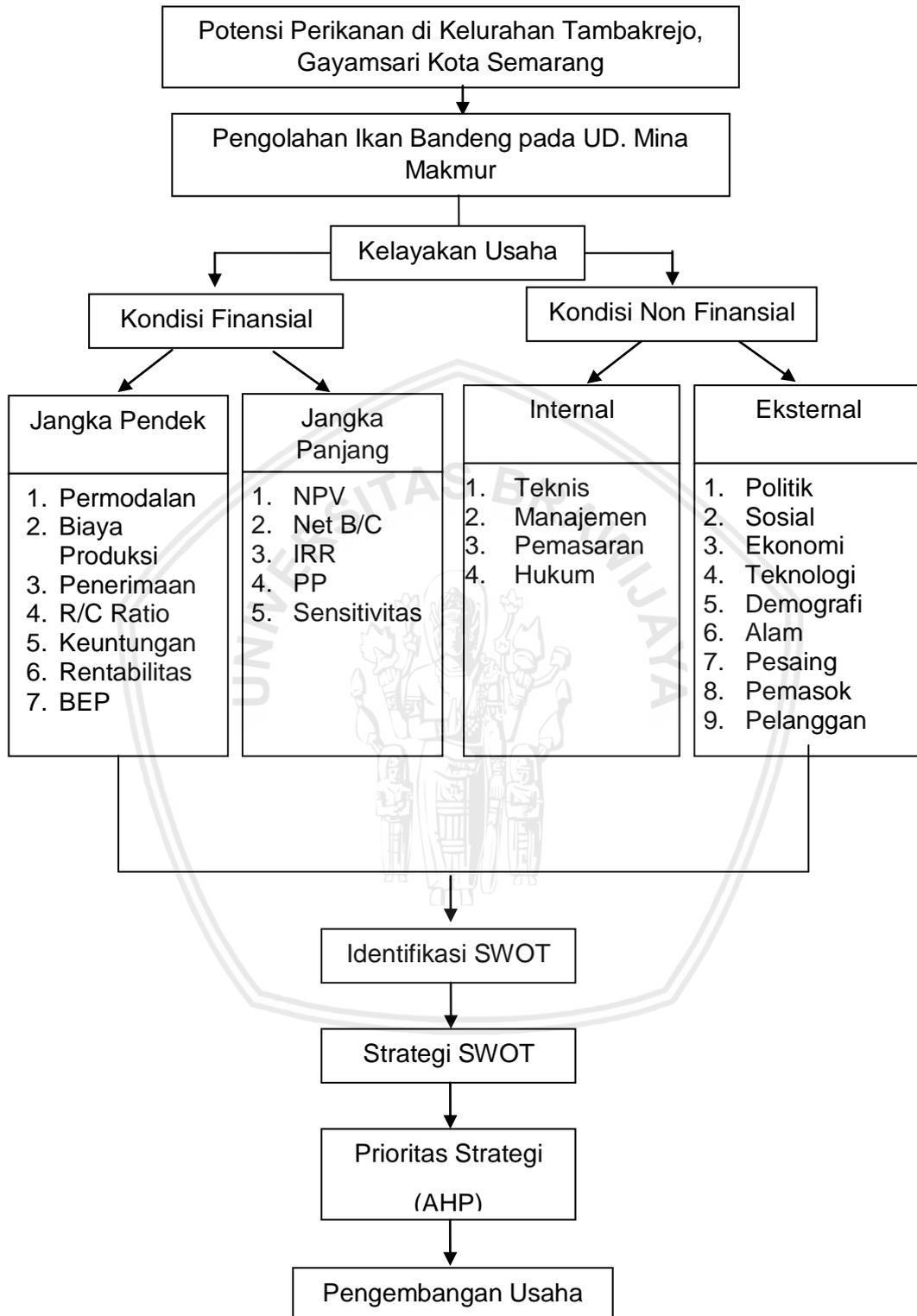
Kelurahan Tambakrejo merupakan salah satu dari tujuh kelurahan yang ada di Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Luas wilayah kelurahan sekitar 74,25 Ha. Secara demografi, jumlah penduduk Kelurahan Tambakrejo berdasarkan data terakhir 31 Desember 2018 sebanyak 10.250 jiwa terdiri 5174 laki-laki dan 5076 perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 2.625 KK. Kelurahan Tambakrejo merupakan daerah potensial untuk dikembangkan sebagai tempat usaha pengolahan ikan bandeng karena melihat melimpah bahan baku yang ada didukung dengan SDM masyarakat terutama kaum wanita para istri nelayan mendorong keinginan kaum wanita untuk membantu menambah penghasilan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Selain itu

juga karena daerah Semarang merupakan daerah yang sangat terkenal akan olahan bandeng.

Salah satu tempat usaha pengolahan bandeng yang akan diteliti adalah UD. Mina Makmur yang berada pada kelurahan Tambakrejo. UD. Mina Makmur merupakan UKM milik pribadi yang sudah berstatus SNI mulai tahun 2013 akhir. Selain tempat pengolahan UD. Mina Makmur juga dijadikan sebagai Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) yang bisa diikuti oleh umum berupa kegiatan pelatihan, studi banding, bimbingan dan permagangan. Hal ini sangat menarik untuk dijadikan sebagai wadah penelitian untuk diketahui bagaimana strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini.



Kerangka pemikiran dapat dilihat pada skema alur sebagai berikut:



Gambar 7. Kerangka Berpikir Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Mina Makmur yang beralamat di Jl. Purwosari IV No. 17 RT 05 RW 03 Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah pada bulan 26 Januari 2019 sampai 3 Februari 2019. Penelitian ini memilih di UD. Mina Makmur karena usaha pengolahan ikan bandeng ini dianggap sebagai UKM yang sudah unggul dibanding kan dengan usaha pengolahan lainnya.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal - hal lain (keadaan kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan) yang dihasilkan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini peneliti hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya. Analisis data yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif (Arikunto, 2002).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam menganalisis yaitu menggunakan analisis SWOT dan AHP. Analisis SWOT digunakan untuk menentukan alternatif – alternatif strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. AHP berfungsi sebagai alat untuk menentukan strategi mana yang harus di prioritaskan untuk menunjang kegiatan pengembangan usaha.

3.3 Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini direncanakan sebanyak 3 orang. Penentuan narasumber dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan tingkat kepentingan, pengetahuan, pemahaman serta pengalaman mengenai strategi pengembangan UD. Mina Makmur. Adapun ketentuan atau kriteria dari narasumber tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Kriteria Narasumber / Informan Ahli

No	Kelompok Narasumber / Informan Ahli	Kriteria	Jumlah (orang)
1	Pimpinan UD. Mina Makmur	Yang memiliki otoritas untuk mengatur dan mengontrol strategi pengembangan UD. Mina Makmur	1
2	Karyawan produksi UD. Mina Makmur	Massa pengabdian minimal 5 tahun, terlibat dalam pengembangan usaha dan pengelolaan usaha.	1
2	Staff Admin Keuangan	Massa pengabdian minimal 5 tahun, terlibat dalam pengembangan usaha dan pengelolaan usaha.	1
Total Responden			3

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Data dapat disajikan dalam bentuk kualitatif ataupun kuantitatif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder sebagai berikut :

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara bersarkan interaksi langsung antara pengumpul dan sumber data. Beberapa teknik pengumpulan data primer ini adalah survey, observasi, dan eksperimen (Wibisono, 2003).

Data primer diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pimpinan UD. Mina Makmur dan tenaga kerja. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian meliputi keadaan umum UD. Mina Makmur,

aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, aspek hukum, aspek sosial, aspek lingkungan dan aspek kelembagaan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis variabel - variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelum oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan, berbagai internet websites, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan (Hermawan A. , 2005).

Data sekunder merupakan data pendukung data dari data primer yang diperoleh dari studi literatur seperti Kelurahan Tambakrejo, penelitian terdahulu, dan bahan pustaka lain yang relevan. Jenis data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian meliputi keadaan umum lokasi, letak geografis dan topografis, dan peta lokasi penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu penelitian. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Metode observasi merupakan cara yang sangat baik untuk mengawasi perilaku penduduk seperti: perilaku dalam lingkungan atau ruang, waktu dan keadaan tertentu. Meskipun demikian metode ini ada pula kelemahan yaitu tidak dapat mengungkapkan hal - hal yang sangat pribadi dan perbuatan - perbuatan di masa lampau. Sebelum melakukan observasi, maka perlu terlebih dahulu dibuat catatan (pedoman observasi) mengenai hal-hal yang perlu diamati sesuai dengan tujuan penelitian yang sedang dilaksanakan (Mantra, 2008).

Kegiatan observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan, yaitu melakukan pengamatan terhadap lokasi usaha, luas area usaha,

sarana dan prasarana usaha pengolahan ikan bandeng mulai dari pra produksi sampai pemasaran, kinerja karyawan selama proses produksi, penggunaan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, serta hal – hal yang menyangkut kegiatan – kegiatan dalam pengolahan ikan bandeng, sehingga memperoleh data yang sesuai dengan kondisi yang ada di lapang.

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Dalam kegiatan wawancara terjadi hubungan antara dua orang atau lebih, dimana ke dua perilaku sesuai dengan status dan peranan mereka masing - masing. Dalam wawancara terjadi hubungan sepihak antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, atau suatu hubungan yang tidak timbul balik (*a face to face nonrecippocal relations*) (Muslimin, 2002).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan keterangan - keterangan yang berkaitan dengan usaha pengolahan ikan bandeng. Adapun hal - hal yang ditanyakan dalam proses wawancara seperti: sejarah usaha, keadaan umum usaha, struktur organisasi, tempat tujuan pemasaran, faktor - faktor pendukung dan penghambat usaha, dan aspek - aspek yang berkaitan dengan usaha meliputi aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek sosial, aspek lingkungan, aspek kelembagaan, dan aspek finansial.

3.5.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal - hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Metode dokumentasi disebutkan sebagai usaha mencari data mengenai hal - hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan

dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber data masih tetap, belum berubah (Arikunto, 2002).

Kegiatan dokumentasi dilakukan dengan pengambilan gambar atau foto kegiatan yang berkaitan dengan proses pengolahan ikan bandeng dari mulai pra produksi hingga paska produksi, gambar alat dan bahan, serta lingkungan sekitar lokasi UD. Mina Makmur.

3.5.4 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat didistribusikan kepada responden dengan beberapa cara seperti: (1) Langsung oleh peneliti (mandiri); (2) Dikirim lewat pos (*mailquestionair*); (3) Dikirim lewat komputer misal surat elektronik (*e-mail*). Kuesioner dikirimkan langsung oleh peneliti apabila responden relatif dekat dan penyebaran tidak terlalu luas. Lewat pos atau *e-mail* memungkinkan biaya yang murah, daya jangkau responden lebih luas, dan waktu cepat. Tidak ada prinsip khusus namun dapat mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi dalam hal akan dikirim lewat pos, *e-mail* ataupun langsung dari peneliti (Isti, 2010).

Pengisian kuesioner dilakukan oleh responden yaitu pimpinan UD. Mina Makmur, karyawan produksi, dan *staff admin* keuangan. Pemilihan responden berdasarkan pertimbangan bahwa pihak yang memiliki pengetahuan, pengalaman atau bahkan keahlian yang terkait dengan strategi pengembangan UD. Mina Makmur.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan aplikasi dari logika untuk memahami dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan mengenai subjek permasalahan. Dalam deskripsi sederhana, analisis melibatkan pola yang

Data kualitatif bersifat tidak terstruktur, sehingga variasi data dari sumber mungkin sangat beragam. Penyebab adalah para partisipan atau karyawan yang terlibat dalam riset diberi kebebasan mengutarakan pendapat (Istijanto, 2005).

Berikut merupakan data yang akan di analisis dengan metode kualitatif :

A. Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkenaan dengan pengoperasian dan proses pembangunan proyek secara teknis setelah proyek atau bisnistersebut selesai dibangun atau didirikan. Aspek teknis terdapat bahan baku, sarana – prasarana, proses produksi (Subagyo, 2007). Berikut merupakan beberapa hal yang terdapat dalam aspek teknis :

Tabel 5. Aspek Teknis

No.	Aspek Teknis	Kriteria	Sumber
1	Bahan baku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mata : cerah, bola mata menonjol, kornea jernih 2. Insang : warna merah cemerlang, tanpa lendir 3. Lendir : lapisan lendir jernih, transparan, mengkilat cerah, belum ada perubahan warna 4. Daging dan perut : sayatan daging sangat cemerlang, berwarna asli, tidak ada pemerahan sepanjang tulang belakang, perut utuh, ginjal merah terang, dinding perut daging utuh, bau isi perut segar 5. Bau : segar bau rumput laut, bau spesifik menurut jenis 6. Konsistensi : padat, elastis bila ditekan jari, sulit menyobek daging dari tulang belakang 	(SNI No: 4106.1-2009)
2	Sarana dan Prasarana	1. Ketersediaan alat pengolah,	(Shofa & Navastara, 2015)

Lanjutan Tabel 5.

No.	Aspek Teknis	Kriteria	Sumber
		kotoran yang menempel pada tubuh ikan hilang	
		4. Pelumuran bumbu :	
		a. Bumbu-bumbu yang digunakan untuk bagian dalam ikan bandeng hampir sama, yaitu bawang putih, jahe, kunyit dan garam.	
		b. Bumbu-bumbu dihaluskan dengan menggunakan cobek atau blender.	
		4. Penyusunan pada <i>Autoclave</i>	
		a. Sebelum ikan disusun dalam <i>autoclave</i> , air bersih dimasukkan ke dalam <i>autoclave</i> sebanyak 1-2 liter.	
		b. Ikan yang telah dibumbui dibungkus daun pisang sebanyak satu lembar satu persatu kemudian dimasukkan ke dalam <i>autoclave</i> .	
		c. Ikan disusun berlapis-lapis. Lapisan pada penyusunan ikan terdiri dari 4 - 5 lapisan. Jika lapisan dasar posisi kepala ikan berada dalam satu sisi, maka lapisan diatas harus di sisi yang berlawanan.	
		d. <i>Autoclave</i> yang digunakan harus dalam keadaan bersih dan kering.	
		e. Bagian terpenting dari <i>autoclave</i> terletak pada kekuatan alat pengunci dan kelenturan tangkai untuk menahan tekanan di dalam alat tersebut	
		f. Di bagian penutup yang dilengkapi dengan karet harus dikontrol kerapatan.	
		g. Posisi karet harus melingkar dan lekat tak terpisahkan dengan komponen penutup lain.	

Lanjutan Tabel 5.

No.	Aspek Teknis	Kriteria	Sumber
		h. Karet harus utuh dan keras namun kenyal (elastis).	(Susanto, 2010)
		i. Bagian pengunci harus terpasang dengan baik.	
		j. Demikian pula stik harus tegak dan kuat, tidak bisa digerak - gerakkan (tidak goyah).	
5.	Pemasakan menggunakan <i>autoclave</i>		
	a.	Setelah ikan disusun rapi, lalu <i>autoclave</i> ditutup rapat	
	b.	Cara menutup : pengunci diputar searah jarum jam dengan tang dan pengunci yang berlawanan arah juga ikut diputar bersamaan sampai terasa berat atau tidak dapat diputar lagi kemudian stik penyangga dirapatkan dengan tangkai penutup dan dikunci dengan cara ditekan sampai bunyi klik.	
	c.	Jika tekanan sudah mencapai 1,5 atm, saluran gas tambahan dimatikan agar tekanan stabil	
	d.	Nyala api yang digunakan sedang	
6.	Pendinginan		
7.	Pemasakan <i>autoclave</i>		
	a.	Didiamkan selama 30 menit sampai tidak mengeluarkan suara desis agar uap yang ada di dalam panci keluar semua dan tekanan turun.	
	b.	Setelah dingin, diletakkan berjajar di atas rak untuk dianginkan angikan pada suhu ruangan.	(Susanto, 2010)
8.	Pengemasan		
	a.	Ada yang menggunakan plastik, dan kertas karton	
	b.	Dikemas dengan <i>vacuum</i> bertahan hingga 1 bulan, jika tidak di <i>vacuum</i>	

Lanjutan Tabel 5.

No.	Aspek Teknis	Kriteria	Sumber
		bertahan 2 hari, jika disimpan diruangan bertahan 5 hari.	
	c.	Kantong plastik yaitu <i>polyethylene</i>	
	d.	Pada kemasan bandeng duri lunak sebaiknya memuat komposisi bumbu, alamat tempat pengolahan, nomor Depkes, dan nama dagang produk, karton pengemasan selain untuk memberikan informasi bagi konsumen tetapi juga dapat menarik konsumen.	

B. Aspek Manajemen

Manajemen merupakan proses membuat perencanaan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan berbagai usaha dari anggota organisasi dan menggunakan semua sumberdaya organisasi untuk mencapai sasaran. Adapaun aspek manajemen yaitu *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* (Primyastanto, 2015).

Tabel 6. Aspek Manajemen

No	Aspek Manajemen	Kriteria	Sumber
1	<i>Planning</i>	Menyangkut serangkaian tindakan berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap semua faktor yang terlibat dan yang diarahkan kepada sasaran khusus	(Shofa & Navastara, 2015)
2	<i>Organizing</i>	Bentuk organisasi, kualitas tenaga kerja, kecukupan tenaga kerja, keterampilan tenaga kerja	(Shofa & Navastara, 2015)
3	<i>Actuating</i>	Motivasi, arahan, penyuluhan, tugas dan tanggungjawab	(Shofa & Navastara, 2015)
4	<i>Controlling</i>	Evaluasi, nasihat, teguran, <i>rewards</i>	(Shofa & Navastara, 2015)

C. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Konsep inti pemasaran yaitu kebutuhan, keinginan, permintaan, produk, nilai, biaya, kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan, pasar pemasaran serta pemasar (Primyastanto, 2015).

Tabel 7. Aspek Pemasaran

No	Aspek Pemasaran	Kriteria	Sumber
1	Bauran Pemasaran	Produk, lokasi, harga, promosi	(Munizu, 2010)
2	Strategi Pemasaran	Segmentasi pasar, target pasar, penempatan pasar	(Munizu, 2010)
3	Saluran Pemasaran	Secara langsung ataupun melalui <i>reseller / dropship</i>	(Munizu, 2010)

D. Aspek Hukum

Studi kelayakan suatu usaha dimulai dari aspek hukum, walaupun banyak pula yang melakukan dari aspek lain dengan tujuan untuk meneliti keabsahan, kesempurnaan dan keaslian dari dokumen yang dimiliki (Primyastanto, 2015).

Tabel 8. Aspek Hukum

No	Aspek Hukum	Kriteria	Sumber
1	Kebijakan	Aturan / kebijakan mendukung, memiliki Surat Izin yang resmi seperti SIUP, TDP, SNI, Halal, dan lain – lain	(Munizu, 2010)

E. Aspek Sosial

Bisnis yang dijalankan pasti memiliki sisi positif dan negatif tersendiri. Dalam pembangunan Negara dan pembangunan daerah, biasanya yang dijadikan tolok ukur keberhasilan hanyalah efisiensi yang dinyatakan dengan uang. Padahal disisi lain sebenarnya terdapat semacam nilai relatif berupa nilai - nilai sosial (Primyastanto, 2015).

Tabel 9. Aspek Sosial

No	Aspek Sosial	Kriteria	Sumber
1	Tingkat Pengangguran	Membuka lahan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	(Munizu, 2010)
2	Tingkat Pendapatan	Meningkatkan pendapatan masyarakat	(Munizu, 2010)
3	Kerja sama Masyarakat	Menjalin kerja sama dengan memanfaatkan SDM yang ada	(Munizu, 2010)
4	Jaringan Komunikasi	Menjalin komunikasi antar pengusaha ataupun instansi lain	(Munizu, 2010)
5	Respon Masyarakat	Melihat respon masyarakat atau kepedulian masyarakat terhadap usaha tersebut	(Munizu, 2010)
6	Menjalin Silaturahmi	Mengeratkan hubungan antar sesama manusia	(Munizu, 2010)
7	Zakat	Melaksanakan kewajiban zakat mal ataupun sedekah agar rezeki berkah	(Primyastanto, 2015)

F. Aspek Lingkungan

Lingkungan hidup merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk ditelaah sebelum suatu investasi atau usaha dijalankan. Dampak lingkungan hidup yang terjadi adalah berubahnya suatu lingkungan dari bentuk asli seperti perubahan fisik, kimia, dan biologi atau sosial (Primyastanto, 2011).

Tabel 10. Aspek Lingkungan

No	Aspek Lingkungan	Kriteria	Sumber
1	IPAL	Memiliki pengolahan limbah yang terpisah dan saluran IPAL yang terjaga	(Primyastanto, 2015)
2	Lokasi Usaha	Keadaan lingkungan sekitar, akses jalan	(Primyastanto, 2015)
3	SDM	Pendidikan, motivasi, ketrampilan, pengalaman	(Munizu, 2010)
4	SDA	Ketersediaan bahan baku, cuaca	(Munizu, 2010)

G. Aspek Kelembagaan

Kelembagaan sosial adalah suatu kompleks atau sistem peraturan - peraturan dan adat istiadat yang mempertahankan nilai - nilai yang penting dan kelembagaan itu pula memiliki tujuan untuk mengatur antar hubungan yang diadakan untuk memenuhi kebutuhan manusia yang paling penting (Nasdian, 2015).

Tabel 11. Aspek Kelembagaan

No	Aspek Kelembagaan	Kriteria	Sumber
1	Hubungan dengan Pemerintah ataupun Instansi lain	Kerja sama antar dinas seperti Disnaker, Perindustrian, Perdagangan, Akademisi, dan lain – lain	(Munizu, 2010)
2	Penyuluhan dan Pelatihan	Memberikan pelatihan dan secara bertahap baik di lingkungan internal maupun eksternal	(Munizu, 2010)
3	Monitoring dan Evaluasi	Memberikan monitoring dan evaluasi secara rutin untuk hasil yang maksimal	(Munizu, 2010)
4	Kegiatan Rutin	Kegiatan kerja bakti / gotong royong, kegiatan berdoa bersama atau kegiatan rutin lain untuk meningkatkan ikatan silaturahmi	(Primyastanto, 2015)

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah cara analisis dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data kuantitatif bersifat terstruktur. Data yang diperoleh dari sumber misal pendapat para karyawan yang ditanyai atau objek yang diamati cenderung berpola lebih terstruktur, sehingga mudah dibaca periset (Istijanto, 2005).

Data yang akan di analisis dengan metode kualitatif terdiri dari finansial jangka pendek dan finansial jangka panjang yang dijelaskan sebagai berikut:

A. Aspek Finansial Jangka Pendek

1. Permodalan

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecil modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal dari luar yaitu dari lembaga lembaga kredit. Modal dibedakan atas modal tetap, modal lancar dan modal kerja (Purwanti, 2012).

Tabel 12. Permodalan

No	Permodalan	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Modal Tetap	$MT = \sum (\text{Harga Total} / \text{Umur Teknis})$	(Purwanti, 2012)
2	Modal Lancar	$ML = \sum \text{Biaya Variabel}$	(Purwanti, 2012)
3	Modal Kerja	$MK = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$	(Purwanti, 2012)

2. Biaya

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor - faktor produksi dan bahan - bahan mentah yang digunakan untuk menciptakan barang - barang perusahaan tersebut. Biaya dibedakan atas biaya tetap dan biaya variabel (Sukirno, 2009).

Tabel 13. Biaya

No	Biaya	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Biaya Tetap	$\text{Biaya Tetap} = \sum \text{Biaya Tetap}$	(Utomo, 2009)
2	Biaya Variabel	$\text{Biaya Variabel} = \sum \text{Biaya Variabel}$	(Utomo, 2009)
3	Total Biaya	$TC = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$	(Utomo, 2009)
4	V/Unit	$V/\text{Unit} = VC / \text{Unit}$	(Utomo, 2009)

Dimana :
 VC = Variable Cost (Total Biaya Variabel)
 Unit = Total Produksi

3. Penerimaan

Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual produk. Penerimaan total ialah nilai produksi secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi. Pendapatan bersih merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya atau total biaya (Panjaitan, Satria, & Hasman, 2014).

Tabel 14. Penerimaan

No	Penerimaan	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Penerimaan	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block; margin-bottom: 10px;"> $TR = P \times Q$ </div> Dimana: TR = <i>Total Revenue</i> (Total Penerimaan) P = <i>Price Quantity</i> (Harga Penjualan) Q = <i>Quantity</i> (Jumlah produk yang terjual). Kriteria : 1. Pendapatan > biaya produksi = menguntungkan 2. Pendapatan < biaya produksi = rugi 3. Pendapatan = biaya produksi = BEP	(Panjaitan, Satria, & Hasman, 2014)

4. R/C Ratio

Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan tersebut. Penggunaan R/C ratio bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil yang diperoleh dari usaha menguntungkan dalam periode tertentu (Effendi & Oktariza, 2006).

Tabel 15. R/C Ratio

No	R/C Ratio	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	R/C Ratio	$R/C \text{ Ratio} = \frac{(TR)}{(TC)}$ <p>Dimana: TR= Total Penerimaan (<i>Total Revenue</i>) TC= Total Biaya (<i>Total Cost</i>)</p> <p>Kriteria dari R/C Ratio sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apabila nilai R/C Ratio > 1, maka usaha menguntungkan. 2. Apabila nilai R/C Ratio = 1, maka usaha impas, yaitu tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. 3. Apabila nilai R/C Ratio < 1, maka usaha rugi. 	(Effendi & Oktariza, 2006)

5. Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya - biaya selama satu tahun. Analisis keuntungan memerlukan dua keterangan pokok yaitu penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu tertentu (Wowor, 2014).

Tabel 16. Keuntungan

No	Keuntungan	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Keuntungan	$\pi = TR - TC$ <p>Keterangan: π = Keuntungan TR = Total penerimaan (<i>Total Revenue</i>) TC = Total pengeluaran (<i>Total Cost</i>)</p> <p>Kriteria :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan > biaya produksi = menguntungkan 2. Pendapatan < biaya produksi = rugi 3. Pendapatan = biaya produksi = titik impas 	(Wowor, 2014)
2	<i>Earning Before Zakat</i>	$EBZ = \pi = TR - TC$ <p>Keterangan: EBZ = <i>Earning Before Zakat</i> π = Keuntungan</p>	(Primyastanto, 2015)

Lanjutan Tabel 16.

No	Keuntungan	Kriteria dan Rumus	Sumber
3	<i>Earning After Zakat</i>	TR = Total penerimaan TC = Total pengeluaran $EAZ = EBZ - (2,5\% \times \pi)$ Keterangan: EAZ = <i>Earning After Zakat</i> π = Keuntungan EBZ = <i>Earning Before Zakat</i>	(Primyastanto, 2015)

6. Rentabilitas

Rentabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Artarina & Gregorius, 2013).

Tabel 17. Rentabilitas

No	Rentabilitas	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Rentabilitas	$\text{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \times 100\%$ Dimana: L = Jumlah laba yang diperoleh selama periode tertentu M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut Kriteria : 1. Rentabilitas > tingkat suku bunga (12%) = layak 2. Rentabilitas < tingkat suku bunga (12%) = tidak layak	(Riyanto B. , 1995)

7. Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) dapat diartikan sebagai suatu titik atau keadaan dimana perusahaan di dalam operasi tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian (Darmaseptana, Dally, Alex, & Kurniawan, 2016).

Tabel 18. *Break Even Point* (BEP)

No	BEP	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	BEP Unit	$\text{BEP (Q)} = \frac{FC}{P-V}$ <p>Dimana :</p> <p>BEP (Q) = <i>Break Even Point</i> atas dasar unit</p> <p>FC = Biaya tetap</p> <p>P = Harga jual per unit</p> <p>V = Biaya variabel per unit</p>	(Darmaseptan a, Dally, Alex, & Kurniawan, 2016)
2	BEP Sales	$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}}$ <p>Dimana :</p> <p>BEP (Rp) = <i>Break Even Point</i> atas dasar rupiah</p> <p>FC = Biaya tetap</p> <p>VC = Biaya variabel per unit</p> <p>S = Volume penjualan</p>	(Darmaseptan a, Dally, Alex, & Kurniawan, 2016)

B. Aspek Finansial Jangka Panjang

1. *Net Present Value* (NPV)

NPV adalah selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah di *present-value* kan (Afiyah, Abidatul, & Dwiatmanto, 2015).

Tabel 19. *Net Present Value* (NPV)

No	NPV	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	NPV	$\text{NPV} = \sum_{t=0/1}^n \frac{Bt}{(1+i)^t} - \sum_{t=0/1}^n \frac{Ct}{(1+i)^t}$ $= \sum_{t=0/1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$ <p>Keterangan:</p> <p>Bt = Manfaat pada tahun t</p> <p>Ct = Biaya pada tahun t (Rp)</p> <p>t = Tahun kegiatan bisnis, tahun awal biasanya tahun ke 0 atau ke 1</p> <p>i = tingkat DR (<i>discount rate</i>)</p> <p>Kriteria NPV yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. NPV > 0, maka usulan-usulan proyek dapat diterima 2. NPV < 0, maka usulan proyek tidak diterima. 3. NPV = 0, <i>Break Even Point</i> 	(Arifianto, 2018)

2. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Net B/C merupakan perbandingan dan jumlah *present value net benefit* (PVBN) yang bernilai positif dengan PVBN yang bernilai negatif (Primyastanto M. , 2016).

Tabel 20. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

No	B/C Ratio	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	B/C Ratio	$\text{Net B/C} = \frac{\frac{\sum_{t=1}^n B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\frac{\sum_{t=1}^n C_t - B_t}{(1+i)^t}}$	(Arifianto, 2018)

Keterangan:

Bt = *Benefit* (penerimaan kotor pada tahun ke-t)
 Ct = *Cost* (biaya kotor pada tahun ke-t)
 n = umur ekonomis proyek
 i = tingkat suku bunga yang berlaku

Kriteria B/C yaitu :

1. Jika nilai net B/C >1 maka gagasan usaha atau proyek tersebut layak untuk dikerjakan.
2. Jika lebih kecil atau < 1 maka usaha tersebut tidak layak untuk dikerjakan.
3. Jika net B/C = 1 berarti *cash in flows* sama dengan *cash out flow*

3. Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah tingkat penghasilan atau biasa disebut dengan *investment rate* (*yield rate*) yang menggambarkan tingkat keuntungan dari proyek atau investasi dalam persen (%). Hasil perhitungan IRR apabila menunjukkan nilai IRR lebih besar dari *rate or return* yang ditentukan maka usulan proyek diterima, apabila nilai IRR lebih kecil daripada *rate of return* yang ditentukan maka usulan proyek ditolak (Afiyah, Abidatul, & Dwiatmanto, 2015).

Tabel 21. *Internal Rate of Return* (IRR)

No	IRR	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	IRR	$IRR = i1 + \frac{NPV1}{NPV1 - NPV2} \times (i1 - i2)$ <p>Keterangan: NPV1 = NPV yang bernilai positif NPV2 = NPV yang bernilai negatif i1 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai positif i2 = tingkat suku bunga saat menghasilkan NPV yang bernilai negatif</p> <p>Kriteria IRR yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apabila menunjukkan nilai IRR lebih besar dari <i>rate or return</i> yang ditentukan maka usulan proyek diterima, 2. Apabila nilai IRR lebih kecil daripada <i>rate of return</i> yang ditentukan maka usulan proyek ditolak. 	(Maulidah & Pratiwi, 2010)

4. *Payback Period* (PP)

Metode *payback period* digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi dapat kembali. Satuan yang digunakan bukan persentase melainkan satuan waktu seperti bulan, tahun, dan sebagai (Husnan, 2000).

Tabel 22. *Payback Period* (PP)

No	PP	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	PP	$PP = \frac{\text{nilai investasi}}{\text{kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$ <p>Kriteria B/C yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jika PP lebih pendek waktunya daripada maksimum PP maka usulan investasi dapat diterima, 2. Jika PP lebih panjang waktunya daripada maksimum PP maka usulan investasi ditolak, 	(Swastawati, 2011)

5. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan resiko kerugian dengan menurunkan dan atau meningkatkan biaya dan atau pendapatan dari suatu usaha. Sehingga dapat diketahui tingkat sensitivitas atau kepekaan usaha terhadap perubahan biaya dan atau pendapatan (Primyastanto M. , 2016).

