

**PERENCANAAN PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN
H. M. SHOLEH IKAN BAKAR SARI LAUT DI KECAMATAN KEBOMAS
KABUPATEN GRESIK JAWA TIMUR**

**LAPORAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBOSNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

Oleh :
BAGUS BUDI SETIAWAN
NIM. 105080401111031



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2014**

SKRIPSI
PERENCANAAN PEGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN
H. M. SHOLEH IKAN BAKAR SARI LAUT DI KECAMATAN KEBOMAS KABUPATEN
GRESIK JAWA TIMUR

Oleh :
BAGUS BUDI SETIAWAN
NIM. 105080401111031

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 1 Juli 2014
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. :
Tanggal :

Dosen Penguji I

ZAINAL ABIDIN, S.Pi, MP, MBA
NIP. 19770221 200212 1 008
Tanggal:

Dosen Penguji II

WAHYU HANDAYANI, S.Pi, MBA, MP
NIP. 19750310 200501 2 001
Tanggal:

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dr. Ir. AGUS TJAHJONO, MS
NIP. 19630820 198802 1 001
Tanggal:

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. ANTHON EFANI, MS
NIP.19650717 199103 1 006
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Ir. NUDDIN HARAHAP, MP
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal:

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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



Malang, 27 Juni 2014

Mahasiswa

Bagus Budi Setiawan

RINGKASAN

BAGUS BUDI SETIAWAN. 105080401111031. Skripsi tentang Perencanaan Pengembangan Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik, Jawa Timur (dibawah bimbingan **Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS** dan **Dr. Ir. Anthon Efani, MS**).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2014 di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut merupakan salah satu rumah makan yang menyajikan jenis masakan ikan bakar. Menu di rumah makan ini adalah Ikan Bakar Ayam-ayam, Ikan Bakar Kakap Merah, Ikan Bakar Kakap Putih, Ikan Bakar Gurami dan Ikan Bakar Bawal.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Mengetahui kondisi terkini dari aspek teknis, finansial, manajemen, pemasaran dan kelayakan finansial jangka pendek yaitu permodalan, penerimaan, *RC Ratio*, keuntungan dan BEP; 2). Mengetahui strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT; 3). Menentukan perencanaan strategi pengembangan jangka panjang yang meliputi NPV, IRR, *Net/BC*, *payback period* dan sensitivitas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Untuk analisis deskriptif kualitatif yaitu meliputi: 1) Aspek Teknis; 2) Aspek Pemasaran; 3) Aspek Manajemen. Sedangkan untuk deskriptif kuantitatif dengan menganalisa aspek *finansial* yang meliputi analisa jangka pendek dan analisa jangka panjang.

Hasil dari penelitian pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut aspek teknis meliputi persiapan membuka usaha rumah makan (lokasi, peralatan memasak) waktu penjualan, pengadaan dan penanganan bahan baku dan proses produksi.

Analisis finansial jangka pendek pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut selama setahun diperoleh penerimaan sebesar Rp.953.424.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 346.761.100, nilai *RC ratio* sebesar 1,57, rentabilitas sebesar 57%, BEP *sales mix* sebesar Rp.171.861.408.

Aspek manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Perencanaan di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sudah berjalan dengan baik meskipun perencanaan yang ada masih sederhana, belum melakukan pembagian tugas secara jelas antar pegawai, pelaksanaan sudah berjalan secara baik sedangkan pengawasan dilakukan untuk mengurangi tindakan kecurangan dan penyimpangan.

Aspek pemasaran meliputi produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut, penetapan harga dan sistem pembayaran, permintaan. Produk yang ditawarkan hasil dari olahan ikan segar memiliki kualitas baik, penetapan harga menu rumah makan mengikuti harga di pasaran dan sistem pembayaran dilakukan secara tunai pada saat konsumen selesai selesai makan, untuk pesanan yang dibawa pulang pembayaran dilakukan setelah pesanan sudah siap dalam bungkus.

Analisis SWOT meliputi faktor internal dan eksternal. Berdasarkan faktor internal diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah lokasi usaha yang strategis, kualitas masakan yang baik, menu ikan bakar bervariasi, keterampilan pegawai dan kebersihan rumah makan. Kelemahan yang dimiliki adalah keterbatasan kegiatan promosi, belum melakukan pembagian tugas secara jelas antar pegawai, fasilitas belum lengkap, belum melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan, tidak tersedia jasa pesan antar dan pembungkusan masakan masih sederhana. Kekuatan utama yang dimiliki rumah makan ini adalah kualitas produk yang dihasilkan.

Berdasarkan faktor eksternal diketahui bahwa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah peran Pemkab Gresik, Ketersediaan stok bahan baku yang mudah didapat, pertumbuhan penduduk yang membuka peluang pasar potensial, tingginya peminat ikan bakar di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut, sarana dan prasarana yang mendukung dan adanya pelanggan tetap. Ancaman bagi rumah makan ini adalah bahan baku ikan mudah rusak dan membusuk, harga bahan fluktuatif, ancaman masuknya pesaing baru, dan ancaman rumah makan atau restoran lainnya yang menawarkan produk substitusi. Peluang utama bagi rumah makan ini adalah adanya pelanggan tetap dan ancaman utama adalah bahan baku ikan mudah rusak dan membusuk. Hasil analisis SWOT terletak di kuadran I menggunakan strategi *strength opportunities* (SO) yang menghasilkan strategi pengembangan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yaitu: 1) mempertahankan kualitas produksi; 2) menjaga hubungan baik dengan pelanggan; 3) memperluas pasar dengan membuka cabang baru.

Perencanaan pengembangan usaha selama sepuluh tahun diperoleh *Net Present Value* sebesar Rp. 2.659.099.801, *Net Benefit Cost Ratio* sebesar 92,99, *Internal Rate of Return* sebesar 1218% dan *Payback Period* sekitar 0,09 tahun. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut layak untuk dijalankan.

Saran yang diberikan peneliti untuk mengembangkan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yaitu dengan menerapkan strategi *strength opportunities* (SO). Dan juga melakukan kegiatan promosi ditingkatkan untuk meningkatkan penjualan, menambah jasa fasilitas baru seperti jasa pesan antar, meningkatkan kualitas pelayanan. Membentuk bagian khusus untuk menangani pemasaran dan melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan yang berguna sebagai bahan evaluasi setiap bulannya serta memperjelas tugas masing-masing pegawai.



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
KATA PENGANTAR	v
RINGKASAN	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahuu	7
2.2 Definisi Restoran	8
2.3 Ikan Bakar	10
2.4 Kandungan Gizi Ikan Bakar	10
2.5 Pelayanan Rumah Makan	11
2.6 Elemen Produk Restoran	12
2.7 Aspek Teknis	13
2.8 Aspek Manajemen	14
2.9 Aspek Pemasaran	15
2.10 Studi Kelayakan Bisnis	18
2.10.1 Aspek Finansiiil	19
2.10.1.1 Aspek Finansiiil Jangka Pendek	20
2.10.2 Aspek Finansiiil Jangka Panjang	24
2.11 Pengembangan Usaha	26
2.12 Analisa SWOT	27

2.13 Kerangka Pemikiran	29
3. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2 Obyek Penelitian	33
3.3 Teknik Penentuan Responden	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.5.1 Data Primer	35
3.5.2 Data Sekunder	35
3.6 Analisa Data	36
3.6.1 Deskriptif Kualitatif	36
3.6.2 Deskriptif Kuantitatif	37
3.7 Analisis SWOT	43
4. Keadaan Umum Daerah Penelitian	
4.1 Letak dan Kondisi Umum Daerah Penelitian	49
4.2 Keadaan Penduduk Kecamatan Kebomas	51
4.2.1 Sarana dan Prasarana di Kecamatan Kebomas	53
4.3 Keadaan Umum Kelautan dan Perikanan	55
5. Hasil dan Pembahasan	
5.1 Karakteristik Responden	57
5.2 Gambaran Umum Usaha Rumah Makan	57
5.2.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha	57
5.2.2 Visi dan Misi Usaha Rumah Makan	59
5.2.3 Lokasi Usaha	56
5.2.4 Gambaran Bangunan Usaha	60
5.2.5 Sarana dan Prasarana	60
5.3 Teknik Usaha Rumah Makan	63
5.3.1 Persiapan Membuka Usaha Rumah Makan	64
5.3.2 Waktu Penjualan	64
5.3.3 Pengadaan dan Penanganan Bahan Baku	65
5.3.4 Proses Produksi	66
5.4 Aspek <i>Finansiil</i> Jangka Pendek	67
5.5 Aspek Pemasaran	74
5.6 Aspek Manajemen	78
5.7 Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	80
5.7.1 Analisa Internal Usaha	81
5.7.2 Analisa Eksternal Usaha	92
5.8 Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan	104
5.8.1 Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT	105
5.8.2 Implikasi Kebijakan	106
5.9 Perencanaan <i>Finansiil</i> Pengembangan Usaha	108
6. Kesimpulan dan Saran	
6.1 Kesimpulan	116
6.2 Saran	117

DAFTAR PUSTAKA117

LAMPIRAN119



DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Matrik Faktor Strategi Internal	43
2. Matrik Faktor Strategi Eksternal	45
3. Luas Wilayah, Jumlah Penduduk, RW, RT di Kecamatan Kebomas	48
4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Kecamatan Kebomas	50
5. Sarana dan Prasana Usaha	61
6. Penetapan Harga di Rumah Makan	76
7. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Lokasi Usaha	82
8. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kualitas Masakan yang Baik	83
9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Variasi Menu Makanan	84
10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Keterampilan Pegawai	85
11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kebersihan Rumah Makan ...	86
12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Keterbatasan Kegiatan Promosi	87
13. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Melakukan Pembagian Tugas Secara Jelas Antar Pegawai	88
14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Fasilitas Belum Lengkap	89
15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Melakukan Pembukuan dalam Mengelola Keuangan	90
16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Tersedia Jasa Pesan Antar dan Bungkus Kurang Menarik	91
17. Matriks IFAS Pada Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	92
18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Peran Pemkab Gresik	93
19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Ketersediaan Stok Bahan Baku	94

20. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Pertumbuhan Penduduk Sebagai Pasar Potensial	96
21. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Tingginya Peminat Ikan Bakar Di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	97
22. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Adanya Pelanggan Tetap	98
23. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Sarana dan Prasarana	99
24. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Bahan Baku Mudah Rusak	100
25. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Harga Bahan Fluktuatif	101
26. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Masuknya Pesaing Baru	101
27. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Produk Substitusi	102
28. Matrik EFAS Pada Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.....	103
29. Diagram SWOT	104
30. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Biaya Naik 10%	111
31. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Benefit Turun 15%.....	112\
32. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%	113
33. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Biaya Naik 27% dan Benefit Turun 19%	113

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. Sumbangan Konsumsi Protein Ikan Indonesia Terhadap Konsumsi Protein	Total 2
2. Diagram analisis SWOT	28
3 Kerangka Pemikiran	30
4. Diagram Batang Jumlah Penduduk di Kecamatan Kebomas	51
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	53
6. Prasarana Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	63
7. Pasar Ikan Pabean Surabaya	66
8. Ikan disimpan dalam <i>cool box</i>	66
9. Proses Memasak Ikan	67
10. Ikan Bakar yang disajikan	67
11. Pertumbuhan Penduduk Kecamatan Kebomas Tahun 2008-2012	95
12. Diagram Analisa SWOT	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Gambar Peta Kec. Kebomas Kab. Gresik	119
2. <i>Finansiil</i>	120
2.1 Modal Tetap Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	120
2.2 Modal Lancar Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	121
2.3 Modal Kerja Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	124
2.4 Analisis <i>Finansiil</i> Jangka Pendek	124
2.5 Penerimaan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	125
2.6 Keuntungan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Bakar Sari Laut	126
2.7 <i>Revenue Cost Ratio</i>	126
2.8 Rentabilitas	126
2.9 <i>Break Even Point</i> (BEP).....	126
3. Analisa Penambaha Investasi (<i>Re-invest</i>)	130
4. Analisa Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Normal	132
5. Analisa Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Biaya Naik 10%	133
6. Analisa Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Benefit Turun 15%	134
7. Analisa Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%	135
8. Analisa Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Biaya Naik 27% dan Benefit Turun 19%	136

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

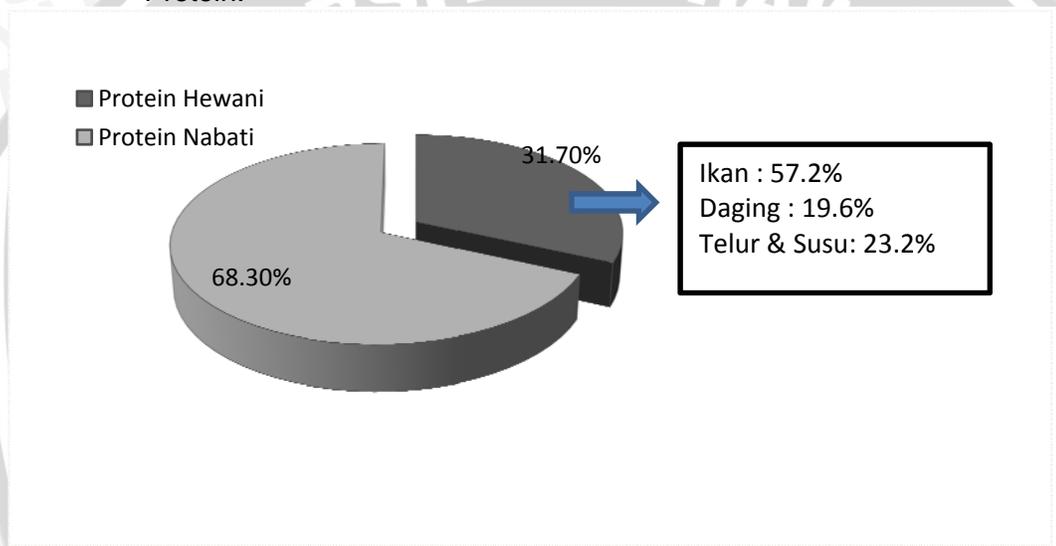
Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia yang kaya akan sumberdaya alam khususnya pada sektor kelautan dan perikanan. Potensi yang terdapat pada perikanan darat dan laut di Indonesia sangat melimpah, termasuk didalamnya banyak spesies ikan khususnya ikan yang dapat dikonsumsi. Oleh sebab itu sektor perikanan memiliki peluang untuk dikembangkan dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian.

Pada tahun 2010, produksi hasil perikanan budidaya di 33 provinsi di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 5,48 juta ton atau 101.86 %. Tahun 2011, Kementerian Kelautan dan Perikanan melakukan kontrak produksi dengan Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota dengan tujuan tercapainya produksi yang ditetapkan sebesar 6,85 juta ton. Hal ini menunjukkan adanya keseriusan pemerintah dalam upaya meningkatkan produktivitas perikanan di sektor budidaya air tawar. Program tersebut sesuai dengan visi misi KKP pada tahun 2014 sektor perikanan dapat mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Mulai dari hasil tangkapan laut dan darat untuk memenuhi kebutuhan permintaan pasar domestik dan internasional (Harahap, 2011).

Sebagai bahan pangan, ikan merupakan sumber protein, lemak, vitamin, dan mineral yang sangat baik. Hal ini sangat membantu pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat akan protein hewani. Mengingat semakin mahalnya harga daging sapi yang terus melambung. Dari sisi konsumsi, tingkat konsumsi ikan per kapita masyarakat Indonesia tertinggal hampir dari semua Negara di ASEAN. Tahun

2012 tercatat tingkat konsumsi ikan Indonesia sebesar 34,76 kg per kapita. Meskipun tingkat konsumsi ikan di Indonesia rendah, tapi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Data Survei Sosial Ekonomi Nasional BPS menunjukkan bahwa sumbangan protein ikan terhadap protein hewani masyarakat Indonesia mencapai 57%. Ini terjadi disebabkan kecenderungan pergeseran konsumen dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani dari *red meat* ke *white meat* (KKP, 2013).

Gambar 1: Sumbangan Konsumsi Protein Ikan Indonesia Terhadap Total Konsumsi Protein.



Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013

Pada saat ini sangat banyak usaha yang menyediakan ikan dalam bentuk ikan segar maupun olahan makanan jadi. Banyak peluang usaha di bidang perikanan yang dapat dijadikan sumber pendapatan mulai dari usaha perikanan budidaya, industri pengolahan ikan maupun usaha rumah makan. Usaha yang semakin bertambah banyak dan mudah dijumpai pada saat ini adalah restoran. Dari waktu ke waktu dunia kuliner terus berkembang dan berlomba dalam menyediakan menu untuk menarik konsumen. Menu yang ditawarkan juga berbeda-beda berdasarkan

karakteristik masyarakat di tempat tersebut. Selain itu, dunia kuliner juga dijadikan ajang icon berbagai kota maupun Negara.

Banyaknya persediaan bahan baku ikan laut dan tradisi mengkonsumsi hidangan laut, sebenarnya bisa menjadi lahan bisnis yang menjanjikan asakan dapat dimanfaatkan dengan baik. Masih belum banyak orang yang tahu bahwa dengan perencanaan dan manajemen yang baik, mendirikan usaha rumah makan yang menyediakan olahahan ikan bisa menjadi bisnis yang sangat menjanjikan dan dapat mendatangkan keuntungan besar. Hal ini tentu saja dapat mensejahterahkan masyarakat dengan berwirausaha menciptakan lapangan kerja baru (Ayodya, 2007).

Berdasarkan data yang diperoleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik (2014), jumlah PDRB Kabupaten Gresik pada tahun 2010 sampai 2011 pertumbuhan paling tertinggi dibidang Industri Pengolahan sebesar 50,07% diikuti dengan pemasukan terbesar kedua di sektor Perdagangan, Hotel Dan Restoran sebesar 22,11% dari seluruh total PDRB Kabupaten Gresik. Hal ini menunjukkan bahwa usaha restoran, rumah makan sangat menjanjikan di Kabupaten Gresik meskipun Gresik menjadi Kota Industri. Rumah Makan Ikan Bakar merupakan salah satu rumah makan sederhana yang menyediakan olahan ikan segar di Kabupaten Gresik. Rumah Makan ini menyajikan makanan dengan menu utama ikan yang dibakar menggunakan arang. Lokasinya yang strategis yang terletak di pusat keramaian kota menimbulkan banyak pelanggan yang datang.

Pandangan Dr. Ir. Ciputra, jika menggunakan perkiraan Mc Clelland dengan jumlah penduduk mencapai 225 juta, maka Indonesia membutuhkan 4,5 juta atau 2% *entrepreneur* atau pengusaha. Dengan jumlah pengusaha yang hanya 400.000, masih dibutuhkan setidaknya 4 juta pengusaha untuk menopang jumlah penduduk

yang besar itu. Kuda-kuda ekonomi yang kuat dengan pengusaha dapat mengurangi beban pengangguran yang angkanya relative tinggi (Wijatno, 2009).

Ada beberapa faktor yang menjadikan makanan olahan ikan sebagai lahan bisnis yang menjanjikan. Yang pertama adalah bahan baku relatif murah didapat dan juga mudah didapat. Kedua faktor kesadaran masyarakat yang semakin tinggi mengenai kesehatan menyebabkan mereka berpaling pada alternative makanan yang sehat. Yang ketiga cara memasak yang mudah dan waktu yang dibutuhkan untuk memasak juga relatif sebentar. Keempat tidak membutuhkan modal yang besar untuk memulai usaha dan faktor sosial masyarakat. Pada saat ini banyak orang yang menjadikan ikan sebagai pilihan utama karena lebih aman dikonsumsi. Fenomena ini muncul sejak merebaknya berbagai wabah flu burung, sapi gila serta mahalnya harga daging saat ini (Triwandhani, 2007).

Melihat dari uraian teori diatas dapat disimpulkan bahwa usaha rumah makan ikan sangat menjanjikan. Mulai dari melimpahnya sumberdaya ikan, harganya yang relatif murah, serta untuk mendapatkannya tidaklah sulit. Didukung dengan meningkatnya konsumsi ikan dan kesadaran akan kesehatan masyarakat pada saat ini yang berpindah dari *red meat* ke *white meat*.

. Mengingat karakteristik bahan baku produk perikanan yang mudah sekali rusak membutuhkan manajemen yang baik dalam pengadaan dan pengolahan ikan secara tepat. Perencanaan pengembangan usaha diperlukan untuk menganalisis apakah usaha yang dijalankan nantinya memberikan keuntungan yang berkelanjutan atau mengalami kerugian. Penentuan tempat lokasi usaha memerlukan pertimbangan rumah makan terletak pada daerah yang strategis. Selain itu kegiatan seperti pembelian bahan baku ikan, penyimpanan, pengolahan serta penyajian akan menjadi kepuasan pelanggan untuk menjaga kualitas pelayanan di

rumah makan tersebut. Dengan melihat peluang usaha rumah makan yang menjanjikan maka perlu ada suatu penelitian tentang perencanaan pengembangan usaha rumah makan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang berwirausaha di bidang perikanan.

1.2 Rumusan Masalah

Di lingkungan usaha banyak yang perlu diperhatikan mulai dari pengaruh internal maupun eksternal. Pengaruh internal berasal dari kekuatan dan kelemahan usaha yang dijalankan. Sedangkan kondisi eksternal meliputi persaingan dibidang usaha yang sama, maka diperlukan perencanaan pengembangan usaha.

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas memungkinkan usaha tersebut untuk dikembangkan, dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan usaha rumah makan ikan bakar dari faktor internal dan eksternal dalam mengembangkan usaha?
2. Bagaimana kelayakan usaha dari usaha rumah makan berdasarkan aspek finansil, aspek pemasaran dan aspek manajemen?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha rumah makan ikan bakar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai untuk penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi terkini dari aspek teknis, manajemen, pemasaran dan kelayakan finansil jangka pendek yaitu permodalan, penerimaan, RC *Ratio*, keuntungan, rentabilitas dan BEP.
2. Mengetahui strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT.
3. Menentukan perencanaan strategi pengembangan jangka panjang meliputi NPV, IRR, *Net/BC*, *payback period* dan sensitivitas.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- a. Penulis, untuk memberikan wawasan, pengalaman dan informasi tentang dunia bisnis khususnya usaha rumah makan.
- b. Pengusaha, hasil penelitian dapat membantu perencanaan pengembangan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usaha.
- c. Pembaca, dapat menjadi bahan informasi di khalayak umum mengenai perencanaan pengembangan usaha khususnya usaha rumah makan ikan bakar.
- d. Pemerintah dan instansi terkait, sebagai bahan informasi dan pertimbangan didalam pengambilan keputusan yang tepat dan penentu kebijakan bagi pembangunan usaha perikanan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan Dalmunthe (2010), tentang Strategi Pengembangan Usaha Restoran Seafood Ikan Segar di Jakarta. Memiliki tujuan penelitian diantaranya adalah mengkaji strategi usaha yang telah dilakukan Restoran Seafood Ikan Segar, menganalisis faktor eksternal dan internal, serta mengkaji alternatif strategi yang paling sesuai dengan Restoran *Seafood* Ikan Segar di Jakarta. Metode analisis dan pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif berupa analisis lingkungan umum dan industri perusahaan. Selain itu

dilakukan analisis formulasi strategi yaitu *Matriks Paired Comparison*, SPACE, dan QSP. Hasil penelitian pada usaha Restoran *Seafood* Ikan Segar dengan menggunakan Matriks SPACE adalah karakteristik Profil Agresif yang menunjukkan perusahaan berada pada perusahaan yang kekuatan keuangannya adalah faktor yang hampir mendominasi di industri yang stabil dan berkembang. Alternatif strateginya adalah Integrasi Ke Depan, Integrasi Ke Belakang, Integrasi Horizontal, Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar, Pengembangan Produk, Diversifikasi Konsentrik, Diversifikasi Konglomerat, dan Diversifikasi Horizontal. Berdasarkan hasil rumusan dan penentuan terhadap prioritas alternatif strategi Matriks QSP, strategi prioritas dan paling sesuai dengan kondisi perusahaan adalah strategi Integrasi Ke Depan (STAS=6,902). Strategi Integrasi Ke Depan meliputi keputusan perusahaan untuk mencari kepemilikan atau kontrol atas distributor atau pengecer. Sedangkan berdasarkan perhitungan bobot dan rating pada Matriks SPACE yang disinkronisasikan, maka didapatkan Rasio Pertumbuhan Penjualan dengan nilai skor sebesar 0,528 sebagai faktor internal yang paling berpengaruh. Sedangkan untuk faktor eksternalnya adalah Hambatan Masuk Pasar dengan nilai skor sebesar 0,698. Sehingga penggabungan pada kedua nilai ini selaras dengan arah vektor bentuk Matriks SPACE.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Robiah (2009), yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Khas Betawi H. Syamsudin Kombo Bekasi memiliki tujuan 1) Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis Rumah Makan Khas Betawi H. Syamsudin Kombo, dan 2) Menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan Rumah Makan Khas Betawi H. Syamsudin Kombo. Responden dalam penelitian ini berjumlah enam orang, yang terdiri dari tiga orang dari pihak internal dan tiga orang

dari pihak eksternal. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi Rumah Makan H. Syamsudin Kombo dengan menggunakan matriks IFE dan EFE. Kemudian merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT.

2.2 Definisi Restoran

Restoran adalah tempat menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan dipungut biaya, tidak termasuk usaha jasa boga atau *catering*. Kegiatan usaha penyediaan makanan dan minuman jadi pada umumnya dikonsumsi di tempat penjualan (Sugianto, 2010).

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa Rumah Makan adalah setiap tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Ditegaskan pula bahwa setiap rumah makan harus memiliki seseorang yang bertindak sebagai pemimpin rumah makan yang sehari-hari mengelola dan bertanggung jawab atas pengelolaan tersebut (Pemkot Jaksel, 2013).

Menurut Ayodya (2007), Rumah Makan dibagi menurut jenisnya yaitu:

1. Cafe: Café adalah kelas rumah makan untuk segmen kelas menengah ke atas. Café biasanya berlokasi di tempat yang sering dikunjungi oleh kalangan atas, seperti hotel berbintang, daerah pusat perkantoran (daerah segitiga emas), dan juga mal atau plaza disekitar pusat kota.
2. Restoran: Restoran sering disebut rumah makan. Restoran merupakan kelas rumah makan untuk segmen menengah, dan kalangan atas juga bisa makan

disini. Dari segi harga, restoran lebih murah daripada café. Restoran banyak ditemui di pusat kota ataupun dipinggiran kota. Namun banyak juga di daerah keramaian di dalam pemukiman penduduk.

3. Warung makan: Warung makan sering disebut dengan berbagai nama sejenis, seperti warung tegal (warteg), kedai makan, kantin, warung padang, dan sebagainya. Warung makan merupakan kelas rumah makan untuk kalangan menengah kebawah. Warung makan biasanya didirikan di dekat lokasi keramaian tetapi di tempat yang sederhana. Ciri khas dari warung makan adalah tempat makan yang sederhana dengan ruang dan meja kursi untuk makan dalam keadaan yang seadanya.
4. Kaki Lima: Tempat makan ini memang jelas ditujukan untuk kelas menengah ekonomi kebawah. Akan tetapi, segmen menengah keatas juga banyak yang makan di kaki lima ini dikarenakan menu makanan yang disajikan enak sehingga banyak disukai. Tempat makan kaki lima biasanya ada di pinggir jalan atau pertokoan, dan kebanyakan dibawah tenda.

2.3 Ikan Bakar

Ikan bakar adalah hasil dari olahan ikan segar atau ikan beku dimasak dengan cara menggunakan arang atau batok kelapa. Memasak ikan bakar tidaklah sulit hanya mencampuri bumbu-bumbu tradisional yang banyak tersedia di pasar tradisional maupun *supermarket*. Walaupun variasinya masih terbatas, ikan segar yang diberi bumbu rempah-rempah dan dibakar rasanya sangat sulit ditolak lidah. Cara memasaknya dapat sesuai dengan khas nusantara dan selera masyarakat (Erwin, 2010).

Banyak resep yang dapat dijadikan panduan untuk mengolah ikan menjadi nikmat untuk dikonsumsi. Salah satu adalah memasak ikan dengan cara dibakar

melalui media arang. Ikan yang dihasilkan juga menarik dan memiliki bau dan rasa yang khas.

2.4 Kandungan Gizi Ikan Bakar

Disamping cita rasa yang nikmat, kandungan gizi ikan juga layak diunggulkan. Kandungan lemak ikan yang hanya 1-20 persen relative mudah dicerna oleh tubuh. Lemak ini sendiri juga terdiri atas asam lemak tak jenuh yang baik bagi proses pertumbuhan serta untuk penderita penyakit terkait kolerterol. Bahkan kadar mineral dan kalsium pada ikan lebih tinggi dibandingkan susu sehingga bisa dijadikan menu alternatif bagi anak-anak pada masa pertumbuhan pengganti daging (Erwin, 2010).

Selain mengandung nilai gizi yang baik, mengkonsumsi ikan juga dapat dijadikan menu utama sehari-hari karena harganya yang terjangkau dan cara mendapatkannya sangatlah mudah. Mengingat pada saat ini harga daging terus melambung dan banyak ditemukan daging ayam maupun sapi yang tidak layak konsumsi.

2.5 Pelayanan Rumah Makan

Rumah makan merupakan usaha yang harus mengutamakan kepuasan konsumennya. Pelayanan akan memberikan kesan kepada konsumen bagaimana cara penyajian pelanggan yang baik serta penyajian makanan dan minuman. Kesan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap layanan rumah makan sehingga dapat mengundang lebih banyak calon pelanggannya.

Menurut Ayodya (2007), dalam bisnis rumah makan pelayanan lebih dari sekedar servis atau layanan, perlu dilakukan terobosan pelayanan jasa yang lebih. Apabila dimungkinkan disuguhkan layanan yang unik dan berbeda sebagai

membuat nilai lebih bagi rumah makan. Berikut beberapa pelayanan jasa yang dapat diperhatikan untuk menambah nilai lebih:

1. Jasa *Delivery* (*delivey order*) adalah jasa pengantaran order ke alamat pemesanan. Pemesanan dilakukan dengan melalui telepon dan pembayaran dapat dilakukan setelah pesanan diantar. Biasanya jasa *dilivey* tidak dikenakan biaya dalam jumlah pesanan tertentu, hanya ada kalanya kebijaksanaan dari konsumen untuk memberikan bayaran lebih atau dikenal dengan *rip*.
2. Jasa Katering Pesta: Jasa katering melayani kebutuhan makanan konsumen. Alat-alat yang dibutuhkan untuk beraneka dan memerlukan dana yang cukup besar untuk memilikinya keseluruhannya.
3. Jasa Katering Rantangan: Jasa ini berbeda dengan jasa catering pesta walaupun sama memakai nama katering. Jasa katering rantangan adalah jasa penyediaan makanan sehari-hari untuk konsumen perusahaan, pabrik, dan rumahan. Penyediaan makan siang dan makan malam ataupun sekali makan berdasarkan pemesanan. Jasa katering makanan menyusun menu makan siang dan makan malam yang dikemas dalam rantang lengkap dalam satu minggu dan per bulan.
4. Jasa Kedai (gubuk makanan): Makanan dikemas dalam meja khusus atau dalam gubuk-gubuk khususnya sebagai alternative pilihan dari menu utama yang tersedia. Seperti gubuk pempek, gubuk soto, atau bakso.
5. Jasa Dekorasi Makanan: Jasa dekorasi makanan menurut tema acara dan adat menurut pemilik hajatan. Restoran siap saji seperti McDonald dan KFC memberikan dekorasi ulang tahun secara gratis ala restoran mereka

dengan perangkat penunjang seperti topi, balon, souvenir dengan limit pemesanan tertentu.