Tabel 23. Analisis Sensitivitas

No	Analisis Sensitivitas	Kriteria dan Rumus	Sumber
1	Analisis Sensitivitas	Dengan menaik turunkan biaya produksi dan biaya jual produk untuk mengetahui kemungkinan yang akan terjadi terhadap hasil analisis proyek bila ada suatu kesalahan atau perubahan dalam dasar penghitungan.	(Swastawati, 2011)

3.7 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini terdapat dua tahapan analisis, tahapan pertama yakni merumuskan faktor – faktor yang berkaitan dengan strategi pengembangan UD. Mina Makmur dari sisi internal maupun eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan diperoleh dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT akan dikomparisasikan dengan hasil wawancara beberapa responden, dimana hasil analisis akan memperoleh beberapa strategi pengembangan untuk UD. Mina Makmur. Adapun indikator analisis SWOT yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 24. Variabel dan Indikator Faktor Internal

Faktor	Variabel	Indikator
Faktor Internal	Fungsi Manajemen	1. Sumber daya manusia 2. Sistem Kerja 3. Jiwa Kepimpinanan 4. Pengalaman / lama berwirausaha 5. Motivasi dan ketrampilan
	Fungsi Pemasaran	1. Produk 2. Lokasi 3. Harga 4. Pemasaran

Lanjutan Tabel 32.

Faktor	Variabel	Indikator
	Fungsi Keuangan	1. Modal 2. Tingkat keuntungan
	Fungsi Produksi	1. Sarana dan prasarana 2. Penjaminan mutu 3. Kehalalan pangan 4. Inovasi menu

(David, 2009)

Tabel 25. Variabel dan Indikator Faktor Eksternal

Faktor	Variabel	Indikator
Faktor Eksternal	Teknologi	Teknologi dan Informasi
	Ekonomi	1. Pasar 2. Harga faktor produksi
	Alam / ekologi	1. Udara 2. Tanah 3. Air
	Politik dan Hukum	1. Kebijakan pemerintah 2. Bimbingan / pelatihan
	Sosial Budaya	Gaya hidup masyarakat
	Pesaing	Pesaing industri sejenis
	Pemasok	Pemasok bahan baku
	Produk substitusi	Produk substitusi

(Assauri, 2013)

Tahap ke dua setelah diperoleh strategi alternatif adalah proses penentuan strategi menggunakan alat analisis AHP. Dalam susunan hirarki AHP terdiri dari fokus, faktor, tujuan dan alternatif strategi. Berikut merupakan faktor penentu dan aktor yang terlibat dalam menggunakan alat analisis AHP :

Tabel 26. Faktor Penentu dalam Strategi Pengembangan

No.	Faktor Penentu	Alternatif Strategi
1	SDM	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT
2	Teknologi	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT
3	Pasar	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT

(Evalia, 2015)

Tabel 27. Aktor yang Terlibat dalam Strategi Pengembangan

No.	Aktor Terlibat	Alternatif Strategi
1	Pimpinan	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT
2	Pemerintah	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT
3	Produksi	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT
4	Pemasaran	Alternatif strategi terpilih dalam analisis SWOT

(Evalia, 2015)

3.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor – faktor internal pihak pengusaha dalam kawasan industri sehingga diketahui apa saja faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. SWOT juga digunakan untuk menganalisis faktor eksternal yaitu mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi dalam rangka meningkatkan persaingan.

Analisis SWOT juga dapat di aplikasikan untuk kegiatan pengembangan usaha pengolahan produk ikan bandeng pada UD. Mina Makmur Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. Tahapan analisis SWOT yaitu :

a. Identifikasi Faktor – Faktor Internal dan Eksternal

Kegiatan yang dilakukan adalah merumuskan faktor - faktor internal dan eksternal, yang dalam penelitian ini dilakukan dengan mempelajari literatur kepustakaan, dokumen - dokumen, serta wawancara langsung dengan berbagai pihak (narasumber) yang diyakini mengetahui permasalahan yang sedang diteliti. Pada tahap ini menggunakan dua model, yaitu matrik faktor strategi eksternal dan matrik faktor stategi internal.

b. Penyusunan Kuesioner

Faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dirumuskan, kemudian diminta masukan dari narasumber yang diyakini menguasai permasalahan untuk melakukan pengurangan, penambahan, maupun penajaman terhadap faktor - faktor tersebut.

c. Analisis Data

Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan persepsi ahli terhadap penilaian indikator-indikator utama, yang terbagi ke dalam 2 bagian, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal pada UD. Mina Makmur.

Hasil penilaian kondisi internal dan eksternal ini akan menghasilkan sebuah kelompok kelompok faktor-faktor yaitu; *strenght*, *weakness*, *opportunity*, *threat*.

Kemudian dari kelompok faktor - faktor yang diperoleh tersebut akan dilakukan sebuah analisis yaitu analisis matriks SWOT, dengan melakukan interaksi *merger* (penggabungan) dari kelompok faktor internal (*strength, weakness*), dengan kelompok faktor eksternal (*opportunity, threat*).

1. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor – faktor strategi internal perusahaan yang sudah diidentifikasi, selanjutnya yaitu menyusun tabel IFAS (*Internal Strategic Faktor Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor – faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strenght and Weakness* perusahaan (Rangkuti, 2008). Tahapan yaitu :

- a. Menentukan faktor – faktor kekuatan dan kelemahan usaha pengolahan UD. Mina Makmur.
- b. Beri bobot masing – masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha pengolahan UD. Mina Makmur (semua bobot tidak boleh melebihi 1).
- c. Hitung *rating* (dalam kolom 3) untuk masing – masing kolom dengan skala mulai dai 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha pengolahan UD. Mina Makmur. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikan. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasil berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilai bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- d. Jumlahkan skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor – faktor

strategis internal. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan usaha pengolahan UD. Mina Makmur dengan usaha perikanan lain.

Tabel 28. IFAS

Faktor – Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
Kekuatan (Strength)			
S1	Bobot S1	Rating S1	
S2	Bobot S2	Rating S2	
.....	
Jumlah S	A		B
Kelemahan (Weakness)			
W1	Bobot W1	Rating W1	
W2	Bobot W2	Rating W2	
.....	
Jumlah W	C		D
Total	(A+C) = 1		(B+D)

(Rangkuti, 2008)

Rating untuk kekuatan ditentukan sebagai berikut :

4 : sangat kuat

3 : di atas rata rata

2 : rata – rata

1 : di bawah rata – rata

Rating untuk kelemahan ditentukan sebagai berikut :

1 : sangat kuat

2 : di atas rata – rata

3 : rata – rata

4 : di bawah rata – rata

3 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor – faktor strategi internal perusahaan yang sudah diidentifikasi, selanjutnya yaitu menyusun tabel IFAS (*Internal Strategic Faktor Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor – faktor strategis internal tersebut dalam

kerangka *Strength and Weakness* perusahaan (Rangkuti, 2008). Tahapan terdiri dari :

- a. Menentukan faktor – faktor peluang dan ancaman usaha pengolahan UD. Mina Makmur.
- b. Beri bobot masing – masing faktor dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha pengolahan UD. Mina Makmur (semua bobot tidak boleh melebihi 1).
- c. Hitung *rating* (dalam kolom 3) untuk masing – masing kolom dengan skala mulai dai 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha pengolahan UD. Mina Makmur. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peuang) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikan.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan *rating* pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasil berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor nilai bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internal. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan usaha pengolahan UD. Mina Makmur dengan usaha perikanan lain.

Tabel 29. EFAS

Faktor – Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
Peluang (Opportunity)			
O1	Bobot O1	Rating O1	
O2	Bobot O2	Rating O2	
.....	
Jumlah O	A		B
Ancaman (Threats)			
T1	Bobot T1	Rating T1	
T2	Bobot T2	Rating T2	
.....	
Jumlah T Total	C		D
	(A+C) = 1		(B+D)

(Rangkuti, 2008)

Rating untuk kekuatan ditentukan sebagai berikut :

4 : sangat kuat

3 : di atas rata rata

2 : rata – rata

1 : di bawah rata – rata

Rating untuk kelemahan ditentukan sebagai berikut :

1 : sangat kuat

2 : di atas rata – rata

3 : rata – rata

4 : di bawah rata – rata

4 Matriks SWOT

Matrik SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi keempat faktor yang tercakup dalam analisis yang menggambarkan kecocokan paling baik diantaranya. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matrik SWOT digunakan untuk mengembangkan empat tipe alternatif

strategi yaitu SO (*strengths - opportunities*), strategi WO (*weaknesses - opportunities*), strategi ST (*strengths - threats*), dan strategi WT (*weaknesses - threats*).

Tabel 30. Matrik SWOT

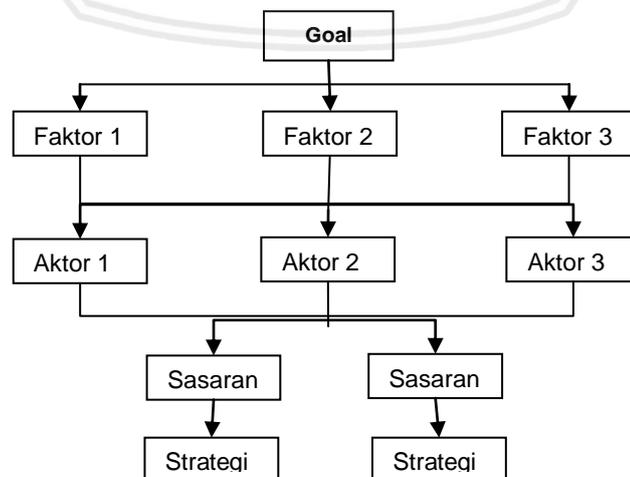
EFAS	IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITIES (O)	Ciptakan menggunakan peluang	strategi kekuatan memanfaatkan	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan memanfaatkan
THREAT (T)	Ciptakan menggunakan untuk mengatasi	strategi kekuatan mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Rangkuti, 2008)

3.9 AHP (*Analysis Hierarki Process*)

Analisis Hierarki Process adalah salah satu bentuk model pengambilan keputusan (Widyaningsih, 2012). Kerangka kerja AHP dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mendefinisikan persoalan dan merinci persoalan yang diinginkan. Dalam penelitian ini komponen yang dipakai yaitu fokus, faktor penentu, aktor yang terlibat serta alternatif strategi.
2. Membuat struktur hirarki :



Gambar 3. Struktur Hirarki AHP (Marimin, 2004)

Keterangan :

- a. Fokus adalah apa yang menjadi inti titik focus permasalahan yang ingin dipecahkan dalam AHP. Fokus dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha pengolahan produk ikan bandeng pada UD. Mina Makmur.
 - b. Faktor adalah hal – hal yang berkaitan dengan faktor penentu untuk mencapai fokus penelitian. Faktor penentu pada penelitian ini adalah SDM, teknologi dan pasar.
 - c. Aktor adalah pelaku yang terlibat dalam pencapaian fokus dan faktor penentu. Aktor yang terlibat dalam penelitian ini adalah pimpinan, pemerintah, produksi dan pemasaran.
 - d. Sasaran adalah tujuan dari strategi pengembangan usaha. Sasaran dalam strategi ini adalah produksi dan pasar.
 - e. Strategi adalah alternatif strategi yang ditentukan berdasarkan hasil SWOT.
3. Menyusun matriks berbanding berpasangan yang menggambarkan kontribusi relative atau pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya.
 4. Mengidentifikasi perbandingan berpasangan. Untuk mengisi matriks banding berpasangan, digunakan skala pembandingan yang terdapat pada tabel dibawah.

Tabel 31. Nilai Skala Pembandingan Berpasangan

Nilai	Definisi	Penjelasan
1	Ke dua variabel sama penting	Dua variabel menyumbangkan sama besar pada sifat itu
3	Variabel yang satu sedikit lebih penting daripada lain	Pengalaman dan pertimbangan sedikit menyokong satu variabel atas yang lain
5	Variabel yang satu lebih penting dari variabel lain	Pengalaman dan pertimbangan dengan kuat menyokong satu variabel atas variabel lain
7	Satu variabel sangat lebih penting dari variabel lain	Satu variabel dengan kuat disokong dan dominan telah terlihat dalam praktek
9	Satu variabel mutlak lebih penting dari variabel lain	Bukti yang menyokong variabel yang satu atas variabel lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
2,4,6,8 Nilai – nilai kebalikan	Nilai – nilai di antara dua pertimbangan yang berdekatan Jika untuk aktivitas i mendapat satu angka bila dibandingkan dengan aktivitas j , maka j memiliki nilai kebalikan bila dibandingkan dengan i	Kompromi diperlukan antara dua pertimbangan

(Marimin, 2004)

5. Menghitung nilai eigen dan menguji konsistensi.
6. Melaksanakan langkah 3,4,5 untuk semua tingkat dan gugusan hirarki tersebut.
7. Mensistensis prioritas untuk melakukan pembobotan vector - vektor prioritas.
8. Mengevaluai inkonsisten.

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Administratif Kota Semarang memiliki luas wilayah 373,70 km² yang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 177 Kelurahan. Dari 16 Kecamatan yang ada, terdapat 2 Kecamatan yang mempunyai wilayah terluas yaitu Kecamatan Mijen, dengan luas wilayah 57,55 km² dan Kecamatan Gunungpati dengan luas wilayah 54,11 km². Ke dua Kecamatan yang mempunyai luas terkecil adalah Kecamatan Semarang Selatan, dengan luas wilayah 5,93 km² diikuti oleh Kecamatan Semarang Tengah dengan luas wilayah 6,14 km².

Kota Semarang memiliki posisi astronomi di antara garis 6^o50' – 7^o10' LS dan garis 109^o35' – 110^o50' BT dengan ketinggian 0 sampai 348 mdpl. Kota Semarang memiliki posisi geostrategis karena berada pada jalur lintas ekonomi Pulau Jawa dan merupakan koridor pembangunan Jawa Tengah yang terdiri dari empat simpul pintu gerbang. Batas wilayah administratif Kota Semarang yaitu :

Sebelah Barat : Kabupaten Kendal
Sebelah Timur : Kabupaten Demak
Sebelah Selatan : Kabupaten Semarang
Sebelah Utara : Laut Jawa

4.2 Letak Geografis dan Keadaan Topografis Kelurahan Tambakrejo

Kelurahan Tambakrejo merupakan salah satu dari tujuh kelurahan yang ada di Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Luas wilayah kelurahan sekitar 74,25 Ha (Data Kelurahan Tambakrejo, 2019). Batas wilayah Kelurahan Tambakrejo yaitu :

Sebelah Utara	: Kelurahan Kaligawe
Sebelah Selatan	: Kelurahan Terboyo Kulon
Sebelah Timur	: Kelurahan Muktiharjo Kidul
Sebelah Barat	: Kelurahan Terboyo Kulon

Adapun pembagian wilayah Kelurahan Tambakrejo yang terbagi atas 9 RW dan 54 RT yang meliputi :

Tabel 32. Pembagian Kelurahan Tambakrejo

RW	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Σ
Σ RT	7	5	8	7	6	6	7	4	4	9
										54

(Data Kelurahan Tambakrejo, 2019)

4.3 Keadaan Penduduk kelurahan Tambakrejo

Jumlah penduduk Kelurahan Tambakrejo berdasarkan data terakhir 31 Desember 2018 sebanyak 10.250 jiwa sebagai berikut:

Tabel 33. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

No.	Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	%
1.	4 - 6	969	995	1.964	19
2.	7 - 12	427	467	894	9
3.	13 - 15	405	409	814	8
4.	16 - 18	377	393	770	8
5.	19 - 24	617	691	1.308	13
6.	25 - 29	563	620	1.183	12
7.	30 - 34	298	213	511	5
8.	35 - 39	242	243	485	5
9.	40 - 44	319	257	576	6
10.	45 - 49	362	333	695	7
11.	50 - 54	283	225	508	5
12.	55 - 59	124	138	262	3
13.	60 - 64	74	101	175	2
14.	> 65	31	7	38	1
JUMLAH		5.174	5.076	10.250	100

(Data Kelurahan Tambakrejo, 2019)

Pada Kelurahan Tambakrejo, terdapat beberapa jenis mata pencaharian penduduk antara lain sebagai buruh tani, nelayan, pengusaha, PNS, dan lain - lain, untuk lebih lengkapnya terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 34. Mata Pencaharian Penduduk Kelurahan Tambakrejo

No.	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	%
1.	Petani	0	0
2.	Buruh Tani	10	0
3.	Nelayan	25	0
4.	Pengusaha	12	0
5.	Buruh Industri	2.015	27
6.	Buruh Bangunan	1.066	14
7.	Pedagang	409	5
8.	Pengangkutan	78	1
		377	4
9.	Pegawai Negeri / ABRI	377	4
10.	Pensiunan	415	5
11.	Lain-lain	2.920	40
JUMLAH		7.327	100

(Data Kelurahan Tambakrejo, 2019)

Tingkat pendidikan pada Kelurahan Tambakrejo cukup memadai, mengingat terdapat fasilitas tempat belajar seperti PAUD, TK dan SD, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 35. Tingkat Pendidikan Penduduk Kelurahan Tambakrejo

No.	Pendidikan	Jumlah	%
1.	Tamat Perguruan Tinggi	554	5%
2.	Tamat Akademi	574	6%
3.	Tamat SLTA	4.323	42%
4.	Tamat SLTP	2.051	20%
5.	Tamat SD	992	10%
6.	Tidak Tamat SD	687	7%
7.	Belum Tamat SD	950	9%
8.	Tidak Sekolah	73	1%
JUMLAH		10.204	100%

(Data Kelurahan Tambakrejo, 2019)

Keberadaan penduduk di Kelurahan Tambakrejo berdasarkan penganut agama, mayoritas penduduk beragama islam.

Tabel 36. Kepercayaan di Kelurahan Tambakrejo

No.	Agama	Jumlah	%
1.	Islam	9.399	92%
2.	Kristen	481	5%
3.	Katholik	370	4%
JUMLAH		10.250	100%

(Data Kelurahan Tambakrejo, 2019)

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Kelayakan Usaha

Kelurahan Tambakrejo pada tahun sekitar 1970an merupakan daerah tambak. Bahan baku melimpang dan didukung dengan SDM masyarakat terutama kaum wanita para istri nelayan mendorong keinginan kaum wanita untuk membantu menambah penghasilan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Gambar 8. Logo UD. Mina Makmur



(UD. Mina Makmur, 2019)

Atas prakarsa para wanita nelayan pada tanggal 25 Desember 1980 sepakat membentuk Kelompok Wanita Nelayan yang bernama Mina Makmur. Mina berarti ikan dan Makmur berarti serba kecukupan, jadi Mina Makmur berarti mengolah ikan untuk mencukupi kebutuhan para anggota kelompok dan keluarga. Yang berarti juga adalah sebuah harapan dari sebuah kelompok untuk bisa menghantarkan anggota hidup makmur serba kecukupan dari hasil mengolah ikan.

Berikut ini adalah gambaran secara umum tentang usaha pengolahan ikan bandeng di UD. Mina Makmur , Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah.

- 1) Nama Usaha : UD. Mina Makmur
- 2) Alamat : Jl. Purwosari IV No. 17 RT. 05 / RW. 03 Kelurahan
Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang,
Jawa Tengah
- 3) Jenis Usaha : Pengolahan Bandeng

- 4) Jenis Produk : Bandeng Presto, Pepes, Otak - otak
- 5) Status Usaha : Pribadi
- 6) Nama Pemilik : Adhi Widayanto
- 7) Nama Pimpinan : Hartini Darmono
- 8) Mulai Berdiri : 25 Desember 1980
- 9) Visi Usaha : Produk olahan bandeng menjadi ikon oleh-oleh Semarang yang terkenal dan mengangkat perekonomian masyarakat nelayan, khususnya bagi ibu - ibu nelayan agar dapat membantu penghasilan suami.
- 10) Misi Usaha : a. Ibu rumah tangga dapat menjadi wirausaha mandiri dari hasil olahan ikan nelayan, dan dapat me-nyekolahkan anak - anak serta memenuhi semua kebutuhan rumah tangga berkat pemberdayaan pengolahan ikan bandeng.
- b. Menjadikan keluarga sejahtera dengan kemandirian.

Beberapa aspek yang diperhatikan dalam kegiatan kelayakan usaha adalah aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, aspek hukum, aspek sosial, aspek lingkungan dan aspek kelembagaan yang dijelaskan sebagai berikut :

5.1.1 Aspek Teknis

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanan di kemudian hari (Jakfar & Khasmir, 2003).

Aspek teknis yang terdapat dalam pelaksanaan penelitian lapang ini meliputi bahan baku produksi, sarana dan prasarana usaha, serta proses produksi pengolahan ikan bandeng.

1. Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan utama yang harus ada dan sangat diperlukan untuk melakukan suatu kegiatan produksi dari awal proses sampai menjadi produk akhir. Bahan baku utama yang digunakan oleh Ibu Darmono dalam proses pengolahan ikan yaitu ikan bandeng payau (*Chanos chanos*). Bahan baku tersebut diperoleh dari Empang Agung Kota Semarang. Pengambilan bahan baku dari Empang Agung karena tempat tersebut merupakan distributor ikan bandeng terbaik di kota Semarang. Ikan bandeng yang dihasilkan sangat baik, tidak berbau pasir dan juga tidak hitam serta ikan tidak cacat. Jaminan yang diberikan sangat menjanjikan. Jumlah bahan baku yang dibutuhkan per hari tidak tentu, hal tersebut dikarenakan kapasitas produksi yang dihasilkan menyesuaikan dengan pesanan dan stok yang ada. Pilihan tempat pembelian bahan baku jika di Empang Agung kosong adalah di Pasar Ikan Semarang. Sekali pengiriman sebanyak 500 sampai ribuan kg ikan bandeng, namun dalam sekali produksi tetap per hari kurang lebih 500 kg olahan bandeng dimana itu dibagi untuk pembuatan bandeng presto, otak - otak bandeng dan pepes bandeng. Total dalam sehari pembelian ikan bandeng mentah yaitu 670 kg. Pembagian dalam sekali produksi per hari yaitu 70% (350 kg) untuk olahan bandeng presto, 20% (100 kg) untuk olahan otak – otak bandeng dan 10% (50 kg) untuk pepes bandeng. Total produksi olahan bandeng dalam masa satu periode (1 tahun) sejumlah 182.500 kg.

Spesifikasi bahan baku yang dipilih yaitu antara lain; mata benih dan cerah, bola mata menonjol, kornea jernih, insang berwarna merah cemerlang, tanpa lendir, sisik masih menempel dan utuh, bau ikan segar, sayatan daging dan ikan

masih utuh, serta konsistensi padat, elastis bila ditekan dengan jari dan sulit menyobek dari tulang belakang. Hal tersebut standar dengan standar SNI. Penjagaan bahan baku mulai dari pengiriman sampai penerimaan yaitu ditaruh pada wadah yang sering disebut blong dengan karyawan disana serta dimasukkan es batu balok untuk menjaga kesegaran. Jenis ukuran ikan yang dikirim ada 4 yaitu 250 gr (T_0), 350 gr (B), 450 gr (B_0) dan 550 gr (B_x), namun yang sering dikirim yaitu ukuran 250 - 450 gr. Harga bahan baku per kg T_0 yaitu Rp 23.000, B sebesar Rp 25.000 dan B_0 sebesar Rp 26.000, namun jika pada musim - musim tertentu harga bisa mencapai Rp 28.000 hingga Rp 30.000. UD. Mina Makmur memakai ukuran ikan ukuran 250 gr (T_0) dan 350 gr (B). Olahan bandeng presto menggunakan bandeng ukuran 350 gr sedangkan otak – otak dan pepes bandeng menggunakan ukuran 250 gr.

Bahan baku tambahan lain yaitu bumbu, daun pisang dan es balok. Bumbu dan sambal dibeli langsung dari Pasar Induk Johar Semarang. Bumbu bandeng presto terdiri dari garam, kunyit, laos, jahe, daun salam, daun sereh, ketumbar dan kemiri. Bumbu pepes bandeng terdiri dari cabe merah, cabe rawit, kemiri, bawang putih, bawang merah, garam, telur, daun jeruk dan gula. Bumbu otak – otak terdiri dari bawang putih, lada bubuk, kentang, panir, penyedap rasa, telur, bawang merah goreng. Pembelian bumbu total kurang lebih ada Rp 1.000.000 untuk persediaan selama seminggu. Maka total dari bumbu dalam satu periode 1 tahun yaitu Rp 48.000.000. Daun pisang yang digunakan pada usaha ini sangat khusus. Jenis daun pisang yang digunakan adalah daun pisang batu. Daun ini di beli di Pasar dengan bahan baku sambal. Daun ini khusus dipilih untuk menjadi bahan baku karna menghasilkan aroma yang khas (sedap) dan tampilan olahan bandeng yang menarik dan warna bandeng tidak merah. Total per hari pembelian daun pisang yaitu 200 lembar dengan harga Rp 100.000. Es balok yang dibutuhkan dalam sehari sebanyak 3 balok. Es balok di dapatkan dari toko

Argo Kencono ataupun penjual es lain. Harga tiap balok es yaitu Rp 30.000 sehingga dalam satu tahun dibutuhkan biaya sebesar Rp 32.850.000.

2. Sarana

Sarana merupakan segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sarana yang digunakan dalam usaha pengolahan ikan yaitu :

a. Peralatan

Adapun peralatan yang digunakan dalam usaha pengolahan ikan bandeng oleh Ibu Darmono sebagai berikut :

Tabel 37. Sarana UD. Mina Makmur

No.	Nama Alat	Fungsi	Gambar
1.	Kompor SNI	Untuk memasak olahan bandeng	
2.	Freezer	Untuk menyimpan daging dan ikan bandeng	
3.	Penjepit	Untuk mengambil ikan bandeng untuk dimasukkan ke wadah	
4.	Mesin Giling	Untuk menggiling daging dan bumbu	
5.	Mesin Vacuum	Untuk pengemasan vacuum	
6.	Kereta bandeng	Untuk kereta membawa loyang bandeng	

Lanjutan Tabel 37.

No.	Nama Alat	Fungsi	Gambar
7.	Pisau	Untuk memotong bahan baku	
8.	<i>Autoclave</i>	Untuk memasak (presto) olahan bandeng	
9.	Pemanggang	Untuk memanggang olahan bandeng	
10.	<i>Exhaust Fan</i>	Untuk mendinginkan olahan bandeng	
11.	Penggoreng	Untuk menggoreng ikan dan bumbu	
12.	Gunting	Untuk menggunting kertas dan plastik	
13.	<i>Sealer</i>	Untuk mengepress plastik sambal	
14.	Plastik <i>vacuum</i>	Untuk wadah bandeng	
15.	Plastik biasa	Untuk wadah kertas struk	

Lanjutan Tabel 37.

No.	Nama Alat	Fungsi	Gambar
16.	Kertas struk	Untuk telemek bandeng	
17.	Loyang	Untuk wadah bandeng	
18.	Meja produksi	Untuk tempat proses produksi	
19.	Tusuk gigi	Untuk otak - otak bandeng	
20.	Daun pisang	Untuk menutupi olahan ikan bandeng	
21.	Loyang adonan	Untuk tempat pencucian ikan	
22.	Plong	Untuk wadah ikan segar	
23.	Etalase	Untuk wadah kertas, kemasan, ikan dan lain-lain	
24.	Dus kemasan	Untuk pengemasan	
25.	Panci	Untuk memasak ikan	

Lanjutan Tabel 37.

No.	Nama Alat	Fungsi	Gambar
26	Bak	Untuk mencuci ikan	
27	<i>Insect Killer</i>	Untuk menjaga tempat pengolahan dari serangga	

(UD. Mina Makmur, 2019)

3. Prasarana

Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggara suatu proses. Adapun proses tersebut dapat berupa suatu usaha, pembangunan ataupun proyek. Pada usaha pengolahan ikan bandeng terdapat beberapa prasarana yang digunakan yaitu :

a. Lahan dan Bangunan

UD. Mina Makmur merupakan usaha dagang milik perseorangan oleh Ibu Darmono. Usaha ini berdiri di lahan milik sendiri sehingga harga sewa per tahun untuk daerah ini sejumlah Rp 25.000.000. Bangunan ini dibangun mulai sekitar tahun 1990an, dimana mulai ramai pesanan produk dan konsumen. Letak bangunan usaha juga berada di samping rumah pemilik. Lahan untuk bangunan meliputi : kantor, halaman parkir, toilet, ruang produksi, ruang penerimaan bahan baku, ruang pendingin, ruang pengemasan, dan tempat membeli produk (*outlet*). Lokasi usaha bisa dikatakan cukup mudah dijangkau bagi konsumen karena berada di dalam gang kampung *digital* yang menjadi sentra pengolahan ikan bandeng dan lokasi yang terdeteksi *Maps* . Sisi lain dilihat dari segi faktor bahan baku lokasi cukup dekat, namun ketersediaan air hanya mengandalkan sumber

PDAM, dan belum ada pengolahan IPAL lebih lanjut. Adapun *layout* lokasi UD. Mina Makmur dapat dilihat pada lampiran.

b. Sumber Air

Hasil penelitian pada UD. Mina Makmur, diperoleh bahwa sumber air usaha ini mengandalkan air PDAM saja. Kendala yang dialami karena hanya mengandalkan air PAM, maka ketika sumber air tidak menyala, maka terpaksa untuk sumber air diganti dengan menggunakan air gallon.

c. Transportasi

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Pada usaha pengolahan ikan, transportasi yang digunakan adalah motor dan mobil *pickup* UD. Mina Makmur.

Gambar 9. Alat Transportasi Sepeda Motor



(UD. Mina Makmur, 2019)

Sepeda motor digunakan oleh Ibu Hanik untuk belanja kebutuhan bumbu ke pasar, sedangkan mobil digunakan untuk mengantar pesanan ke konsumen dalam skala besar. Mobil juga digunakan untuk mengantarkan pada acara pelatihan atau undangan acara lain.

Gambar 10. Alat Transportasi Mobil

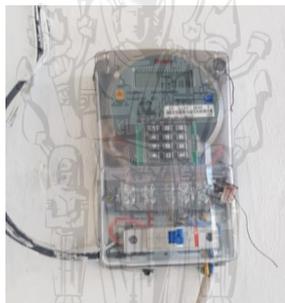


(UD. Mina Makmur, 2019)

d. Listrik

Listrik merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting yang diperlukan dalam melakukan banyak kegiatan khusus dalam suatu usaha. Listrik digunakan untuk penerangan dan masih banyak lagi. Dalam UD. Mina Makmur terdapat 2 jenis listrik yaitu listrik biaya 1300 watt dan listrik token 2500 watt. Biaya listrik yang dibutuhkan per tahun sebesar Rp 45.250.000

Gambar 11. Listrik UD. Mina Makmur



(UD. Mina Makmur, 2019)

e. Ruang Produksi

Merupakan ruangan yang digunakan untuk melakukan suatu kegiatan operasional guna menciptakan sebuah produk. Ruang produksi dibedakan menjadi ruang penerimaan bahan baku, ruang pengolahan, ruang pendingin, ruang pengemasan. Pada pengolahan ikan dilengkapi peralatan yang menunjang kegiatan proses produksi. Diantara lain terdapat etalase, meja, kan, bak, tempat pemasakan, dan peralatan lain.

Gambar 12. Ruang Produksi



(UD. Mina Makmur, 2019)

f. Ruang Kantor

Merupakan ruangan yang digunakan khusus untuk tempat menyimpan barang-barang berharga seperti sertifikat, piala, piagam, berkas - berkas, dan lain- lain. Ruang kantor didukung dengan TV, meja dan kursi kantor serta beberapa almari untuk menyimpan berkas - berkas penting.

Gambar 13. Ruang Kantor



(UD. Mina Makmur, 2019)

g. Ruang Karyawan

Merupakan ruangan yang digunakan khusus karyawan untuk meletakkan barang bawaan sebelum masuk kerja. Didalam ruang ini terdapat almari, toilet, dan *wastafel* serta kaca.

Gambar 14. Ruang Karyawan UD. Mina Makmur



(UD. Mina Makmur, 2019)

h. Outlet

Merupakan tempat khusus untuk jual beli konsumen. Pada tempat ini disediakan peralatan penunjang seperti kursi konsumen, meja baca, kulkas air minum, *computer casier*, rak produk, AC, dan lain-lain.

Gambar 15. Outlet UD. Mina Makmur



(UD. Mina Makmur, 2019)

i. Kondisi Jalan

Kondisi jalan dalam suatu usaha merupakan faktor yang sangat penting karena dapat memperlancar keberhasilan suatu usaha yang dijalankan. Dengan kondisi jalan yang baik, maka dapat mempermudah akses untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang diperlukan dalam usaha ini. Lokasi pengolahan ikan bandeng berada di Jl Gg. IV Sentra Olahan Ikan Bandeng Purwosari, Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang, Jawa Tengah. Kondisi jalan menuju lokasi cukup baik, namun karena berada di gang sehingga jika terdapat 2 mobil yang beriringan harus mengalah salah satu.