2.6 Elemen Produk Restoran

Menurut Hamdan (2007), elemen-elemen yang menjadi bagian produk restoran antara lain:

1. Jenis makanan, penyediaan makanan perlu berbagai jenis dan mampu memberi kepuasan kepada semua kategori pelanggan. Memang ada restoran khusus yang sukses dengan hanya menyediakan menu mengikuti waktu. Untuk pengusaha baru yang mau mengurangi risiko sebaiknya menyediakan berbagai menu makanan untuk pagi, siang dan malam.
2. Kualitas, untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sebagai pengusaha restoran harus memberikan kualitas terbaik. Jika menu yang ditawarkan mempunyai kualitas baik, maka pelanggan tidak akan menolak untuk berkunjung berulang kali.
3. Kebersihan, kesan pertama yang diberikan kepada pelanggan adalah rasa nyaman saat berada dalam restoran. Baik dari kebersihan lantai, kursi, meja, dapur memasak, alat makan, pakaian, dan berbagai peralatan lainnya.
4. Pelayanan, layanan yang baik melibatkan pelayan dan seluruh pegawai restoran. Keramahan akan membentuk hubungan baik antara pelanggan dan pegawai restoran. Waktu untuk menghidangkan dan presentasi hidangan harus mengutamakan yang diinginkan pelanggan.
5. Dekorasi, dalam menghias restoran sebaiknya sedap dilihat oleh pelanggan. Terlalu ramai hiasan sebaiknya dihindari karena memberikan kesan berantakan dan menyulitkan aktifitas bergerak oleh pelanggan dan pegawai

restoran. Konsep dekorasi juga mengikuti zaman untuk mengatasi pesaing-pesaing di sekitar lokasi usaha.

6. Kemudahan pelanggan, fasilitas-fasilitas yang ada sebaiknya memberikan kemudahan pelanggan untuk menikmati menu hidangan di restoran. Tempat kendaraan sebaiknya luas dan tidak di jalan raya. Pelayan sebaiknya menunggu pelanggan yang akan memesan makanan. Peralatan untuk cuci tangan tidak jauh dengan pelanggan dan menjaga kebersihannya.
7. *Price*, harga adalah bagian dari produk dan dianggap sebagai juga berhubungan pada nilai dan juga manfaat dan keuntungan setelah mengunjungi restoran tersebut.

2.7 Aspek Teknis

Aspek teknis berguna untuk mengetahui, mamahami, dan mengevaluasi produk yang dihasilkan menjadi objek studi. Untuk mengasilkkan produk diperlukan langkah-langkah praoperasional, seperti desain, pemilihan dan penggunaan material (bahan baku), kriteria dan spesifikasi kualitas, proses produksi sampai dengan pemasaran (Subagyo, 2007).

Proses produksi juga sangat menentukan kualitas dan kuantititas produk yang dihasilkan. Dengan melihat kualitas pelayanan, konsumen akan mendapatkan kepuasan sehingga perusahaan mendapat keuntungan yang berkelanjutan.

2.8 Aspek Manajemen

Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*),

pengarahan dan kepemimpinan (*leading*) dan pengawasan (*controlling*) (Kotler, 2008).

Menurut Handoko (2003), manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Ada tiga alasan utama diperlukannya manajemen.

- a) Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi dan pribadi.
- b) Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.
- c) Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda. Salah satu cara yang umum adalah efisiensi dan efektivitas. Efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Sedangkan efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2.9 Aspek Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran penting dilakukan karena tidak ada proyek bisnis yang berhasil tanpa adanya permintaan atas barang/jasa yang dihasilkan proyek tersebut. Pada dasarnya analisis pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui berapa besar luas pasar, pertumbuhan permintaan, dan pangsa pasar (*market share*) produk bersangkutan (Umar, 2003).

Dalam menjalankan usaha hal yang perlu diperhatikan adalah produk yang akan dipasarkan. Usaha yang dijalankan akan berkembang jika permintaan juga semakin meningkat. Sebaliknya usaha akan mengalami kerugian jika pemasaran terhambat dan tidak memiliki pembeli yang jelas.

Perusahaan hendaknya mengetahui pasar sebagai tempat jasa yang akan diproduksi dan ditawarkan. Ini berarti perusahaan harus menentukan pasar sasaran yang akan dituju. Di dalam pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan produk jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli. Jangkauan pemasaran sangat luas, berbagai kegiatan harus dilalui oleh jasa sebelum sampai ke tangan konsumen. Manajemen pemasaran juga mempunyai tugas untuk mempengaruhi tingkat, serta komposisi permintaan sehingga akan membantu organisasi mencapai sasarannya. Manajemen pemasaran pada dasarnya adalah manajemen terhadap permintaan akan suatu produk atau barang (Kotler, 2008).

Pemasaran adalah proses perpindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, atau semua kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran terjadi apabila orang memutuskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pertukaran (Amrin, 2010).

a. Harga

Dalam konteks bisnis disebutkan bahwa harga diartikan sebagai jumlah uang tertentu yang diserahkan pembeli kepada penjual untuk memperoleh sejumlah barang atau jasa tertentu. Ada tiga tujuan mengapa dilakukan penetapan harga. Pertama memaksimalkan laba perusahaan, kedua memperoleh pangsa pasar, ketiga memperoleh keuntungan investasi dari usaha. Fenomena pertama adalah

menetapkan harga tinggi agar diperoleh laba maksimal. Fenomena kedua adalah menetapkan harga rendah agar dapat bersaing dalam merebut hati konsumen. Jika produsen memproduksi produk dengan harga lebih murah dari pesaing berarti produsen mengharapkan penjualan produk melebihi yang dilakukan pesaing dengan demikian ia ingin merebut *market share* produk di masa akan datang. Sementara itu produsen juga menghitung jika ia membuat produk sama seperti pesaing dengan manfaat lebih yang diberikan dan menetapkan harga di atas pesaing, berarti produsen berharap ia akan menuai laba maksimal dalam jangka pendek serta meraih *market share*. Jadi penetapan harga pesaing harus disertai dengan kualitas produk, inovasi produk, differensiasi pelayanan, iklan yang menarik konsumen, layanan teknis, lokasi toko, kemampuan menjual dan sikap pegawai (Royan, 2007).

Dengan demikian menetapkan harga dalam usaha sangat menentukan persaingan untuk menarik konsumen. Jika produsen tidak menetapkan harga dengan baik dan benar maka produk tidak dapat bersaing dengan produk lain. Selain itu harga juga sebagai ukuran kualitas produk yang dihasilkan. Seperti usaha rumah makan penetapan harga harus diimbangi dengan layanan yang memuaskan, lokasi usaha yang strategis dan menu hidangan yang banyak digemari masyarakat. Jika konsumen mendapatkan kepuasan maka permintaan akan terus meningkat dan keuntungan dapat maksimal.

b. Permintaan

Permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu. Teori permintaan menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga dan patuh pada hukum permintaan. Hukum permintaan menjelaskan apabila harga sesuatu barang naik maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen menurun. Sebaliknya bila harga

turun maka jumlah yang diminta akan meningkat. Oleh sebab itu hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah *negative* (Pracoyo, 2006).

Makin rendah suatu barang maka konsumen cenderung untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar. Besarnya permintaan tergantung pada manfaat yang akan diperoleh konsumen atau manfaat dalam menghasilkan barang-barang lain. Besarnya penawaran ditentukan oleh biaya produksi, dalam keadaan biasa produsen tidak akan menjual barangnya dibawah biaya produksi yang sudah dikeluarkan. Hanya dalam kondisi darurat atau dalam perekonomian lesu saja produsen akan menjual di bawah biaya produksi dan merugi, dengan tujuan agar tingkat kerugian dapat diminimalkan (Hanafie, 2010).

c. Saluran Pemasaran

Keputusan-keputusan saluran pemasaran merupakan keputusan yang sangat kompleks dan penuh tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Setiap sistem saluran menciptakan tingkatan penjualan dan biaya yang berbeda. Pedagang perantara bisa dimanfaatkan bila mereka mampu melakukan fungsi saluran lebih efisien daripada yang dapat dilaksanakan perusahaan. Fungsi arus dan saluran pemasaran yang paling penting adalah informasi promosi, negoisasi, pembiayaan, pengambilan resiko, posisi fisik, pembayaran dan kepemilikan. Modifikasi saluran harus dilakukan secara berkala karena adanya perubahan lingkungan pemasaran yang berkesinambungan (Suyanto, 2004).

Menurut Vellas dan Becherel (2008), ada tiga pilihan yang dapat diambil untuk meningkatkan pengendalian saluran:

1. Sistem korporasi: Pengusaha memiliki dan menjalankan sistem saluran terpadu secara vertical.

2. Sistem kontrak: Perjanjian antara pengusaha dan perantara dibuat berdasarkan kontrak (misalnya, perjanjian waralaba).
3. Sistem saluran konvensional: Menggunakan perantara independen seperti agen, penjual, grosir dan ritel.

2.10 Studi Kelayakan Bisnis

Yang dimaksud dengan studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian tentang layak atau tidaknya rencana suatu proyek bisnis. Layak atau tidak layak adalah perkiraan bahwa proyek akan dapat menghasilkan keuntungan yang memadai bila dijalankan atau sebaliknya. Analisis yang dilakukan dalam studi kelayakan bisnis mencakup banyak faktor yang dikerjakan secara menyeluruh, meliputi aspek teknik, aspek pemasaran, aspek manajemen dan *finansil*. Hasilnya adalah suatu keputusan untuk turut serta menyetujui atau menolak proyek yang akan dijalankan. Salah satu yang memerlukan laporan studi kelayakan bisnis adalah pihak manajemen perusahaan. Pembuatan studi kelayakan bisnis dalam rangka merealisasikan ide proyek yang ujung-ujungnya bermuara pada peningkatan laba usaha. Bagi pihak yang menjadi project leader berguna untuk hal pendanaan, berapa yang dialokasikan dari modal sendiri, rencana dari investor, dan rencana kreditor (Umar, 2003).

Studi kelayakan bisnis dari sisi *finansil* bertujuan melakukan serangkaian analisis dengan perhitungan secara tepat dan akurat dari suatu investasi dengan membandingkan aliran biaya dengan kemanfaatan menggunakan berbagai criteria investasi. Studi kelayakan bisnis diperlukan oleh pihak bank untuk menjamin kredit yang disalurkan dapat dikembalikan oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu yang direncanakan. Penilaian kelayakan dari sisi *finansil* memerlukan data laporan laba

rugi selain data kebutuhan modal kerja, umur ekonomis investasi dan nilai akhir atau nilai yang tersisa di akhir umur ekonomis investasi (Arifin dan Syukri, 2006).

Analisis kelayakan bisnis dapat dikaji dari empat aspek utama, yaitu produk dan jasa, industry dan pasar, organisasi dan keuangan. Beberapa studi menunjukkan mayoritas enteprenuer tidak melakukan studi kelayakan karena memandang ringan persaingan yang ada dalam pasar dan cenderung terlalu yakin akan peluan mereka untuk sukses (Wijatno, 2009).

2.10.1 Aspek *Finansiil*

Analisis aspek keuangan dari suatu studi kalayakan adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan serta menilai apakah proyek akan berkembang terus (Umar, 2003).

Aspek finansial yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis jangka pendek dan analisis jangka panjang. Analisis jangka pendek yaitu permodalan, biaya produksi, jumlah produksi, penerimaan, *revenue cost ratio* (RC *ratio*), keuntungan, rentabilitas dan *break event point* (BEP). Sedangkan analisis jangka panjang yaitu *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *net benefit cost ratio* (Net B/C), *payback period* (PP), dan sensitivitas.

2.10.1.1 Aspek *Finansiil* Jangka Pendek

a. Permodalan

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

b. Biaya Produksi/Biaya Total

Menurut Riyanto (1995), biaya total adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek. Biaya produksi dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Wahab (2011) biaya total (*total cost*) adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek. Biaya total dihitung dengan rumus:

$$TC = FC + VC$$

Dimana: $TC = Total\ cost$ (biaya total)

$FC = Fixed\ Cost$ (biaya tetap)

$VC = Variable\ Cost$ (biaya tidak tetap)

c. Penerimaan

Penerimaan total (*Total Revenue = TR*) adalah jumlah produk dikalikan dengan harga jual. Bila penerimaan total lebih besar daripada biaya total, perusahaan memperoleh laba. Sebaliknya bila TR lebih rendah dari total biaya maka usaha mengalami kerugian. Apabila total penerimaan sama dengan total biaya maka usaha tidak mengalami rugi dan tidak mendapatkan laba (Gilarso, 2003).

Menurut Riyanto (1995) penerimaan adalah harga jual dikalikan dengan jumlah barang. Dalam praktek kerja lapang ini penerimaan dihitung dalam satu siklus dengan rumus:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan: $TR = Total\ Penerimaan$ (Total Revenue)

$P = Harga\ jual\ per\ unit$

$Q = Jumlah\ barang\ per\ unit$

d. Keuntungan

Menurut Wahab (2011), keuntungan adalah selisih penerimaan total dengan total biaya produksi. Keuntungan dihitung dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan: π = Keuntungan

TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

TC = Total Biaya (Total Cost)

Sedangkan menurut Lukito dan Prayugo (2007), keuntungan adalah selisih (positif) antara pendapatan dengan total biaya. Jika kondisi minus berarti bukan keuntungan yang didapat tetapi malah kerugian. Untuk menghitung keuntungan, dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Keuntungan} = \text{penerimaan} - (\text{total biaya tetap} + \text{total biaya variabel})$$

e. Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Menurut Wahab (2011), dengan membandingkan *total revenue* dan *total cost*, maka ada 3 (tiga) kemungkinan yang akan terjadi, yaitu:

$R/C > 1$, maka usaha dikatakan menguntungkan.

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

$R/C < 1$, maka usaha dikatakan mengalami kerugian.

Rumus dari RC *ratio* adalah sebagai berikut :

$$RC \text{ Ratio} = TR/TC$$

Dimana :

TR = total penerimaan

TC = total biaya

Sedangkan menurut Lukito dan Prayugo (2007), analisis R/C merupakan alat analisis yang digunakan untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu

tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan usaha. Jika R/C lebih dari 1, usaha layak dijalankan. Semakin tinggi angka R/C usaha yang dijalankan akan semakin member jaminan keuntungan. Untuk menghitung R/C dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$R/C = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya tetap} + \text{total biaya variabel}}$$

f. **Break Event Point (BEP)**

Menurut Riyanto (1995), analisis *break event point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Kerena analisis tersebut mempelajari hubungan antara biaya keuntungan dan volume kegiatan, maka analisis tersebut sering pula disebut “*cost-profit-volum-analysis*” (*CPV analysis*). Perhitungan *break event point* dengan menggunakan rumus aljabar dapat dilakukan dengan dua cara, atas dasar unit dan atas dasar sales dalam rupiah.

Perhitungan break-even point atas dasar sales dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: FC = *Fixed cost* (Biaya Tetap)

V = *variable cost* (Biaya Variabel)

S = volume penjualan

Perhitungan break-even atas dasar unit dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: P = harga jual per unit

V = biaya variabel per unit

FC = biaya tetap

g. Rentabilitas

Menurut Riyanto (1995), rentabilitas adalah kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu usahan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Rumus dari rentabilitas adalah sebagai berikut:

$$RU = \frac{L}{M} \times 100\%$$

Dimana:

RU : Rentabilitas usaha

L : Jumlah keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu (Rp)

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba

Sedangkan menurut Amrin (2009), rentabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas usaha dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktifa atau jumlah modal yang ada.

2.10.1.2 Aspek *Finansil* Jangka Panjang

Analisa jangka panjang berguna untuk mengukur suatu usaha dalam jangka waktu yang lama. Adapun komponen untuk menghitung dalam menganalisis jangka panjang yaitu:

a. *Net Present Value* (NPV)

Net present value adalah metode yang cukup populer digunakan dalam penilaian investasi karena mampu mengatasi kelemahan dari metode penilaian lain, yaitu memperhatikan nilai waktu dari uang. Dalam menghitung *net present value* (NPV) adalah *procceds* atau *cash inflow* yang didiskontokan atas dasar biaya modal

perusahaan (*Cost of Capital*) atau tingkat hasil pengembalian yang disyaratkan (*Rate of Return*). Pertama-tama yang dihitung adalah nilai sekarang (*present value*) dari *proceed* yang diharapkan atau dasar *discount rate* tertentu (*Cost of Capital* atau *rate of return*). Kemudian jumlah *present value* (PV) dari keseluruhan *proceeds* selama masa investasi dikurangi dengan PV dari jumlah investasi awalnya. Selisih antara PV dari keseluruhan *proceeds* dengan PV dari pengeluaran modal (*Capital Outlies*) atau (*Initial Investmen*) dinamakan nilai sekarang bersih (*Net Present Value*). Apabila jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan lebih besar daripada PV pengeluaran investasinya atau dengan perkataan lain NPVnya positif, maka usulan investasi tersebut dapat diterima. Sebaliknya, apabila NPV investasi tersebut negative sebaiknya ditolak (Fuad dkk, 2007).

Sedangkan menurut Umar (1997), *Net Present Value* adalah selisih antara *present value* dari nvestasi dan nilai sekarang dari penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun kas terminal) di masa yang akan datang. Maka apabila *net present value positif* maka usaha atau proyek tersebut layak untuk dilaksanakan. Namun jika nilai perhitungan *net present value negatif* maka usaha tersebut tidak layak dijalankan. Jikan nilai nol berarti proyek tersebut berada dalam keadaan *break event point* (BEP).

b. Internal Rate of Return (IRR)

Internal rate of return (IRR) adalah sebagai tingkat bunga yang akan dijadikan jumlah nilai sekarang dari yang diharapkan dan akan diterima sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal. Metode penilaian ini dinyatakan dengan prosentase yang menunjukkan kemampuan memberikan keuntungan bila dibandingkan dengan tingkat bunga umum yang berlaku pada saat usaha tersebut direncanakan. Hal ini selalu dengan coba-coba (*trial and error*) dalam menentukan

tingkat bunga yang tepat. Biasanya IRR ini dipergunakan dalam perhitungan analisis usaha untuk proyek yang besar (Adi, 2011).

Internal Rate of Return (IRR) ialah *discount rate* yang dapat membuat besarnya NPV proyek sama dengan nol atau yang dapat membuat *BC ratio* sama dengan satu. Jika hasil perhitungan NPV positif maka harus terus dicoba *discount* yang lebih tinggi dan seterusnya sampai diperoleh NPV yang negatif. Kalau ini sudah dicapai maka diadakan interpolasi (penyisipan) antara *discount rate* yang tinggi (i) yang masih memberi NPV yang positif (NPV') dan *discount rate* terendah (i) yang memberi NPV yang negatif (NPV'') sehingga diperoleh NPV sebesar nol (Sanusi, 2000).

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

Net Benefit Cost Ratio (Net B/C) merupakan metode menghitung perbandingan antara nilai sekarang. Penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Kalau *Profitability Index* lebih besar dari satu, maka proyek dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dari satu maka dikatakan tidak menguntungkan. Jika nilai *net B/C* lebih besar dari 1 (satu) berarti gagasan usaha/proyek tersebut layak untuk dikerjakan dan jika lebih kecil atau kurang dari 1 (satu) tidak layak untuk dikerjakan. Untuk *net B/C* sama dengan 1 (satu) berarti *cash in flows* sama dengan *cash out flows*, dalam *present value* disebut dengan *break even point (BEP)*, yaitu *total cost* sama dengan *total revenue* (Ibrahim, 1998).

Benefit Cost Ratio (B/C Ratio) atau disebut *Profitability Index (PI)* merupakan perbandingan nilai sekarang aliran kas masuk di masa mendatang dengan nilai investasi. Hasil analisis akan diterima jika nilainya lebih dari satu, apabila nilai PI kurang dari satu sebaiknya usulan investasi ditolak (Arifin dan Syukri, 2006)

d. Payback Period (PP)

Payback Period adalah suatu periode yang menunjukkan berapa lama modal yang ditanamkan dalam proyek tersebut dalam kembali. Semakin pendek waktu yang diperlukan untuk pengembalian biaya investasi, rencana tersebut semakin menguntungkan. Atau dengan kata lain semakin kecil waktu *payback* periode, proyek tersebut semakin baik (Rangkuti, 2000).

Sedangkan menurut Harmaizar (2010), *payback period* adalah sebagai alat ukur yang sangat sederhana untuk pengukuran investasi dengan melihat kekuatan pengembalian modal tanpa mempertimbangkan nilai uang terhadap waktu (*time of value*).

2.11 Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha biasanya dilakukan ketika jumlah produk yang akan dijual di pasar ditingkatkan, atau ingin mengembangkan perusahaan dengan cara mengakuisisi perusahaan lain. Maka, mendapatkan pengetahuan untuk bisa mengevaluasi pesaing atau perusahaan lain yang mungkin akan diakuisisi menjadi sangat penting. Analisa pengembangan bisnis meliputi aspek pengadaan bahan baku dan bahan tambahan untuk proses produksi, pengembangan terhadap alat-alat produksi, modal kerja dan investasi, pengembangan jumlah pemasok, jumlah SDM yang akan menangani, dan sebagainya. Dalam proses pengembangan usaha, diperlukan adanya pembenahan berupa perbaikan, Penggantian atau penambahan sumber daya alam pengelolaannya sehingga sistem dan prosedur kerja menjadi lebih baik (Mughtar, 2010).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunitis*),

namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategis planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada`saat ini (Rangkuti, 2005).

2.12 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha. Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunitis*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Upaya pengembangan bisnis pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi/mendiagnosa faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman). Hasil identifikasi ini kemudian banyak digunakan sebagai landasan untuk memformulasikan kegiatan dan menentukan standar keberhasilan usaha. Teknik identifikasi ini disebut analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2008).

Diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.



4. Mendukung strategi defensif

2. Mendukung strategi diversifikasi

BERBAGAI ANCAMAN

Gambar 2: Diagram analisis SWOT

Kuadran I:

Ini merupakan situasi yang menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II:

Meskipun menghadapi ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).

Kuadran III:

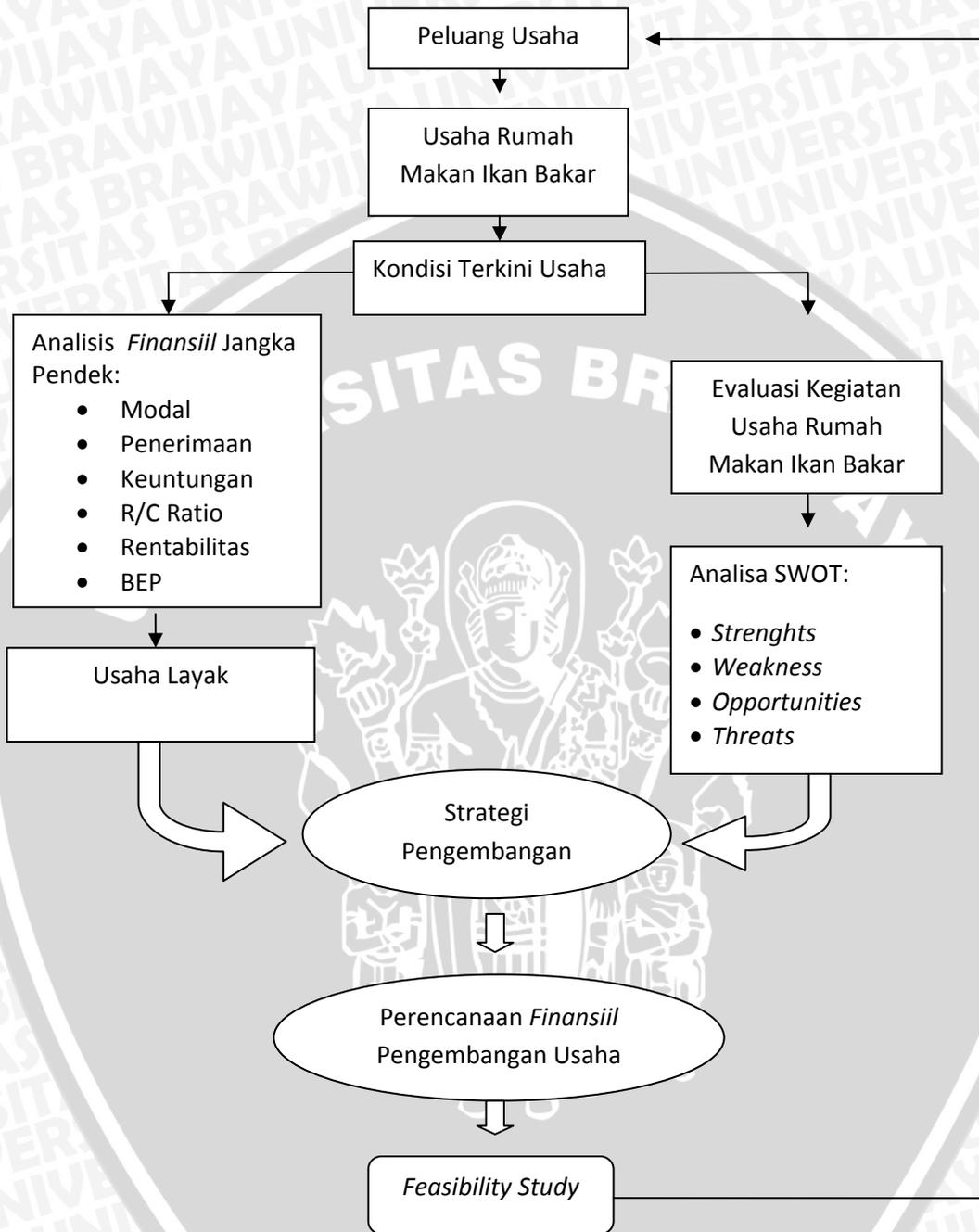
Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

2.13 Kerangka Pemikiran

Melihat dari potensi perikanan di Indonesia yang sangat melimpah, maka banyak peluang usaha yang dapat dijalankan khususnya usaha Rumah Makan Ikan Bakar. Perkembangan usaha rumah makan semakin pesat sehingga mengakibatkan tingginya persaingan antar rumah makan. Dalam penelitian ini langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui kondisi terkini usaha yang meliputi dari aspek teknis, *finansial*, manajemen, pemasaran dan kelayakan jangka pendek dalam 1 tahun yaitu permodalan, penerimaan, *RC Ratio*, keuntungan, rentabilitas dan BEP. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha yang berguna dalam merumuskan strategi pengembangan yang akan digunakan. Tahapan terakhir adalah perencanaan strategi pengembangan jangka panjang selama 10 tahun meliputi NPV, IRR, *Net/BC*, *payback period* dan sensitivitas. Kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3: Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Sedangkan ditinjau dari masalah yang diselidiki, jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Nazir (1988), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, dan suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta antar hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Penelitian studi kasus mempunyai banyak kelemahan disamping adanya keunggulan-keunggulan. Studi kasus mempunyai kelemahan karena anggota sampelnya yang terlalu kecil. Studi kasus mempunyai keunggulan sebagai suatu studi untuk mendukung studi-studi yang besar di kemudian hari. Studi kasus dapat memberikan hipotesa-hipotesa untuk penelitian lanjutan, dari segi edukasi maka studi kasus dapat digunakan. Sebagai contoh ilustrasi baik dalam perumusan masalah, penggunaan statistik dalam menganalisis data serta cara-cara perumusan generalisasi dan kesimpulan (Nazir, 2008).

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul Perencanaan Pengembangan Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik Jawa Timur. Pelaksanaan penelitian ini pada tanggal 1 sampai 30 Maret 2014 dengan pertimbangan 1) Tempat usaha berada di keramaian kota. 2) Usaha Rumah Makan Ikan Bakar cukup lama berjalan. 3) Tempat usaha berada di pusat kuliner.

3.2 Obyek Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, maka yang menjadi materi penelitian adalah pengembangan usaha Rumah Makan Ikan Bakar di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik Jawa Timur.

3.3 Teknik Penentuan Responden

Responden adalah orang-orang yang memberikan data kepada peneliti, baik dengan wawancara maupun mengisi angket penelitian. Pada penelitian di Rumah Makan Ikan Bakar direncanakan yang menjadi responden adalah pemilik usaha Rumah Makan Ikan Bakar, karyawan dan penyuplai ikan segar ke Rumah Makan Ikan Bakar (Supriatna dkk, 2006).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Marzuki (2005), observasi berarti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki tanpa mengajukan pertanyaan.

Adapun observasi atau pengamatan yang dilakukan pada penelitian meliputi kegiatan dan teknik pada usaha Rumah Makan Ikan Bakar, keadaan usaha dan pengamatan lain yang berhubungan dengan usaha Rumah Makan Ikan Bakar.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara yang dipakai seseorang atau kelompok untuk memperoleh informasi, baik berupa fakta maupun pendapat untuk suatu tujuan tertentu (Yasrin, 2011).

Wawancara pada penelitian ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha meliputi kegiatan usaha Rumah Makan Ikan Bakar, faktor penghambat dan pendukung,

manajemen dan wawancara lain yang berhubungan dengan usaha Rumah Makan Ikan Bakar.

c. Kuesioner

Menurut Sugiono (2011), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner adalah alat peneliti berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden (Usman dan Akbar, 2009). Pertanyaan dalam kuisioner tentang aspek teknis, aspek pemasaran, pendapatan, aspek finansil dan faktor penghambat dan pendukung.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.

3.5.1 Data Primer

Menurut Marzuki (2002), yang dimaksud data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kalinya. Data ini diperoleh secara langsung dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari hasil observasi dan wawancara.

Adapun data primer yang akan dikumpulkan antara lain:

- Pelaksanaan usaha rumah makan ikan bakar
- Sejarah berdirinya usaha
- Permodalan
- Biaya operasi
- Pendapatan

- Pemasaran
- Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan usaha rumah makan ikan bakar

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dan peneliti sebagai tangan kedua Dharma, (2008).

Data sekunder yang diambil meliputi:

- Geografis dan topografi daerah penelitian
- Keadaan penduduk
- Keadaan umum usaha perikanan

Data sekunder diperoleh dari:

- Kantor kecamatan Kebomas
- Kantor Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Gresik
- Perpustakaan
- Instansi lain yang terkait

3.6 Analisa Data

Analisis data yang digunakan adalah analisa deskriptif yang dibagi menjadi dua, yaitu analisa deskriptif kualitatif dan analisa deskriptif kuantitatif.

3.6.1 Deskriptif Kualitatif

Deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata yang melatar belakangi responden berperilaku (Marzuki, 2005). Analisis data kualitatif ini terdiri dari aspek:

a. Aspek Teknis

Aspek teknis disebut juga dengan aspek produksi yang dilakukan perusahaan. Dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan adalah persiapan bahan baku, proses produksi hingga pemasaran.

b. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran yang diteliti pada penelitian ini yaitu mengenai lokasi usaha rumah makan ikan bakar, strategi pemasaran, dan hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran seperti tindakan-tindakan yang mendukung kelancaran pemasaran.

c. Aspek Manajemen

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya-sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 2003).

Aspek manajemen yang diteliti pada usaha rumah makan ikan bakar mulai perencanaan usaha, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan yang menunjang keberhasilan usaha tersebut.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Usaha

Data yang ditujukan bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam usaha rumah makan ikan bakar. Mulai dari aspek teknis, pemasaran, finansial hingga aspek manajemen.

3.6.2 Deskriptif Kuantitatif

Menurut Usman dan Akbar (2009), deskriptif kuantitatif adalah menggambarkan sesuatu berupa angka yang dapat digambarkan dalam bentuk statistik deskriptif, antara lain berupa skala pengukuran, hubungan, variabilitas dan sentral tendensi. Analisis data kuantitatif ini terdiri dari analisis:

1. Analisis Finansial Jangka Pendek

Analisis finansial jangka pendek meliputi modal, penerimaan dan biaya, RC Ratio, rentabilitas, keuntungan, dan *Break Event Point* (BEP).

a. Modal

Menurut Riyanto (1984), Modal ialah hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Perkembangannya modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal.

- **Modal lancar** adalah modal yang habis turut serta dalam satu kali proses produksi, misalnya bahan baku
- **Modal kerja** adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasi usaha sehari-hari. Dana yang dikeluarkan ini merupakan biaya operasional yang harus dikeluarkan pada periode waktu tertentu dalam usaha perikanan, misal: untuk pembelian bahan mentah, membayar upah buruh, gaji pegawai, depresiasi dan lain sebagainya.
- **Modal tetap** adalah modal yang tidak habis atau berangsur angsur habis turut serta dalam proses produksi. Modal yang tidak habis dalam proses produksi misalnya tanah, tidak dihitung penyusutan.

b. Biaya Produksi/Biaya Total

Menurut Riyanto (1995), biaya total adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek. Biaya produksi dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total dihitung dengan rumus:

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

$$TC = \text{Total Cost (biaya total)}$$

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variabel Cost* (biaya tidak tetap)

Dimana *Fixed cost* atau biaya tetap adalah jumlah ongkos-ongkos yang tetap dibayar perusahaan (produsen) berapapun tingkat outputnya. Jumlah *fixed cost* adalah tetap untuk setiap tingkat output. Misalnya penyusutan, sewa tempat dan lain-lain. Sedangkan *Variable cost* atau biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan besarnya dapat berubah-ubah sehingga mempengaruhi jumlah barang yang dihasilkan (Riyanto, 1984).

c. Penerimaan

Menurut Riyanto (1995) penerimaan adalah harga jual dikalikan dengan jumlah barang. Dalam penelitian ini penerimaan dihitung dalam satu tahun dengan rumus:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan: TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

P = Harga jual per unit

Q = Jumlah barang per unit

d. Keuntungan

Menurut Primyastanto dan Istikharo (2006) dalam Primyastanto (2011), Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap.