Gambar 16. Kondisi Jalan



(UD. Mina Makmur, 2019)

4. Proses Produksi

Proses produksi atau pengolahan pada bandeng terdiri dari persiapan bahan baku dan proses pengolahannya. Proses pengolahan bisa secara tradisional atau modern. Pengolahan bandeng secara tradisional yaitu menggunakan prinsip pemindangan, sedangkan secara modern yaitu menggunakan *autoclave* (Susanto, 2010).

Pada UD Mina Makmur dalam melakukan proses produksi yaitu menggunakan *autoclave*. Proses produksi dari pengolahan ikan bandeng untuk dijadikan bandeng presto, otak - otak bandeng dan pepes bandeng sebagai berikut :

1. Persiapan Bahan Baku

Ikan yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan bandeng duri lunak harus memiliki tingkat kesegaran yang tinggi sehingga produk bandeng duri lunak yang dihasilkan memiliki mutu yang lebih baik. Mutu produk yang dihasilkan tergantung dari bahan baku maupun proses pengolahan yang dilakukan. Jika akan diolah, ikan bandeng dikeluarkan dari ruang pendingin kemudian didiamkan dalam ruangan terbuka kurang lebih 5 jam sampai ikan bandeng sudah tidak keras lagi tetapi masih tetap dingin (Susanto, 2010).

Ibu Darmono menggunakan bahan baku utama yaitu ikan bandeng (*Chanos chanos*) yang diperoleh dari Empang Agung dimana merupakan distributor ikan bandeng terbaik di Semarang. Pihak Empang Agung mengirim ikan dimasukkan dalam wadah plong, setiap plong berat ikan kurang lebih 60 kg. Dalam sekali pengiriman ikan bandeng segar mencapai 500 sampai ribuan kg. Ikan yang dikirim masih dalam keadaan segar dan tanpa cacat apapun dan daging tidak hitam, itulah yang menjadi salah satu alasan Ibu Darmono berlangganan dengan Empang Agung. Pembagian dalam sekali produksi per hari yaitu 70% (350 kg) untuk olahan bandeng presto, 20% (100 kg) untuk olahan

otak – otak bandeng dan 10% (50 kg) untuk pepes bandeng. Perbandingan bahan baku antara ikan dan bumbu pada olahan bandeng presto yaitu 90% : 10%. Perbandingan bahan baku antara ikan dan bumbu pada olahan pepes bandeng yaitu 80% : 20%. Perbandingan bahan baku antara ikan dan bumbu pada olahan otak – otak bandeng yaitu 75% : 25%.

Gambar 17. Penerimaan Bahan Baku Ikan Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

2. Penyiangan dan Pencucian Ikan

Penyiangan ikan bertujuan untuk menghilangkan sebagian besar bakteri pembusuk yang terdapat pada tubuh ikan. Jadi sebelum diolah, ikan dicuci terlebih dahulu untuk menghilangkan isi perut, sisik, insang, lendir, dan kotoran. Penyiangan dilakukan dengan cara mengiris ujung pisau dari dekat anus (pangkal ekor) lalu dilanjutkan ke arah punggung. Usahakan agar irisan tidak mematahkan duri tengah. Irisan diteruskan dengan menyobek punggung bagian belakang ke arah punggung bagian depan (ke arah kepala). Kemudian belah kepala bandeng hingga tubuh bandeng dapat dibuka, terbelah seperti kupu-kupu.

Pembelahan model kupu-kupu dimaksudkan agar setelah isi perut dibuang, perutnya tidak tampak terlalu kempes serta bekas sobekannya tetap utuh dan teratur rapi sehingga ikan seolah tampak utuh tanpa sobekan (Susanto, 2010).

Bersihkan bandeng dengan membuang isi perut, kotoran dan insang. Pastikan bandeng bersih dari sisa-sisa darah saat mencuci. Cara pencucian yang baik adalah menggunakan air bersih, mengalir yang memenuhi persyaratan air

minum, hal ini bertujuan untuk menghilangkan kotoran yang terikut pada bahan baku. Setelah itu tergantung proses pemasakan ikan, untuk lebih jelasnya berikut langkah-langkah masing-masing produk :

Gambar 18. Pencucian dan Penyiangan Ikan



(UD. Mina Makmur, 2019)

3. Pemasakan Bandeng

Pengolahan produk dibedakan atas 3 olahan yaitu bandeng presto, otak – otak bandeng dan pepes bandeng. Berikut merupakan proses masing-masing per jenis produk:

a. Bandeng Presto

Setelah proses pembersihan dan penyiangan, langkah selanjutnya untuk membuat membuat bandeng presto adalah pelumuran bumbu. Bumbu terdiri dari garam, kunyit, laos, jahe, daun salam, daun sereh, ketumbar dan kemiri yang khusus yang sudah dibuatkan oleh Ibu Darmono sendiri.

Gambar 19. Pelumuran Bumbu Bandeng Presto



(UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah dilumuri bumbu, bandeng ditata di dalam loyang dengan tambahan daun pisang, lalu dimasukkan di dalam *autoclave* selama \pm 75 menit dengan suhu 120° tekanan 1,5 atm.

Gambar 20. Pemasakan Bandeng Presto



(UD. Mina Makmur, 2019)

b. Pepes Bandeng

Setelah proses pembersihan dan penyiangan, langkah selanjutnya untuk membuat membuat pepes bandeng adalah pelumuran bumbu. Bumbu terdiri dari cabe merah, cabe rawit, kemiri, bawang putih, bawang merah, garam, telur, daun jeruk, dan gula dimana bumbu itu sudah dibuatkan oleh Ibu Darmono sendiri.

Gambar 21. Bumbu Pepes Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

Masukkan bandeng presto ke daun pisang dan dilumuri bumbu lalu ditata ke loyang dan dimasukkan untuk dimasak ke dalam *autoclave* selama 60 menit, lalu dipanggang.

Gambar 22. Pemasakan dan Pemanggang Pepes Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

b. Otak - otak Bandeng

Proses selanjutnya untuk pembuatan otak - otak bandeng yaitu memisahkan daging ikan dengan kulit ikan bandeng. Pemisahan daging dan kulit ikan menggunakan sendok dengan cara dikerok. Setelah daging terpisah dari kulit, daging di giling halus. Begitu pula dengan bumbu utama. Bumbu tambahan dari otak - otak yaitu bawang putih, lada bubuk, kentang giling, panir, penyedap rasa, telur, bawang merah goreng.

Gambar 23. Bahan-bahan Otak - otak Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah daging digiling dan bumbu-bumbu siap, campur menjadi 1 adonan, lalu buat menjadi beberapa kepalan untuk mengisi daging kedalam kulit bandeng. Untuk memasukkan daging terlebih dahulu dimasukkan tusuk gigi pada bagian ekor, lalu memasukkan daging kedalam kulit, dan ratakan. Setelah itu langsung ditata kedalam loyang dengan daun pisang dan ditaburi sedikit garam. Setelah itu dimasukkan kedalam *autoclave* selama 45 menit lalu tiriskan.

Gambar 24. Pengisian Daging Otak - otak Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

4. Penirisan dan Penyimpanan

Proses pendinginan dengan menggunakan *autoclave* (secara modern) pada proses pemasakannya dilakukan dengan cara *autoclave* didiamkan selama setengah jam sampai tidak mengeluarkan suara mendesis agar uap yang ada di dalam panci keluar semua dan tekanan dalam panci turun. Hal ini dilakukan untuk mencegah rusaknya karet katup pengaman panas. Setelah dingin ikan diangkat satu persatu dengan hati-hati kemudian diletakkan berjajar di atas rak besi untuk diangin-anginkan pada suhu ruangan (Susanto, 2010).

Langkah selanjutnya yaitu penirisan dan penyimpanan. Penirisan dilakukan karena bertujuan untuk menata kembali olahan ikan bandeng pada Loyang yang kemudian dibawa untuk dimasukkan pada ruang pendinginan. Ruang pendinginan pada UD. Mina Makmur menggunakan alat *exhaust fan*. Dalam satu ruangan terdapat 2 pendingin.

Gambar 25. Penirisan dan Pendinginan Olahan Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

5. Pengemasan

Tahap akhir setelah produk selesai diolah adalah melakukan pengemasan. Kemasan pada UD. Mina Makmur ini yaitu didalam dus kecil, lalu plastik.

Gambar 26. Dus Kemasan Olahan Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

Daya awet ikan bandeng tergantung dari proses pengemasan bandeng duri lunak. Bandeng duri lunak yang dikemas tanpa divacuum dapat bertahan selama 2 hari apabila disimpan di ruangan dan dapat bertahan hingga 5 hari apabila disimpan di suhu dingin. Tetapi apabila bandeng duri lunak disimpan dengan cara *vacuum* dapat bertahan hingga 1 sampai 3 bulan. Kantong palstik yang digunakan adalah jenis kantong plastik *polyethylene*. Penggunaan plastik *polyethylene* sudah benar karena polyethylene bersifat tahan panas, penahan air yang baik selain juga murah (Susanto, 2010)

6. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen yang didasarkan pada kebutuhan dan keinginan pasar (Jakfar & Khasmir, 2003).

Gambar 27. Pemasaran Olahan Ikan Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

Produk pada UD. Mina Makmur dipasarkan secara langsung pada *outlet* yang bertempat di Purwosari IV, Kel. Tambakrejo, Kec. Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah, selain itu juga melalui pengecer pada berbagai tujuan daerah.

5.1.2 Aspek Manajemen

Manajemen adalah proses pendayagunaan bahan baku dan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan - tujuan yang ditetapkan. Esensi manajemen adalah aktivitas bekerja dengan orang lain agar mencapai berbagai hasil. Melalui

manajemen dilakukan proses pengintegrasian berbagai sumber daya dan tugas untuk mencapai berbagai tujuan organisasi yang telah ditentukan (Yandi, 2016).

Aspek manajemen dibagi menjadi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Adapun aspek manajemen dalam UD. Mina Makmur adalah sebagai berikut.

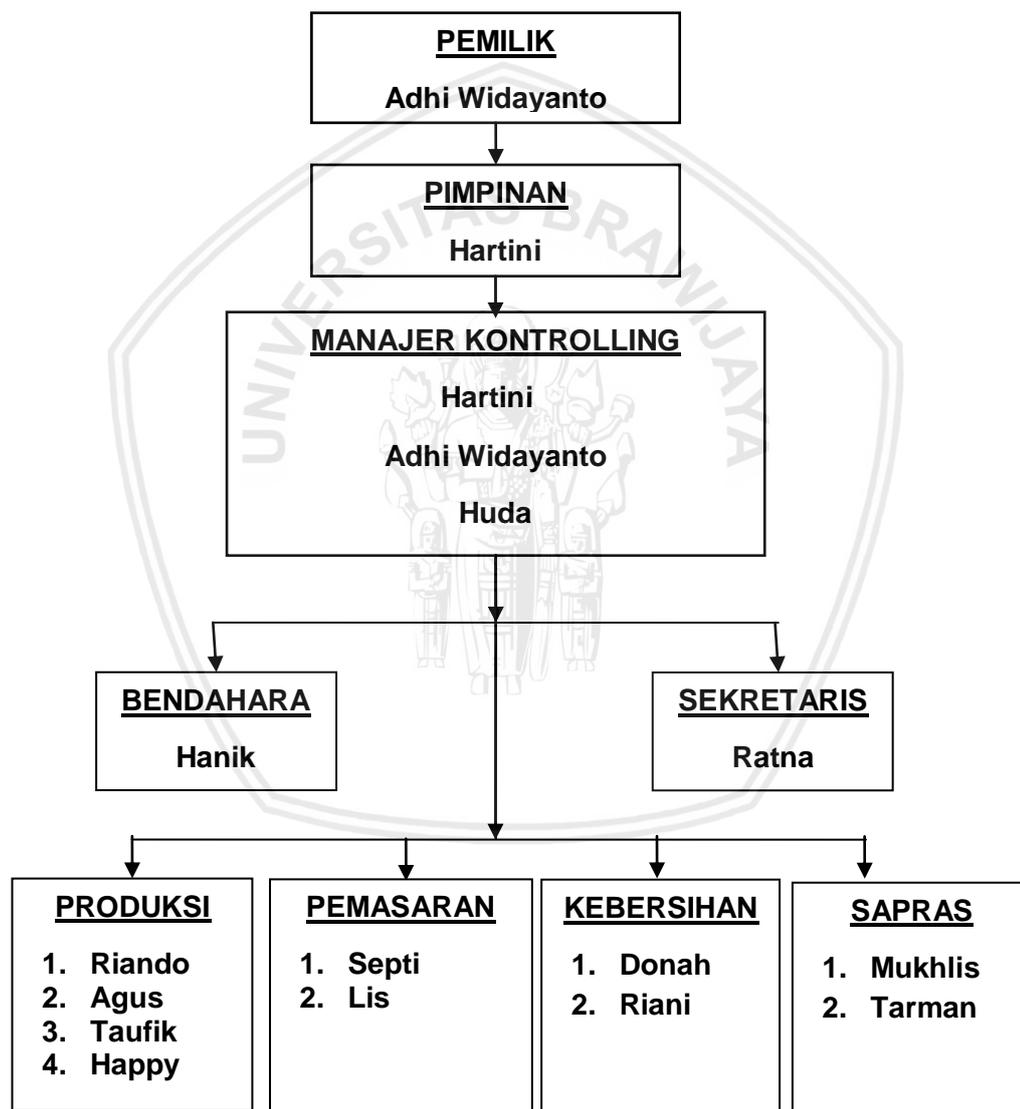
1. Planning

Perencanaan awal usaha pengolahan ikan bandeng pada UD. Mina Makmur dilakukan untuk memajukan kesejahteraan wanita pada daerah setempat sesuai dengan visi misi usaha. Usaha ini berencana sebagai wadah menampung aktivitas dan sebagai tempat mencari nafkah bagi ibu - ibu daerah sekitar untuk membantu perekonomian warga sekitar. Perencanaan awal dari usaha ini yaitu memenuhi target produksi yang laku di pasaran. Awal usaha ini hanya memproduksi 1 - 5 kg bandeng per hari untuk dijual dipasaran secara *door to door*. Namun setelah berjalan lama, produk olahan ini sangat diminati banyak konsumen, sehingga mulai membangun dan memperbanyak kerja sama dengan dinas karena berhubung Ibu Darmono sendiri dulu bekerja di Pemerintahan Kota sehingga memudahkan untuk memperluas lahan pemasaran dan kerja sama antar instansi. Untuk perencanaan saat ini yaitu memperluas tempat usaha dan memperkuat mutu produk karena produk ini sudah berlabel SNI yang sudah dimiliki sejak tahun 2014 dan memperluas pasar. Label SNI diperoleh karena UD. Mina Makmur sudah melakukan implementasi SKP (Sertifikat Kelayakan Pengolahan) dan terdapat 30 item yang harus diperbaiki. Namun hal itu sudah tercapai sampai tahun sekarang. Selain itu juga merencanakan pembuatan saluran filter air, mengingat kondisi air pada daerah ini sangat kurang baik, memperbaiki kualitas karyawan, selain itu juga

memperbaiki sarana dan prasarana yang rusak, mengingat lokasi ini sangat rawan akan banjir rab.

2. Organizing

UD. Mina Makmur menggunakan sistem organisasi garis dimana tipe organisasi yang sederhana. Namun disisi lain usaha ini juga menerapkan sistem kekeluargaan karena pemilik juga ikut dalam membantu proses pengolahan.



Gambar 28. Bagan Organisasi UD. Mina Makmur
(UD. Mina Makmur, 2019)

Pemilik usaha ini yaitu Adhi Widayanto dan pimpinan Ibu Hartini Darmono. Dibawah pemilik dan pimpinan usaha ini terdapat *manager controlling* yang

bertugas sebagai pengontrol jalan usaha ini yaitu Adhi Widayanto, Ibu Hartini dan Huda. Usaha ini memiliki sekitar 12 orang pegawai yang terdiri dari pegawai tetap dan pegawai borongan. Pada bagian produksi dengan status pegawai borongan sejumlah 4 orang yaitu 3 orang anggota keluarga Ibu Riando, Agus, Taufik dan dibantu Ibu Happy. Pegawai tetap terdiri dari bendahara yaitu Ibu Hanik, sekretaris yaitu Ibu Ratna, 2 orang bagian pemasaran yaitu Ibu Lis dan Septi, 2 orang bagian pembersihan yaitu Ibu Donah dan Ibu Riani serta 2 orang bagian sarana dan prasarana yaitu Bapak Mukhlis dan Bapak Tarman.

Pemilik dan pimpinan dalam usaha adalah seorang ibu dan anak yang bertugas sebagai *manager controlling*, yaitu sebagai pengawas segala kegiatan usaha ini. *Manager controlling* juga dibantu oleh rekan dari mas Adhi yaitu mas Huda, dimana beliau bertugas memantau pembukuan dan sarana yang dilakukan dalam usaha tersebut.

Ibu Hanik selaku bendahara, selain bertugas dalam bidang pembukuan dan keuangan mengurus segala keuangan baik masuk maupun keluar dalam UD. Mina Makmur, beliau juga ikut membantu mengawasi stok bahan baku jika pemilik sedang tidak ada di rumah. Beliau juga membantu pemasaran pada bagian *outlet* dimana bertugas melayani konsumen pada saat pembelian di *outlet* maupun lewat pemesanan *online*.

Ibu Ratna bertugas sebagai sekretaris pada usaha ini. Beliau bertugas mengurus segala administrasi usaha ini, terutama ketika ada kegiatan perlombaan, tamu Dinas, legalitas usaha dan produk serta kegiatan kegiatan lain yang berkaitan dengan acara - acara usaha ini.

Pada bagian produksi, terdapat 4 pegawai borongan yang terdiri dari Ibu Riando, Pak Agus suami Ibu Riando dan Taufik anak dari Ibu Riando serta Ibu Happy. Disamping itu juga dibantu oleh pegawai lain untuk menyiapkan bahan baku yaitu oleh Ibu Lis. Ibu Riando khusus untuk produksi bandeng presto dan

otak - otak bandeng. Untuk produksi pepes bandeng dibuat oleh Ibu Riando Ibu Darmono sendiri. Penggorengan dipegang oleh Ibu Happy.

Pada bagian pengemasan dilakukan secara fleksibel. Pada bagian ini terdapat Ibu Lis, Ibu Hanik dan Ibu Septi, terkadang jika pemesanan banyak juga dibantu oleh Mas Adhi dan Ibu Darmono.

Pada bagian sarana prasarana yaitu terdapat 2 pegawai yaitu Bapak Mukhlis dan Bapak Tarman ke dua bapak tersebut khusus untuk mengatasi jika terjadi kerusakan sarana prasarana usaha, listrik dan lain - lain.

Pada bagian kebersihan terdapat 2 pegawai yaitu Ibu Donah untuk bagian kebersihan lantai bawah dan sekitar lingkungan, sedangkan untuk kebersihan dapur dan produksi terdapat Ibu Riani jam kerja khusus kebersihan yaitu pagi hari sebelum toko buka dan sore hari ketika produksi selesai.

Usaha ini memiliki pembagian waktu kerja yang terdiri dari 2 shift. Adapun waktu yang sudah ditentukan pada usaha ini yaitu sebagai berikut :

- a. Shift 1 = pukul 07.00 – 17.00 WIB
- b. Shift 2 = pukul 18.00 – 22.00 WIB

Untuk jam produksi dilakukan tidak tentu, tergantung kapan bahan baku datang dan stok produk yang siap jual sehingga fleksibel. Pekerja produksi yang berstatus borongan menerima upah yang tidak sama tiap hari, tergantung jumlah ikan yang datang pada hari itu dan jumlah produksi yang dilakukan. Pembagian upah terbagi atas 2 macam, ada yang bulanan ada yang mingguan. Untuk yang mingguan per hari berkisar Rp 50.000 sampai Rp 80.000 sedangkan untuk yang bulanan kurang lebih masuk UMR Semarang yaitu sekitar Rp 2.500.000 . Sedangkan upah untuk pemborong dalam sekali produksi per kg yaitu Rp 1.500.

3. Actuating

Pada usaha ini pemilik melakukan fungsi pergerakan dengan cara berkomunikasi setiap hari dengan karyawan. Selain itu juga memberikan arahan

kepada karyawan dengan langsung memberikan contoh dalam mengerjakan sesuatu. Ibu Darmono juga sering memberikan pelatihan tentang pengolahan ikan bandeng sehingga meningkatkan mutu dan juga ilmu pengetahuan dalam hal pengolahan. Dalam hal pemasaran, ibu Hartini juga turut aktif dan ramah terhadap konsumen, sehingga setiap kali ada konsumen yang datang dan ibu tidak ada, banyak konsumen yang menitipkan salam kepada beliau. Bonus karyawan yang sering diberikan oleh Ibu Hartini antara lain diajak kegiatan makan di luar, jalan – jalan dan voucher gratis belanja, serta tambahan bonus agar karyawan menjadi lebih giat dalam bekerja.

4. Controlling

Pengawasan dilakukan oleh mas Adhi, Ibu Darmono dan mas Huda. Mas Adhi bertugas mengawasi kinerja karyawan ketika Ibu Darmono sedang tidak di rumah dan memegang sosial media usaha. Ibu Darmono bertugas mengawasi segala aktivitas karyawan dan produksi hingga pemasaran usaha. Beliau melakukan itu secara langsung yaitu komunikasi dengan karyawan, memantau dari absensi karyawan dan laporan keuangan setiap hari. Selain itu juga karena setiap hari beliau ikut membantu dalam proses pengolahan sehingga bisa memantau langsung kinerja karyawan. Mas Huda bertugas memantau kegiatan pembukuan *digital* yang digunakan dalam usaha ini.

5.1.3 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen yang didasarkan pada kebutuhan dan keinginan pasar (Kasmir dan Jakfar, 2008).

Aspek pemasaran pada pengolahan ikan yang dilakukan oleh UD. Mina Makmur yaitu:

1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran sendiri terdiri dari 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*.

a) *Product*

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kotler & Armstrong, 1996). Pada UD. Mina Makmur menawarkan beberapa jenis produk olahan ikan bandeng. Diantara dari produk - produk tersebut adalah bandeng presto, otak - otak bandeng dan pepes bandeng. Macam - macam untuk olahan basah yaitu terdapat bandeng presto basah, otak - otak basah, dan pepes.

Gambar 29. Produk Basah Bandeng Presto, Otak – otak dan Pepes Bandeng



(UD. Mina Makmur, 2019)

Macam - macam untuk olahan goreng yaitu terdapat bandeng presto goreng, otak - otak goreng, dan pepes bakar. Berikut merupakan gambar produk :

Gambar 30. Produk Goreng Otak - otak, Bandeng Presto dan Pepes Bakar



(UD. Mina Makmur, 2019)

Macam - macam untuk olahan *vacuum* yaitu terdapat bandeng presto *vacuum*, otak - otak *vacuum*, dan pepes *vacuum*. Berikut merupakan gambar produk :

Gambar 31. Produk Bandeng Presto *Vacuum*



(UD. Mina Makmur, 2019)

Alasan usaha ini mengandalkan olahan Ikan bandeng (*Chanos chanos*) yaitu teknologi pengolahan cukup mudah atau sederhana sehingga dapat diproduksi dalam berbagai skala usaha, bahan dan peralatan mudah didapatkan dengan harga terjangkau, ikan bandeng mengandung asupan gizi (protein, lemak, fosfor, kalsium, besi, vitamin A dan vitamin B1) yang cukup tinggi serta harga produk terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Olahan inovasi yang pernah dibuat oleh UD. Mina Makmur antara lain *nugget*, gelatin, tahu bakso, ayam kremes, ayam presto, dan bandeng kropok. Inovasi tersebut selalu dilakukan oleh usaha ini, namun tidak secara terus menerus karena produk inovasi diolah ketika ada pesanan saja. Usaha ini selalu memiliki inovasi olahan produk setiap waktu namun tidak bertahan lama.

b) *Price*

Harga adalah salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidak produk dan jasa yang di tawarkan (Jakfar & Khasmir, 2003). Strategi harga yang dilakukan pada UD. Mina Makmur yaitu dengan penetapan harga dengan mempehatikan biaya dan penerimaan yang didapatkan. Harga produk keseluruhan di UD. Mina Makmur yaitu sebesar Rp 90.000 per kg.

c) *Place*

Penentuan lokasi usaha sangatlah penting untuk kelancaran suatu usaha. Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi antara lain dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan pusat pemerintahan, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat, mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi, serta sarana dan prasarana (Jakfar & Khasmir, 2003).

Tempat pemasaran UD. Mina Makmur berada pada Jl. Purwosari IV, Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. Usaha ini memilih untuk memasarkan produk hanya di *outlet* sendiri dikarenakan dulu pernah menitipkan produk di beberapa tempat oleh-oleh suatu wisata namun tidak menghasilkan keuntungan dan minim peminat. Lokasi usaha terbilang cukup strategis karena berada pada gang sentra khusus pengolahan perikanan dan dekat dengan bahan baku dan berada dekat dengan pusat kota. Sekarang usaha ini hanya menerima pengecer dengan cara bayar tunai. Beberapa tempat tujuan pengecer yang bekerja sama dengan usaha ini yaitu daerah Magelang, Temanggung, Jogja, Demak, Pati, Kudus, Jepara, Blora, Purwodadi, Semarang, dan sekitar. Tempat oleh – oleh yang berada di kota besar yang bekerja sama dengan usaha ini antara lain Bali, Surabaya, Jakarta dan Bandung. Selain itu beberapa Negara yang pernah dikunjungi untuk festival olahan ikan ada di Malaysia, Korea, China, Jepang, Inggris dan Belanda. Biasanya produk ini di bawa oleh beberapa mahasiswa yang kuliah pada beberapa Negara itu, namun Ibu Hartini juga mengikuti acara di luar negeri.

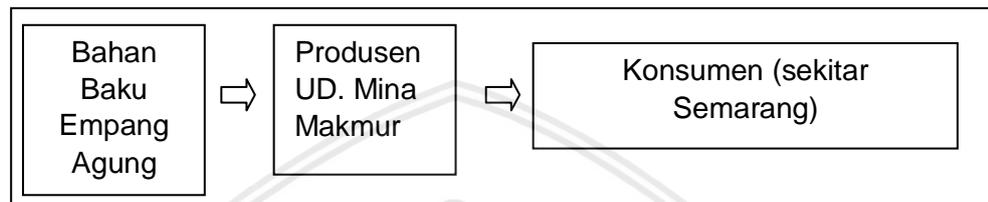
d) *Promotion*

Teknik promosi yang dilakukan oleh pihak UD. Mina Makmur yaitu secara *online* dan *offline*. Teknik *online* yang digunakan oleh usaha ini yaitu melalui sosial media yang dipakai antara lain *instagram*, *facebook*, *blog*, saluran TV,

radio, dan lain. Sedangkan *offline* yang digunakan yaitu melalui brosur, rekomendasi konsumen ke konsumen lain (mulut ke mulut), koran, dan lain-lain.

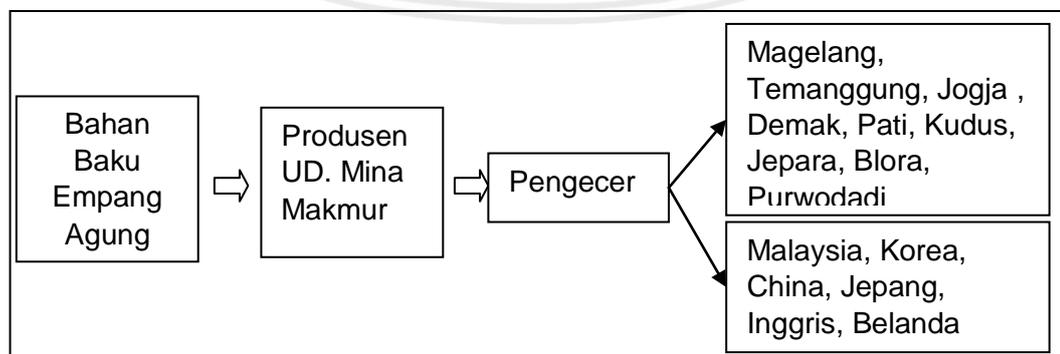
2. Saluran Pemasaran

Pada usaha ini terdapat 2 jenis saluran pemasaran, yaitu langsung dijual konsumen dan melalui pengecer. Untuk penjualan langsung ke konsumen yaitu langsung di *outlet* UD. Mina Makmur.



Gambar 32. Saluran Pemasaran 1
(UD. Mina Makmur, 2019)

Saluran pemasaran melalui pengecer yaitu terdapat pengecer Pak Burhan yang dibawa pada daerah Magelang, Temanggung, Jogja, Pak Supar dibawa ke arah Demak, Pati, Kudus, Jepara, Blora, Purwodadi, Bu Muslim dan Bu Endang di sekitar Semarang. Produk UD. Mina Makmur sudah pernah beredar di Malaysia, Korea, China, Jepang, Inggris dan terakhir baru saja kemarin di Belanda. Hal itu bermula dari adanya festival makanan yang diikuti oleh Ibu Darmono. Berikut merupakan saluran pemasaran yang ada pada UD. Mina Makmur :



Gambar 33. Saluran Pemasaran 2
(UD. Mina Makmur, 2019)

5.1.4 Aspek Finansial

Aspek finansial menyangkut masalah perbandingan antara biaya dan manfaat atau hasil usaha yang dapat diperoleh dari usaha tersebut. Aspek finansial bertujuan menganalisis kegiatan ekonomi yang berlangsung, mulai dari biaya investasi yang terdiri dari biaya pra operasi, biaya investasi dalam aktiva tetap, hingga modal kerja (Nugroho, Bakar, & Fitri, 2014).

1. Analisis Finansial Jangka Pendek

Analisis finansial jangka pendek berfungsi untuk menilai dana yang diinvestasikan layak atau tidak (Primyastanto M. , 2016).

A. Permodalan

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal dari luar yaitu dari lembaga lembaga kredit (Purwanti, 2012). Permodalan dalam usaha ini dibedakan menjadi :

a) Modal Tetap

Modal tetap pada UD. Mina Makmur meliputi tanah, computer, meja, AC, *exhaust fan*, kursi, kompor, pemanggang, kereta dorong, etalase, *sealer*, mesin *vacuum*, pisau, gunting, mesin giling, wajan, *autoclave*, *freezer*, loyang, bak plastik, kendaraan, *insect killer* dan tempat sampah. Jumlah modal tetap yang digunakan yaitu sebesar Rp 256.690.000 dengan penyusutan sebesar Rp 38.718.000.

b) Modal Lancar

Modal lancar pada UD. Mina Makmur meliputi ikan bandeng, daun pisang, lidi, bumbu, kemasan, plastik, listrik, tenaga kerja borongan, es balok. Modal lancar secara keseluruhan dalam 1 tahun total sebesar Rp 6.712.000.000.

c) Modal Kerja

Modal kerja pada UD. Mina Makmur meliputi penyusutan, perawatan, sewa tanah, biaya tenaga kerja, ikan bandeng, daun pisang, lidi, bumbu, kemasan, plastik, listrik, biaya tenaga kerja borongan, dan es balok. Total modal kerja satu tahun produksi sebesar Rp 7.075.718.000.

B. Biaya Produksi

Biaya produksi pada UD. Mina Makmur yang digunakan dalam satu tahun produksi sebesar Rp 7.075.718.000 . Jumlah ini merupakan biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang tidak berubah dengan adanya peningkatan atau penurunan jumlah produk yang dihasilkan. Biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha ini selama satu tahun adalah Rp 363.718.000. Biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang biaya yang berubah – ubah jumlah menurut banyaknya produk yang dihasilkan. Biaya variabel pada secara keseluruhan dalam 1 tahun total sebesar Rp 6.712.000.000.

C. Penerimaan

Penerimaan UD. Mina Makmur dibedakan menjadi 3 sesuai produk masing-masing. Penerimaan bandeng presto sebesar Rp 11.497.500.000 dengan harga produk yang dijual yaitu Rp 90.000 per kg dan jumlah produksi sebanyak 127.750 kg selama satu tahun. Penerimaan otak – otak bandeng sebesar Rp 3.285.000.000 dengan harga produk yang dijual yaitu Rp 90.000 per kg dan jumlah produksi sebanyak 36.500 kg selama satu tahun. Penerimaan pepes bandeng sebesar Rp 1.642.500.000 dengan harga produk yang dijual yaitu Rp 90.000 per kg dan jumlah produksi sebanyak 18.250 kg selama satu tahun. Jadi dapat disimpulkan total keseluruhan penerimaan dalam satu tahun yaitu Rp 16.425.000.000 dengan total produksi selama setahun 182.500 kg.

D. Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Pada UD. Mina Makmur, diperoleh pendapatan sebesar Rp 16.425.000.000 dan total biaya sebesar Rp 7.075.718.000 sehingga didapatkan nilai *R/C Ratio* sebesar 2,32 yang menunjukkan bahwa *R/C Ratio* > 1 yang berarti usaha tersebut layak untuk dijalankan.

E. Break Event Point (BEP)

BEP terdiri dari BEP unit dan BEP sales. Berdasarkan perhitungan *Break Event Point* (BEP) unit pada UD. Mina Makmur dibedakan menjadi 3 berdasarkan produk masing-masing. BEP bandeng presto akan dicapai dengan memproduksi sebanyak 4.783,79 unit per tahun dengan nilai penjualan (BEP sales) sebesar Rp 430.541.306 per tahun. BEP otak – otak bandeng akan dicapai dengan memproduksi sebanyak 1.366,80 unit per tahun dengan nilai penjualan (BEP sales) sebesar Rp 123.011.802 per tahun. BEP pepes bandeng akan dicapai dengan memproduksi sebanyak 683,40 unit per tahun dengan nilai penjualan (BEP sales) sebesar Rp 61.505.901 per tahun. Maka dapat disimpulkan agar titik impas dapat dicapai maka Ibu Darmono harus memproduksi produk olahan sebanyak 6.839,99 unit per tahun dengan nilai penjualan (BEP sales) sebesar Rp 615.059.008,55 per tahun.

F. Keuntungan

UD. Mina Makmur memiliki pendapatan sejumlah Rp 16.425.000.000 dengan total biaya Rp 7.075.718.000 sehingga memiliki total keuntungan sebesar Rp 9.349.282.000 selama satu tahun.

G. Rentabilitas

Usaha ini memiliki modal kerja sebesar Rp 7.075.718.000 dengan laba / keuntungan yang diperoleh selama satu tahun yaitu sebesar Rp 9.349.282.000, sehingga diperoleh tingkat pengembalian modal usaha ini sejumlah 132,13% dimana melebihi tingkat suku bunga 12% dan dikatakan usaha ini layak.

2. Analisis Finansial Jangka Panjang

Analisis jangka panjang dalam penelitian ini meliputi perhitungan biaya penambahan investasi (*Re-investasi*), *Net Present Value* (NPV), *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Periode* (PP) serta analisis sensitivitas. Berikut merupakan hasil dan penjelasan dari masing – masing perhitungan yang digunakan :

A. Biaya penambahan Investasi (*Re-Investasi*)

Biaya penambahan investasi atau *re-invest* adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan kembali peralatan baru demi menunjang kelancaran usaha tersebut. Dalam usaha ini besar biaya yang dikeluarkan untuk penambahan investasi setiap tahunnya bervariasi tergantung dari jenis peralatan yang harus diganti dikarenakan usia ekonomis yang sudah habis. Pada perhitungan yang dilakukan pada penelitian untuk biaya penambahan investasi didapatkan berdasarkan penggunaan alat – alat produksi yang memiliki umur teknis.

Hasil perhitungan diperoleh hasil biaya penambahan dan investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun ke 5 sebesar Rp 268.894.500 dengan nilai sisa sebesar Rp 217.372.000. Nilai tersebut diperoleh dengan asumsi bahwa terjadi kenaikan harga barang sebesar 1 % setiap tahun.

B. *Net Present Value* (NPV)

NPV merupakan selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah di *presentvalue* kan. Pada UD. Mina Makmur diperoleh nilai NPV sebesar Rp 33.416.144.012 yang berarti usaha ini layak karena nilai NPV > 0. Nilai tersebut merupakan penerimaan kas bersih yang diterima usaha ini selama lima tahun periode analisis. Dari data tersebut didapatkan nilai positif yang menunjukkan bahwa nilai arus kas masuk lebih besar daripada nilai kas keluar, sehingga usaha ini layak untuk dilanjutkan.

C. *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*

Net B/C dapat diartikan sebagai merupakan perbandingan dan jumlah *present value net benefit* (PVNB) yang bernilai positif dengan PVNB yang bernilai negatif. Dari hasil penelitian hasil pada usaha UD. Mina Makmur diperoleh hasil 131,18. Nilai ini berarti perbandingan penerimaan dari usaha lebih besar daripada jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh, atau dengan kata lain usaha ini akan mendapatkan tambahan penerimaan Rp 131,18 dari setiap pengeluaran dan karena nilai Net B/C ini lebih besar dari 1, maka usaha ini layak untuk dilanjutkan.

D. *Internal Rate of Return (IRR)*

Internal Rate Of Return (IRR) adalah tingkat penghasilan dan profitabilitas indeks merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (*proceeds*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*). Dari hasil penelitian hasil pada usaha UD. Mina Makmur diperoleh hasil 3642%. Usaha tersebut dapat dikatakan layak karena nilai IRR > 12%. Dimana 12% merupakan tingkat suku bunga di bank saat ini. Hal ini berarti, tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi pada pengembangan usaha ini lebih besar dibandingkan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari investasi yang dilakukan pada bank. Dengan demikian, kriteria untuk usaha ini dapat dinilai layak.

E. *Payback Period (PP)*

Payback Period (PP) merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengambil uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*) tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. Dari hasil penelitian hasil pada usaha UD. Mina Makmur diperoleh hasil 0,03. Maka dapat dikatakan kemampuan usaha tersebut dalam mengembalikan modal investasi selama 0,03 tahun.

F. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas dapat digunakan untuk menunjukkan bagian - bagian yang peka memerlukan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan akan lebih menguntungkan perekonomian. Berikut merupakan tabel hasil analisis sensitivitas pada UD. Mina Makmur :

Tabel 38. Hasil Analisis Sensitivitas UD. Mina Makmur

No	Asumsi	(%)	NPV (Rp)	Net B/C	IRR (%)	PP (Tahun)
1	Normal		33.384.301.027	131,36	3647	0,03
2	Biaya naik dan <i>benefit</i> turun	73 25	-5.625.567	0,97	11,02	3,70
3	Biaya naik dan <i>benefit</i> turun	22,9 44,598	-14.770.098	0,94	9,4	3,82
4	Biaya naik	127,9	-17.590.475	0,93	8,9	3,86
5	<i>Benefit</i> turun	57,77	-9.945.387	0,96	10,26	3,76

(UD. Mina Makmur, 2019)

Asumsi biaya naik 73% dan *benefit* turun 25%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1 yaitu sebesar Rp -5.625.567. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,97 dimana kurang dari 1 dan nilai IRR sebesar 11,02%, PP yang diperoleh ialah 3,70 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha ini tidak peka dan perencanaan usaha yang diusulkan tidak layak.

Asumsi biaya naik 22,9% dan *benefit* turun 44,598%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1 yaitu sebesar Rp -14.770.098. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,94 dimana sama dengan 1 dan nilai IRR sebesar 9,4%, PP yang diperoleh ialah 3,82 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha ini tidak peka dan perencanaan usaha yang diusulkan tidak layak.

Asumsi biaya naik 127,9%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1 yaitu sebesar Rp -17.590.475. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,93 dimana kurang dari 1 dan nilai IRR sebesar 8,9%, PP yang diperoleh ialah 3,86 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha ini tidak peka dan perencanaan usaha yang diusulkan tidak layak.

Asumsi *benefit* turun 57,77%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1 yaitu sebesar Rp -9.945.387. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,96 dimana kurang dari 1 dan nilai IRR sebesar 10,26%, PP yang diperoleh ialah 3,76 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha ini tidak peka dan perencanaan usaha yang diusulkan tidak layak.

Biaya naik dari beberapa faktor produksi sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Terutama ketika kenaikan biaya terjadi pada bahan baku, karena merupakan faktor terpenting dalam menjalankan usaha pengolahan produk ikan bandeng. Dengan adanya asumsi di atas maka akan dapat menggambarkan apa yang terjadi pada usaha pengolahan produk ikan bandeng tersebut. Kondisi ini merupakan batas akhir dimana usaha ini masih dikatakan layak jika biaya naik lebih dari itu dan *benefit* menjadi lebih rendah maka dapat dikatakan tidak layak.

5.1.5 Aspek Hukum

Usaha yang telah berjalan kemudian hari menimbulkan masalah. Masalah - masalah yang timbul kadang-kadang sangat vital, sehingga usaha yang semula kita nyatakan layak untuk semua aspek, ternyata menjadi sebaliknya. Hal ini disebabkan karena kurang teliti dalam bidang hukum sebelum usaha tersebut dijalankan (Jakfar & Khasmir, 2003).

Misal badan hukum yang ternyata fiktif, artinya tidak sah secara hukum, sehingga tidak layak disebut sebagai perusahaan yang berbadan hukum. Atau pula dapat terjadi izin - izin yang dimiliki ternyata palsu. Kemudian pelik masalah

tanah, dimana sering terjadi pemalsuan surat-surat, sehingga menimbulkan sengketa yang berkepanjangan. Akibat kurang teliti dalam penelitian dokumen akan sangat merugikan pihak perusahaan itu sendiri.



Gambar 34. Aspek Hukum (UD. Mina Makmur, 2019)

UD. Mina Makmur memiliki surat - surat perizinan usaha yaitu dalam bentuk, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*), TDP (Tanda Daftar Perusahaan), PIRT (Produk Industri Rumah Tangga), Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia), SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), SKP (Sertifikasi Kelayakan Pengolahan), HAKI (Hak Atas Kelayakan Intelektual), SNI (Standar Nasional Indonesia). Banyak surat perizinan yang diperoleh oleh UD. Mina Makmur karena usaha ini sudah berdiri cukup lama serta banyak kegiatan yang dilakukan oleh Ibu Darmono dalam mengembangkan usaha UD, Mina Makmur.

5.1.6 Aspek Sosial

Pada UD. Mina Makmur terdapat beberapa sisi sosial yang diperoleh, antara lain yaitu usaha ini membantu kaum wanita pada daerah Kel. Tambakrejo untuk mencari nafkah atau dengan kata lain mengurangi pengangguran para

wanita. Kerja sama antar beberapa pihak dinas Semarang dan pihak pemasok bahan baku juga memiliki nilai positif yaitu memperluas jaringan keluarga. Kegiatan pelatihan yang kerap diberikan oleh pihak UD. Mina Makmur juga memberikan dampak positif yaitu ilmu pengetahuan. Ibu Darmono juga memiliki kerja sama dengan Dinas Kelautan, Perindustrian dan Perdagangan, Disnaker (Tenaga Kerja), Kesehatan Balai, Kementerian BSN (Badan Standardisasi Nasional) dan lain-lain sehingga tidak heran jika produk ibu Darmono sangat dikenal masyarakat luas bahkan di luar negeri.



Gambar 35. Aspek Sosial UD. Mina Makmur (UD. Mina Makmur, 2019)

Dalam kehidupan sosial tak lupa sesama manusia harus saling tolong menolong, dan ada sebagian dari harta kita adalah milik orang lain. Maka dari itu kita dianjurkan untuk berzakat. Zakat disini dapat dibagi menjadi dua yaitu *Earning Before Zakat* (EBZ) dan *Earning After Zakat* (EABZ). Untuk EBZ hasil yang diperoleh yaitu Rp 9.349.282.000, zakat (2,5%) diperoleh sebesar Rp 233.732.050 sehingga EABZ diperoleh hasil sebesar Rp 9.115.549.950.

5.1.7 Aspek Lingkungan

Kegiatan operasional pengolahan ikan bandeng dapat dikatakan mengganggu dan dapat juga dikatakan tidak mengganggu lingkungan masyarakat sekitar. Pada usaha ini terdapat 2 jenis limbah, yaitu limbah cair dan limbah padat. Untuk limbah cair berupa darah, air buangan dalam proses mencuci baik ikan maupun alat-alat pendukung produksi. Limbah padat berupa kotoran ikan, isi perut, insang, sirip, dan sisik ikan.



Gambar 36. Keadaan selokan (IPAL) UD. Mina Makmur (UD. Mina Makmur, 2019)

Pada proses pembuangan limbah cair, saat proses pembuangan insang, sirip, sisik, serta pencucian aliran air masuk kedalam saluran air yang langsung masuk kedalam got. Dalam hal ini tidak ada pengelolaan khusus dalam hal limbah ini. Padahal dapat diketahui bahwa lingkungan sekitar merupakan lingkungan yang dapat dikatakan sangat buruk karena beberapa rumah tergenang dan tenggelam karena meluapnya air got yang sudah berwarna hitam pekat yang sangat mengganggu.



Gambar 37. Keadaan Jalan Akses Menuju UD. Mina Makmur (UD. Mina Makmur, 2019)

Hal ini karena disebabkan oleh rawan daerah rab pada kelurahan itu. Untuk limbah padat seperti duri diambil bagi warga yang mau untuk diolah kembali menjadi *steak* ikan bandeng, limbah insang diambil untuk dijadikan pakan lele, dan limbah hati dan usus ikan dijual, jika tidak ada yang mengambil langsung dibuang ke tempat sampah yang telah disediakan.

5.1.8 Aspek Kelembagaan

Pada UD. Mina Makmur, pemilik usaha ini memiliki beberapa kerja sama dengan pihak masyarakat setempat. Antara lain yaitu kegiatan kerja bakti

dengan pihak RT, yang sedang dilakukan saat ini yaitu pembangunan masjid RT. Kemudian kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan pihak kelurahan yang biasanya diadakan beberapa bulan sekali atau ketika ada kunjungan. Kegiatan lomba tingkat kota yang biasanya bekerja sama dengan pemerintah kota untuk mewakili Kecamatan Gayamsari atau Kota Semarang. Selain itu juga kerja sama dengan beberapa dinas yang berhubungan dengan UD. Mina Makmur.



Gambar 38. Pelatihan UD. Mina Makmur
(UD. Mina Makmur, 2019)

Usaha ini menjadi Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) yang bisa diikuti oleh umum berupa kegiatan pelatihan, studi banding, bimbingan dan permagangan pada beberapa kota antara lain Propinsi Jateng (Demak, Cilacap, dan lain - lain), Kaltim (Tarakan, Bontang), Riau; Bengkulu, Palembang, Jabar (Karawang, Cirebon, Indramayu, dan lain - lain), Bali, Lampung, Jatim (Sidoarjo, dan lain - lain), Jambi, Sumbar (Padang), Sulsel (Makasar), Sultra (Kendari, Konawe), NAD, NTT (Atambua), Papua, Kalteng (Palangkaraya). Beberapa pihak instansi terkait seperti Universitas Diponegoro, UNIKA Soegiyopranoto, Akademi Perikanan Kalinyamat Jepara, Akademi Perawat Pantiwiloso, SMU-SMU di beberapa kota seperti Semarang, Demak, Jogja.

5.2 Analisis SWOT

Faktor yang dapat mempengaruhi usaha dapat berupa faktor internal dan eksternal. Dalam SWOT faktor internal terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan pada faktor eksternal terdapat peluang

(*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Faktor internal dan eksternal pada UD. Mina Makmur dijelaskan sebagai berikut:

5.2.1 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah berbagai hal atau berbagai pihak yang berkaitan langsung dengan kegiatan produksi suatu dan mempengaruhi langsung terhadap setiap program, dan kebijakan pada usaha tersebut. Lingkungan internal yang dimaksud adalah pemilik usaha (*owner*), tenaga kerja dan lingkungan usaha (Saefull, 2009).

Identifikasi kekuatan dan kelemahan berdasarkan penelitian yang dilakukan pada UD. Mina Makmur sebagai berikut :

Tabel 39. Faktor Internal UD. Mina Makmur

No	Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan
1	Teknis	1. Kualitas bahan baku (S1) 2. Alat produksi dan fasilitas penunjang (S2)	1. Pengolahan IPAL (W1) 2. Sumber air PDAM (W2)
2	Pemasaran	1. Lokasi strategis (S3) 2. Harga terjangkau (S4)	1. Inovasi produk (W3) 2. Cabang / outlet usaha (W4) 3. Sosial media (W5)
3	Manajemen	1. Sistem pembukuan (S5) 2. Penggunaan alat produksi (S6)	1. Evaluasi kinerja (W6) 2. Kinerja karyawan (W7)
4	Finansial	1. Usaha menguntungkan (S7)	-
5.	Hukum	1. Legalitas usaha dan berstandar SNI (S8)	1. Sertifikat kadaluwarsa (W8)

(UD. Mina Makmur, 2019)

1. Kekuatan (*Strenght*)

Adapun kriteria dalam pemberian bobot dan juga *rating* pada faktor kekuatan (*strenght*) dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 40. Kriteria Pembobotan dan *Rating* Pada Faktor Kekuatan

No	Bobot	Kriteria	Rating	Kriteria
1	< 0,04	Jika faktor tidak penting terhadap pengembangan usaha	1	Jika faktor tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha
2	0,04	Jika faktor cukup penting terhadap pengembangan usaha	2	Jika faktor cukup berpengaruh terhadap pengembangan usaha
3	0,06	Jika faktor penting terhadap pengembangan usaha	3	Jika faktor berpengaruh terhadap pengembangan usaha
4	0,08	Jika faktor sangat penting terhadap pengembangan usaha	4	Jika faktor sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha

(UD. Mina Makmur, 2019)

a. Kualitas bahan baku

Bahan baku produksi pada UD. Mina Makmur sangat terjamin kualitas. Bahan baku bandeng didapatkan dari Empang Agung dimana merupakan sentra bandeng terbaik di Kota Semarang. Bandeng yang dipilih juga sesuai dengan kriteria bandeng layak untuk diolah. Ikan bandeng yang dihasilkan sangat baik, tidak berbau pasir dan juga tidak hitam serta ikan tidak cacat. Spesifikasi bahan baku yang dipilih yaitu antara lain; mata benih dan cerah, bola mata menonjol, kornea jernih, insang berwarna merah cemerlang, tanpa lendir, sisik masih menempel dan utuh, bau ikan segar, sayatan daging dan ikan masih utuh, serta konsistensi padat, elastis bila ditekan dengan jari dan sulit menyobek dari tulang belakang. Hal tersebut standar dengan standar SNI. Penjagaan bahan baku mulai dari pengiriman sampai penerimaan yaitu ditaruh pada wadah yang sering disebut blong dengan karyawan disana serta dimasukkan es batu balok untuk menjaga kesegaran. UD. Mina Makmur memakai ukuran ikan ukuran 250 gr (T_0) dan 350 gr (B). Setelah ikan datang langsung dilakukan tindakan penyiangan dan penucian ikan dan langsung diolah, jika ikan tidak langsung diolah, setelah ikan dibersihkan langsung dimasukkan ke dalam *freezer* agar tidak basi. Bahan baku tambahan lain yaitu bumbu, daun pisang dan es balok. Bumbu dan sambal

dibeli langsung dari Pasar Induk Johar Semarang. Daun pisang yang digunakan pada usaha ini sangat khusus. Jenis daun pisang yang digunakan adalah daun pisang batu. Daun ini khusus dipilih untuk menjadi bahan baku karena menghasilkan aroma yang khas (sedap) dan tampilan olahan bandeng yang menarik dan warna bandeng tidak merah. Berdasarkan fakta lapang yaitu kualitas bahan baku maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* sebesar 4.

b. Alat produksi dan fasilitas penunjang

Pada UD. Mina Makmur alat – alat produksi yang digunakan sangat lengkap dan berstandar SNI. Peralatan yang digunakan serba *stainless* mengingat usaha ini sudah berstandar SNI antara lain, kompor , *exhaust fan*, meja produksi, dan lain – lain. Fasilitas penunjang juga sangat lengkap yaitu ruang penerimaan bahan baku, ruang pembersihan, ruang produksi, ruang karyawan, ruang pengemasan, ruang pendingin, ruang pemasaran (*outlet*), ruang kerja. Selain itu perlengkapan karyawan juga lengkap, mulai dari seragam, topi, masker, sarung tangan, dan *flatshoes*. Berdasarkan fakta lapang yaitu alat produksi dan fasilitas penunjang maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* sebesar 4.

c. Lokasi strategis

Lokasi sangat menjadai hal yang penting dalam menjalankan usaha dan kedudukan persaingan. UD. Mina Makmur berada di lokasi sangat strategis. Usaha ini terletak pada Gang Sentra Olahan Bandeng Kelurahan Tambakrejo. Tidak dipungkiri lagi bahwa lokasi ini sudah disahkan untuk menjadi lokasi pengolahan ikan bandeng. Disisi lain UD. Mina Makmur selain menjadi lokasi usaha pengolahan, usaha ini juga dijadikan sebagai Pusat pelatihan Hasil Perikanan Swadaya sehingga sangat menguntungkan bagi pemilik. Lokasi juga dekat dengan sentra bahan baku karena berada pada jalan jalur Pantura dan

dekat dengan stasiun serta pusat perkotaan. Berdasarkan fakta lapang yaitu lokasi strategis maka diberi bobot sebesar 0,06 dan 4.

d. Harga terjangkau

Harga suatu produk sangat menjadi pertimbangan bagi konsumen. Jika harga dan kualitas seimbang maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pada UD. Mina Makmur harga produk sangat terbilang terjangkau (murah) untuk semua kalangan. Harga yang ditawarkan yaitu Rp 90.000 per kg dan dengan harga tersebut mampu bersaing dengan hasil olahan serupa yang terbilang lebih tinggi daripada hasil olahan produk. Kualitas produk olahan UD. Mina Makmur banyak digemari semua kalangan, hal tersebut terbukti dengan kegiatan pemerintah Gemar Makan Ikan selalu melibatkan produk UD. Mina Makmur. Berdasarkan fakta lapang yaitu harga terjangkau maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* sebesar 4.

e. Sistem pembukuan

UD. Mina Makmur memiliki laporan pengeluaran dan penapatan tiap periode dan menggunakan sistem yang serba *digital*. Laporan keuangan tersebut dilakukan oleh bendahara. Dulu sistem pembukuan masih terbilang sederhana yaitu di catat menggunakan buku namun sekarang beralih ke *digital* semua. Hal tersebut sangat memudahkan pihak usaha untuk mengontrol sistem pembukuan di setiap periode. Berdasarkan fakta lapang yaitu sistem pembukuan yang *digital* diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* sebesar 3.

f. Penggunaan alat produksi

Penggunaan alat produksi pada UD. Mina Makmur dapat dikatakan cukup efisien dalam penggunaan faktor input produksi. Hal tersebut dikarenakan dalam penggunaan alat produksi sudah terdapat SOP penggunaan masing-masing sehingga tidak berlebih. Berdasarkan fakta lapang yaitu penggunaan alat produksi yang efisien diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* sebesar 3.

g. Usaha menguntungkan

Pada hasil perhitungan analisis keuangan yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa usaha UD. Mina Makmur dikatakan layak dan menguntungkan berdasarkan hasil perhitungan analisis jangka pendek yang dapat dilihat dari hasil *RC Ratio*, keuntungan, rentabilitas, serta BEP dan jangka panjang yang dapat dilihat dari hasil NPV, *Net B/C*, IRR dan PP. Berdasarkan fakta lapang yaitu hasil perhitungan jangka pendek dan jangka panjang menguntungkan maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 4.

h. Legalitas usaha dan berstandar SNI

UD. Mina Makmur merupakan usaha pengolahan di Kota Semarang yang sudah berstatus / berstandar SNI. Legalitas usaha sudah jelas dan sering mendapatkan penghargaan di berbagai perlombaan. Usaha ini sering mengikuti dan mewakili perlombaan di luar kota sehingga tidak heran jika usaha ini sering dijadikan tolak ukur UKM di Kota Semarang. Usaha pengolahan ikan bandeng Ibu Darmono memiliki surat-surat perizinan usaha yaitu dalam bentuk , NPWP, HACCP, TDP, PIRT, Halal MUI, SIUP, NPWP, SKP, HAKI, SNI. Berdasarkan fakta lapang yaitu legalitas usaha dan berstandar SNI maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 4.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Pemberian bobot dan juga *rating* terdapat kriteria pemberian bobot dan juga *rating* pada faktor kelemahan seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 41. Kriteria Pembobotan dan *Rating* Pada Faktor Kelemahan

No	Bobot	Kriteria	Rating	Kriteria
1	< 0,04	Jika faktor tidak penting terhadap pengembangan usaha	4	Jika faktor tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha
2	0,04	Jika faktor cukup penting terhadap pengembangan usaha	3	Jika faktor cukup berpengaruh terhadap pengembangan usaha
3	0,06	Jika faktor penting terhadap pengembangan usaha	2	Jika faktor berpengaruh terhadap pengembangan usaha
4	0,08	Jika faktor sangat penting terhadap pengembangan usaha	1	Jika faktor sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha

(UD. Mina Makmur, 2019)

a. Pengolahan IPAL

Sarana dan prasarana dalam UD. Mina Makmur memang sudah tercukupi namun dalam pengolahan IPAL sangat sederhana. Pada usaha ini terdapat 2 jenis limbah, yaitu limbah cair dan limbah padat. Untuk limbah cair berupa darah, air buangan dalam proses mencuci baik ikan maupun alat - alat pendukung produksi. Limbah padat berupa kotoran ikan, isi perut, insang, sirip, dan sisik ikan. Pada proses pembuangan limbah cair, saat proses pembuangan insang, sirip, sisik, serta pencucian aliran air masuk kedalam saluran air yang langsung masuk kedalam got. Tidak ada pengelolaan khusus dalam hal limbah ini. Padahal dapat diketahui bahwa lingkungan sekitar merupakan lingkungan yang dapat dikatakan sangat buruk karena beberapa rumah tergenang dan tenggelam karena meluap air got yang sudah berwarna hitam pekat yang sangat mengganggu. Hal ini karena disebabkan oleh rawan daerah banjir rab pada kelurahan itu. Untuk limbah padat seperti duri diambil bagi warga yang mau untuk diolah kembali menjadi *steak* ikan bandeng, limbah insang diambil untuk dijadikan pakan lele, dan limbah hati dan usus ikan dijual, jika tidak ada yang mengambil langsung dibuang ke tempat sampah yang telah disediakan.

Berdasarkan fakta lapang yaitu pengolahan IPAL sederhana maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 3.

b. Sumber air PDAM

Sumber air pada UD. Mina Makmur mengandalkan air PDAM saja. Kendala yang dialami karena hanya mengandalkan air PAM, maka ketika sumber air tidak menyala, maka terpaksa untuk sumber air diganti dengan menggunakan air galon. Mengingat penting sumber air untuk keberlangsungan produksi alangkah baiknya hal ini lebih diperhatikan lagi karena juga berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan dalam produksi. Berdasarkan fakta lapang yaitu sumber air PDAM maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 2.

c. Inovasi produk

UD. Mina Makmur menawarkan beberapa jenis produk olahan ikan bandeng. Diantara dari produk-produk tersebut adalah bandeng presto, otak - otak bandeng dan pepes bandeng. Macam-macam untuk bandeng presto terdiri dari bandeng presto goreng, bandeng presto basah, presto *vacuum* tanpa sambal, presto *vacuum* tanpa sambal. Macam untuk otak - otak terdiri dari otak - otak goreng, otak - otak basah, otak - otak *vacuum* tanpa sambal, otak - otak *vacuum* dengan sambal. Macam pepes terdiri dari pepes dan pepes *vacuum*. Beberapa olahan inovasi yang pernah dibuat oleh UD. Mina Makmur antara lain *nugget*, gelatin, tahu bakso, ayam kremes, ayam presto, dan bandeng kropok. Inovasi tersebut selalu dilakukan oleh usaha ini, namun tidak secara terus menerus karena produk inovasi diolah ketika ada pesanan saja. Usaha ini selalu memiliki inovasi olahan produk setiap waktu namun tidak bertahan lama (kurang konsisten). Berdasarkan fakta lapang yaitu inovasi produk kurang konsisten maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 3.

d. Cabang / *outlet* usaha

UD. Mina Makmur memilih untuk memasarkan produk hanya di *outlet* sendiri dikarenakan dulu pernah menitipkan produk di beberapa tempat oleh-oleh suatu wisata namun tidak menghasilkan keuntungan dan minim peminat. Usaha ini tidak menginginkan adanya cabang usaha karena dari pihak pemilik sudah merasa cukup akan 1 *outlet* dan tidak ingin meninggalkan sejarah visi misi usaha ini, padahal jika dibandingkan dengan menambah *outlet* di pusat kota atau di kota lain bisa membantu memperluas pemasaran. Berdasarkan fakta lapang yaitu tidak memiliki cabang usaha maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 3.

e. Sosial media

UD. Mina Makmur memang memiliki banyak sosial media dan media promosi yang cukup. Sosial media yang dipakai antara lain *instagram*, *facebook*, *blog*, saluran TV, radio, dan lain. *Offline* yang digunakan yaitu melalui brosur, rekomendasi konsumen ke konsumen lain (mulut ke mulut), koran, dan lain-lain. Dalam hal penggunaan, usaha ini belum memaksimalkan dalam pemanfaatan penggunaan sosial media. Hal ini terbukti bahwa seperti *instagram* hanya dipakai untuk *update* info beberapa aja dan tidak secara rutin, penggunaan web resmi juga kurang di *update*, beberapa layanan pembelian seperti bukalapak dan lain lain juga jarang digunakan. Hal tersebut menandakan bahwa jika sosial media yang dimiliki bisa di manfaatkan lebih baik lagi maka akan menambah keuntungan bagi UD.Mina Makmur. Berdasarkan fakta lapang yaitu kurang penggunaan sosial media secara maksimal maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 2.

f. Evaluasi kinerja

Pada UD, Mina Makmur evaluasi langsung dilakukan oleh Ibu Hartini Dharmono. Cara yang dilakukan oleh Ibu Darmono untuk evaluasi kinerja yaitu secara langsung yaitu komunikasi dengan karyawan, memantau dari absensi

karyawan dan laporan keuangan setiap hari. Dalam memberikan evaluasi cara yang dilakukan kurang disukai oleh para karyawan karena tidak secara bertahap. Terkadang suasana hati dari pihak ibu Hartini juga mempengaruhi bagaimana dalam mengevaluasi kinerja. Hal tersebut membuat kenyamanan karyawan berkurang. Berdasarkan fakta lapang yaitu evaluasi kinerja tidak rutin maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

g. Kinerja karyawan

Pembagian *shift* tenaga karyawan UD. Mina Makmur sudah terbagi sesuai dengan *jobdesk* masing – masing. Namun yang menjadi masalah dalam kinerja pada UD. Mina Makmur adalah konsistensi kerja. Pada usaha ini sering terjadi keluar masuk karyawan. Selain itu juga beberapa karyawan kurang patuh akan peraturan dalam kelengkapan seragam bekerja. Berdasarkan fakta lapang yaitu kinerja karyawan maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

h. Sertifikat kadaluwarsa

UD. Mina Makmur merupakan salah satu usaha yang legalitas usaha sudah jelas dan sering mendapatkan penghargaan di berbagai perlombaan. Usaha pengolahan ikan bandeng Ibu Darmono memiliki surat - surat perizinan usaha yaitu dalam bentuk, NPWP, HACCP, TDP, PIRT, Halal MUI, SIUP, NPWP, SKP, HAKI, SNI. Namun beberapa sertifikat yang dimiliki kini sudah kadaluwarsa dan belum diperbaharui karna kesulitan akan sistem birokrasi pemerintah saat ini. Adapun sertifikat yang sudah kadaluwarsa adalah sertifikat halal dan SKP. Berdasarkan fakta lapang yaitu sertifikat kadaluwarsa maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 3.

Tabel 42. Matriks IFAS UD. Mina Makmur

FAKTOR FAKTOR INTERNAL		Bobot (B)	Ranking (R)	B x R
I	STRENGHT			
1	Kualitas bahan baku (S1)	0,08	4	0,32
2	Alat produksi dan fasilitas penunjang (S2)	0,08	4	0,32
3	Lokasi strategis (S3)	0,06	4	0,24
4	Harga terjangkau (S4)	0,06	4	0,24
5	Sistem pembukuan (S5)	0,06	3	0,18
6	Penggunaan alat produksi (S6)	0,06	3	0,18
7	Usaha menguntungkan (S7)	0,08	4	0,32
8	Legalitas usaha dan berstandar SNI (S8)	0,08	4	0,32
	total			2.12
II	WEAKNESS			
1	Pengolahan IPAL (W1)	0,04	3	0,12
2	Sumber air PDAM (W2)	0,04	2	0,08
3	Inovasi produk (W3)	0,06	3	0,18
4	Cabang / outlet usaha (W4)	0,06	3	0,18
5	Sosial media (W5)	0,08	2	0,16
6	Evaluasi kinerja (W6)	0,06	2	0,12
7	Kinerja karyawan (W7)	0,06	2	0,12
8	Serifikat kadaluwarsa (W8)	0,04	3	0,12
	total			1,08
TOTAL INTERNAL		1		3.2

(UD. Mina Makmur, 2019)

Analisis faktor internal (IFAS) menunjukkan nilai kekuatan dan kelemahan sebesar 3,35 Hal ini menunjukkan bahwa secara internal usaha pengolahan UD. Mina Makmur cukup layak. Jika dirinci faktor kekuatan (S) memiliki nilai 2,12 sedangkan faktor kelemahan (W) memiliki nilai 1,08 Hal ini berarti faktor kekuatan memiliki nilai yang lebih besar dari pada kelemahan yang ada. Nilai yang didapatkan dari perhitungan faktor internal dan eksternal diperoleh *Strenght* – *Weakness* dihasilkan dengan cara mengurangi antara kekuatan dan kelemahan dari faktor internal yaitu $2,12 - 1,08 = 1,04$.

5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah berbagai pihak yang berkaitan tidak langsung dengan kegiatan produksi suatu dan dalam kegiatan operasional perusahaan berhadapan dengan lingkungan sekitar dan harus mampu menyesuaikan

lingkungan sekitar baik dalam lingkup makro maupun mikro. Lingkungan mikro yaitu pelanggan, pesaing, pemasok dan *partner* strategis. Lingkungan makro berupa faktor ekonomi, faktor sosial, faktor politik dan hukum, faktor teknologi, faktor pemerintah dan faktor demografi (Saefull, 2009).

Tabel 43. Faktor Eksternal UD. Mina Makmur

No	Faktor Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)
Lingkungan Makro			
1	Politik	1. Bimbingan dari pemerintah (O1)	1. Birokrasi pemerintah (T1)
2	Sosial	1. Kerja sama dengan pedagang besar / instansi dan masyarakat (O2) 2. Perlombaan di dalam dan luar negeri (O3)	1. Keamanan lokasi usaha (T2)
3	Ekonomi	1. Perluasan target pasar (O4)	
4	Teknologi	1. Perkembangan teknologi (O5)	
5	Demografi	1. Tingkat pendidikan (O6)	
6	Alam		1. Musim atau cuaca (T3) 2. Kondisi lingkungan sekitar (T4)
Lingkungan Mikro			
1	Pesaing		1. Industri serupa (T5) 2. Produk substitusi (T6)
2	Pemasok	1. Ada pemasok bahan baku (O7)	1. Harga bahan baku (T7)
3	Pelanggan	1. Kepuasan pelanggan (O8)	1. Daya beli konsumen (T8)

(UD. Mina Makmur, 2019)

1. Peluang (*Opportunities*)

Pemberian bobot dan juga *rating* terdapat kriteria pemberian bobot dan juga *rating* pada faktor peluang seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 44. Kriteria Pembobotan dan *Rating* Pada Faktor Peluang

No	Bobot	Kriteria	Rating	Kriteria
1	< 0,04	Jika faktor tidak penting terhadap pengembangan usaha	1	Jika faktor tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha
2	0,04	Jika faktor cukup penting terhadap pengembangan usaha	2	Jika faktor cukup berpengaruh terhadap pengembangan usaha
3	0,06	Jika faktor penting terhadap pengembangan usaha	3	Jika faktor berpengaruh terhadap pengembangan usaha
4	0,08	Jika faktor sangat penting terhadap pengembangan usaha	4	Jika faktor sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha

(UD. Mina Makmur, 2019)

a. Bimbingan dari Pemerintah

UD. Mina Makmur merupakan salah satu UKM di Semarang yang langsung dibimbing oleh Pemerintah Semarang. Usaha ini menjadi semakin berkembang hingga saat ini karena bantuan bimbingan dari Pemerintah. Bantuan yang diberikan tidak dalam bentuk uang ataupun teknologi, tetapi melalui bimbingan langsung. Beberapa dinas yang membina usaha ini adalah KKP Semarang, DKP Semarang, Disperindag Semarang, UKM dan Koperasi Semarang serta BSN Semarang. Karena hal tersebut memberikan peluang kepada usaha ini selain terpercaya sebagai UKM berstandar SNI, usaha ini menjadi tempat Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) yang bisa diikuti oleh umum berupa kegiatan pelatihan, studi banding, bimbingan dan permagangan. Berdasarkan fakta lapang yaitu bimbingan dari pemerintah maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 4.

b. Kerja sama dengan pedagang besar / instansi dan masyarakat

Pemilik usaha ini memiliki beberapa kerja sama dengan pihak masyarakat setempat. Antara lain yaitu kegiatan kerja bakti dengan pihak RT, yang sedang dilakukan saat ini yaitu pembangunan masjid RT. Kemudian kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan pihak kelurahan yang diadakan beberapa bulan sekali

atau ketika ada kunjungan. Kegiatan lomba tingkat kota yang bekerja sama dengan pemerintah kota untuk mewakili Kecamatan Gayamsari atau Kota Semarang. Selain itu juga kerja sama dengan beberapa dinas yang berhubungan dengan UD. Mina Makmur. Usaha ini juga dijadikan sebagai Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S) yang bisa diikuti oleh umum berupa kegiatan pelatihan, studi banding, bimbingan dan permagangan. Berdasarkan fakta lapang yaitu kerja sama dengan pedagang besar / instansi dan masyarakat maka diberi bobot sebesar 0,8 dan *rating* 4.

c. Perlombaan di dalam dan luar negeri

UD. Mina Makmur merupakan UKM yang tergolong sebagai UKM berprestasi. Usaha ini sering mengikuti beberapa perlombaan dan acara di dalam dan luar negeri. Kegiatan lomba tingkat kota yang bekerja sama dengan pemerintah kota untuk mewakili Kecamatan Gayamsari atau Kota Semarang. Beberapa prestasi yang diperoleh antara lain juara II Tingkat Provinsi Aneka Olahsan dari Bahan Ikan Tahun 2001, Juara I Tingkat Nasional Lomba OPTISARKAN (Optimalisasi Usaha Pemasaran Hasil Perikanan) oleh Dinas Kelautan Perikanan Pusat Tahun 2004, Juara I Tingkat Provinsi Jawa Tengah Lomba Gugus Kendali Mutu Industri Kecil Menengah yang diselenggarakan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah, Tahun 2007, mendapatkan sertifikasi merk tahun 2008, mendapatkan logo SNI tahun 2014, dan menjadi Juara I Usaha Mikro Kecil Menengah Pengolahan Hasil Perikanan Terbaik Tingkat Provinsi Jawa Tengah tahun 2015. Produk UD. Mina Makmur sudah pernah beredar di Malaysia, Korea, China, Jepang, Inggris dan terakhir baru saja kemarin di Belanda. Hal itu bermula dari festival makanan yang diikuti oleh Ibu Darmono. Berdasarkan fakta lapang yaitu perlombaan dalam dan luar negeri maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 3.

d. Perluasan target pasar

Usaha ini terdapat 2 jenis saluran pemasaran, yaitu langsung dijual konsumen dan melalui pengecer. Untuk penjualan langsung ke konsumen yaitu langsung di *outlet* UD. Mina Makmur, sedangkan untuk melalui pengecer yaitu terdapat pengecer yang dibawa pada daerah Magelang, Temanggung, Jogja, Demak, Pati, Kudus, Jepara, Blora, Purwodadi dan sekitar Semarang. Produk UD. Mina Makmur sudah pernah beredar di Malaysia, Korea, China, Jepang, Inggris dan terakhir baru saja kemarin di Belanda. Hal itu bermula dari festival makanan yang diikuti oleh Ibu Darmono. Melihat prospek ke depan bahwa target pasar usaha ini sampai luar negeri maka usaha ini berpeluang untuk lebih dikembangkan dalam hal perluasan target pasar. Berdasarkan fakta lapang yaitu perluasan target pasar maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 4.

e. Perkembangan teknologi

Teknologi sudah berkembang sangat pesat dan sistem apapun sudah serba *digital* memberikan peluang kepada UD. Mina Makmur untuk mengembangkan sarana dan prasarana teknologi untuk mengembangkan usaha ini. Hal tersebut terbukti dengan teknologi yang digunakan oleh UD. Mina Makmur sudah modern dan beberapa fasilitas yang digunakan dalam usaha ini sudah serba *digital* seperti sistem pembukuan, pemesanan online, pembayaran non tunai, dan lain lain. Berdasarkan fakta lapang yaitu perkembangan teknologi maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 4.

f. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan masyarakat Semarang yang sudah berkualitas memberikan peluang usaha ini untuk berkembang. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi bagaimana seseorang akan bertindak dan mengambil keputusan. Hal tersebut sangat membantu dalam pemilihan kualitas produk. Selain itu, pada tingkat pendidikan atau akademisi yang semakin baik ini mampu membantu

menciptakan peralatan teknologi yang canggih. Hal tersebut menjadikan peluang bagi usaha ini untuk bekerja sama dalam proses pengembangan usaha. Berdasarkan fakta lapang yaitu tingkat pendidikan maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

g. Ada pemasok bahan baku

Lokasi UD. Mina Makmur dapat dikatakan dekat dengan sentra bahan baku karena berada pada jalan jalur Pantura dan dekat dengan stasiun serta pusat perkotaan. Pemasok bahan baku yang tersedia inilah memberikan peluang kepada usaha ini untuk terus berproduksi dan berkembang. UD. Mina Makmur memiliki langganan pemasok bahan baku yaitu pada Empang Agung dan Pasar Johar kota Semarang. Berdasarkan fakta lapang yaitu ada pemasok bahan baku maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 4.

h. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan syarat penting untuk mencapai sebuah loyalitas pelanggan. Pada UD. Mina Makmur ini sudah tidak diragukan lagi dalam hal kepuasan konsumen karena produk olahan sudah sampai di beberapa Kota dan juga luar negeri. Selain itu produk ini sering dijadikan produk sajian ketika ada acara event besar seperti Gemar Makan Ikan. Berdasarkan fakta lapang yaitu kepuasan pelanggan maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 4.

2. Ancaman (*Threats*)

Pemberian bobot dan juga *rating* terdapat kriteria pemberian bobot dan juga *rating* pada faktor ancaman seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 45. Kriteria Pembobotan dan *Rating* Pada Faktor Ancaman

No	Bobot	Kriteria	Rating	Kriteria
1	< 0,04	Jika faktor tidak penting terhadap pengembangan usaha	4	Jika faktor tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha
2	0,04	Jika faktor cukup penting terhadap pengembangan usaha	3	Jika faktor cukup berpengaruh terhadap pengembangan usaha
3	0,06	Jika faktor penting terhadap pengembangan usaha	2	Jika faktor berpengaruh terhadap pengembangan usaha
4	0,08	Jika faktor sangat penting terhadap pengembangan usaha	1	Jika faktor sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha

(UD. Mina Makmur, 2019)

a. Birokrasi pemerintah

Masa periode yang sudah berganti dan sistem birokrasi yang sudah berganti memberikan dampak yang nyata pada UD. Mina Makmur ini. Salah satu dampak yaitu sulit memperbaharui sertifikat halal dan SKP usaha ini yang sudah kadaluwarsa. Berdasarkan fakta lapang yaitu birokrasi pemerintah maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 3.

b. Keamanan lokasi usaha

Keamanan lokasi usaha merupakan hal yang penting dalam kegiatan usaha. UD. Mina Makmur terletak di dalam sebuah gang sentra pengolahan dimana lokasi dapat dikatakan bisa terancam jika keamanan lokasi tidak terjaga meskipun sudah terdapat CCTV pada tempat usaha. Berdasarkan fakta lapang yaitu keamanan lokasi usaha maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 2.

c. Musim atau cuaca

Musim dan cuaca dapat menjadi ancaman bagi setiap tempat usaha dan pemilik. Salah satu contoh adalah bencana alam. Lokasi pada UD. Mina Makmur sering terjadi banjir rab jika saat musim hujan. Hal tersebut sangat merugikan pihak usaha karena air masuk ke dalam lokasi dan menyulitkan akses jalan.

Berdasarkan fakta lapang yaitu musim atau cauca maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

d. Kondisi lingkungan sekitar

Kondisi lingkungan sekitar merupakan hal sangat yang menunjang bagi keberlangsungan suatu usaha. Lingkungan sekitar usaha ini dapat dikatakan kurang baik karena beberapa rumah tergenang dan tenggelam karena meluap air got yang sudah berwarna hitam pekat yang sangat mengganggu. Hal tersebut dikarenakan musim hujan yang menyebabkan banjir rab. Resapan air pada daerah ini kurang dan termasuk pada daerah rendah sehingga menyebabkan daerah sekitar usaha ini mudah terendam banjir. Ancaman yang dapat memberikan dampak pada usaha ini adalah pencemaran udara. Berdasarkan fakta lapang yaitu kondisi lingkungan sekitar maka diberi bobot sebesar 0,04 dan *rating* 3.

e. Industri serupa

Industri serupa merupakan industri pesaing dalam suatu usaha. Dikarenakan UD. Mina Makmur merupakan usaha yang terletak pada gang sentra pengolahan ikan bandeng maka daerah tersebut sangat banyak sekali pengusaha serupa. Hal tersebut memberikan persaingan dalam usaha. Selain dalam satu gang tersebut, karena usaha ini tidak memiliki cabang maka ancaman serupa muncul dari pesaing industri serupa yang berada di pusat kota dan beberapa daerah. Berdasarkan fakta lapang yaitu kondisi lingkungan sekitar maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

f. Produk substitusi

Muncul produk substisuti merupakan pesaing baru dalam suatu usaha. Produk substitusi yang ada yaitu olahan makanan yang siap saji dan berinovasi, seperti olahan ikan atau ayam yang dibuat dalam bentuk bermacam - macam.

Hal tersebut dapat menggantikan posisi olahan bandeng ini. Berdasarkan fakta lapang yaitu produksi substitusi maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 3.

g. Harga bahan baku

Berkaitan dengan hal musim, kenaikan bahan baku menjadi sebuah pertimbangan dan ancaman pengusaha dalam memproduksi. Khusus olahan ikan, bandeng tidak selalu ada pada setiap musim. Ketika tidak musim panen, harga bahan baku semua naik dan hal ini dapat menjadi ancaman pengusaha khusus UD. Mina Makmur, apalagi jika stok bahan baku sedang kosong. Berdasarkan fakta lapang yaitu produksi substitusi maka diberi bobot sebesar 0,06 dan *rating* 2.

h. Daya beli konsumen

Tingkat pembelian konsumen (daya beli) sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu usaha. Pada musim tertentu seperti musim sekolah masuk (pembayaran) pembelian pada UD. Mina Makmur menurun, sedangkan pada musim puasa atau libur usaha ini ramai pembeli. Berdasarkan fakta lapang yaitu daya beli konsumen maka diberi bobot sebesar 0,08 dan *rating* 2.

Tabel 46. Matrik EFAS UD. Mina Makmur

FAKTOR FAKTOR EKSTERNAL		Bobot (B)	Ranking (R)	B x R
I OPPORTUNITIES				
1	Bimbingan dari Pemerintah (O1) Kerja sama dengan pedagang / instansi/ masyarakat (O2)	0,08	4	0,32
2	Perlombaan di dalam dan luar negeri (O3)	0,06	3	0,18
3	Perluasan target pasar (O4)	0,06	4	0,24
4	Perkembangan teknologi (O5)	0,08	4	0,32
5	Tingkat pendidikan (O6)	0,06	2	0,12
6	Ada pemasok bahan baku (O7)	0,08	4	0,32
7	Kepuasan pelanggan (O8)	0,06	4	0,24
Total				2,06
II THREATS				
1	Birokrasi pemerintah (T1)	0,04	3	0,12
2	Keamanan lokasi usaha (T2)	0,04	2	0,12
3	Musim atau cuaca (T3)	0,06	2	0,12
4	Kondisi lingkungan sekitar (T4)	0,04	3	0,12
5	Industri serupa (T5)	0,06	2	0,12
6	Produk substitusi (T6)	0,06	3	0,18
7	Harga bahan baku (T7)	0,06	2	0,12
8	Daya beli konsumen (T8)	0,08	2	0,16
total				1,06
TOTAL EKSTERNAL		1		3,12

(UD. Mina Makmur, 2019)

Analisis faktor eksternal (EFAS) menunjukkan nilai peluang dan ancaman sebesar 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa secara eksternal usaha pengolahan UD. Mina Makmur cukup layak. Jika dirinci faktor peluang (O) memiliki nilai 2,06, sedangkan faktor ancaman (T) memiliki nilai 1,06 Hal ini berarti faktor peluang memiliki nilai yang lebih besar dari pada ancaman yang ada. Nilai yang didapatkan dari perhitungan faktor eksternal diperoleh *Opportunities-Threats* dihasilkan dengan cara mengurangi antara peluang dan ancaman dari faktor eksternal yaitu $2,06 - 1,06 = 1$.

Tabel 47. Matrik SWOT

	IFAS	STRENGHT	WEAKNESS
→		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas bahan baku (S1). 2. Alat produksi dan fasilitas penunjang (S2). 3. Lokasi strategis (S3). 4. Harga terjangkau (S4). 5. Sistem pembukuan (S5). 6. Penggunaan alat produksi (S6). 7. Usaha menguntungkan (S7). 8. Legalitas usaha dan berstandar SNI (S8). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengolahan IPAL (W1). 2. Sumber air PDAM (W2). 3. Inovasi produk (W3). 4. Cabang / outlet usaha (W4). 5. Sosial media (W5). 6. Evaluasi kinerja (W6). 7. Kinerja karyawan (W7). 8. Sertifikat kadaluwarsa (W8).
↓ EFAS			
	OPPORTUNITY	SO	WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bimbingan dari pemerintah (O1). 2. Kerja sama dengan pedagang besar / instansi dan masyarakat (O2). 3. Perlombaan di dalam dan luar negeri (O3). 4. Perluasan target pasar (O4). 5. Perkembangan teknologi (O5). 6. Tingkat pendidikan (O6). 7. Ada pemasok bahan baku (O7). 8. Kepuasan pelanggan (O8). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM (S1) (S2) (S8) (O1) (O3) (O5). 2. Memaksimalkan pelayanan konsumen (S2) (S3) (S4) (O5) (O8). 3. Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi (S7) (S8) (S4) (O1) (O2) (O3) (O4) (O5) (O7). 4. Menjadi sponsor kegiatan (S7) (S8) (2) (S3) (S4). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelatihan kepada karyawan (W3) (W6) (W7) (O1) (O6) (O5) (O2). 2. Menambah fasilitas penunjang produksi (W1) (W2) (O1) (O2) (O5). 3. Meningkatkan promosi secara intensif ((W5) (O4) (O5) (O8). 4. Menambah cabang usaha (W4) (O1) (O2) (O4) (O8).
	THREATS	ST	WT
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Birokrasi pemerintah (T1) 2. Keamanan lokasi usaha (T2). 3. Musim atau cuaca (T3). 4. Kondisi lingkungan sekitar (T4). 5. Industri serupa (T5). 6. Produk substitusi (T6). 7. Harga bahan baku (T7). 8. Daya beli konsumen (T8). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas produk (S1) (S2) (S3) (S6) (S8) (T1) (T3) (T4) (T6) (T7) (T8) . 2. Melakukan inovasi produk (S1) (S2) (S4) (S7) (T5) (T6) (T7) (T8). 3. Menambah target pasar (S4) (S7) (T6) (T7) (T8). 4. Menjaga kerja sama dan relasi (S7) (S8) (T1) (T2) (T4) (T5) (T6) (T7) (T8). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan perbaikan sarana dan prasarana (W1) (W2) (W7) (W8) (T1) (T2) (T3) (T4) . 2. Menambah saluran distribusi (W5) (W4) (T5) (T6) (T7) (T8). 3. Menjaga loyalitas pelanggan (W3) (W7) (T8) (T5) (T6) 4. Memaksimalkan penggunaan sosial media (W5) (W4) (T5) (T6) (T7) (T8).

(UD. Mina Makmur, 2019)

Hasil analisis faktor internal dan eksternal berikut ini merupakan hasil perhitungan total skor pembobotan kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman :

1. Total skor pembobotan faktor kekuatan : 2,12
2. Total skor pembobotan faktor kelemahan : 1,08
3. Total skor pembobotan faktor peluang : 2,06
4. Total skor pembobotan faktor ancaman : 1,06.

Hasil pembobotan pada strategi pengembangan usaha ini tidak menggunakan diagr SWOT, karena keseluruhan alternatif digunakan untuk menganalisis metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk prioritas strategi yang digunakan selanjutnya.

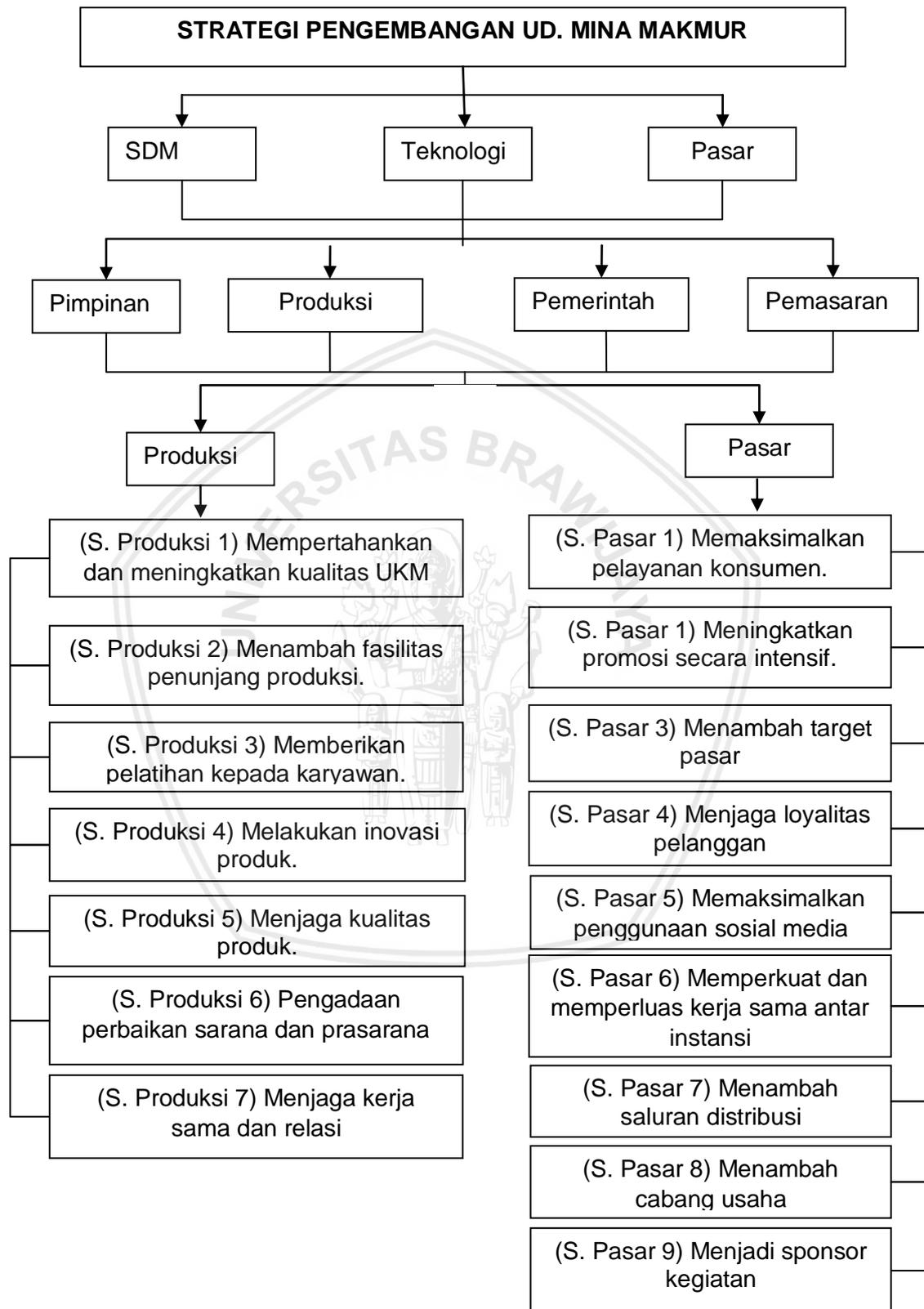
5.3 Perumusan Strategi Pengembangan Usaha dengan AHP

Tujuan dari analisis AHP adalah menentukan tingkat kepentingan sebuah strategi jika dilihat dari kriteria tertentu. Sehingga didapatkan perankingan strategi yang paling tepat sesuai dengan kondisi pada perusahaan.

5.3.1 Struktur Hirarki Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur

Penyusunan hirarki merupakan bagian terpenting dari model AHP, karena akan menjadi dasar bagi para responden untuk memberi penilaian/pendapat secara lebih sederhana. Dengan menggunakan hirarki, diharapkan permasalahan yang kompleks akan menjadi lebih sederhana dan mudah untuk dipahami (Asmarani, 2010).

Gambar 39. Struktur Hirarki model AHP UD. Mina Makmur



Hirarki AHP adalah suatu bagan yang menjalar dengan urutan bagan paling atas hingga paling bawah adalah tujuan, kriteria, sub kriteria (jika dibutuhkan), dan alternatif. Dalam model AHP yang digunakan dalam penelitian ini, hirarki terdiri dari 4 level, dengan level puncak sebagai *focus / goal* dari hirarki, yaitu : **“Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur”**.

Pada struktur hirarki level 1 adalah **Faktor Penentu** dimana dibagi menjadi 3 (tiga) yang dijelaskan sebagai berikut :

1. SDM (Sumber Daya Manusia), merupakan faktor penentu yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. SDM menjadi faktor penentu karena tanpa ada SDM usaha tersebut tidak ada yang menjalankan.
2. Teknologi, merupakan faktor penentu ke dua yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Teknologi menjadi faktor penentu karena tanpa ada teknologi usaha tersebut tidak berkembang dengan baik.
3. Pasar, merupakan faktor penentu ke tiga yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Pasar menjadi faktor penentu karena tanpa ada pasar, produk yang dihasilkan tidak mampu d pasarkan.

Pada struktur hirarki level 2 adalah **Aktor Yang Terlibat** dimana dibagi menjadi 4 (empat) yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Pimpinan, merupakan aktor yang terlibat yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Pimpinan menjadi aktor yang terlibat karena tanpa ada pimpinan usaha tersebut tidak ada yang mengatur.
2. Bagian Produksi, merupakan aktor ke dua yang terlibat yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Bagian produksi menjadi aktor yang terlibat karena tanpa ada produksi maka tidak ada yang mengolah.
3. Pemerintah, merupakan aktor ke tiga yang terlibat yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Pemerintah menjadi aktor

yang terlibat karena tanpa ada pemerintah usaha tersebut tidak akan berkembang dengan baik, karena dengan bantuan pemerintah seperti pelatihan mampu mendorong usaha tersebut semakin baik.

4. Bagian Pemasaran, merupakan aktor ke empat yang terlibat yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Bagian pemasaran menjadi aktor yang terlibat karena tanpa ada pemasaran usaha tersebut tidak ada yang memanajemen pasar/pemasaran.

Pada struktur hirarki level 3 adalah **Sasaran** dimana terbagi menjadi 2 (dua) yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Produksi, merupakan sasaran usaha yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Produksi menjadi sasaran agar usaha tersebut mengetahui bagaimana menjadikan produksi usaha menjadi lebih baik dan berkualitas lagi.
2. Pasar, merupakan sasaran usaha ke dua yang digunakan untuk strategi pengembangan pada UD. Mina Makmur. Pasar menjadi sasaran agar usaha tersebut mengetahui bagaimana menjadikan sasaran pasar menjadi lebih luas dan diterima oleh para konsumen.

Level 4 adalah **Alternatif Strategi** , yang diambil dari hasil analisis SWOT terdiri dari 16 strategi. Strategi tersebut sudah dikelompokkan berdasarkan sasaran pada level 3, yaitu :

1. Produksi :
 - a. Mempertahan dan meningkatkan kualitas UKM (S. Produksi 1).
 - b. Menambah fasilitas penunjang produksi (S. Produksi 2).
 - c. Memberikan pelatihan kepada karyawan (S. Produksi 3).
 - d. Melakukan inovasi produk (S. Produksi 4).
 - e. Menjaga kualitas produk (S. Produksi 5).
 - f. Pengadaan perbaikan sarana dan prasarana (S. Produksi 6).

g. Menjaga kerja sama dan relasi (S. Produksi 7).

2. Pasar :

- a. Memaksimalkan pelayanan konsumen (S. Pasar 1).
- b. Meningkatkan promosi secara intensif (S. Pasar 2).
- c. Menambah target pasar (S. Pasar 3).
- d. Menjaga loyalitas pelanggan (S. Pasar 4).
- e. Memaksimalkan penggunaan sosial media (S. Pasar 5).
- f. Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi (S. Pasar 6).
- g. Menambah saluran distribusi (S. Pasar 7).
- h. Menambah cabang usaha (S. Pasar 8).
- i. Menjadi sponsor kegiatan (S. Pasar 9).

5.3.2 Hasil Pengolahan AHP menggunakan *Expert Choice*

Berikut merupakan hasil prioritas dari perhitungan AHP per masing – masing kriteria sesuai hirarki di atas :

1. Hasil Pengolahan AHP dengan *Goal* Sebagai Prioritas

Goal pada hirarki ini adalah Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pada UD. Mina Makmur. Hasil *combine* keseluruhan menunjukkan bahwa faktor Pasar sebesar 0,424, faktor SDM sebesar 0,411 dan faktor teknologi sebesar 0,165 dengan keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.



Gambar 40. Hasil Pengolahan AHP Dengan *Goal* (UD. Mina Makmur, 2019)

Pasar menjadi prioritas utama karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usaha dan mendapatkan laba. Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan

mempertimbangkan faktor - faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi Persaingan. Maka dari itu prioritas utama dari UD. Mina Makmur ini adalah pasar (Purwanti, 2012).

SDM menjadi prioritas ke dua karena kualitas sumber daya manusia adalah kemampuan sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya dengan bekal pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang cukup memadai. Sumber daya manusia merupakan pilar penyangga utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam usaha mewujudkan visi dan misi serta tujuan dari organisasi tersebut (Evalia, 2015).

Teknologi menjadi prioritas ke tiga karena teknologi dapat berupa mesin, komputer, perangkat lunak, database, internet, *electronic commerce* dan jenis lain yang berhubungan dengan teknologi. Pemanfaatan teknologi informasi mencakup ada (a) pengolahan data, pengolahan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik dan (b) pemanfaatan kemajuan teknologi informasi agar pelayanan publik dapat diakses secara mudah dan murah oleh masyarakat (Evalia, 2015).

2. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM sebagai Prioritas

Faktor SDM menjadi prioritas menunjukkan bahwa aktor produksi sebesar 0,357, aktor pemasaran sebesar 0,293, aktor pimpinan sebesar 0,255 dan aktor pemerintah sebesar 0,095 dengan keseluruhan konsistensi 0,09 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi < 0,1 atau 10%.



Gambar 41. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM (UD. Mina Makmur, 2019)

Produksi merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan / pembuatan barang, jasa melalui proses transformasi dari masukan menjadi keluaran yang diinginkan. Produksi tidak terlepas dari penggunaan sumber – sumber yang ada untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa, sehingga barang atau jasa yang dihasilkan akan mempunyai nilai ekonomis untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba dari hasil usaha yang dilakukan. Tanpa ada pelaku produksi, maka suatu usaha tidak dapat berjalan dengan baik, karena kunci dari sebuah usaha adalah menghasilkan sebuah produk yang diterima oleh masyarakat (Herawati, 2008).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk memepertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usaha dan mendapatkan laba. Berhasil tidak dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian di bidang pemasaran. Dalam pencapaian tujuan perlu ada strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan - kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Purwanti, 2012).

Pimpinan dalam suatu usaha tidak bisa berfikir masa bodoh dalam bersikap untuk kemajuan usaha. Hanya pimpinan perusahaan yang mampu memanfaatkan manajemen yang akan bisa mengatasi berbagai kesulitan perusahaan sehingga perusahaan bisa terus berjalan bersamaan dengan berlangsung kendala itu sendiri sampai kendala berhasil diatasi karena para pimpinan perusahaan mampu membangun manajemen yang baik.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan menjadi sebuah keharusan agar kegiatan perekonomian dapat berjalan lebih merata dan meningkat. Bila mengandalkan peran pemerintah dalam menyediakan lapangan kerja terlalu berat dan lama dapat berkembang. Oleh karena itu untuk memasuki tahap -

tahap pertumbuhan suatu negara agar mencapai tahap tinggal landas diperlukan *interpreneur* yang mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri dan orang lain. Pemerintah disini berperan sebagai pemberi pelatihan dan bimbingan terutama dalam berkembang usaha menjadi lebih baik (Wahyuningsih, 2009).

Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Pimpinan adalah Prioritas

Sasaran terdiri atas produksi dan pasar, dengan memasukkan data yang didapat dari kuseioner dan diolah menggunakan aplikasi *Expert Choice* didapatkan hasil *combine* keseluruhan ketika faktor SDM dan pimpinan menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,631 dan sasaran pasar sebesar 0,369.



Gambar 42. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Pimpinan (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 43. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pimpinan, Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

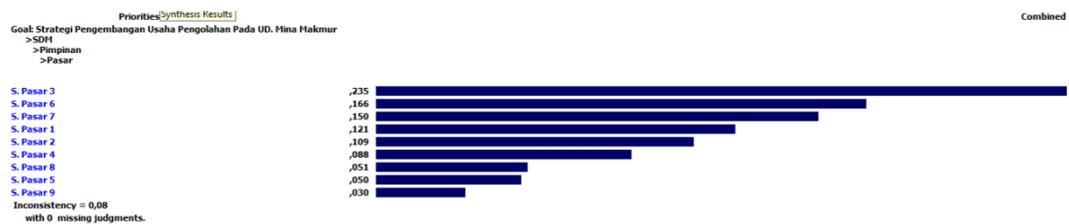
Hasil perhitungan alternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah memberikan pelatihan kepada karyawan dengan bobot 0,227. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Ada tujuh maksud utama progr pelatihan dan pengembangan, yaitu memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari

keuasangan manajerial, memecahkan permasalahan, orientasi karyawan baru, persiapan promosi dan keberhasilan manajerial, dan memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal. meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Prioritas strategi ke dua adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM dengan bobot 0,204. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas usaha yang sudah di berikan mampu mendatangkan loyalitas seorang tenaga kerja dan konsumen. Kualitas yang dipertahankan dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas sarana dan prasarana, kualitas produk, serta lain. Dengan begitu usaha dapat berjalan dengan baik dan semakin maju (Tangendjaja, 2007).

Menjaga kualitas produk dengan bobot 0,179 menjadi prioritas ke tiga. Kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007) .

Keseluruhan konsistensi 0,06 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu :



Gambar 44. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pimpinan, Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Analisis terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,235. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhdap fungsi produk dan

pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (*focus*) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi.

Prioritas strategi ke dua yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,166. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Menambah saluran distribusi menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,150. Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih. Untuk menempatkan suatu barang dan jasa pada tempat yang tepat, kualitas yang tepat jumlah yang tepat, harga yang tepat dan waktu yang tepat dibutuhkan saluran distribusi yang tepat pula. Bila perusahaan salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang atau juga dari perusahaan ke tangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal produk atau bila sudah mengenal tetapi tidak melihat di pasar, maka konsumen akan beralih ke barang atau juga lain (Lubis, 2004).

Keseluruhan konsistensi 0,08 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

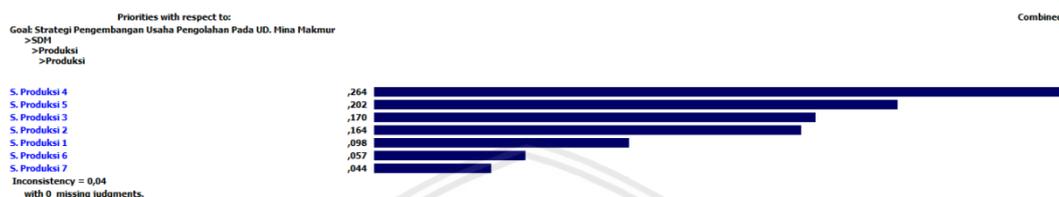
Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Produksi adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor SDM dan aktor produksi menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,745 dan sasaran pasar sebesar 0,255.



Gambar 45. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



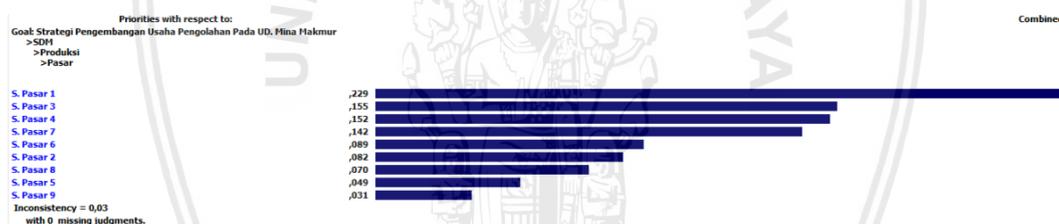
Gambar 46. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi, Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Hasil perhitungan alternatif terhadap produksi menunjukkan prioritas utama yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,264. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan. Inovasi produk dari pengolahan produk ikan bandeng dapat berupa dijadikan bandeng asap, bakso bandeng dan lain lain yang mampu diterima oleh konsumen (Hartini, 2012).

Prioritas strategi ke dua adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,202. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan nyaman konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Memberikan pelatihan kepada karyawan menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,170. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor SDM dan aktor produksi, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Keseluruhan konsistensi 0,04 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu



Gambar 47. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Produksi, Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu memaksimalkan pelayanan konsumen dengan bobot 0,229. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Menambah target pasar menjadi prioritas ke dua dengan bobot 0,155. Berkaitan dengan faktor SDM dan aktor produksi, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Menjaga loyalitas pelanggan menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,152. Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan mendorong tercipta loyalitas pelanggan (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Keseluruhan konsistensi 0,03 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

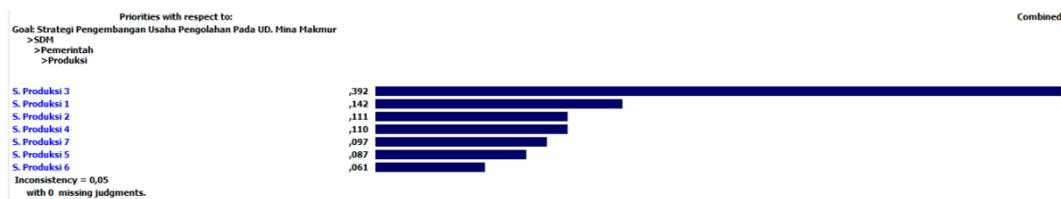
Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Pemerintah adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor SDM dan aktor pemerintah menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,675 dan sasaran pasar sebesar 0,325.



Gambar 48. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 49. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah, Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

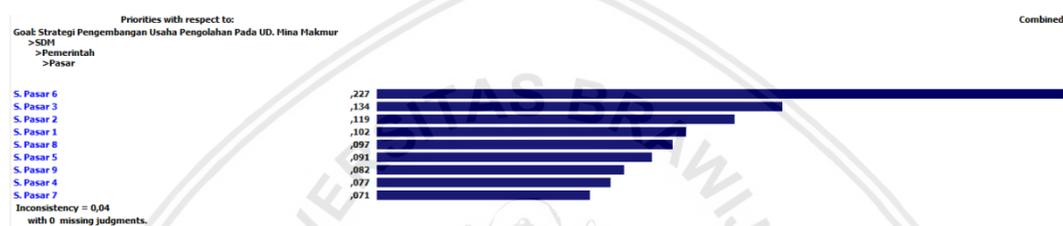
Alternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah memberikan pelatihan kepada karyawan dengan bobot 0,392. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor SDM dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Prioritas strategi ke dua adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM dengan bobot 0,142. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas usaha yang sudah di berikan mampu mendatangkan loyalitas seorang tenaga kerja dan konsumen. Kualitas yang dipertahankan dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas sarana dan prasarana, kualitas produk, serta yang lain. Dengan begitu usaha dapat berjalan dengan baik dan semakin maju (Tangendjaja, 2007).

Menambah fasilitas penunjang produksi menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,111. Fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan

sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko-efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,05 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu



Gambar 50. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemerintah, Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,227. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Prioritas strategi ke dua yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,134. Berkaitan dengan faktor SDM dan aktor pemerintah, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan

pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Meningkatkan promosi secara intensif menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,119. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram, facebook, blog, website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Keseluruhan konsistensi 0,04 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

Hasil Pengolahan AHP dengan SDM dan Pemasaran adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor SDM dan aktor pemasaran menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,712 dan sasaran pasar sebesar 0,288.



Gambar 51. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 52. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran, Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

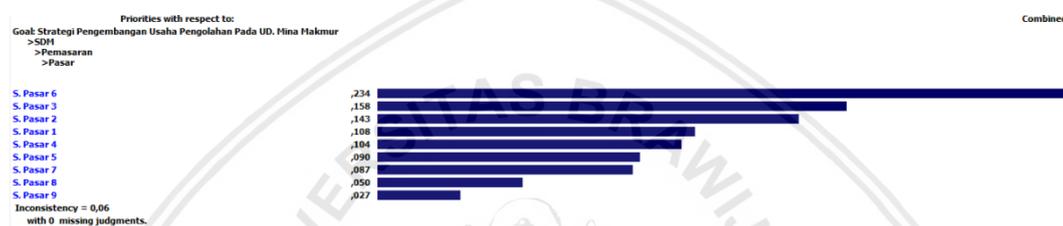
Alternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM dengan bobot 0,249. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas usaha yang sudah di berikan mampu mendatangkan loyalitas seorang tenaga kerja dan konsumen. Kualitas yang dipertahankan dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas sarana dan prasarana, kualitas produk, serta lain. Dengan begitu usaha dapat berjalan dengan baik dan semakin maju (Tangendjaja, 2007).

Menjaga kualitas produk merupakan prioritas ke dua dengan bobot 0,180. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan nyaman konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Melakukan inovasi produk dengan bobot 0,170 dan menjadi prioritas ke tiga. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,13 yang berarti secara keseluruhan sudah tidak konsisten karena hasil konsistensi $> 0,1$ atau 10%. Jika konsistensi yang dihasilkan melebihi 0,1 atau 10% dapat dilakukan dengan revisi pendapat. Beberapa ahli berpendapat jika jumlah revisi terlalu besar, sebaiknya responden tersebut di hilangkan, jadi penggunaan revisi sangat terbatas mengingat akan terjadi penyimpangan sebenarnya (Hartini, 2012).

Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu :



Gambar 53. Hasil Pengolahan AHP dengan SDM, Pemasaran, Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Prioritas strategi utama perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,234. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Menambah target pasar menjadi prioritas ke dua dengan bobot 0,158. Berkaitan dengan faktor SDM dan aktor pemerintah, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan

dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Prioritas ke tiga adalah meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,143. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram*, *facebook*, *blog*, *website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Keseluruhan konsistensi 0,06 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

3. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi adalah Prioritas

Faktor teknologi menjadi prioritas menunjukkan bobot aktor produksi sebesar 0,427 , aktor pimpinan sebesar 0,247 , aktor pemasaran sebesar 0,239 dan aktor pemerintah sebesar 0,088 dengan keseluruhan konsistensi 0,01 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.



Gambar 54. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi (UD. Mina Makmur, 2019)

Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pimpinan adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor teknologi dan aktor pimpinan menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,631 dan sasaran pasar sebesar 0,369.



Gambar 55. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pimpinan (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 56. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pimpinan dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

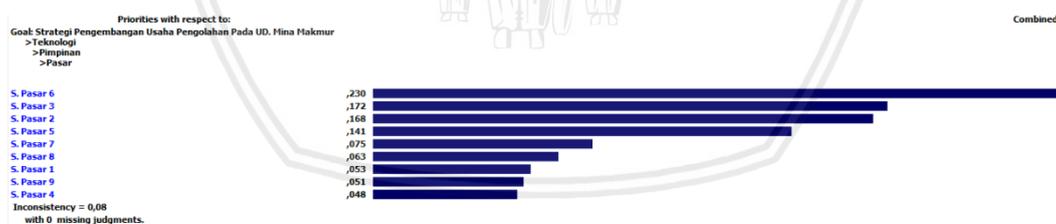
Prioritas strategi utama hasil perhitungan alternatif terhadap produksi adalah menambah fasilitas penunjang produksi dengan bobot 0,111. Fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Melakukan inovasi produk menjadi prioritas ke dua dengan bobot 0,210. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses

maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Memberikan pelatihan kepada karyawan merupakan prioritas ke tiga dengan bobot 0,178. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor SDM dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Keseluruhan konsistensi 0,05 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu :



Gambar 57. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pimpinan dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Hasil perhitungan alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,230. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga

memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Prioritas strategi ke dua yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,158. Berkaitan dengan faktor SDM dan aktor pemerintah, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Meningkatkan promosi secara intensif menjadi prioritas ke tiga dengan bobot 0,168. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram, facebook, blog, website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Keseluruhan konsistensi 0,08 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

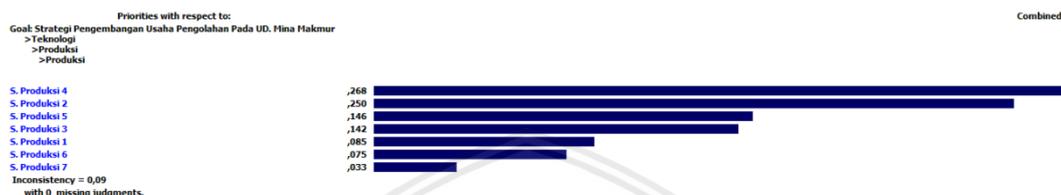
Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Produksi adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor teknologi dan aktor produksi menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,848 dan sasaran pasar sebesar 0,152.



Gambar 58. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 59. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Produksi dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

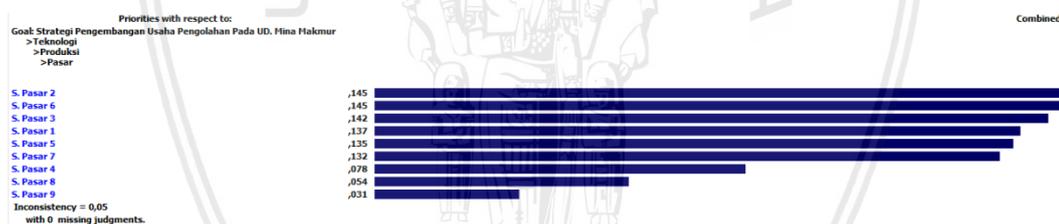
Aternatif terhadap produksi menunjukkan prioritas utama yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,268. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Menambah fasilitas penunjang produksi menjadi prioritas ke dua dengan bobot 0,250. Pada hasil penelitian, fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan

menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Prioritas strategi ke tiga adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,146. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan nyaman konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Keseluruhan konsistensi 0,09 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu



Gambar 60. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Produksi dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Strategi utama hasil perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,145. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram*, *facebook*, *blog*, *website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-

perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi menjadi prioritas utama dengan bobot 0,145. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Prioritas strategi ke tiga yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,142. Berkaitan dengan faktor Teknologi dan aktor produksi, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,05 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

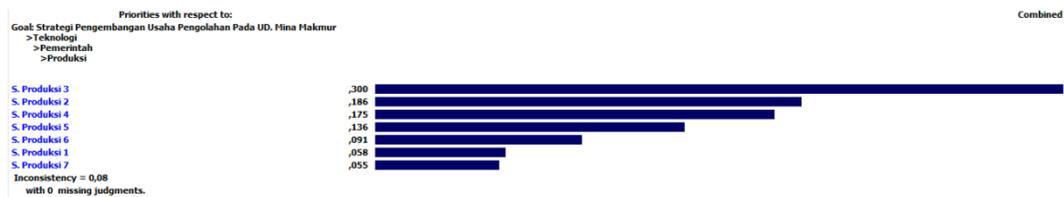
Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemerintah adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor Teknologi dan aktor pemerintah menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran pasar sebesar 0,591 dan sasaran produksi sebesar 0,409.



Gambar 61. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemerintah (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 62. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi ,Pemerintah dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

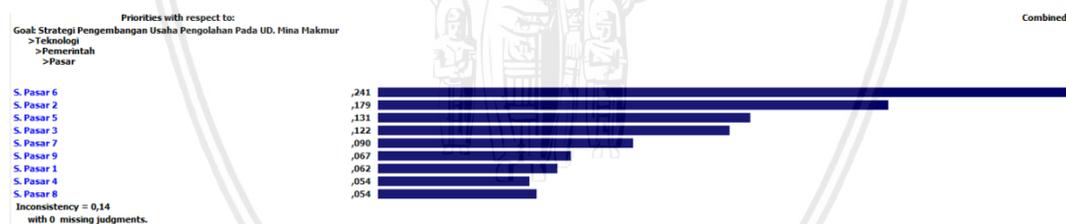
Alternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah memberikan pelatihan kepada karyawan dengan bobot 0,178. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor teknologi dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Menambah fasilitas penunjang produksi menjadi prioritas ke dua dengan bobot 0,186. Pada hasil penelitian, fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit

menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Melakukan inovasi produk adalah prioritas ke tiga dengan bobot 0,175. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,08 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu



Gambar 63. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi ,Pemerintah dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi merupakan hasil perhitungan alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama dengan bobot 0,241. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Prioritas strategi ke dua yaitu meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,179. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram*, *facebook*, *blog*, *website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Memaksimalkan penggunaan sosial media merupakan strategi ke tiga dengan bobot 0,131. Sebagai status jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pemanfaatan sosial media dalam mencapai sasaran pasar yaitu dengan memanfaatkan *intagram*, *facebook* dan *website* yang dimiliki usaha ini, dan dipergunakan lebih intens lagi (Utomo, 2009).

Keseluruhan konsistensi 0,14 yang berarti secara keseluruhan tidak konsisten karena hasil konsistensi $> 0,1$ atau 10%. Jika konsistensi yang dihasilkan melebihi 0,1 atau 10% dapat dilakukan dengan revisi pendapat. Beberapa ahli berpendapat jika jumlah revisi terlalu besar, sebaiknya responden tersebut di hilangkan, jadi penggunaan revisi sangat terbatas mengingat akan terjadi penyimpangan sebenarnya (Asmarani, 2010).

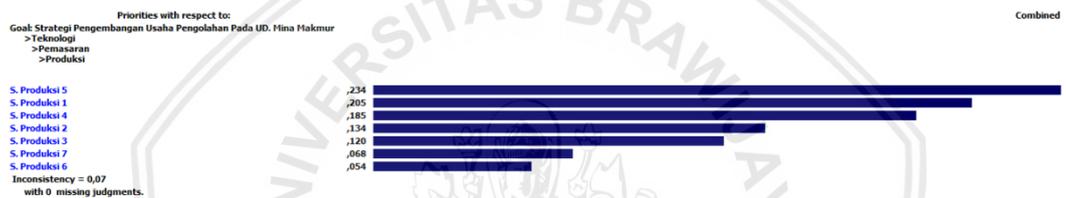
Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemasaran adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor Teknologi dan aktor pemasaran menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran pasar sebesar 0,862 dan sasaran produksi sebesar 0,138.



Gambar 64. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi dan Pemasaran (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



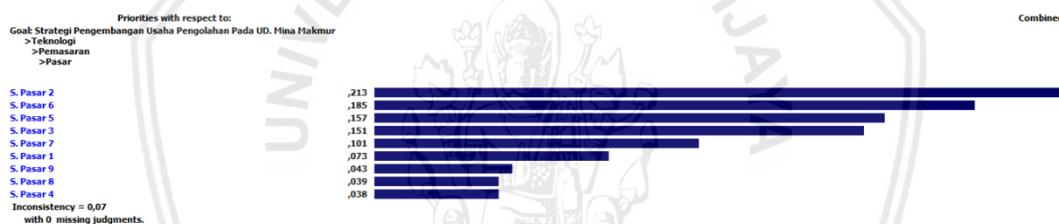
Gambar 65. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pemasaran dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Prioritas strategi utama hasil perhitungan alternatif terhadap produksi adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,234. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan.

Mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM adalah strategi ke dua dengan bobot 0,205. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas usaha yang sudah di berikan mampu mendatangkan loyalitas seorang tenaga kerja dan konsumen. Kualitas yang dipertahankan dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas sarana dan prasarana, kualitas produk, serta yang lain. Dengan begitu usaha dapat berjalan dengan baik dan semakin maju (Tangendjaja, 2007).

Melakukan inovasi produk dengan bobot 0,185. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu:



Gambar 66. Hasil Pengolahan AHP dengan Teknologi, Pemasaran dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,213. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram*, *facebook*, *blog*, *website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,185. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Hal ini memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Memaksimalkan penggunaan sosial media dengan bobot 0,131. Sebagai status jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pemanfaatan sosial media dalam mencapai sasaran pasar yaitu dengan memanfaatkan *intagram*, *facebook* dan *website* yang dimiliki usaha ini, dan dipergunakan lebih intens lagi (Utomo, 2009).

Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan tidak konsisten karena hasil konsistensi $> 0,1$ atau 10%.

4. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor teknologi menjadi prioritas menunjukkan bahwa aktor pemasaran sebesar 0,447, aktor produksi sebesar 0,302, aktor pimpinan sebesar 0,175 dan aktor pemerintah sebesar 0,076 dengan keseluruhan konsistensi 0,06 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.



Gambar 67. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

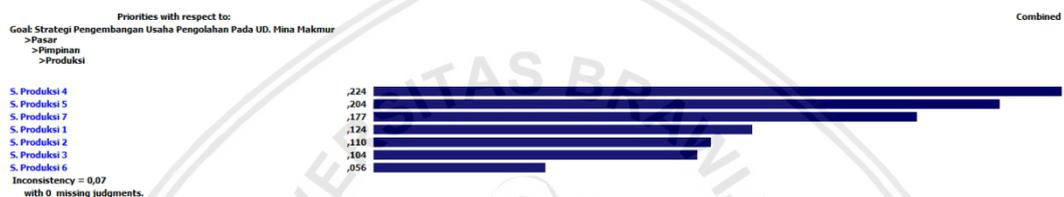
Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pimpinan adalah Prioritas

Faktor pasar dan aktor pimpinan menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran pasar sebesar 0,712 dan sasaran produksi sebesar 0,288.



Gambar 68. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pimpinan (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 69. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pimpinan dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Alternatif terhadap produksi menunjukkan prioritas utama yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,224. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Menjaga kualitas produk dengan bobot 0,204. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Menjaga kerja sama dan relasi dengan bobot 0,177. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu



Gambar 70. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pimpinan dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi merupakan hasil perhitungan alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama dengan bobot 0,185. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, 2012).

Menambah target pasar dengan bobot 0,176. Berkaitan dengan faktor Pasar dan aktor pimpinan, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan

kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,09 yang berarti secara keseluruhan tidak konsisten karena hasil konsistensi $> 0,1$ atau 10%.

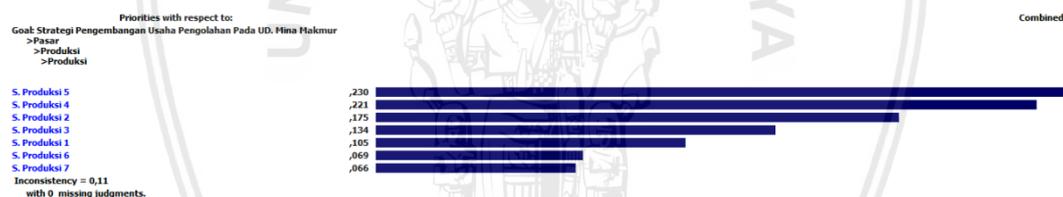
Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Produksi adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor pasar dan aktor produksi menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran produksi sebesar 0,591 dan sasaran pasar sebesar 0,409.



Gambar 71. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 72. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Produksi dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Aternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,230. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Melakukan inovasi produk dengan bobot 0,221. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi.

Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Menambah fasilitas penunjang produksi dengan bobot 0,175. Pada hasil penelitian, fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,11 yang berarti secara keseluruhan tidak konsisten karena hasil konsistensi $> 0,1$ atau 10%. Jika konsistensi $< 0,1$ maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan konsisten. Jika konsistensi $> 0,1$, maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan tidak konsisten. Jika tidak konsisten, maka pengisian nilai-nilai pada matriks berpasangan baik dalam unsur kriteria maupun alternatif harus diulang. Beberapa ahli berpendapat jika jumlah revisi terlalu besar, sebaiknya responden tersebut dihilangkan. Jadi penggunaan revisi ini sangat terbatas mengingat akan terjadinya penyimpangan jawaban yang sebenarnya (Oktariadi, 2009).

Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu :



Gambar 73. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Produksi dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Menambah target pasar merupakan hasil perhitungan alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama dengan bobot 0,179. Berkaitan dengan faktor Pasar dan aktor produksi, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Memaksimalkan pelayanan konsumen dengan bobot 0,172. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Menambah saluran distribusi dengan bobot 0,147. Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih. Untuk menempatkan suatu barang dan

jasa pada tempat yang tepat, kualitas yang tepat jumlah yang tepat, harga yang tepat dan waktu yang tepat dibutuhkan saluran distribusi yang tepat pula. Bila perusahaan salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang atau juga dari perusahaan ke tangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal produk atau juga tersebut ataupun bila sudah mengenal tetapi tidak melihat di pasar, maka konsumen akan beralih ke barang atau juga lain (Lubis, 2004).

Keseluruhan konsistensi 0,06 yang berarti secara keseluruhan konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

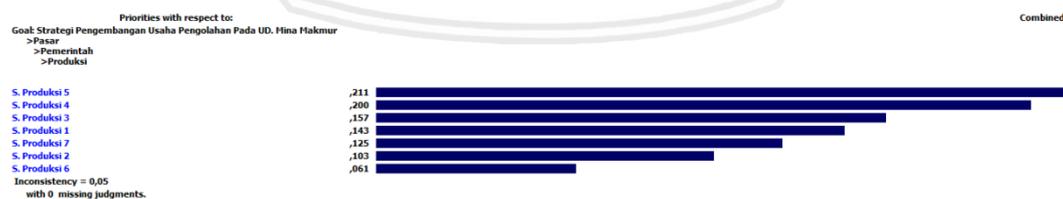
Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pemerintah adalah Prioritas

Hasil *combine* keseluruhan ketika faktor pasar dan aktor pemerintah menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran pasar sebesar 0,833 dan sasaran produksi sebesar 0,167.



Gambar 74. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, dan Pemerintah (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 75. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemerintah dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

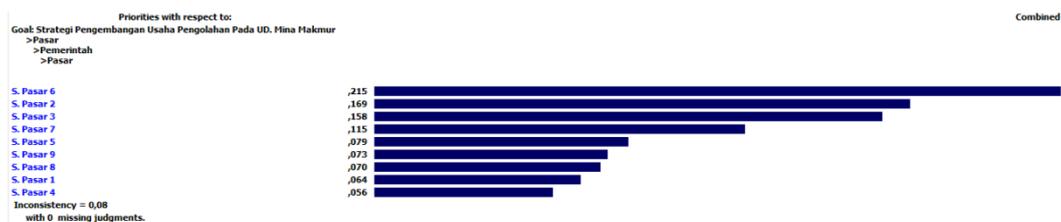
Alternatif terhadap produksi menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,211. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga

dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Prioritas ke dua yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,200. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Memberikan pelatihan kepada karyawan dengan bobot 0,157. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor pasar dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Keseluruhan konsistensi 0,05 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.



Gambar 76. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemerintah dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi merupakan hasil perhitungan alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama dengan bobot 0,185. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,169. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram, facebook, blog, website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Prioritas strategi ke tiga yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,179. Berkaitan dengan faktor Pasar dan aktor produksi, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Keseluruhan *konsistensi* 0,08 yang berarti secara keseluruhan konsisten karena hasil *konsistensi* < 0,1 atau 10%.

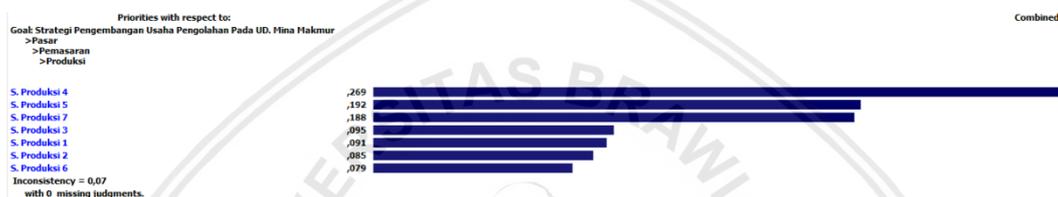
Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pemasaran adalah Prioritas

Faktor pasar dan aktor pemasaran menjadi prioritas menunjukkan bahwa sasaran pasar sebesar 0,848 dan sasaran produksi sebesar 0,152.



Gambar 77. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar dan Pemasaran (UD. Mina Makmur, 2019)

Setelah itu, memasukkan hasil kuesioner alternatif, maka perhitungan alternatif terhadap produksi yaitu :



Gambar 78. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemasaran dan Produksi (UD. Mina Makmur, 2019)

Aternatif terhadap produksi menunjukkan prioritas utama yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,269. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Prioritas strategi ke dua adalah menjaga kualitas produk dengan bobot 0,192. Berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi

produk agar nilai produk bertambah dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Menjaga kerja sama dan relasi dengan bobot 0,188. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan sudah konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%. Setelah alternatif produksi sudah diperoleh hasil, memasukkan perhitungan alternatif terhadap pasar yaitu:



Gambar 79. Hasil Pengolahan AHP dengan Pasar, Pemasaran dan Pasar (UD. Mina Makmur, 2019)

Alternatif terhadap pasar menunjukkan prioritas strategi utama yaitu meningkatkan promosi secara intensif dengan bobot 0,170. Promosi secara intensif pada usaha ini dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram*, *facebook*, *blog*, *website* dan lain – lain. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,161. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini

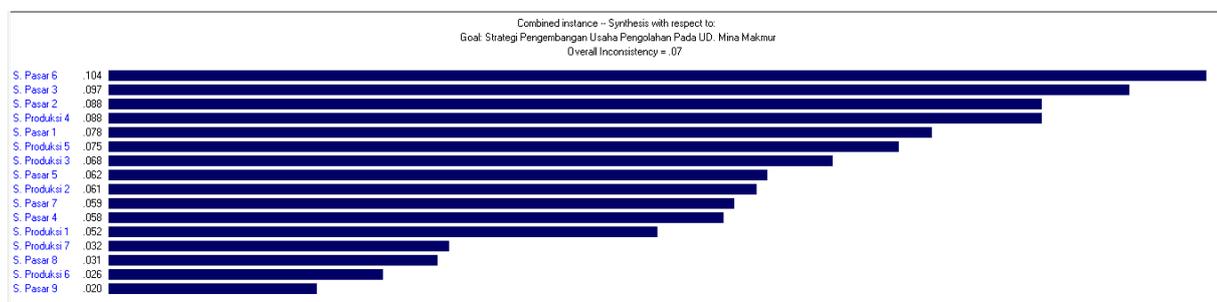
mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Prioritas strategi ke tiga yaitu menambah target pasar dengan bobot 0,149. Berkaitan dengan faktor Pasar dan aktor produksi, menambah target pasar bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Keseluruhan konsistensi 0,04 yang berarti secara keseluruhan konsisten karena hasil konsistensi $< 0,1$ atau 10%.

5.3.3 Hasil Pembobotan *Combine* Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD. Mina Makmur

Hasil *combine instance – synthesis with respect* untuk mencapai Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pada UD. Mina Makmur diperoleh bobot prioritas yaitu :



Gambar 80. Combine Instance – Synthesis (UD. Mina Makmur, 2019)

Hasil perhitungan *combine instance – synthesis with respect* untuk mencapai Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Pada UD. Mina Makmur diperoleh prioritas strategi utama yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi dengan bobot 0,104. Pada usaha ini sudah memiliki kerja sama dengan beberapa instansi seperti dengan Dinas Kelautan, Perindustrian dan Perdagangan, Disnaker (Tenaga Kerja), Kesehatan Balai, Kementerian BSN dan lain-lain. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, 2012).

Menambah target pasar dengan bobot 0,097. Strategi ini bertujuan untuk memperluas pemasaran dan memperbanyak produksi. Usaha ini memiliki rencana untuk memperluas target pasar hingga ke luar negeri. Hal itu disebabkan karena produk dari usaha ini sudah pernah mengikuti event di luar negeri seperti di Malaysia, China, Singapore, dan Belanda. Dalam pemilihan pasar dapat didasarkan pada faktor – faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlu pemusatan (fokus) yang lebih sempit, pengalaman kumulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumberdaya langka atau pasar yang terproteksi (Purwanti, 2012).