Keuntungan dihitung dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan: π = Keuntungan

TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

TC = Total Biaya (Total Cost)

e. Revenue Cost Ratio (RC Ratio)

R/C menurut Primyastanto (2011) adalah singkatan dari Revenue Cost Ratio atau dikenal dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang bertujuan untuk menyatakan apakah suatu usaha sudah menghasilkan keuntungan atau belum. RC ratio dapat dirumuskan :

RC > 1, maka usaha dikatakan menguntungkan.

RC = 1, maka usaha dikatakan tidak untung dan tidak rugi.

RC < 1, maka usaha dikatakan mengalami kerugian.

Rumus dari RC *ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{RC Ratio} = \text{TR}/\text{TC}$$

Dimana :

TR = total penerimaan

TC = total biaya

f. Break Event Point (BEP)

Menurut Riyanto (1995), analisis *break event point* adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Perhitungan *break event point* dengan menggunakan rumus aljabar dapat dilakukan dengan dua cara, atas dasar unit dan atas dasar sales dalam rupiah.

Perhitungan break-even point atas dasar sales dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: FC = *Fixed cost* (Biaya Tetap)

V = *variable cost* (Biaya Variabel)

S = volume penjualan

Perhitungan break-even atas dasar unit dihitung dengan rumus:

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

Keterangan: P = harga jual per unit

V = biaya variabel per unit

FC = biaya tetap

g. Rentabilitas

Menurut Riyanto (1995), rentabilitas adalah kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu usaha menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Rumus dari rentabilitas adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

RU : Rentabilitas usaha

L : Jumlah keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu (Rp)

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba

2. Anaisis *Finansiil* Jangka Panjang

a. *Net Present Value* (NPV)

Menurut Harahab (2010), *Net Present Value* (NPV) merupakan selisih antara benefit (penerimaan) dengan cost (pengeluaran) yang di present valuekan. Kriteria ini menyatakan bahwa proyek akan dipilih apabila $\text{NPV} > 0$, dan tidak akan dipilih/tidak layak untuk dijalankan $\text{NPV} < 0$.

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

Keterangan:

Bt = benefit kotor pada tahun ke-t

Ct = biaya kotor pada tahun ke-t

n = umur ekonomis dari proyek

i = tingkat suku bunga (discount rate yang berlaku)

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

Menurut Harahap (2010), net B/C yaitu perbandingan antara net benefit yang telah di discount positif dengan net benefit yang telah di *discount negative*. Jika nilai net B/C > 1 berarti proyek/usaha tersebut layak untuk dikerjakan dan proyek tidak diterima jika Net B/C ratio < 1.

$$\text{Net B/C Ratio} = \sum_{t=1}^n \frac{\frac{Bt-Ct}{(1+i)^t}}{\frac{Ct-Bt}{(1+i)^t}}$$

Dimana : Bt = Benefit kotor pada tahun ke t

Ct = Biaya kotor pada tahun ke t

n = Umur ekonomis dari proyek

i = *Discount rate* yang berlaku

c. Internal Rate of Turn (IRR)

Menurut Pudjosumarto (1988), IRR merupakan tingkat bunga yang menggambarkan bahwa antara benefit (penerimaan) yang telah dipresent valuekan dan cost (pengeluaran) yang telah dipresent valuekan sama dengan nol. Kriteria investasi IRR ini memberikan pedoman bahwa proyek akan dipilih apabila IRR >

Social Discount Rate. Begitu pula sebaliknya, jika diperoleh $IRR < \text{Social Discount Rate}$, maka proyek sebaiknya tidak dijalankan.

$$IRR = i \frac{NPV'}{NPV'' - NPV'} X (i'' - i')$$

Keterangan:

i' = tingkat suku bunga pada interpolasi (lebih kecil)

i'' = tingkat suku bunga pada interpolasi kedua (lebih besar)

NPV' = nilai NPV pada discount rate pertama (positif)

NPV'' = nilai NPV pada discount rate kedua (negatif)

d. *Payback Period*

Menurut Husnan dan Suwarsono (2000) mengemukakan bahwa *payback period* yaitu metode yang mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali.

Rumus PP yaitu sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas bersih/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Menurut Riyanto (2001), Metode *payback Period* mempunyai kelemahan – kelemahan prinsipil sebagai berikut :

- 1) Metode ini mengabaikan penerimaan – penerimaan investasi atau *proceeds* yang diperoleh sesudah *payback period* tercapai, oleh karenanya kriteria ini bukan alat pengukur “*profitability*”, tetapi alat pengukur “*rapidity*” atau kecepatan kembalinya dana.
- 2) Metode ini juga mengabaikan “*time value of money*” (nilai waktu uang).

e. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas yaitu melihat kepekaan (sensitivitas) dari usaha jika terjadi inflasi (kenaikan harga) dan deflasi (penurunan daya beli) dengan membandingkan nilai kriteria kelayakan investasi dari NPV, *Net B/C* dan IRR. Dengan analisis

sensitivitas ini diharapkan akan diketahui seberapa jauh tingkat kepekaan arus kas dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab, apabila suatu variabel tertentu berubah.

3.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunitis*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dan pemberian penilaian.

a. Tahapan Kerja Matrik IFAS

Tabel 1. Matrik Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Kekuatan (<i>Strengths /S</i>)			
kekuatan 1	bobot kekuatan 1	rating kekuatan 1	
kekuatan 2	bobot kekuatan 2	rating kekuatan 2	
.....	
Jumlah S	A		B
Kelemahan (<i>Weaknesses /W</i>) :			
kelemahan 1	bobot kelemahan 1	rating kelemahan 1	
kelemahan 2	bobot kelemahan 2	rating kelemahan 2	
.....	
Jumlah W	C		D
Total	(A+C) = 1		(B+D)

(Sumber : Rangkuti, 2008).

Adapun tahapan pemberian penilaian (skor) pada matrik faktor strategis internal adalah sebagai berikut:

- Beri bobot pada faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan pada usaha rumah makan ikan bakar (kolom 1). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0 dengan keterangan sebagai berikut:

0,05 = di bawah rata-rata

0,10 = rata-rata

0,15 = diatas rata-rata

0,20 = sangat kuat

- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pada usaha rumah makan ikan bakar. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Dengan keterangan sebagai berikut:

1 = di bawah rata-rata

2 = rata-rata

3= di atas rata-rata

4= sangat bagus

- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi pada usaha rumah makan ikan bakar.

b. Tahapan Kerja Matrik EFAS

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Peluang (Opportunities /O)			
peluang 1	bobot peluang 1	rating peluang1	
peluang 2	bobot peluang 2	rating peluang 2	
.....	
Jumlah O	A		B
Ancaman (Threats /T) :			
ancaman 1	bobot ancaman 1	rating ancaman 1	
ancaman 2	bobot ancaman 2	rating ancaman 2	
.....	
Jumlah T	C		D
Total	(A+C) = 1		(B+D)

(Sumber : Rangkuti, 2008).

Adapun tahapan pemberian penilaian (skor) pada matrik faktor strategis eksternal adalah sebagai berikut:

- Beri bobot pada faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman pada usaha rumah makan ikan bakar (kolom 1), masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0 dengan keterangan sebagai berikut:

0,05 = di bawah rata-rata

0,10 = rata-rata

0,15 = diatas rata-rata

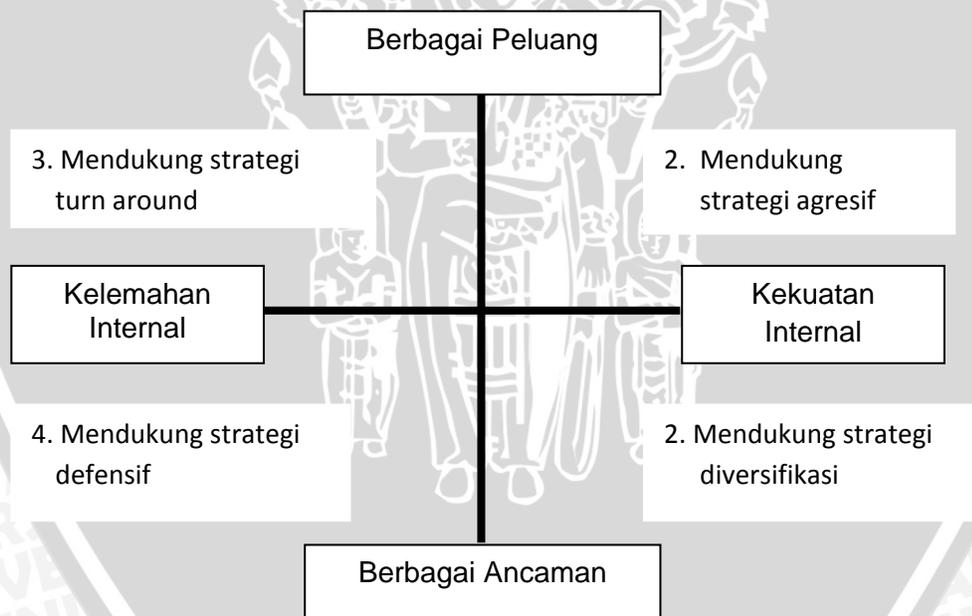
0,20 = sangat kuat

- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap usaha rumah makan ikan bakar. Pemberian nilai rating

untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1).

- Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha rumah makan ikan bakar bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

c. Matrik SWOT



Kuadran I:

Ini merupakan situasi yang menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang

diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II:

Meskipun menghadapi ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).

Kuadran III:

Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

4. KEADAAN UMUM DERAH PENELITIAN

4.1 Letak dan Kondisi Umum Daerah Penelitian

a. Letak Geografis

Kabupaten Gresik merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak di pantai utara pulau Jawa. Berdasarkan informasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik (2013), Kabupaten Gresik terletak pada $1^{\circ}\text{LS} - 8^{\circ}\text{LS}$ dan $112^{\circ}\text{BT} - 133^{\circ}\text{BT}$. Panjang pantai ± 140 Km dan luas wilayah Kabupaten Gresik mencapai 1.174 Km^2 yang terdiri dari luas daratan yang terbagi atas pulau Jawa $877,80 \text{ Km}^2$ dan pulau Bawean seluas $192,20 \text{ Km}$. Sebagian besar wilayahnya merupakan dataran rendah dengan ketinggian antara $0 - 12$ meter di atas permukaan laut. Secara umum Kabupaten Gresik memiliki batas wilayah yaitu:

- Utara : Laut Jawa
- Selatan : Kota Surabaya, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto

- Timur : Selat Madura
- Barat : Kabupaten Lamongan

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik (2013), Kecamatan Kebomas terletak berdekatan dengan pusat pemeritahan Kabupaten Gresik. Ketinggian Kecamatan Kebomas \pm 4,5 meter di atas permukaan laut. Secara umum Kecamatan Kebomas memiliki batas wiyah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kecamatan Manyar
- Sebelah Timur : Kecamatan Gresik
- Sebelah Selatan : Kota Surabaya
- Sebeah Barat : Kecamatan Cerme

b. Keadaan Topografis

Informasi dari Kantor Kecamatan Kebomas (2013), menyatakan bahwa luas wilayah Kecamatan Kebomas 3.006,00 Ha dengan rincian sebagai berikut:

- Tanah Sawah : 186,00 Ha
- Pekarangan/Halaman : 470,00 Ha
- Tegal/Kebun : 808,00 Ha
- Tambak : 591,00 Ha
- Lainnya : 951,00 Ha

Di Kecamatan Kebomas terdapat 21 Desa/Kelurahan , 56 Dusun, 94 RW, 489 RT. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 3. Luas wilayah, Jumlah Dusun, RW, RT di Kecamatan Kebomas

No	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah (Km ²)	Dusun (unit)	RW (unit)	RT (unit)
1	Kedanyang	462,00	2	7	46
2	Prambangan	319,00	4	3	8
3	Gulomantung	175,00	2	2	10
4	Sukorejo	16,00	1	2	6
5	Segoromadu	161,00	3	2	9

6	Tenggulungan	35,00	1	1	2
7	Karangkiring	45,00	1	2	4
8	Indro	103,00	1	4	23
9	Singosari	65,00	2	10	60
10	Sidomoro	154,00	4	7	61
11	Gending	89,00	2	3	13
12	Ngargosari	115,00	3	2	12
13	Kawisanyar	26,00	2	5	13
14	Sidomukti	44,00	2	4	15
15	Giri	18,00	6	5	19
16	Klangonan	69,00	4	4	13
17	Sekarkurung	117,00	3	3	16
18	Kembangan	297,00	3	9	58
19	Dahanrejo	327,00	4	5	22
20	Randuagung	203,00	3	9	63
21	Kebomas	166,00	3	5	16
Jumlah		3.006,00	56	94	489

(Sumber: Kantor Kecamatan Kebomas 2014)

Kelurahan Kedanyang mempunyai wilayah terluas dengan luas 462,00 km², sedangkan Kelurahan Giri mempunyai wilayah tersempit dengan luas 18,00 km². Sedangkan Kelurahan yang memiliki RW (Rukun Warga) terbanyak adalah Kelurahan Singosari berjumlah 10. Sedangkan Kelurahan yang memiliki RT (Rukun Tetangga) terbanyak adalah Kelurahan Randuagung berjumlah 16.

4.2 Keadaan Penduduk Kecamatan Kebomas

a. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah keseluruhan penduduk di Kecamatan Kebomas sebesar 97.199 jiwa yang terdiri dari jenis laki - laki dan perempuan. Jenis kelamin laki – laki memiliki jumlah lebih tinggi sebanyak 49.374 jiwa sedangkan untuk perempuan berjumlah 47.825 jiwa. Persentase perbandingan penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 4. Diagram Batang Jumlah Penduduk di kecamatan Kebomas



(Sumber: Kantor Kecamatan Kebomas 2014)

b. Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

Data penduduk berdasarkan kelompok umur berfungsi untuk menghitung jumlah angkatan kerja dan produktivitas penduduk. Jumlah penduduk untuk kelompok umur tertentu penting diketahui agar pembangunan dapat diarahkan sesuai kebutuhan penduduk sebagai pelaku pembangunan. Penduduk yang besar dapat dijadikan modal dalam pembangunan jika penduduk usia produktif yang berusia 18-60 tahun sangat banyak. Di Kecamatan Kebomas penduduk terbanyak berusia 26-40 tahun berjumlah 26.525 jiwa (27,29%). Sedangkan penduduk paling sedikit berumur diatas 60 tahun berjumlah 4.496 jiwa (4,62%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Kecamatan Kebomas

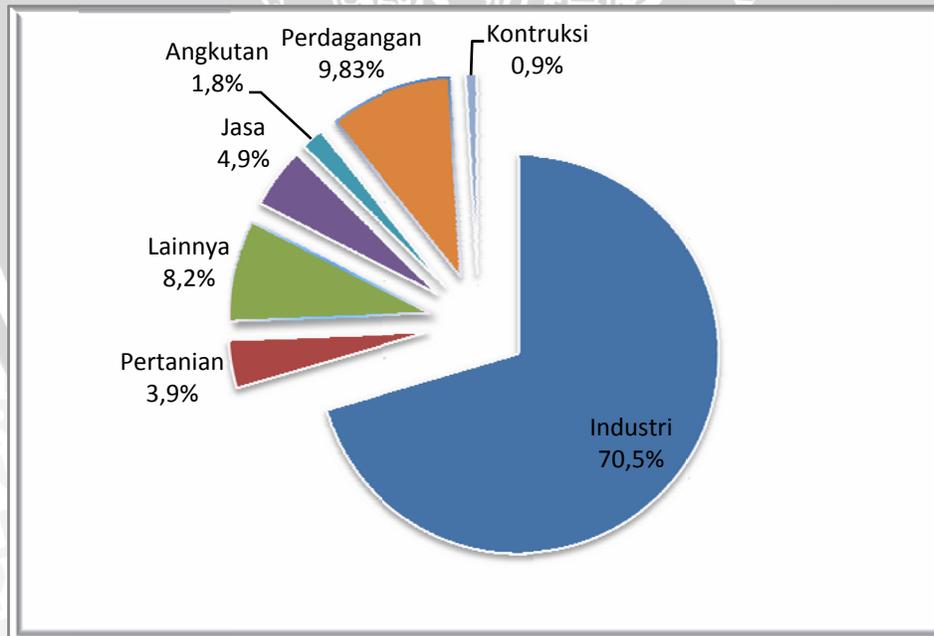
No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Ribu)	Persentase (%)
1.	0-5	9.624	9,90
2.	6-9	6.064	6,23
3.	10-16	9.040	9,30
4.	17	1.639	1,68
5.	18-25	14.744	15,16
6.	26-40	26.525	27,29
7.	41-59	25.079	25,80
8.	>60	4.498	4,62
	Total	97.199	100

(Sumber: Kantor Kecamatan Kebomas, 2014)

c. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Kecamatan Kebomas merupakan salah satu kawasan industri di Kabupaten Gresik. Maka jenis pekerjaan yang mendominasi adalah dibidang industri. Kecamatan Kebomas juga memiliki bangunan-bangunan penting seperti Pabrik Semen Indonesia, Pabrik *New Era*, Rumah Sakit Semen Gresik, Rumah Sakit Gresik dan Makan Sunan Giri. Karena berada di kawasan industri, sebagian besar mata pencaharian penduduk di Kecamatan Kebomas di dominasi bidang industri 23.409 orang, diikuti di bidang perdagangan sebanyak 3.265 orang. Pertanian sebanyak 1.306 orang, Jasa sebanyak 1.628 orang, Kontruksi 284 orang, Angkutan 612 orang dan mata pencaharian lainnya sebanyak 2.721 orang. Jumlah mata pencaharian penduduk di Kecamatan Kebomas dapat dilihat pada gambar 5.

Gambar 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian



(Sumber: Kantor Kecamatan Kebomas, 2014)

4.2.1 Sarana dan Prasarana di Kecamatan Kebomas

Kecamatan Kebomas dapat dikatakan kecamatan maju karena kecamatan ini merupakan Daerah Pusat Kota (DPK) atau *centre business district* yang mempunyai beberapa bangunan penting seperti Pabrik Semen Indonesia, Rumah Sakit Gresik, Kawasan Industri Gresik, Rumah Sakit Semen, Makan Sunan Giri, Masjid Agung Gresik, Gelora Tridharma Gresik, perumahan diantaranya adalah Gresik Kota Baru, Griya Kembang Asri. Jalan raya di Kecamatan Kebomas ialah sebagai jalan utama keluar kota menuju kota Surabaya, Lamongan. Untuk mendukung keberhasilan wilayah disuatu daerah maka perlu didukung dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai. Sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Kebomas diantaranya adalah pemerintahan, pendidikan, ekonomi, tempat ibadah, transportasi, komunikasi dan kesehatan.

Pemerintahan Kecamatan Kebomas mempunyai fungsi pengkoordinasian penyelenggaraan kegiatan pemerintahan di tingkat kecamatan, penyelenggaraan kegiatan pemberdayaan masyarakat, ketentraman dan ketertiban umum. Prasarana pemerintahan Kecamatan Kebomas terdiri atas sebuah kantor kecamatan dan 21 kantor kelurahan/desa.

Untuk meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan di Kecamatan Kebomas memiliki 25 Sekolah Dasar (SD) Negeri, 5 SD Swasta, 42 TK Swasta, 2 Sekolah Menengah Pertama (SMP), 3 SMP Swasta, 1 Sekolah Menengah Akhir (SMA) Negeri, 5 SMA Swasta, 2 Rohdhotul Atfal (RA), 11 Madrasah Ibtidaiyah (MI), 3 MTs, 2 MA, 8 Pondok Pesantren dan 1 Perguruan Tinggi Swasta Universitas Muhammadiyah Gresik. Jumlah guru untuk sekolah negeri sebanyak 213 orang dengan murid di sekolah negeri sebanyak 6.285 siswa. Sedangkan di sekolah swasta terdapat 2.762 siswa dengan guru yang berjumlah 304 orang.

Dibidang Industri Kecamatan Kebomas memiliki 1.963 Industri Kecil, 39 Industri Sedang dan 41 Industri Besar. Untuk mendukung kegiatan perdagangan guna mendorong pertumbuhan perekonomian daerah. Kecamatan Kebomas memiliki 14 Minimarket, 6 Kelopak Pertokoan, 6 Pasar Tradisional, 1 Koperasi Unit Desa (KUD), 18 Koperasi Simpan Pinjam, dan lainnya berjumlah 12.

Kegiatan keagamaan sangat penting guna meningkatkan nilai spiritual dan sebagai bentuk masyarakat yang beriman. Di Kecamatan Kebomas memiliki Tempat Peribadatan Masjid sebanyak 62 bangunan, 192 Mushola dan 2 Gereja.

Keberadaan sarana kesehatan sangatlah penting bertujuan agar msyarakat dengan mudah memperoleh pelayanan kesehatan dengan layak dan merata. Di Kecamatan Kebomas terdapat 2 Rumah Sakit Umum, 5 Poliklinik, 2 Pukesmas, 7 Pukesmas Pembantu, 24 Praktek Dokter, 9 Rumah Bersalin, 29 Praktek Bidan, 19 Poskesdes, 9 Polindes, 124 Posyandu, 11 Apotik dan 11 toko obat. Jumlah Tenaga Kesehatan di Kecamatan Kebomas berjumlah 32 Dokter, 115 Paramedis, 68 Bidan dan 5 Dukun Bayi.

Sarana dan prasarana transportasi sangat penting untuk menghubungkan perekonomian antar wilayah. Di Kecamatan Kebomas memiliki jalan aspal sepanjang 40,50km dan jalan cor/paving sepanjang 68km. Dengan jumlah Bus sebanyak 89, 445 truk, 283 pick up, 331 sedan dan 460 colt. Jumlah Pos Keliling yang ada berjumlah 21.

4.3 Keadaan Umum Kelautan dan Perikanan

Berdasarkan informasi dari Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Gresik (2014), panjang pantai di Kabupaten Gresik adalah \pm 140 km. Dengan jumlah nelayan sebanyak 12.259 orang dan jumlah armada perikanan 4.324

unit. Daerah penangkapan ikan laut adalah di Kecaatan Bungah, Gresik, Kebomas, Manyar, Panceng, Sangkapura, Sidayu, Tambak dan Ujung Pangkah.

Luas areal budidaya ikan di Kabupaten Gresik seluas 18.458,897 Ha tambak payau 9.958,42 Ha, tambak tawar 75,5 Ha. Kabupaten Gresik juga memiliki potensi pengolahan ikan dengan media kolam seluas 20,07 Ha dan Waduk 235,78 Ha. Sebagian besar pembudidaya mengelola tambak air payau dengan pengembangan budidaya ikan bandeng dan udang.

Untuk di Kecamatan Kebomas dengan wilyah tambak seluas 591,00 Ha, sebagian besar banyak pembudidaya ikan bandeng. Akses jalan infrastruktur yang baik juga mendukung kegiatan usaha budidaya di Kecamatan Kebomas. Sedangkan dari hasil pengolahan banyak yang menyediakan hasil olahan kerupuk ikan dan banyaknya Restoran, Rumah Makan yang menyajikan segala jenis ikan laut dan darat.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah gambaran secara umum tentang keadaan responden. Karakteristik responden dapat ditinjau dari segi jenis kelamin, usia, status pekerjaan dan pendidikan. Jumlah responden sebanyak 3 orang yang semuanya berjenis kelamin laki-laki dan umur rata-rata 38 tahun dengan rentan usia antara 24-50 tahun.

Jenis pekerjaan yang dilakukan setiap hari adalah menjadi pedagang ikan, karyawan dan pengusaha rumah makan ikan. Dari segi usia diketahui bahwa responden berusia tidak lebih dari 50 tahun, hal ini menunjukkan bahwa responden tersebut masuk kedalam kelompok usia produktif. Responden memiliki pengalaman kerja 15 tahun dengan pengalaman kerja antara 3-24 tahun.

Pelaku usaha rumah makan dan pedagang ikan hanya menamatkan pendidikan sampai tingkat Madrasah Ibtidaiyah (MI), selain masalah biaya kebutuhan akan pendidikan pada saat itu masih rendah. Sedangkan karyawan rumah makan menamatkan pendidikan sampai tingkat Sekolah Menengah Akhir (SMA) lalu melanjutkan karir sebagai karyawan.

5.2 Gambaran Umum Usaha Rumah Makan

5.2.1 Sejarah dan Perkembangan Usaha

Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut didirikan oleh Bapak H. Sholeh pada tahun 1990. Usaha Rumah makan ini merupakan usaha keluarga yang pada awalnya adalah usaha kaki lima yang menyediakan masakan ikan laut. Pada saat itu usaha Bapak Sholeh berada di pusat kota Gresik dekat dengan alun – alun. Di lokasi tersebut, usaha rumah makan milik Bapak H. Sholeh masih

sederhana menggunakan tenda bongkar pasang dan menyediakan menu yang terbatas. Pada awal berdirinya usaha, salah satu hal pertama yang harus dilakukan adalah mendapat izin dari warga sekitar lokasi usaha. Hal ini dilakukan agar usaha Bapak H. Sholeh mendapat pasokan listrik dan air. Seiring berjalannya waktu, usaha H. Sholeh mulai dikenal masyarakat dan semakin banyak permintaan.

Pada tahun 2000 Pemerintah Kabupaten Gresik mendirikan Pasar Senggol yang digunakan sebagai pusat kuliner malam. Usaha Bapak H. Sholeh mendapatkan dampak dari pembangunan pasar tersebut. Pemkab Gresik memindahkan usaha Bapak H. Sholeh agar mendapatkan tempat yang lebih layak dan tidak mengganggu lalu lintas jalan raya. Di lokasi ini usaha Bapak H. M. Sholeh memberikan nama Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dengan variasi ikan segar yang lebih banyak.

Saat ini Rumah Makan H. M Sholeh berlokasi di Pasar Senggol Jalan Arif Rahman Hakim, tepat bersebelahan dengan Hotel Saptanawa Gresik. Panjang Pasar Senggol ini \pm 1 km di sepanjang jalan. Dengan lokasi tempat usaha yang baru Bapak H. Sholeh tidaklah sulit untuk mendapatkan pelanggan. Karena letak Pasar Senggol sangat strategis pengunjung di Rumah Makan ini semakin banyak. Menu ikan juga semakin bervariasi mulai dari ikan laut seperti kakap merah, kakap putih, ikan ayam – ayam, ikan kerapu, ikan bawal dan ikan tawar hanya menyediakan ikan gurami. Keunggulan usaha Bapak M. Sholeh adalah segala jenis ikan disajikan dengan menu ikan bakar. Jam buka usaha ini mulai dari pukul 15.00 – 01.00 WIB, sehingga pasokan kebutuhan listrik sangatlah penting karena usaha ini buka sore sampai dini hari. Di rumah makan ini tersedia 8 meja dengan kapasitas pengunjung 35 orang.

Untuk bahan baku ikan Bapak H. Sholeh yang berasal dari Lamongan tidaklah sulit untuk mencari mitra atau pedagang ikan. Bahan baku ikan diperoleh dari kerabat Bapak H. Sholeh di TPI Brondong yang akan mengirim ikan ke Pasar Pabean Surabaya. Ikan kadangkali dikirim langsung dari TPI jika tidak Bapak H. Sholeh sendiri yang membeli ikan di Pasar Pabean di Surabaya dengan kualitas ikan yang sama. Penyimpanan ikan dilakukan pada alat *chiller box* dengan kapasitas \pm 400 kg ikan. Daya tahan ikan didalam es agar layak diolah dan selanjutnya di konsumsi pada umumnya hanya tahan 3 hari. Maka pemilihan ikan yang masih segar sangatlah penting agar ikan tahan lama dan konsumen mendapatkan kepuasan.

5.2.2 Visi dan Misi Usaha Rumah Makan

Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut belum memiliki visi dan misi usaha secara tertulis. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, visi dan misi dari Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah menjadi rumah makan yang terkenal khusus ikan bakar segala jenis *seafood* dan mempunyai cabang di setiap daerah. Tujuan usaha rumah makan ini selain untuk mencari keuntungan sebanyak – banyaknya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan kerabat dekat pemilik usaha rumah makan.

5.2.3 Lokasi Usaha

Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yang menjadi objek penelitian berada di Pasar Senggol pusat kuliner malam di Jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Lokasi usaha dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Gresik, Hotel Saptanawa, Kawasan Industri Gresik, Perumahan dan jalan raya utama yang menghubungkan Kabupaten Gresik dengan kota lainnya. Banyak kendaraan yang melewati jalan ini mulai pagi hingga malam

sehingga lokasi usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sangat strategis.

5.2.4 Gambaran Bangunan Usaha

Pasar Senggol merupakan pusat kuliner malam yang menyediakan suatu kedai usaha perdagangan di bidang makanan. Bangunan berada di sepanjang jalan kurang lebih 1 km dengan bentuk bangunan semi permanen. Berbeda dengan warung tenda yang menggunakan atap terpal, kedai makanan di Pasar Senggol lebih mirip rumah makan semi permanen yang beratap genting. Kedai satu dengan yang lainnya menyediakan menu makanan yang berbeda dan bervariasi.

5.2.5 Sarana dan Prasarana

Istilah sarana menunjukan bahwa benda yang disebutkan sudah ada unsur penguasaan pribadi, sedangkan istilah prasarana menunjukan bahwa benda yang dimaksudkan bersifat untuk umum atau bagi yang memperoleh manfaat pemakaiannya belum ada unsur kepemilikan pribadi. Contoh dari sarana adalah alat transportasi seperti bus dan mobil sedangkan jalan raya adalah contoh dari prasarana (Sadyohutomo, 2008).

Sarana dan prasarana sangat penting keberadaannya guna memperlancar jalannya usaha. Sarana dan prasara yang digunakan pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada rincian sebagai berikut

a. Sarana

Sarana peralatan memasak seperti pisau yang tajam, alat panggang, pangangan arang, cupit, panci, ember, bak plastik, sapu lidi, tang, penggosok sisik ikan, telenan, kuas. Sedangkan peralatan penyimpanan adalah *chiller box* dan *cool box*. Untuk rincian peralatan dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Sarana Pada Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

No	Nama Alat	Fungsi Alat	Gambar
1.	Alat Panggangan	Sebagai media memasak dengan cara membakar menggunakan arang.	
2.	Penjepit Panggangan	Untuk menjepit ikan yang dibakar agar tidak jatuh ke dalam panggangan.	
3.	Telenan	Sebagai alas ketika ikan di bersihkan dan media memasak.	
4.	Pisau	Untuk membelah ikan agar mudah dibersihkan.	
5.	Tang	Untuk membelah dan mencabut sirip ikan.	
6.	Ember	Untuk tempat kotoran ikan dan tempat membersihkan ikan.	
7.	Bak air fiber	Sebagai tempat air yang digunakan untuk membersihkan ikan dan cuci tangan.	
8.	Baskom <i>Stainles steel</i>	Untuk tempat bumbu ikan yang sudah dihaluskan.	
9.	Kuas	Sebagai alat untuk memoleskan bumbu di bagian tubuh ikan.	

10. Kipas Angin Untuk membantu memasak agar arang cepat terbakar.



11. Etalase Untuk tempat piring, minuman serta berfungsi sebagai kasir.



12. Meja dan Kursi Untuk tempat pengunjung yang makan di rumah makan.



13. Toples plastic Untuk tembat sambal yang sudah diolah.



14. Cool Box Untuk menyimpan ikan yang dijual.



15. Chiller Box Untuk menyimpan ikan dalam waktu 3 hari, sayur dan bumbu juga disimpan disini.



16. Wastafel Untuk mencuci tangan bagi pengunjung.



b. Prasarana

• Kondisi Jalan

Kondisi jalan yang baik akan mempermudah pelanggan akan datang dan kegiatan pengadaan bahan baku usaha. Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berada di Jalan Arif Rahman Hakim merupakan jalan raya dalam kota Gresik. Kondisi jalan beraspal dan baik, banyak kendaraan yang melintasi jalan ini pada pagi hari hingga malam hari. Keberadaan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh yang terletak di Pasar Senggol buka pada sore hingga malam hari maka penyediaan tenaga listrik sangatlah penting.