Meningkatkan promosi secara intensif dapat memanfaatkan sosial media yang dimiliki yaitu *instagram, facebook, blog, website* dan lain – lain. Strategi menghasilkan bobot 0,088. Promosi juga dapat dilakukan dengan melalui kerja sama beberapa saluran tv atau saluran radio mengingat kondisi finansial usaha ini sangat mendukung. Layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif perlu dilakukan karena harga dan kualitas produk tidak begitu menentukan lagi dalam

pengambilan keputusan dimana perusahaan-perusahaan komputer sebagian besar menjual jenis produk dan harga yang tidak begitu berbeda (Widagdo, 2011).

Prioritas strategi ke-empat yaitu melakukan inovasi produk dengan bobot 0,088. Usaha ini sudah melakukan inovasi namun kurang konsisten, sehingga perlu konsistensi lagi terhadap inovasi produk. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhir berdampak pada kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Memaksimalkan pelayanan konsumen dengan bobot 0,078. Pelayanan konsumen yang diberikan oleh usaha ini sudah cukup baik. Hal tersebut dibuktikan dengan fasilitas terhadap konsumen cukup memadai, seperti tempat *outlet* yang nyaman, menunggu tidak lama dan pemesanan bisa *offline* ataupun *online*. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Menjaga kualitas produk, berkaitan dengan strategi inovasi produk, kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Strategi ini menghasilkan bobot 0,075. Selain hal itu juga dapat dilakukan sebuah inovasi produk agar

nilai produk bertambah dan menjadikan nyaman konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).

Usaha perlu memberikan pelatihan kepada karyawan. Strategi menghasilkan bobot 0,068. Salah satu kendala yang dialami oleh usaha ini adalah konsistensi tenaga kerja. Beberapa tenaga kerja baru sering keluar masuk kerja dan sekarang sisa 12 tenaga kerja saja. Strategi pelatihan ini bertujuan untuk meminimalis terjadi hal tersebut. Pelatihan bagi karyawan merupakan sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitan faktor pasar dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keuasangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Usaha ini memiliki beberapa sosial media namun kurang dimanfaatkan dengan baik, sehingga perlu strategi memaksimalkan penggunaan sosial media yang diperoleh bobot 0,062. Sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pemanfaatan sosial media dalam mencapai sasaran pasar yaitu dengan memanfaatkan *intagram*, *facebook* dan *website* yang dimiliki usaha ini, dan dipergunakan lebih intens lagi (Utomo, 2009).

Hasil menunjukkan usaha ini perlu strategi menambah fasilitas penunjang produksi. Strategi ini menghasilkan bobot 0,061. Pada Hasil penelitian, fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas

IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Selain memperluas pasar, usaha ini juga harus memperhatikan dalam menambah saluran distribusi yang diperoleh strategi dengan bobot 0,059. Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih. Untuk menempatkan suatu barang dan jasa pada tempat yang tepat, kualitas yang tepat jumlah yang tepat, harga yang tepat dan waktu yang tepat dibutuhkan saluran distribusi yang tepat pula. Bila perusahaan salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang atau juga dari perusahaan ke tangan konsumen. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengenal produk atau juga tersebut ataupun bila sudah mengenal tetapi tidak melihat di pasar, maka konsumen akan beralih ke barang atau juga lain (Lubis, 2004).

Keberhasilan sasaran pasar perlu menjaga loyalitas pelanggan. Strategi ini menghasilkan bobot 0,058. Strategi ini bertujuan agar tercipta pelanggan tetap dan baru. Dalam menjaga loyalitas pelanggan pada usaha ini memaksimalkan pelayanan yang ada. Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan mendorong tercipta loyalitas pelanggan (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Prioritas strategi ke-dua belas yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM dengan bobot 0,052. Strategi ini bertujuan unyuk mendatangkan loyalitas seorang tenaga kerja dan konsumen. Kualitas yang dipertahankan dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas sarana dan prasarana, kualitas produk, dan lain - lain. Dengan begitu usaha dapat berjalan dengan baik dan semakin maju (Tangendjaja, 2007).

Menjaga kerja sama dan relasi menjadi strategi ke-tiga belas dengan bobot 0,032. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis (Amalia, Hidayat, & Budiarmo, 2012).

Usaha ini tidak memiliki cabang sehingga di perlukan strategi menambah cabang usaha yang diperoleh bobot 0,031. UD. Mina Makmur memang tidak memiliki cabang usaha namun cangkupan pasar usaha ini ada di beberapa kota seperti Surabaya, Jogja, Bandung, Bali dan lain-lain. Namun tidak ada salah untuk menambah cabang usaha khusus pemasaran saja. Sebagai salah satu unsur dari bauran pemasaran, lokasi atau tempat bisnis diharapkan dapat mendukung keberhasilan progr pemasaran. Lokasi yang tepat merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik bisnis sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk restoran kelas kecil yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasar, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha (Hidayat & Zuliani, 2014).

Strategi pengadaan sarana dan prasarana menghasilkan bobot 0,026. Sarana dan prasarana yang ada pada UD. Mina Makmur sudah dapat dikatakan baik, namun ada beberapa sarana dan prasarana yang perlu di perbaiki seperti memperluas lokasi produksi atau pengolahan bahan baku, memperbaiki sarana perairan dan sarana IPAL. Seiring dengan semakin tinggi tingkat kesadaran masyarakat mengembangkan industri dengan mempertimbangkan aspek kelestarian lingkungan, maka konsep eko efisiensi ini sangat tepat bila bisa dipraktekkan di dunia industri. Tujuan eko-efisiensi adalah untuk mengurangi dampak lingkungan per unit yang diproduksi dan dikonsumsi. Bisnis dapat mencapai keuntungan karena mempunyai daya saing dengan cara mengurangi sumber daya yang diperlukan bagi terbentuk produk serta pelayanan yang lebih baik (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Menjadi sponsor kegiatan merupakan strategi terakhir dengan bobot 0,029. Usaha ini sering mengikuti kegiatan festival makanan atau perlombaan tetapi jarang menjadi sponsor kegiatan. Hal tersebut karena usaha ini tidak berorientasi dalam hal sponsor tetapi menjadi produk pilihan beberapa program pemerintah seperti Gemar Makan Ikan. Namun dalam hal mendorong pengembangan usaha ini tidak ada salah untuk menjadi sponsor kegiatan untuk menambah nilai promosi pada usaha ini. Acara *sponsorship* memiliki banyak tujuan dalam pelaksanaan, tujuan utama adalah membangun kesadaran konsumen terhadap merek produk atau perusahaan dan membangun gambaran konsumen terhadap suatu *merk* produk atau perusahaan (Alim, 2005).

Keseluruhan konsistensi 0,07 yang berarti secara keseluruhan hasil analisis *combine* dikatakan konsisten karena hasil konsistensi < 0,1 atau 10%.

5.3.4 Analisis Sensitivitas Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan UD.

Mina Makmur

Analisis sensitivitas dipakai untuk melihat sensitivitas dari prioritas, apabila ada sedikit perubahan pada penilaian. Analisis ini juga dapat dipakai untuk memprediksi keadaan, apabila terjadi perubahan yang cukup signifikan. Pada penelitian ini akan membandingkan hasil pengolahan data, apabila seluruh responden menganggap faktor penentu yang dianggap paling realistis adalah SDM dan Teknologi, maka :

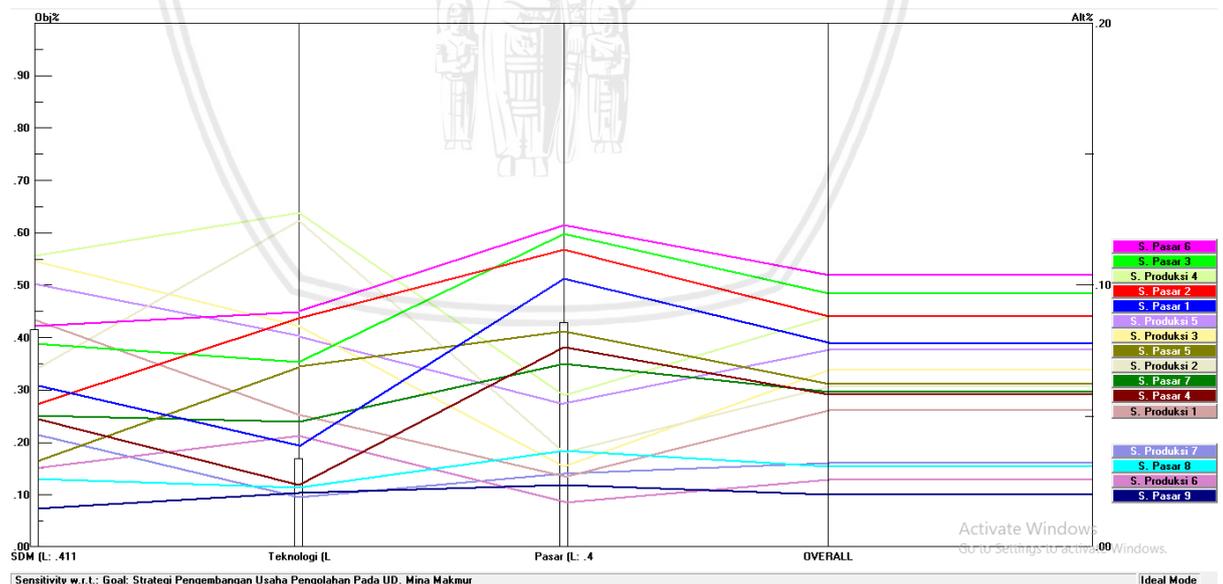
1. Faktor SDM

Jika, diasumsikan semua responden memilih faktor **SDM** sebagai faktor yang paling realistis, maka terjadi perubahan prioritas alternatif strategi seperti yang dapat dilihat pada gambar sensitivitas. Dengan faktor SDM, artinya untuk mencapai strategi pengembangan usaha pengolahan pada UD. Mina Makmur prioritas utama yaitu strategi produksi yang ke 4 yaitu melakukan inovasi produk. Inovasi produk sangat penting dilakukan dalam suatu usaha, mengingat bahwa dengan ada inovasi produk sangat membantu usaha ini menambah nilai ekonomi usaha. Inovasi produk bisa dilakukan dengan menambah macam produk misal bakso bandeng, bandeng suir pedas atau dan lain. Dengan faktor SDM ini mampu membantu dalam menentukan inovasi produk untuk perkembangan usaha ini atas ide – ide yang diberikan.

Prioritas ke dua yaitu strategi produksi ke-3 yaitu memberikan pelatihan kepada karyawan. Usaha ini mengalami kendala dalam faktor SDM yaitu keluar masuk tenaga kerja. Hal ini sangat mempengaruhi kinerja karyawan dalam memberikan hasil produksi yang berkualitas. Untuk meminimalisir kendala itu maka usaha ini perlu melakukan pelatihan kepada karyawan. Pelatihan ini dapat berupa mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawab dengan

semakin baik, sesuai dengan standar. Dalam kaitannya faktor pasar dan aktor pemerintah, pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keusangan manajerial, memberikan kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal, meningkatkan kemampuan konseptual kemampuan dalam pengambilan keputusan, dan memperluas *human relations* (Supatmi, Nimran, & Utami, 2013).

Prioritas ke tiga yaitu strategi produksi ke-5 yaitu menjaga kualitas produk. Berkaitan dengan inovasi produk dan pelatihan karyawan, faktor SDM sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas produk yang harus diperhatikan adalah mulai dari bahan baku, proses produksi sehingga produk mampu terjaga kualitas. Bagaimana tanggung jawab kinerja karyawan sangat mempengaruhi hasil produk (kualitas). Kualitas produk sangat mempengaruhi daya beli konsumen dan menjadikan kenyamanan konsumen dalam menjadi pelanggan (Tangendjaja, 2007).



Gambar 81. Sensitivitas AHP
(UD. Mina Makmur, 2019)

2. Faktor Teknologi

Jika, diasumsikan seluruh responden memilih faktor **teknologi** sebagai faktor yang paling realistis, maka terjadi perubahan prioritas alternatif strategi

seperti yang dapat dilihat pada gambar sensitivitas. Dengan faktor SDM, artinya untuk mencapai strategi pengembangan usaha pengolahan pada UD. Mina Makmur prioritas utama yaitu strategi produksi yang ke-4 yaitu melakukan inovasi produk. Inovasi produk sangat penting dilakukan dalam suatu usaha, mengingat bahwa dengan ada inovasi produk sangat membantu usaha ini menambah nilai ekonomi usaha. Faktor teknologi ini mampu membantu dalam mempermudah inovasi produk mengingat usaha ini sudah berstandar SNI sehingga peralatan yang dipergunakan kualitas tidak diragukan lagi.

Strategi produksi ke-2 menambah fasilitas penunjang produksi. Pada hasil penelitian, fasilitas penunjang produksi yang ditujukan yaitu fasilitas seperti fasilitas air dan fasilitas IPAL. Fasilitas air yang hanya mengandalkan air PAM sangat mengganggu ketika PAM mati atau air keruh. Selain itu fasilitas IPAL sangat penting agar limbah yang dihasilkan tidak mengganggu atau menimbulkan polusi udara masyarakat sekitar atau disebut dengan eko-efisiensi. Eko-efisiensi dapat diartikan sebagai suatu strategi yang menghasilkan suatu produk dengan kinerja yang lebih baik, dengan menggunakan sedikit energi dan sumber daya alam. Dalam bisnis, eko efisiensi dapat dikatakan sebagai strategi bisnis yang mempunyai nilai lebih karena sedikit menggunakan sumber daya alam serta mengurangi jumlah limbah dan pencemaran lingkungan (Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono, 2012).

Prioritas ke tiga adalah strategi pasar ke-6 yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi. Pada usaha ini sudah memiliki kerja sama dengan beberapa instansi seperti dengan Dinas Kelautan, Perindustrian dan Perdagangan, Disnaker (Tenaga Kerja), Kesehatan Balai, Kementrian BSN dan lain-lain. Strategi ini bertujuan agar dalam penambahan target pasar, usaha ini mampu memanfaatkan kerja sama antar relasi sehingga memudahkan dalam pencapaian target usaha. Dengan bekerja sama antar instansi juga memberikan keuntungan

kemudahan akses dalam berbagi informasi terkait dunia bisnis. Dengan memanfaatkan faktor teknologi ini sangat mendukung dalam proses komunikasi untuk mempererat kerja sama antar instansi (Amalia, Hidayat, & Budiatmo, 2012).

Berdasarkan perbandingan diatas, dapat disimpulkan bahwa hirarki yang dibuat dalam rangka menemukan urutan prioritas strategi pengembangan usaha pengolahan pada UD. Mina Makmur, merupakan hirarki yang kurang stabil. Hal ini dapat dimaklumi karena dalam merencanakan strategi pengembangan usaha, sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, bukan hanya faktor intern usaha, namun juga faktor ekstern yang tentu saja tidak bisa dikontrol, seperti kondisi nasional ataupun internasional. Hal ini berarti bahwa apabila terjadi perubahan yang signifikan, maka akan terjadi perubahan pula pada sasaran usaha sekaligus urutan prioritas strategi. Dengan memahami ketidakstabilan hirarki dalam penentuan prioritas strategi pengembangan usaha ini, maka UD. Mina Makmur dapat membuat antisipasi apabila terjadi sesuatu yang diluar perkiraan.

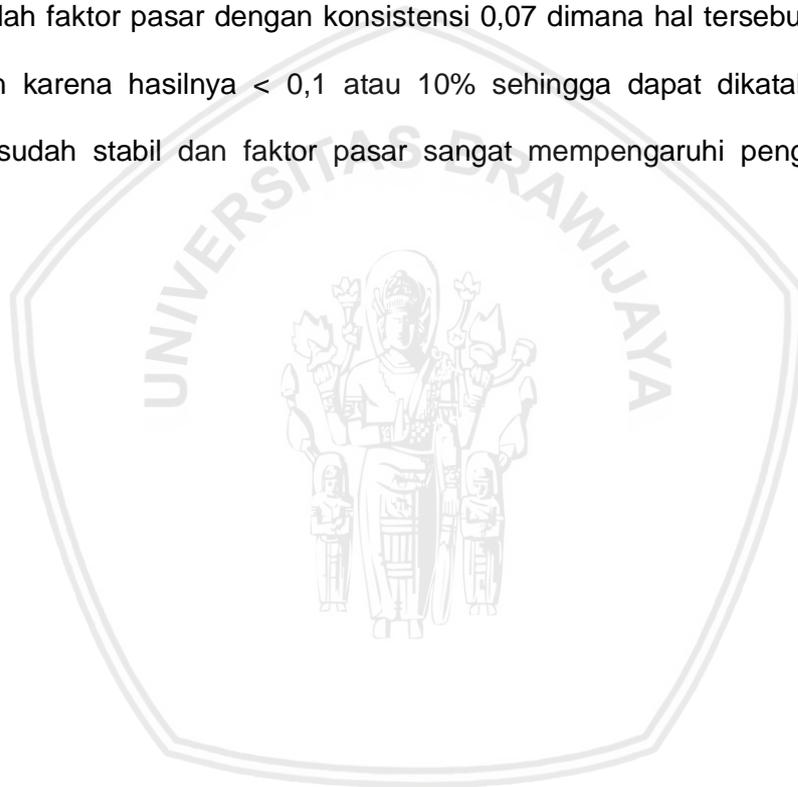
5.4 Implikasi Penelitian

UD. Mina Makmur merupakan usaha pengolahan produk ikan bandeng yang berada pada Jl. Purwosari IV, Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Jawa Tengah. Usaha ini berdiri pada tahun 1980 oleh Ibu Hartini Dharmono. Berdasarkan hasil penelitian, secara aspek teknis meliputi sarana dan prasarana, persiapan bahan baku, dan proses produksi usaha ini sudah memenuhi standar mutu kualitas yang baik. Aspek manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan sudah cukup baik dalam menjalankan masing – masing tugas. Pada aspek pemasaran usaha ini sudah memiliki sasaran pasar sendiri yang standar sudah pada level instansi dan luar negeri. Pada aspek finansial diperoleh hasil modal tetap sebesar Rp 256.690.000. Pada analisis finansial jangka pendek olahan produk

bandeng dihasilkan, biaya produksi sebesar Rp 7.075.718.000, penerimaan sebesar Rp 16.425.000.000, R/C Ratio sebesar 2 ($> 1 =$ menguntungkan), keuntungan sebesar Rp 6.461.242.000 ($> 0 =$ menguntungkan), rentabilitas sebesar 132,44% ($> 12% =$ layak), BEP unit sebesar 6.833,99 unit dan BEP sales sebesar Rp 615.059.008. Aspek finansial jangka panjang diperoleh hasil biaya penambahan investasi sebesar Rp 268.894.500 dengan nilai sisa sebesar Rp 217.372.000, NPV sebesar Rp 33.416.144,012, Net B/C sebesar 131,18%, IRR sebesar 3642%, PP sebesar 0,03. Keseluruhan usaha ini dikatakan layak secara jangka pendek dan jangka panjang serta mempengaruhi pengembangan usaha.

Setelah analisis kelayakan usaha berdasarkan 8 aspek tersebut selanjutnya adalah analisis SWOT. Hasil analisis SWOT yang telah dilakukan menghasilkan 16 alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel 55. Seluruh strategi tersebut diambil dalam pemilihan strategi pengembangan usaha tanpa menggunakan diagr SWOT. Pada strategi SO (*Stenght – Opportunities*) terdiri dari strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM, memaksimalkan pelayanan konsumen, memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi, menjadi sponsor kegiatan. Pada strategi WO (*Weakness – Opportunities*) terdiri dari strategi memberikan pelatihan kepada karyawan, menambah fasilitas penunjang produksi, meningkatkan promosi secara intensif dan menambah cabang usaha. Pada strategi ST (*Strenght – Threats*) terdiri dari strategi menjaga kualitas produk, melakukan inovasi produk, menambah target pasar dan menjaga kerja sama dan relasi. Pada strategi WT (*Weakness – Threats*) terdiri dari strategi pengadaan perbaikan sarana dan prasarana untuk memenuhi kelancaran usaha, menambah saluran distribusi, menjaga loyalitas pelanggan dan memaksimalkan penggunaan sosial media.

Struktur AHP terdiri dari 4 level. Goal merupakan strategi pengembangan usaha pengolahan UD. Mina Makmur. Pada level 1 merupakan faktor penentu yang terdiri dari SDM, teknologi dan pasar. Level 2 merupakan aktor yang terlibat yang terdiri dari pimpinan, produksi, pemerintah dan pemasaran. Level 3 merupakan sasaran yang terdiri dari produksi dan pasar. Level 4 merupakan alternatif strategi yang terdiri dari 16 alternatif strategi hasil dari analisis SWOT. Hasil dari pengolahan AHP diperoleh prioritas utama strategi untuk mencapai goal adalah faktor pasar dengan konsistensi 0,07 dimana hal tersebut dikatakan konsisten karena hasilnya $< 0,1$ atau 10% sehingga dapat dikatakan bahwa struktur sudah stabil dan faktor pasar sangat mempengaruhi pengembangan usaha.



6. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. Mina Makmur dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kelayakan pada usaha UD Mina Makmu sudah layak di nilai dari :

Aspek teknis terdiri dari bahan baku produksi, sarana dan prasarana dan proses produksi berstandar SNI . Aspek manajemen meliputi perencanaan produksi, pengorganisasian, pergerakan, pengawasan yang sudah baik. Aspek pemasaran usaha ini sudah memiliki sasaran pasar sendiri yang standar sudah pada level instansi dan luar negeri. Aspek finansial secara jangka pendek usaha ini dikatakan layak karena R/C Ratio > 1 , keuntungan > 0 , dan rentabilitas $> 12\%$, Aspek finansial jangka panjang diperoleh NPV > 0 , Net B/C > 1 , IRR 12% , PP sebesar $0,37$. Aspek hukum UD. Mina Makmur memiliki surat-surat perizinan usaha yaitu dalam bentuk , NPWP, HACCP, TDP, PIRT, Halal MUI, SIUP, NPWP, SKP, HAKI, SNI. Aspek sosial usaha ini memiliki nilai zakat EBZ yaitu Rp 9.349.282.000, EAZ (*Earning After Zakat*) sebesar Rp9.115.549.950. Aspek lingkungan usaha ini terdapat 2 jenis limbah, yaitu limbah cair dan limbah padat dan belum memiliki IPAL yang khusus. Aspek kelembagaan, usaha ini memiliki kerja sama dengan masyarakat dan sebagai Pusat Pelatihan Hasil Perikanan Swadaya (P4S).

3. Hasil analisis SWOT, skor kekuatan (2,12); kelemahan (1,08); peluang (2,06) dan ancaman (1,06). Strategi SO (*Strength – Opportunities*) terdiri dari strategi mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM, memaksimalkan pelayanan konsumen, memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi, menjadi sponsor kegiatan. Strategi WO (*Weakness – Opportunities*) terdiri dari strategi memberikan pelatihan kepada karyawan,

menambah fasilitas penunjang produksi, meningkatkan promosi secara intensif dan menambah cabang usaha. Strategi ST (*Strenght – Threats*) terdiri dari strategi menjaga kualitas produk, melakukan inovasi produk, menambah target pasar dan menjaga kerja sama dan relasi. Strategi WT (*Weakness – Threats*) terdiri dari strategi pengadaan perbaikan sarana dan prasarana untuk memenuhi kelancaran usaha, menambah saluran distribusi, menjaga loyalitas pelanggan dan memaksimalkan penggunaan sosial media.

4. Analisis AHP diperoleh prioritas utama yaitu pada faktor pasar. Prioritas strategi dalam mencapai *goal* secara berurutan yaitu memperkuat dan memperluas kerja sama antar instansi, menambah target pasar, meningkatkan promosi secara intensif, melakukan inovasi produk, memaksimalkan pelayanan konsumen, menjaga kualitas produk, memberikan pelatihan kepada karyawan, memaksimalkan penggunaan sosial media, menambah fasilitas penunjang produksi, menambah saluran distribusi, menjaga loyalitas, mempertahankan dan meningkatkan kualitas UKM, menjaga kerja sama dan relasi, menambah cabang, pengadaan sarana dan prasaranadan menjadi sponsor kegiatan. Keseluruhan *konsistensi* 0,07 yang berarti secara keseluruhan hasil analisis *combine* dikatakan konsisten karena hasil *konsistensi* $< 0,1$ atau 10%.

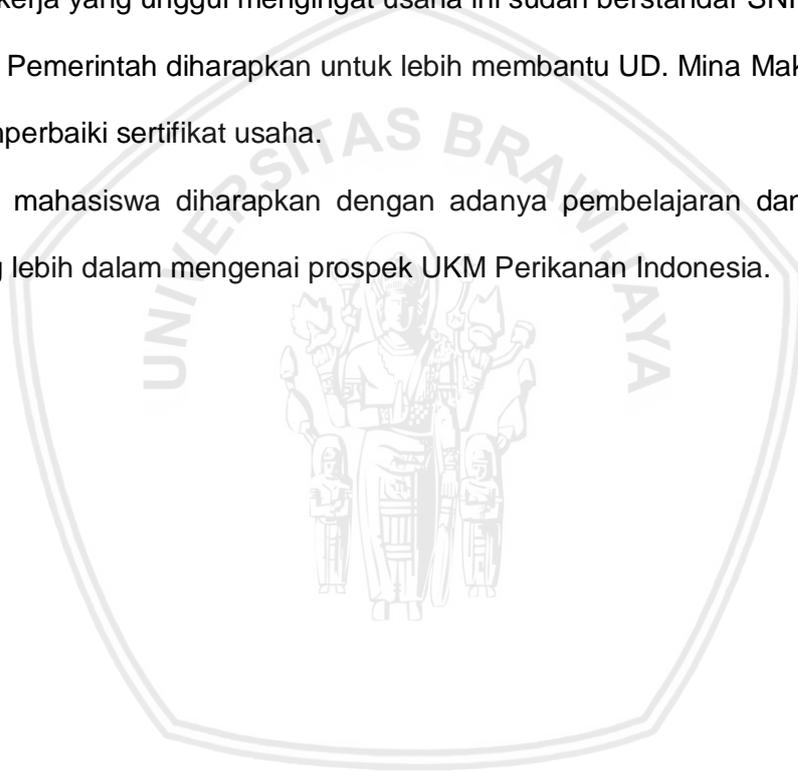
6.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada UD. Mina Makmur, maka peneliti memberikan saran yang bersifat membangun sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan serta perencanaan pengembangan usaha tersebut, :

1. Bagi UD. Mina Makmur
 - a. Disarankan untuk memperbaiki beberapa sarana penunjang produksi seperti IPAL dan fasilitas air. Peneliti menyarankan agar perbaikan ini

bisa dilakukan dengan sistem eko-efisiensi agar mengurangi dampak lingkungan per unit yang diproduksi dan dikonsumsi dan terbentuk pelayanan yang baik untuk perkembangan usaha ini.

- b. Disarankan untuk menambah SDM atau tenaga kerja dengan memperhatikan kualitas SDM agar usaha ini mampu terdorong lebih baik lagi dalam hal kualitas tenaga kerja. Peneliti menyarankan memperbaiki pola rekrutmen kerja agar menghasilkan kualitas tenaga kerja yang unggul mengingat usaha ini sudah berstandar SNI.
2. Bagi Pemerintah diharapkan untuk lebih membantu UD. Mina Makmur dalam memperbaiki sertifikat usaha.
3. Bagi mahasiswa diharapkan dengan adanya pembelajaran dan penelitian yang lebih dalam mengenai prospek UKM Perikanan Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Abidatul, & Dwiatmanto, M. d. (2015). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industri (Studi Kasus pada Home Industri Cokelat "Cozy" Kademangan Blitar). *Administrasi Bisnis (JAB)* , Vol 23 (1).
- Alim. (2005). *Pelaksanaan Sponsorship Dampaknya Terhadap Brand Image Pada Clothing Linecoltd Sumur Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Amalia, Hidayat, & Budiarmo. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang. *Ilmu Administrasi Bisnis* , 1-12.
- Amenda, & Nurmala. (2013). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Perkampungan Industri Kecil, Cakung, Jakarta Timur). *Thesis* .
- Ardhi. (2008). *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pendekatan Arsitektur Strategik*. Bogor: Fakultas Pertanian IPB.
- Arifianto, S. (2018). *Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Pembesaran Ikan Gurame (Osphronemus gouramy) Di Cahaya Baru Desa Susuhbango Kcamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri Jawa Timur*. Malang: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya.
- Arikunto. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta.
- Artarina, & Gregorius. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rentabilitas Pada BPR di Kabupaten Blora. *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan* , 44-51.
- Artarina, Octa, & Gregorius. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rentabilitas Pada BPR di Kabupaten Blora. *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan* , 44-51.
- Asmarani. (2010). *Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Klaten : Pendekatan Analisis SWOT dan AHP*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management*. Depok: PR Rajagrafindo Persada.
- Atmawati, & Wahyuddin. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya* , 56-61.
- Cahyati, Mulyanti, & Setyawasih. (2011). Pemahaman dan Kesiapan UKM di Bekasi. *JRAK* , Vol 2 (2) : 19 -27.
- Darmaseptana, Dally, Alex, & Kurniawan, D. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Susu Sapi Murni Di Kota Bandung (Studi Kasus Di Jegud Milk). *Reka Integra* , 2338-5081.
- Data Kelurahan Tambakrejo. (2019). *Data Kelurahan Tambakrejo 2018*. Semarang: Kelurahan Tambakrejo.

- David. (2009). *Manajemen Strategis : Konsep Edisi Ke-12 Paulya Sulistio dan Dono Sunardi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djati, S. P., & Darmawan, D. (2005). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 7 (1), 48-59.
- Effendi, & Oktariza. (2006). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Evalia. (2015). Strategi Pengembangan Agorindustri Gula Semut Aren. *Manajemen dan Agribisnis* , Vol 12 (1) : 57 - 68.
- Ferrinadewi, E., & Djati, S. P. (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen* , 6 (1).
- Handayani, Purnomo, & Ike. (2017). Analisis Tipologi Dan Sektor Potensial Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 - 2015. *Thesis* (p. Universitas Muhammadiyah Surakarta). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hariandja, E. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Grasindo. Jakarta: Grasindo.
- Harmaizar, Z. (2003). *Menangkap Peluang Usaha*. Yogyakarta: Reporsitory UIN.
- Hartini. (2012). Peran Inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Manajemen dan Kewirausahaan* , 82-88.
- Herawati. (2008). *Analisis Pengaruh Faktor Produksi Modal, Bahan Baku, Tenaga Kerja dan Mesin Terhadap Prouksi Glycerine Pada PT. Flora Sawita Chemindo Medan*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* , 1 (2).
- Hidayat, & Zuliarni. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau). *ilmiah Akuntansi dan Bisnis* , 92-101.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* , 11 (1), 59-72.
- Husnan. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Isti, P. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* , 2 (1).

- Istijanto. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jakfar, & Khasmir. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Kelurahan. (2019). *Data Kelurahan Tambakrejo*. Semarang: Kelurahan Tambakrejo.
- Kotler, & Amstrong. (1996). *Principles Of Marketing. 6th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (3 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lubis. (2004). *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk dan Jasa. E-USU Reporsity*.
- Lumentut, H. B., & Hartanti, S. (2015). Sistem Pendukung Keputusan untuk Memilih Budidaya Ikan Air Tawar Menggunakan AF-TOPSIS. *Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems*.
- Mantra, B. I. (2008). *Filsafat Penelitian Dan Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Marimin. (2004). *Aplikasi Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Maulidah, & Pratiwi. (2010). Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Anggur Prabu Bestari. *AGRISE*, 214-227.
- Meysiana. (2010). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Munizu. (2010). Pengaruh Faktor – Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro an Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (1) : 33-41.
- Muslimin. (2002). *Metode Penelitian Di Bidang Sosial*. Malang: Bayu Media.
- Nasdian. (2015). *Sosiologi Umum Edisi 1*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nugroho, Bakar, & Fitri. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah. *Online Institut Teknologi Nasional*, 1 (3).
- Nurhidayani. (2012). *Strategi Pengembangan Usaha Sate Bandeng UKM Awal Putra Mandiri Di Kota Serang Banten*. Bogor: IPB.
- Oktariadi, O. (2009). Penentuan Peringkat Bahaya Tsunami dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus : Wilayah Pesisir Kabupaten Sukabumi). *Geologi Indonesia*, 103-116.