Gambar 6. Prasarana Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

• Tenaga Listrik

Listrik berfungsi sebagai media penerangan dan proses kerja *chiller box* untuk menyimpan ikan sangat tergantung kepada listrik. Sumber tenaga listrik yang ada digunakan berasal dari PLN dengan tegangan 900 VA.

5.3 Teknis Usaha Rumah Makan

Sebelum membuka usaha rumah makan sangat penting untuk mengetahui peluang usaha menu makanan apa yang akan disajikan oleh rumah makan tersebut.

Lokasi usaha juga sangat diperhitungkan agar konsumen yang akan datang

Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat akan mempengaruhi keberlangsungan usaha. Kemampuan dan keterampilan Bapak H. Sholeh dalam mengolahh ikan adalah sebagai modal pertama yang dapat dijadikan keunggulan menu makanan ikan yang digemari masyarakat. Selain itu penanganan ikan harus cepat dikarenakan ikan mudah membusuk.

5.3.1 Persiapan Membuka Usaha Rumah Makan

Sebelum membuka usaha rumah makan yang perlu diperhatikan menurut Bapak H. Sholeh adalah menyiapkan bahan baku seperti ikan, nasi, gula, bumbu yang sudah diolah, sayur lalapan, buah jeruk untuk minuman, sambal dan arang sebagai media memasak. Bahan baku seperti ikan, bumbu, sayur dan sambal selalu di buat baru agar makanan memiliki kualitas yang baik. Kebersihan juga salah satu yang diperhatikan agar konsumen yang datang merasa nyaman. Peralatan yang digunakan adalah peralatan-peralatan yang bersih dan sederhana. Peralatan memasak selain harus bersih juga harus membantu dalam kelancaran memasak ikan.

5.3.2 Waktu Penjualan

Kedai Makanan merupakan usaha perdagangan makanan yang umumnya beroperasi pada sore hari hingga malam hari. Kedai yang berada di Pasar Senggol sebagian besar umumnya buka pada sore hari hingga malam hari. Bapak H. Sholeh membuka Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yang mulai beroperasi sejak pukul 15.00 WIB. Waktu efektif berjualan adalah mulai pukul 15.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Usaha rumah makan Bapak H. Sholeh berjualan setiap hari mulai hari Senin hingga Minggu. Untuk hari Sabtu, Minggu atau pada hari-hari libur usaha Bapak H. Sholeh beroperasi hingga pukul 01.00 WIB. Hal ini

dikarenakan kondisi yang mendukung seperti lokasi sebagai pusat kuliner malam kota Gresik dan pelanggan yang ramai.

5.3.3 Pengadaan dan Penanganan Bahan Baku

Ikan bakar yang disajikan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut merupakan produk yang berbahan baku ikan laut seperti Kakap Merah, Kakap Putih, Bawal, Kerapu, Ayam-ayam dan ikan air tawar yaitu ikan Gurame. Ikan diperoleh dengan cara membeli secara langsung di pedagang ikan daerah TPI Brondong dan di Pasar Pabean Surabaya. Setiap pembelian ikan Bapak H. Sholeh membeli sebanyak 90-100 kg dengan *size* setengah kilogram dan satu kilogram agar ikan dapat terjaga kesegaran dan kualitasnya. Pembagian ikan secara merata agar pelanggan dapat memilih ikan segar apa saja yang akan dipesan. Cara pembayaran yang dilakukan yaitu dengan cara membayar langsung ditempat membeli ikan. Untuk keperluan memasak bumbu-bumbu, arang dan sayur lalapan bahan bakunya diperoleh di Pasar Gresik. Beberapa jenis minuman seperti es jeruk, jeruk hangat, es teh manis, es teh bahan bakunya diperoleh dari pasar terdekat. Sedangkan untuk minuman ringan seperti Coca-cola, Teh Botol, Sprite diperoleh dari agen yang mengantar atau dari toko terdekat di daerah Pasar Senggol.

Untuk penanganan bahan baku ikan bakar, ikan yang telah dibeli langsung di bersihkan terlebih dahulu dengan air bersih. Setelah itu ikan ditempatkan pada *chiller box* agar kesegarannya tahan sampai 3 hari, sebagian ikan yang akan dijual ditempatkan pada *cool box* berisi es batu. Jika ikan yang berada di *cool box* tidak habis dapat disimpan kembali di *chiller box* untuk hari besok. Hal ini bertujuan agar ikan tetap segar ketika dijual ke konsumen. Menurut Bahar (2004), secara umum ciri-ciri ikan segar dapat diketahui dengan memperhatikan sifat fisik dan kimiawi ikan.

Dari sifat fisiknya ikan segar memiliki kondisi:

1. Mata bening dan cembung
2. Insang ikan berwarna merah dan terkadang masih berlendir
3. Sisik ikan licin dan terkadang masih berlendir
4. Tekstur ikan elastis

Untuk bumbu seperti kunir, garam, ketumbar, asam, kecap bawang merah, bawang putih, jahe, cabe merah, cabe rawit tomat bisa tahan lama maka diolah seperlunya dan dapat disimpan pada *chiller box*.



Gambar 7. Pasar Ikan Pabean Surabaya Gambar 8. Ikan disimpan dalam *cool box*

5.3.4 Proses Produksi

Proses mengolah ikan mentah menjadi menu makanan menarik merupakan kegiatan sangat penting dan harus diperhatikan agar pelanggan merasa puas atas pelayanan menu makanan yang diberikan oleh pihak Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Keunggulan keterampilan memasak seperti kecepatan memasak, mengolah ikan dan memberikan hidangan menarik dapat dijadikan kekuatan dan kelemahan yang menyebabkan kesuksesan maupun kegagalan dari usaha rumah makan ikan. Usaha yang sudah berjalan selama 24 tahun membuat Bapak H. Sholeh mendapatkan pengalaman cara apa saja untuk memuaskan pelanggannya. Kecepatan memasak, rasa ikan bakar yang lezat dan keahlian dalam

mengolah ikan mentah menjadi makanan siap saji dijadikan keunggulan Bapak H. Sholeh dalam menjalankan usahanya.

Ikan segar yang baru dipesan oleh pelanggan langsung dibersihkan sisik ikan menggunakan penggosok kawat, untuk sirip ikan dipotong menggunakan tang agar sirip cepat tercabut lalu ikan dibersihkan kotoran dalam menggunakan air bersih. Ikan dibelah menjadi dua bagian dengan pisau dibantu dengan palu. Jika kondisi ikan sudah bersih maka ikan diolesi bumbu-bumbu yang sudah dihaluskan terlebih dahulu. Sebelum Ikan di bakar yang perlu diperhatikan adalah media panggang harus sudah siap. Arang harus menyala merata agar tingkat kecepatan dan kematangan ikan seimbang. Ikan yang sudah diolesi bumbu dibakar selama kurang lebih 3 menit. Lalu ikan ikan diambil dan diolesi dengan bumbu kecap menggunakan kuas yang sudah diolah. Ikan di bakar kembali sekitar 2 menit hingga berwarna kecoklatan. Ikan yang sudah matang diletakkan pada telenan sambil menyiapkan sambal, sayur lalapan, nasi. Ikan bakar disajikan ketika masih hangat.



Gambar 9. Proses Memasak Ikan



Gambar 10. Ikan yang akan disajikan

5.4 Aspek *Finansiil* Jangka Pendek

Aspek *finansiil* yang dibahas pada pengembangan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut meliputi jangka pendek dan jangka panjang. Analisis

Jangka pendek selama satu tahun antara lain permodalan, pembiayaan dan penerimaan, *Revenue Cost Ratio* (RC), keuntungan, dan rentabilitas.

a. Modal

Modal merupakan faktor produksi yang sangat penting dalam suatu kegiatan usaha, dimana tanpa modal suatu usaha tidak akan berjalan. Modal secara umum dapat dibedakan atas modal aktif dan modal pasif. Modal aktif terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Sedangkan modal pasif dapat dibedakan atas modal sendiri dan modal asing. Modal asing atau modal pinjaman merupakan modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh secara pinjaman. Sedangkan modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik.

Dalam usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yang digunakan dibedakan menjadi dua, yaitu modal tetap dan modal kerja. Modal tetap adalah modal yang tidak habis atau berangsur-angsur habis dalam proses produksi. Jumlah modal tetap sebesar Rp. 28.906.400. Sedangkan modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membelanjakan operasional sehari-hari. Total modal kerja dalam setahun sebesar Rp. 606.662.900, sehingga jumlah modal yang diperlukan dalam usaha ini sebesar Rp. 635.569.300. Uraian secara rinci tentang modal usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada lampiran 2.1.

b. Pembiayaan

Biaya dalam proses produksi meliputi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Menurut Riyanto (1994), biaya tetap merupakan besarnya biaya yang secara totalitas tidak berubah meskipun ada perubahan volume produksi atau penjualan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang berubah – ubah secara proporsional dengan volume produksi atau penjualan. Biaya yang digunakan dalam kegiatan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sebesar

Rp 606.662.900 yang terdiri dari biaya tetap atau modal permanen sebesar Rp. 76.250.900 dan biaya variabel sebesar Rp. 530.412.000. Sedangkan biaya penambahan investasi (*Re-invest*) usaha rumah makan ini sebesar Rp. 15.279.162.

Dalam usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut biaya tetap (*Fixed Cost*) meliputi biaya penyusutan, biaya perawatan, gaji karyawan dan sewa bangunan per tahun. Sedangkan biaya tidak tetap (*Varibel Cost*) dalam usaha rumah makan ini meliputi biaya pembelian ikan segar, bumbu-bumbu, beras, gula, es batu, air, listrik dan lain sebagainya. Perincian biaya dapat dilihat pada lampiran 2.3

c. Penerimaan

Menurut Ahman (2007), penerimaan (*revenue*) adalah sumberdaya yang masuk ke perusahaan dalam satu periode. Penerimaan total (*total revenue = TR*) adalah keseleruhan penerimaan yang diterima produsen dari hasil penjualan barang-barang. Penerimaan total dapat dihitung dari jumlah barang yang dijual dikalikan dengan tingkat harga.

Total penerimaan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut selama satu bulan sebesar Rp. 79.452.000 sehingga dalam satu tahun penerimaan sebesar Rp. 953.424.000. Jumlah penerimaan sangat dipengaruhi oleh penjualan usaha rumah makan ini. Perincian total penerimaan dari masing-masing penjualan dapat dilihat pada lampiran 2.5

d. Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan total yang diterima selama periode waktu tertentu dengan total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode waktu tertentu (Hanafie, 2010).

Keuntungan dapat dirumuskan $\pi = TR - TC$ dimana *Total Revenue* (TR) merupakan total penerimaan yang dihitung dari jumlah produk yang dihasilkan dikalikan harga per unit. Sedangkan *Total Cost* (TC) merupakan total biaya yang dikeluarkan dari biaya permanen dan biaya variabel. Keuntungan yang diperoleh usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut setiap bulannya sebesar Rp. 28.896.758 sehingga keuntungan dalam setahun sebesar Rp. 346.761.100. Uraian secara rinci hasil keuntungan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada lampiran 2.6

e. **Revenue Cost Ratio (RC Ratio)**

Analisis *RC Ratio* digunakan untuk melihat besarnya keuntungan dari usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam satu tahun terhadap biaya yang dikeluarkan dalam operasi produksinya. Usaha dikatakan layak apabila nilai *RC Ratio* lebih besar dari 1 ($RC Ratio > 1$). Semakin tinggi nilai *R/C Ratio*, tingkat keuntungan juga akan semakin tinggi.

Dari hasil perhitungan nilai *RC ratio* usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut selama satu tahun sebesar 1,57 Dengan demikian nilai ratio lebih besar daripada satu sehingga usaha yang dilakukan telah mencapai keuntungan atau layak dijalankan. Dimana nilai *RC Ratio* 1,57 berarti setiap penambahan biaya Rp. 100,- akan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 57,-. Untuk lebih jelasnya perhitungan nilai *RC ratio* dapat dilihat pada lampiran 2.7

f. **Rentabilitas**

Rentabilitas merupakan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan keuntungan tersebut. Rasio rentabilitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba selama periode

tertentu, juga bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan (Riyanto, 1995).

Besarnya nilai rentabilitas pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam satu tahun sebesar 57%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa usaha dalam satu tahun mampu memperoleh laba sebesar 57% atas modal yang digunakan untuk kegiatan operasional usaha. Rincian perhitungan rentabilitas dapat dilihat pada lampiran 2.8

g. **Break Even Point (BEP)**

Analisis BEP yang digunakan pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah BEP *mix* karena usaha ini menghasilkan lebih dari satu produk. Produk yang dijual di rumah makan ini untuk makanan adalah ikan bakar ayam-ayam size $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg, ikan bakar kakap merah $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg, ikan bakar kakap putih size $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg, ikan bakar gurami size $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg, ikan bakar kerapu size $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg, ikan bakar bawal size $\frac{1}{2}$ kg dan 1 kg. Sedangkan untuk minuman yang dijual adalah es teh, es jeruk, teh hangat dan jeruk hangat, sprite, coca-cola dan teh botol. Hasil perhitungan analisis BEP Totalitas/*sales mix* selama satu tahun produksi di Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sebesar Rp 171.861.408 (Lampiran 2.9). Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sudah melampaui titik impas karena penerimaan selama satu tahun sebesar Rp. 953.424.000. Berdasarkan analisis BEP Totalitas maka BEP *sales* dan unit pada masing-masing produk makanan selama satu tahun produksi adalah sebagai berikut:

1. Ikan Bakar Ayam-ayam size $\frac{1}{2}$ kg BEP *sales* sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP *sales* sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik

impas dari penjualan ikan bakar ayam-ayam size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105

2. Ikan Bakar Kakap Merah size $\frac{1}{2}$ kg BEP sales sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP sales sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik impas dari penjualan ikan bakar kakap merah size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105811 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 32.437.391
3. Ikan Bakar Kakap Putih size $\frac{1}{2}$ kg BEP sales sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP sales sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik impas dari penjualan ikan bakar kakap putih size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105.
4. Ikan Bakar Bawal size $\frac{1}{2}$ kg BEP sales sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP sales sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik impas dari penjualan ikan bakar bawal size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan

- ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105
5. Ikan Bakar Kerapu $\frac{1}{2}$ kg BEP *sales* sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP*sales* sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik impas dari penjualan ikan bakar kerapu size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105.
 6. Ikan Bakar Gurami size $\frac{1}{2}$ kg BEP *sales* sebesar Rp 18.169.912 dan BEP unit sebesar 519 unit. Sedangkan untuk size 1 kg BEP*sales* sebesar Rp 7.787.105 dan BEP unit sebesar 129 unit. Hal ini menunjukkan titik impas dari penjualan ikan bakar gurami size $\frac{1}{2}$ kg pada jumlah produksi 519 atau pada jumlah penerimaan sebesar Rp. 18.169.912 dan untuk ikan ayam-ayam size 1 kg titik impas produksi sebesar 129 unit dan jumlah penerimaan Rp. 7.787.105.
 7. Es Jeruk BEP *sales* Rp 3.893.552 dan BEP unit 973. Ini menunjukkan titik impas penjualan es jeruk pada 973 unit atau penerimaan sebesar Rp 3.893.552.
 8. Es teh BEP *sales* Rp 3.893.552 dan BEP unit 973. Ini menunjukkan titik impas penjualan es teh pada 973 unit atau penerimaan sebesar Rp 3.893.552.
 9. Teh Hangat BEP *sales* Rp 3.893.552 dan BEP unit 973. Ini menunjukkan titik impas penjualan teh hangat pada 973 unit atau penerimaan sebesar Rp 3.893.552.