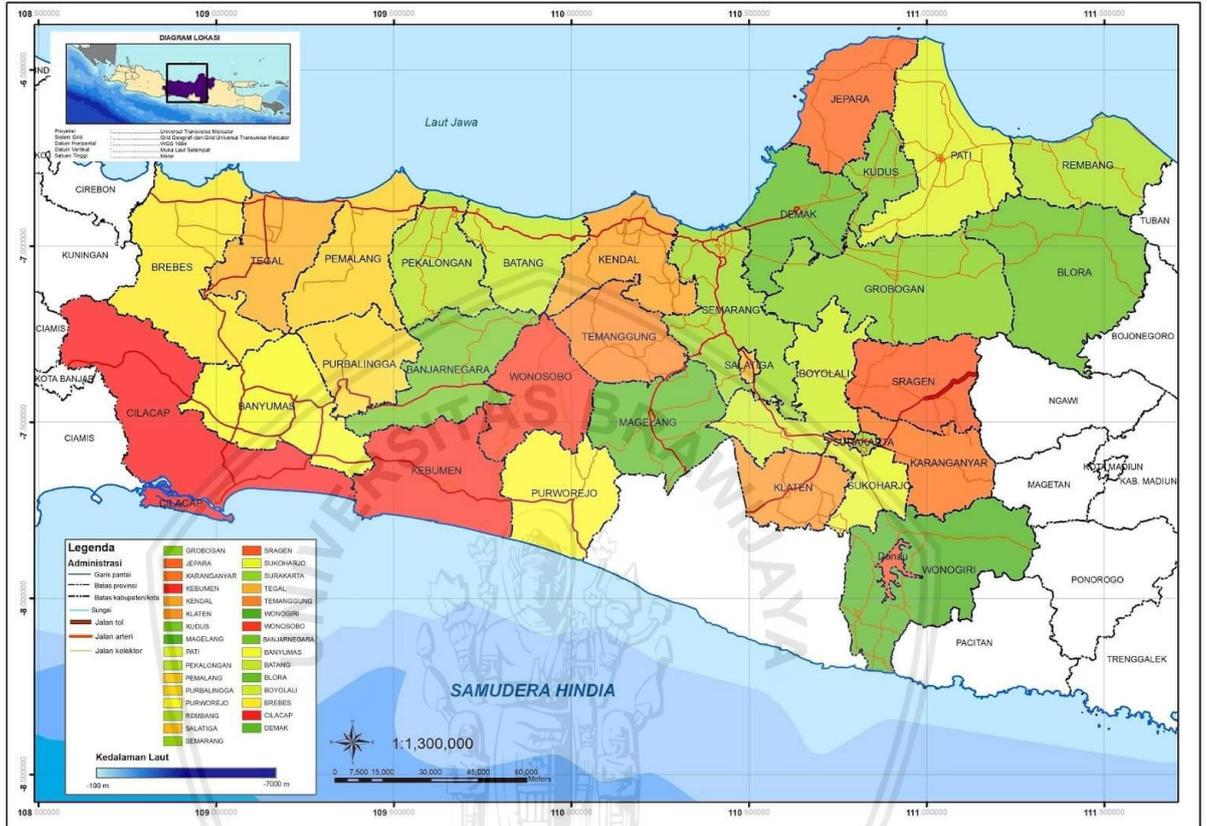
- Panjaitan, F., Satria, L. N., & Hasman, H. (2014). Analisis Efisiensi Produksi Dan Pendapatan Usahatani Jagung (Studi Kasus: Desa Kuala, Kecamatan Tigabinanga, Kabupaten Karo).
- Perikanan, K. K. (2016). *Informasi Kelautan dan Perikanan*. Jakarta: Pusat Data Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Primyastanto. (2015). *Ekonomi Perikanan Kajian Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Berbasis Teknologi Tepat Guna*. Malang: Intelegasi Media.
- Primyastanto. (2011). *Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dari Teori Kelayakan Usaha Perikanan) Cetakan Pertama*. Universitas Brawijaya. Malang: UB Press.
- Primyastanto, M. (2016). *Evapro (Evaluasi Proyek) Teori Dan Aplikasi Pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat (Anguilla sp)*. Malang: UB Press.
- Primyastanto, M., & Firdaus. (2011). Pengembangan Agribisnis Ikan Bandeng Pada Kelompok Usaha Otak – Otak dan Pengasapan Bandeng di Sidoarjo. *Laporan Akhir Program IPTEKS Bagi Masyarakat*.
- Primyastanto, M., Setiawan, S., & Wiyoto, H. (2016). Analysis Of Marketing Mix At “Wisata Bahari Lamongan” Lamongan, East Java. *ECSOFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine)*, 4 (1), 46-53.
- Pua, P. (2009). Pengaruh bauran Pemasaran jasa Terpadu (8P) terhadap kepuasan konsumen Hotel. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5 (9).
- Putri, Astuti, & Atica. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus restoran Big Burger Malang). *Industria*, Vol 3 (2) : 93 - 106.
- Rakhmawati, Marwanti, & Setyowati. (2018). Strategi Pengembangan Industri Bandeng Presto Bu Jumiatu Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. *SEPA*, Vol 15 (1) : 28-38.
- Rambat, L., Hamdani, A., & Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2008). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfa Beta.
- Riyanto. (1995). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Gajah Mada.
- Riyanto, B. (1995). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.

- Saefull. (2009). Penelitian Kuantitatif. *Penelitian Kuantitatif* , 1-8.
- Sari. (2014). *Studi Kelayakan Usaha Kecil Ritel Bakpia 29*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Sari, Hartini, Rinawati, & Wicaksono. (2012). Pengukuran Tingkat Eko-efisiensi Menggunakan Life Cycle Assesment Untuk Menciptakan Sustainable Production di Industri Kecil Menengah Batik. *Teknik Industri* , 137-144.
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 71-80.
- Shofa, & Navastara. (2015). Faktor Penentu Pengembangan Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sidoarjo melalui Pengembangan Ekonomi Lokal. *Teknik ITS* , 4 (2) : 2301-9271.
- SNI No: 4106.1-2009.
- Subagyo. (2007). *Studi Kelayakan Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sukirno, S. (2009). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Supatmi, Nimran, & Utami. (2013). Pengaruh Pelatihan, Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Dan Kinerja Karyawan. *Profit* , 25-38.
- Suprpto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susanto, E. (2010). Pengolahan Bandeng (*Chanos chanos* Forsk) Duri Lunak. *Laporan Program Penyuluhan* .
- Swastawati. (2011). *Studi Kelayakan dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan Dengan Asap Cair Limbah Pertanian*. Semarang: UNDIP.
- Swastha, B. (2004). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tangendjaja. (2007). Inovasi Teknologi Pakan Menuju Kemandirian Usaha Ternak Unggas. *WARTAZOA* , 12-21.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- UD. Mina Makmur. (2019). *Pembukuan UD. Mina Makmur*. Semarang: UD. Mina Makmur.
- Utami. (2012). Aspek Kemasyarakatan di Balik Makanan Dalam Prasasti Bali Kuna. *Forum Arkeologi* , Vol 25 (2) : 44-55.
- Utomo. (2009). Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran. *Fokus Ekonomi* , 44 - 55.
- Vatria, B. (2010). Pengolahan Ikan Bandeng (*Chanos chanos*) Tanpa Duri. *Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa* .

- Wahyuningsih. (2009). Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia. *MEDIAGRO* , 1-14.
- Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widagdo. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Ilmiah STIE MDP* , 1-10.
- Widyaningsih. (2012). *Penerapan Analisis Hirarki Proses (AHP) Dalam Penentuan Formula Alokasi Dana Desa Di Kabupaten Sragen*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Widyawati, N. (2008). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiah Medan. *Ekuitas* , 12 (1), 74-96.
- Wowor. (2014). Laba Bersih dan Tingkat Resiko Harga Saham Pengaruhnya Terhadap Dividen Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis* .
- Yandi. (2016). *Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Udang Vannamee (Litopenaeus vannamei) di Tambak Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Probolinggo, Jawa Timur*. Malang: FPIK UB.
- Zumroh. (2014). *Penggunaan Analisis SWOT dan AHP Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan*. Yogyakarta: Fakultas Sains dan Teknologi UIN.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Kota Semarang



Sumber :
<https://www.googleimage.com>

Lampiran 2. Denah Kecamatan Gayamsari



Sumber :
<https://www.googleimage.com>



Lampiran 3. Dokumentasi



Foto bersama salah satu staff UD. Mina Makmur

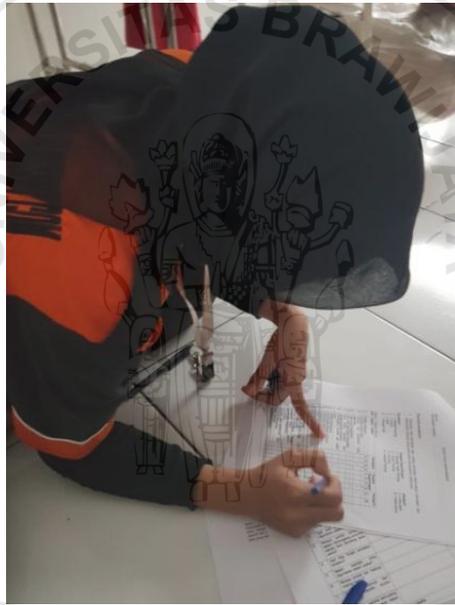
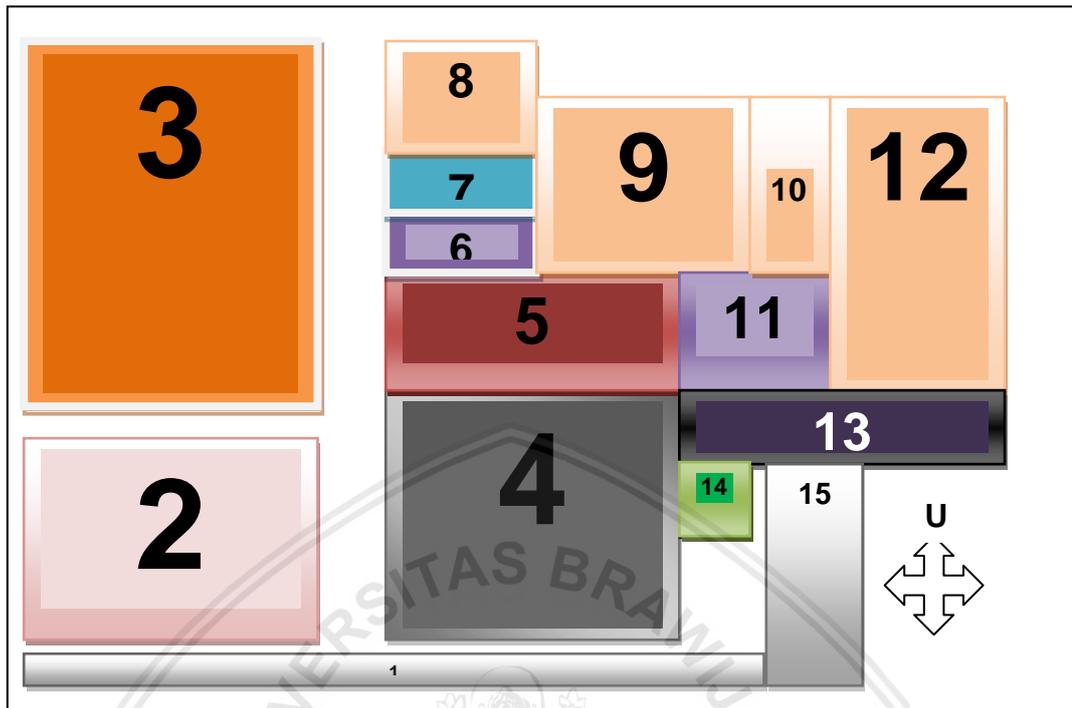


Foto pengisian kuesioner

Lampiran 4. Denah UD. Mina Makmur

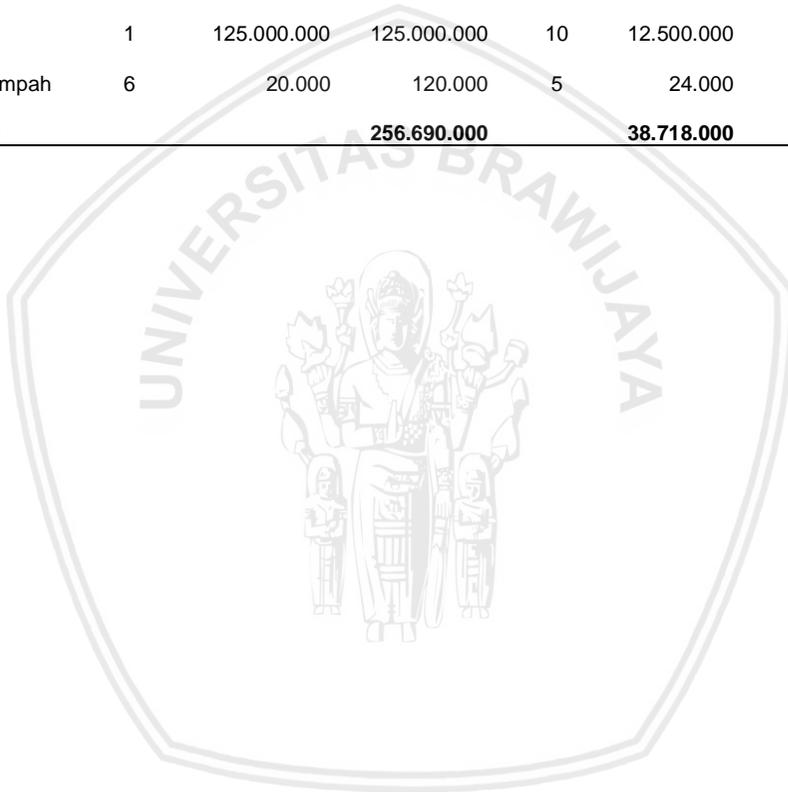
**Keterangan :**

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. Gerbang UD. Mina Makmur | 10. Tempat <i>Autoclave</i> |
| 2. Parkiran | 11. Tempat Kemasan |
| 3. <i>Outlet</i> UD. Mina Makmur | 12. Ruang Produksi |
| 4. Rumah Pemilik | 13. Penerimaan Bahan Baku |
| 5. Kantor UD. Mina Makmur | 14. Ruang Karyawan |
| 6. Ruang Pengemasan | 15. IPAL UD. Mina Makmur |
| 7. Ruang Pendinginan | |
| 8. Ruang Penggorengan Baru | |
| 9. Ruang Pemanggangan dan Penggorengan | |

Lampiran 5. Rincian Modal Tetap dan Re-Investasi UD. Mina Makmur

No	Jenis Modal Tetap	Jumlah (Unit)	Harga Per Unit (Rp)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (Tahun)	NILAI KENAIKAN (Rp)	Re-Investasi Tahun Ke- (Rp)						Sisa Umur Teknis (Thn)	Nilai Sisa (Rp)	
							Penyusutan (Rp)	1%	0	1	2	3			4
1	<i>Insect killer</i>	2	300.000	600.000	5	120.000	6.000						630.000	4	480.000
2	Komputer	1	3.000.000	3.000.000	5	600.000	30.000						3.150.000	4	2.400.000
3	Meja	8	300.000	2.400.000	5	480.000	24.000						2.520.000	4	1.920.000
4	AC	2	3.000.000	6.000.000	5	1.200.000	60.000						6.300.000	4	4.800.000
5	<i>Exhaust Fan</i>	2	600.000	1.200.000	5	240.000	12.000						1.260.000	4	960.000
6	Kursi	6	30.000	180.000	5	36.000	1.800						189.000	4	144.000
7	Kompas	1	30.000.000	30.000.000	5	6.000.000	300.000						31.500.000	4	24.000.000
8	Pemanggang	1	5.000.000	5.000.000	5	1.000.000	50.000						5.250.000	4	4.000.000
9	Kereta Dorong	4	250.000	1.000.000	5	200.000	10.000						1.050.000	4	800.000
10	Etalase	7	250.000	1.750.000	5	350.000	17.500						1.837.500	4	1.400.000
11	<i>Sealer</i>	1	100.000	100.000	5	20.000	1.000						105.000	4	80.000
12	Mesin <i>Vacuum</i>	2	2.000.000	4.000.000	5	800.000	40.000						4.200.000	4	3.200.000
13	Pisau	5	10.000	50.000	5	10.000	500						52.500	4	40.000
14	Gunting	4	10.000	40.000	5	8.000	400						42.000	4	32.000
15	Mesin Giling	1	3.000.000	3.000.000	5	600.000	30.000						3.150.000	4	2.400.000
16	Wajan	3	100.000	300.000	5	60.000	3.000						315.000	4	240.000

No	Jenis Modal Tetap	Jumlah (Unit)	Harga Per Unit (Rp)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (Tahun)	NILAI KENAIKAN (Rp)	Re-Investasi Tahun Ke- (Rp)					Sisa Umur Teknis (Thn)	Nilai Sisa (Rp)		
							Penyusutan (Rp)	1%	0	1	2			3	4
17	Autoclave	2	35.000.000	70.000.000	5	14.000.000	700.000						73.500.000	4	56.000.000
18	Freezer	1	2.000.000	2.000.000	5	400.000	20.000						2.100.000	4	1.600.000
19	Loyang	30	30.000	900.000	5	180.000	9.000						945.000	4	720.000
20	Bak Plastik	5	10.000	50.000	5	10.000	500						52.500	4	40.000
21	Kendaraan	1	125.000.000	125.000.000	10	12.500.000	1.250.000						131.250.000	9	112.500.000
22	Tempat Sampah	6	20.000	120.000	5	24.000	1.200						126.000	4	96.000
Total				256.690.000	38.718.000	2.560.900	-	-	-	-	-		268.894.500		217.372.000



Lampiran 6. Rincian Modal Lancar UD. Mina Makmur

1. Total Modal Lancar

No	Biaya Variabel	Rp 6.712.000.000
1	Ikan Bandeng	5.869.200.000
2	Daun Pisang	36.500.000
3	Lidi	10.950.000
4	Bumbu	48.000.000
5	Kemasan	255.500.000
6	Plastik	140.000.000
7	Listrik	45.250.000
8	Tenaga Kerja Borongan	273.750.000
9	Es Balok	32.850.000



Lampiran 7. Rincian Biaya Tetap, Biaya Variabel dan Modal Kerja UD. Mina Makmur

NO	DATA	NILAI
1	Harga (RP)	90.000
2	Produksi (Kg)	182.500
Penerimaan (Rp)		16.425.000.000

NO	JENIS	NILAI (Rp)	TOTAL (Rp)
Biaya Tetap			363.718.000
1	Penyusutan	38.718.000	
2	Perawatan	60.000.000	
3	Sewa Tanah	25.000.000	
4	Tenaga Kerja	240.000.000	
Biaya Variabel			6.712.000.000
1	Ikan Bandeng	5.869.200.000	
2	Daun Pisang	36.500.000	
3	Lidi	10.950.000	
4	Bumbu	48.000.000	
5	Kemasan	255.500.000	
6	Plastik	140.000.000	
7	Listrik	45.250.000	
8	Tenaga Kerja Borongan	273.750.000	
9	Es Balok	32.850.000	
TC			7.075.718.000
V/Unit			36.778

<p>Modal Kerja Total = Biaya Tetap + Biaya Variabel</p> <p>= Rp 363.718.000 + Rp 6.712.000.000</p> <p>= Rp 7.075.718.000</p>

Lampiran 8. Rincian Perhitungan Finansial

1. Total Rincian Produk (*Mix*)**ANALISIS JANGKA PENDEK**

NO	Keterangan	Total	
1	Modal Tetap (Rp)	256.690.000	Modal Sendiri
2	Modal Kerja (Rp)	7.075.718.000	Modal Sendiri
3	Total Biaya (TC) (Rp)	7.075.718.000	Modal Sendiri
4	Penerimaan (TR) (Rp)	16.425.000.000	Penerimaan Total/Bulan
5	R/C Ratio	2,32	>1 (menguntungkan)
6	Keuntungan (Rp)	9.349.282.000	>0 (menguntungkan)
7	Rentabilitas	132,13%	>12% (tingkat suku bunga) layak
8	BEP Sales (Rp)	615.059.008,55	
9	BEP Unit (unit)	6.833,99 unit	
10	Earning Before Zakat (Rp)	9.349.282.000	
11	Zakat (Rp)	233.732.050	
12	Earning After Zakat (Rp)	9.115.549.950	

TOTAL PENERIMAAN

NO	OLAHAN	PRODUKSI (Kg)	HARGA (Rp)	PENERIMAAN (Rp)
1	Bandeng Presto	127.750	90.000	11.497.500.000
2	Otak – Otak	36.500	90.000	3.285.000.000
3	Pepes	18.250	90.000	1.642.500.000
TOTAL		182.500		16.425.000.000

BEP SALES MIX

NO	OLAHAN	BEP sales (Rp)
1	Bandeng Presto	430.541.306
2	Otak Otak	123.011.802
3	Pepes	61.505.901

BEP UNIT MIX

NO	OLAHAN	BEP unit (Unit)
1	Bandeng Presto	4.783,79
2	Otak Otak	1.366,80
3	Pepes	683,40

a. Penerimaan (per tahun)

$\begin{aligned} TR_{\text{Bandeng}} &= (P) \times (Q) \\ &= 90.000 \times 127.750 \\ &= \text{Rp } 11.497.500.000 \end{aligned}$	$\begin{aligned} TR_{\text{Pepes}} &= (P) \times (Q) \\ &= 90.000 \times 18.250 \\ &= \text{Rp } 1.642.500.000 \end{aligned}$
$\begin{aligned} TR_{\text{Otak - otak}} &= (P) \times (Q) \\ &= 90.000 \times 36.500 \\ &= \text{Rp } 3.285.000.000 \end{aligned}$	$\begin{aligned} TR_{\text{Total}} &= (P) \times (Q) \\ &= 90.000 \times 182.500 \\ &= \text{Rp } 16.425.000.000 \end{aligned}$

b. Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

$$\begin{aligned} \text{R/C Ratio} &= \frac{TR}{TC} \\ &= \frac{16.425.000.000}{7.075.718.000} \\ &= 2,32 \end{aligned}$$

c. Keuntungan (π)

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ &= 16.425.000.000 - 7.075.718.000 \\ &= \text{Rp } 9.349.282.000 \end{aligned}$$

d. Zakat

$$\begin{aligned} \text{EBZ} &= \pi \\ \text{EBZ} &= \text{Rp } 9.349.282.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{EAZ} &= \text{EBZ} - (2,5\% \times \pi) \\ &= 9.349.282.000 - (2,5\% \times 9.349.282.000) \\ &= 9.349.282.000 - 233.732.050 \\ &= \text{Rp } 9.115.549.950 \end{aligned}$$

e. Rentabilitas

$$\begin{aligned}
 \text{RENTABILITAS} &= \frac{L}{M} \times 100\% \\
 &= \frac{9.349.282.000}{7.075.718.000} \times 100\% \\
 &= 132,13\%
 \end{aligned}$$

f. Break Event Point (BEP)

Break Even Point (BEP) Unit

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } Q_{\text{Bandeng}} &= \frac{Q_{\text{Bandeng}}}{Q_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{127.750}{182.500} \times 6.833,99 \\
 &= 4.783,79 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } Q_{\text{Otak - otak}} &= \frac{Q_{\text{Otak - otak}}}{Q_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{36.500}{182.500} \times 6.833,99 \\
 &= 1.366,80 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } Q_{\text{Pepes}} &= \frac{Q_{\text{Pepes}}}{Q_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{18.250}{182.500} \times 6.833,99 \\
 &= 683,40 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Break Event Point (BEP) Sales

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } S_{\text{Bandeng}} &= \frac{TR_{\text{Bandeng}}}{TR_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{11.497.500.000}{16.425.500.000} \times 615.059.008 \\
 &= \text{Rp } 430.541.306
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } S_{\text{Otak - otak}} &= \frac{TR_{\text{Otak - otak}}}{TR_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{3.285.000.000}{16.425.500.000} \times 615.059.008 \\
 &= \text{Rp } 123.011.802
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP } S_{\text{Pepes}} &= \frac{TR_{\text{Pepes}}}{TR_{\text{total}}} \times \text{BEP Mix} \\
 &= \frac{1.642.500.000}{16.425.500.000} \times 615.059.008 \\
 &= \text{Rp } 61.505.901
 \end{aligned}$$

Lampiran 9. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Normal

NORMAL

NO	URAIAN	TAHUN KE					
		0	1	2	3	4	5
0,12	Df (12%)	1	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57
i	Inflow (<i>Benefit</i>)						
	Hasil Penjualan		16.425.000.000	16.425.000.000	16.425.000.000	16.425.000.000	16.425.000.000
	Nilai Sisa						217.372.000
	Gross <i>Benefit</i> (A)		16.425.000.000	16.425.000.000	16.425.000.000	16.425.000.000	16.642.372.000
	PVGB		14.665.178.571	13.093.909.439	11.690.990.570	10.438.384.438	9.443.328.816
	Jumlah PVGB						59.331.791.834
ii	Outflow(Cost)						
	Investasi Awal	256.690.000					
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	268.894.500
	Biaya Operasional		7.075.718.000	7.075.718.000	7.075.718.000	7.075.718.000	7.075.718.000
	Gross Cost (B)	256.690.000	7.075.718.000	7.075.718.000	7.075.718.000	7.075.718.000	7.344.612.500
	PVGC	256.690.000	6.317.605.357	5.640.719.069	5.036.356.311	4.496.746.707	4.167.530.377
	Jumlah PVGC						25.915.647.822
	Net <i>Benefit</i> (A-B)	-256.690.000	9.349.282.000	9.349.282.000	9.349.282.000	9.349.282.000	9.297.759.500
	PVNB	-256.690.000	8.347.573.214	7.453.190.370	6.654.634.259	5.941.637.731	5.275.798.438
iii	NPV	33.416.144.012	> 0 (layak)				
iv	Net B/C	131,18	> 1 (layak)				
v	IRR	3642%	> 12% suku bunga deposito (layak)				
vi	PP	0,03	lama waktu pengembalian Investasi				

Lampiran 10. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 73% dan Benefit Turun 25%

NO	URAIAN	TAHUN KE					
		0	1	2	3	4	5
	Biaya Naik		7.075.718.000	Menjadi	12.240.992.140		
	Benefit Turun		16.425.000.000	Menjadi	12.318.750.000		
0,12	Df (12%)	1	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57
i	Inflow (<i>Benefit</i>)						
	Hasil Penjualan		12.318.750.000	12.318.750.000	12.318.750.000	12.318.750.000	12.318.750.000
	Nilai Sisa						217.372.000
	Gross <i>Benefit</i> (A)		12.318.750.000	12.318.750.000	12.318.750.000	12.318.750.000	12.536.122.000
	PVGB		10.998.883.929	9.820.432.079	8.768.242.928	7.828.788.328	7.113.332.289
	Jumlah PVGB						44.529.679.553
ii	Outflow(Cost)						
	Investasi Awal	256.690.000					
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	268.894.500
	Biaya Operasional		12240992140	12240992140	12240992140	12240992140	12240992140
	Gross Cost (B)	256.690.000	12.240.992.140	12.240.992.140	12.240.992.140	12.240.992.140	12.509.886.640
	PVGC	256.690.000	10.929.457.268	9.758.443.989	8.712.896.419	7.779.371.803	7.098.445.642
	Jumlah PVGC						44.535.305.120
	Net <i>Benefit</i> (A-B)	-256.690.000	77.757.860	77.757.860	77.757.860	77.757.860	26.235.360
	PVNB	-256.690.000	69.426.661	61.988.090	55.346.509	49.416.526	14.886.648
iii	NPV	-5.625.567	> 0 (layak)				
iv	Net B/C	0,97808	> 1 (layak)				
v	IRR	11,02%	> 12% suku bunga deposito (layak)				
vi	PP	3,70	lama waktu pengembalian Investasi				

Lampiran 11. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 22,9% dan Benefit Turun 44,598%

		Biaya Naik	Dari	7.075.718.000	Menjadi	8.696.057.422		
		Benefit Turun	Dari	16.425.000.000	Menjadi	8.771.278.500		
NO	URAIAN	TAHUN KE						
		0	1	2	3	4	5	
0,12	Df (12%)	1	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	
i	Inflow (<i>Benefit</i>)							
	Hasil Penjualan		8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500
	Nilai Sisa							217.372.000
	Gross <i>Benefit</i> (A)		8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.771.278.500	8.988.650.500
	PVGB		7.831.498.661	6.992.409.518	6.243.222.784	5.574.306.057	5.100.401.690	
	Jumlah PVGB							31.741.838.711
ii	Outflow(Cost)							
	Investasi Awal	256.690.000						
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	0	268.894.500
	Biaya Operasional		8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422
	Gross Cost (B)	256.690.000	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.696.057.422	8.964.951.922
	PVGC	256.690.000	7.764.336.984	6.932.443.736	6.189.681.907	5.526.501.703	5.086.954.481	
	Jumlah PVGC							31.756.608.810
	Net <i>Benefit</i> (A-B)	-256.690.000	75.221.078	75.221.078	75.221.078	75.221.078	75.221.078	23.698.578
	PVNB	-256.690.000	67.161.677	59.965.783	53.540.878	47.804.355	43.447.210	13.447.210
iii	NPV	-14.770.098	> 0 (layak)					
iv	Net B/C	0,94	> 1 (layak)					
v	IRR	9,4%	>12% suku bunga deposito (layak)					
vi	PP	3,82	lama waktu pengembalian Investasi					

Lampiran 12. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Biaya Naik 127,9%

Biaya Naik		Dari	7.075.718.000	Menjadi	16.125.561.322					
NO	URAIAN	TAHUN KE								
		0	1	2	3	4	5			
0,12	Df (12%)		1	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57		
i	Inflow (<i>Benefit</i>)									
	Hasil Penjualan		16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000		
	Nilai Sisa									217.372.000
	Gross <i>Benefit</i> (A)		16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000	16.200.000.000		16.417.372.000
	PVGB		14.464.285.714	12.914.540.816	11.530.840.015	10.295.392.870				9.315.657.773
	Jumlah PVGB									58.520.717.188
ii	Outflow(Cost)									
	Investasi Awal	256.690.000								
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	0	0		268.894.500
	Biaya Operasional		16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322		16.125.561.322
	Gross Cost (B)	256.690.000	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322	16.125.561.322		16.394.455.822
	PVGC	256.690.000	14.397.822.609	12.855.198.758	11.477.856.034	10.248.085.745				9.302.654.518
	Jumlah PVGC									58.538.307.664
	Net <i>Benefit</i> (A-B)	-256.690.000	74.438.678	74.438.678	74.438.678	74.438.678	74.438.678	74.438.678		22.916.178
	PVNB	-256.690.000	66.463.105	59.342.058	52.983.981	47.307.126				13.003.255
iii	NPV	-17.590.475	> 0 (layak)							
iv	Net B/C	0,93	> 1 (layak)							
v	IRR	8,9%	> 12% suku bunga deposito (layak)							
vi	PP	3,86	lama waktu pengembalian Investasi							

Lampiran 13. Finansial Jangka Panjang Dalam Kondisi Benefit Turun 57,77%

Benefit Turun		Dari	16.425.000.000	Menjadi	6.936.277.500			
NO	URAIAN	TAHUN KE						
		0	1	2	3	4	5	
0,12	Df (12%)		1	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57
i	Inflow (<i>Benefit</i>)							
	Hasil Penjualan		6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500
	Nilai Sisa							217.372.000
	Gross <i>Benefit</i> (A)		6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	6.936.277.500	7.153.649.500
	PVGB		6.193.104.911	5.529.557.956	4.937.105.318	4.408.129.748	4.059.172.843	
	Jumlah PVGB							25.127.070.775
ii	Outflow(Cost)							
	Investasi Awal	256.690.000						
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	0	268.894.500
	Biaya Operasional		6859718000	6859718000	6859718000	6859718000	6859718000	6859718000
	Gross Cost (B)	256.690.000	6.859.718.000	6.859.718.000	6.859.718.000	6.859.718.000	6.859.718.000	7.128.612.500
	PVGC	256.690.000	6.124.748.214	5.468.525.191	4.882.611.778	4.359.474.802	4.044.966.177	
	Jumlah PVGC							25.137.016.162
	Net <i>Benefit</i> (A-B)	-256.690.000	76.559.500	76.559.500	76.559.500	76.559.500	76.559.500	25.037.000
	PVNB	-256.690.000	68.356.696	61.032.765	54.493.540	48.654.946	48.654.946	14.206.666
iii	NPV	-9.945.387	> 0 (layak)					
iv	Net B/C	0,96	> 1 (layak)					
v	IRR	10,26%	> 12% suku bunga deposito (layak)					
vi	PP	3,76	lama waktu pengembalian Investasi					