10. Jeruk hangat BEP *sales* Rp 3.893.552 dan BEP unit 973. Ini menunjukkan titik impas penjualan jeruk hangat pada 973 unit atau penerimaan sebesar Rp 3.893.552.
11. Sprite BEP *sales* Rp 181.699 dan BEP unit 51. Ini menunjukkan titik impas penjualan sprite pada 51 unit atau penerimaan sebesar Rp 181.699.
12. Coca-cola BEP *sales* Rp 181.699 dan BEP unit 51. Ini menunjukkan titik impas penjualan coca-cola pada 51 unit atau penerimaan sebesar Rp 181.699.
13. Teh botol BEP *sales* Rp 181.699 dan BEP unit 51. Ini menunjukkan titik impas penjualan sprite pada 51 unit atau penerimaan sebesar Rp 181.699.

5.5 Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan penghubung dua pihak antara produsen dan konsumen. Ada banyak cara kegiatan pemasaran agar produk usaha dikenal banyak oleh masyarakat. Salah satu kegiatan pemasaran adalah melakukan promosi agar masyarakat tertarik dan pada akhirnya melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Pasar sasaran Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut tidak hanya konsumen yang berasal dari daerah Gresik tetapi juga daerah luar Kota Gresik seperti Kota Surabaya dan Lamongan.

a. Strategi Bauran Pemasaran

- **Produk**

Produk yang ditawarkan oleh rumah makan ini adalah menekankan ketradisionalisan dari cara pengolahan ikan bakar. Pengolahan dilakukan dengan cara sederhana seperti bumbu-bumbu yang digunakan adalah bumbu tradisional tanpa penyedap dan pengawet. Ikan yang dimasak tidak lebih dari 3 hari, cara memasak

juga sederhana menggunakan arang dibantu dengan kipas. Terlebih Bapa H. Sholeh memiliki keterampilan lebih dalam mengolah ikan sehingga menghasilkan cita rasa yang khas. Jenis menu ikan bakar juga banyak meliputi ikan bakar kakap merah, kakap putih, ayam-ayam, kerapu, bawal dan gurame. Sambal sebagai teman menyantap ikan bakar juga bervariasi meliputi sambal tomat, terasi, kecap dan kacang. Dengan demikian produk yang dihasilkan oleh Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut memiliki kualitas yang baik. Hal ini dapat dilihat dari rumah makan ini memiliki banyak pelanggan tetap yang sering datang kembali.

Untuk hal penyajian kemasan, rumah makan milik Bapak H. Sholeh belum memperhatikan mengenai kemasan makanan. Kemasan yang digunakan untuk pembeli yang dibawa pulang hanya menggunakan kertas minyak alat pembungkus nasi dan ikan serta plastik polos putih tidak label informasi alamat dan nomer telepon untuk konsumen. Label informasi dapat membantu konsumen untuk melakukan pembelian ulang sekaligus media promosi tidak langsung.

- **Penetapan Harga dan Cara Pembayaran**

Strategi yang dilakukan dalam menetapkan harga menu rumah makan ini adalah mengikuti harga dipasaran. Konsumen dapat memesan dari daftar menu yang disediakan atau konsumen dapat memilih langsung jenis ikan di dalam *cool box* yang berisi ikan segar. Untuk menu khusus harga berdasarkan ukuran atau bobot ikan yang dibedakan dalam dua kategori. Bahkan harga yang ditawarkan lebih murah dari harga pesaing.

Tabel 7. Penetapan Harga di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Ukuran Ikan	Jenis Ikan	Harga Per Ekor
½ kilogram	Kakap Merah, Kakap Putih, Kerapu, Ayam-ayam, Bawal, Gurami	Rp. 35.000
1 kilogram	Kakap Merah, Kakap Putih, Kerapu, Ayam-ayam, Bawal, Gurami	Rp. 65.000

Sumber: Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Sistem pembayaran dilakukan secara tunai dibayar langsung di kasir pada saat konsumen selesai makan, sedangkan untuk pesanan yang dibawa pulang pembayaran dilakukan setelah pesanan sudah siap dalam bungkus.

- **Promosi**

Kegiatan promosi yang dilakukan pihak rumah makan sangatlah sederhana dengan cara menggunakan spanduk nama rumah makan, promosi dari mulut ke mulut antar konsumen, kerabat dan teman. Dengan usaha yang dijalankannya selama 24 tahun Bapak H. Sholeh menyakini cara ini belum cukup berhasil meskipun pelanggan sudah dari berbagai daerah Kota Gresik dan Surabaya. Kegiatan promosi masih sangat terbatas sehingga tidak dapat menjangkau sasaran yang lebih luas. Pemkab Gresik juga telah membantu mempromosikan Pasar Senggol agar banyak masyarakat yang berbelanja makanan pada malam hari di tempat ini. Sehingga kegiatan tersebut sangat membantu usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

- **Place**

Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berada di Pasar Senggol pusat kuliner malam di Jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Lokasi usaha dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Gresik, Hotel

Saptanawa, Kawasan Industri Gresik, Perumahan dan jalan raya utama yang menghubungkan Kabupaten Gresik dengan kota lainnya.

b. Permintaan

Permintaan konsumen terhadap produk Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari pengunjung yang datang disetiap harinya rata-rata 50 sampai 80 orang. Pihak rumah makan sendiri juga menghabiskan kurang lebih 36 kg sampai 40 kg ikan segar disetiap harinya. Ini menandakan bahwa ikan bakar rumah makan ini dapat diterima oleh konsumen.

c. Saluran Pemasaran

Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut tidak melakukan pemasaran melalui perantara. Pihak rumah makan dan konsumen disini dapat bertemu melakukan jual beli secara langsung karena pelanggan datang dan memesan menu ikan segar di tempat Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Konsumen juga mudah mendapatkan produk rumah makan ini sehingga tidak perlu adanya pihak perantara.

d. Margin Pemasaran

Margin pemasaran (*marketing margin*) adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran (tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan). Semakin besar margin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran yang dilakukan (Hanafie, 2010).

Dalam memasarkan produk Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut tidak ada margin pemasaran yaitu selisih harga di tingkat produsen dengan tingkat konsumen akhir. Hal ini disebabkan karena produsen tidak melakukan perantara dalam menjual ikan bakar.

5.6 Aspek Manajemen

Aspek manajemen adalah tahap rencana pembangunan suatu usaha meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Manajemen yang baik sangat dibutuhkan dalam mengelola Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dikarenakan bahan baku ikan mudah membusuk. Jika tidak dikelola dengan baik maka pemilik usaha akan mengalaih kerugian.

Perencanaan di rumah makan ini sudah berjalan dengan baik meskipun perencanaan yang ada masih sederhana. Untuk pelaksanaan kegiatan tidak tertulis secara terstruktur. Perencanaan yang dilakukan meliputi persiapan membuka usaha, pengadaan bahan baku, pengolahan ikan segar, pelayanan dan proses penjualan. Untuk rencana kedepan pemilik usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut ingin membuka cabang baru di daerah perumahan Gresik Kota Baru. Perencanaan membuka cabang baru dilakukan untuk memperluas pasar sekaligus memperbesar usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik rumah makan, Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut belum memiliki struktur organisasi. Hal ini merupakan kelemahan bagi rumah makan, karena kebutuhan struktur organisasi di Rumah Makan H. M. Shoeh Ikan Bakar Sari Laut untuk membedakan tugas dari masing-masing pegawai. Selama ini pemilik usaha belum membagikan tugas secara jelas pada masing-masing pegawainya. Bahkan di rumah makan ini sering terjadi pekerjaan ganda atau *double job* yang terjadi antara pegawai dan pemilik rumah makan. Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian pada Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pimpinan (Pemilik)

Bertugas memimpin, mengordinir serta mengatur seluruh kegiatan rumah makan secara langsung, melakukan pengawasan dan mengurus gaji pegawai.

2. Bagian Dapur

Bertugas menyiapkan bahan baku dan bumbu-bumbu yang akan dimasak, mengolah ikan segar, serta membersihkan peralatan makan dan peralatan memasak. Kepuasan konsumen atas rasa makanan yang disajikan dan kebersihannya menjadi tanggung jawab bagian ini.

3. Bagian Depan dan Kasir

Bertugas melayani konsumen yang datang, mencatat setiap menu yang dipesan konsumen, memberikan catatan total pembelian (*bill*) kepada konsumen, menghitung pemasukan dan pengeluaran rumah makan, bertanggung jawab atas segala kegiatan administrasi serta kebersihan rumah makan.

Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam menjalankannya tidak dapat dijalankan oleh satu orang saja. Bapak H. Sholeh juga ikut berperan sebagai pengelola dalam kegiatan produksi dan dibantu oleh 4 orang pegawai. Pemilik usaha cenderung tidak berperan aktif bekerja, pemilik hanya bertugas di meja kasir melayani pembayaran. Hal ini bertujuan untuk menjaga keamanan uang yang telah didapat. Untuk perekrutan pegawai rumah makan, Bapak H. Sholeh lebih memilih teman, saudara kandung ataupun saudara sekampung halaman dari daerahnya. Hari libur kerja untuk pegawai setiap minggunya hanya satu hari dan dilakukan secara bergantian pada hari yang berbeda. Agar semua kegiatan di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

berjalan dengan lancar maka perlu adanya komunikasi yang baik antara pemilik usaha dan para pegawainya.

.Pelaksanaan pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah persiapan membuka kedai, menyiapkan seluruh peralatan dan perlengkapan memasak, menyiapkan bumbu-bumbu dan ikan segar dari *chiller box* yang akan dijual diletakkan pada *cool box*. Dalam kegiatan ini pemilik rumah makan dibantu oleh para pegawainya. Pelaksanaan yang dilakukan oleh pemilik dan pegawai atas pekerjaannya sudah berfungsi dengan baik. Pemilik rumah makan sering melakukan pengarahan dan perintah kepada pegawainya apa yang harus dikerjakan.

Pengawasan di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah mengontrol kondisi ikan masih segar atau sudah tidak layak dijual, pelayanan terhadap konsumen, menjaga kebersihan kedai, ketersediaan es batu, meja, kursi, tisu, ketersediaan minuman ringan dan kelancaran air pada *wastafel*. Untuk pengawasan terhadap pegawai pemilik rumah akan langsung mengawasi agar kegiatan usaha Rumah Makan H. M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berjalan dengan lancar. Tindakan pengawasann ini dilakukan untuk mengurangi tindakan kecurangan dan penyimpangan yang dilakukan oleh para pegawai, sehingga kerugian yang akan terjadi akibat kecerobohan dan ketidak disiplinan dapat dihindari.

5.7 Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Perumusan strategi pengembangan usaha Rumah Makan H.M Shoeh Ikan Bakar Sari Laut meliputi beberapa tahap yaitu: mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, merumuskan strategi pengembangan, melihat arah pengembangan dan menentukan strategi pengembangan.

5.7.1 Analisis Internal Usaha

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Faktor internal tersebut dapat diidentifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan bagi pengembangan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikab Bakar Sari Laut. Kekuatan dan kelemahan ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi pengembangan.

a. Identifikasi Faktor Kekuatan

Kekuatan merupakan kemampuan yang dimiliki suatu usaha untuk mengembangkan usaha tersebut, adapun identifikasi faktor kekuatan pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah sebagai berikut:

1. Lokasi usaha yang strategis

Penentuan lokasi dalam membuka usaha rumah makan akan menentukan keberhasilan usaha tersebut menjual produk yang ditawarkan. Lokasi Rumah Makan H. M. Sholeh berada di Pasar Senggol pusat kuliner malam kota Gresik. Pasar Senggol tempat usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sangat strategis karena bersebelahan dengan Hotel Saptanawa, jalan raya merupakan penghubung Kota Gresik sehingga banyak kendaraan yang melintasi jalan ini dari pagi hingga dini hari. Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berdekatan dengan perumahan dan perusahaan-perusahaan dan pusat pemerintah Kota Gresik. Pemukiman yang berada disekitar Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah perumahan Bakti Pertiwi Wetan, Bakti Pertiwi Kulon, Randuagung, Semen Gresik dan Petro. Sedangkan perusahaan besar yang berdekatan Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah Semen Indonesia, Petrokimia, Petrowidodo, Petrokayaku, Petrosida. Berdasarkan fakta dilapang lokasi usaha yang strategis diberikan bobot 0,15 karena merupakan faktor penting dan rating diatas

rata-rata yaitu 3 dikarenakan lokasi yang strategis menentukan dalam keberhasilan usaha rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating pada kualitas bahan baku selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Lokasi Usaha

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika lokasi usaha dibawah rata-rata dari lokasi yang strategis
2.	0,10 jika lokasi usaha merupakan rata-rata lokasi yang strategis
3.	0,15 jika lokasi usaha diatas rata-rata dari lokasi yang strategis
4.	0,20 jika lokasi usaha sangat strategis
Rating	
1.	1 jika pengaruh lokasi usaha sangat tidak berpengaruh bagi kegiatan usaha rumah makan
2.	2 jika pengaruh lokasi usaha tidak berpengaruh bagi kegiatan usaha rumah makan
3.	3 jika pengaruh lokasi usaha berpengaruh bagi kegiatan usaha rumah makan
4.	4 jika pengaruh lokasi usaha sangat berpengaruh bagi kegiatan usaha rumah makan

2. Kualitas Masakan yang Baik

Produk yang dihasilkan Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari laut melalui beberapa tahap yang mengutamakan kualitas demi menjaga kepuasan pelanggan. Bahan Baku Ikan yang diolah tidak lebih dari 3 hari penyimpanan agar ikan masih segar dan tidak busuk. Rumah makan ini dalam proses dalam proses produksinya menggunakan tata cara tradisional. Penggunaan peralatan masih sederhana dan belum menggunakan peralatan masak yang modern. Bumbu yang diolah tidak memakai bahan penyedap dan pengawet. Bumbu yang dipakai adalah bumbu tradisional dan cara memasaknya juga masih tradisional menggunakan arang. Sehingga hidangan yang disajikan memiliki cita rasa yang khas dan banyak pengunjung yang suka. Ini terbukti dari setiap harinya Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut menghabiskan kurang lebih 35 sampai 40 kilogram ikan laut yang terdiri dari ikan ayam-ayam, kerapu, kakap merah, kakap putih, dan ikan air

tawar yaitu ikan gurami. Kecepatan dalam penyajian di rumah makan ini juga merupakan kekuatan karena pelayanan sangat cepat dan menu yang dipesan dari mentah hingga matang hanya memerlukan waktu tidak lebih dari 7 menit. Bobot yang diberikan pada faktor kualitas masakan yang baik diberikan bobot 0,15 jika kualitas masakan baik dan pemberian rating 4 karena kualitas masakan yang baik sangat berpengaruh dalam keberhasilan usaha rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kualitas Masakan yang Baik

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika kualitas masakan merupakan faktor sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	0,10 jika kualitas masakan merupakan faktor tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	0,15 jika kualitas masakan merupakan faktor mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	0,20 jika kualitas masakan merupakan faktor sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
Rating	
1.	1 jika kualitas masakan sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	2 jika kualitas masakan tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	3 jika kualitas masakan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	4 jika kualitas masakan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan

3. Variasi Menu Masakan

Menu hidangan ikan bakar yang ditawarkan Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut juga bervariasi mulai dari ikan bakar ayam-ayam, ikan bakar kakap putih, ikan bakar kakap merah, ikan bakar bawal dan ikan bakar gurami. Untuk jenis sambal tersedia sambal petis, sambal tomat, sambal kacang dan kecap. Sedangkan jenis minuman ada minuman ringan seperti coca-cola, sprite, teh botol, es jeruk, es

teh, jeruk hangat dan teh hangat. Masakan dimasak dalam kondisi baru pada setiap harinya agar menu masakan masih baru dan tidak basi. Pemberian bobot yang diberikan pada faktor variasi menu masakan diberikan bobot 0,10 jika menu makanan bervariasi dan pemberian rating 3 karena variasi menu masakan berpengaruh dalam keberhasilan usaha rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Variasi Menu Makanan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika variasi menu masakan merupakan faktor sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	0,10 jika variasi menu masakan merupakan faktor tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	0,15 jika variasi menu masakan merupakan faktor mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	0,20 jika variasi menu masakan merupakan faktor sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
Rating	
1.	1 jika variasi menu masakan sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	2 jika variasi menu masakan tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	3 jika variasi menu masakan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	4 jika variasi menu masakan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan

4. Keterampilan Pegawai

Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut mempunyai pegawai tetap sebanyak 4 orang. Dari ketiga pegawai ini memiliki keterampilan dalam mengolah dan memasak ikan menjadi ikan bakar. Hal ini sangat mendukung dalam proses produksi kegiatan usaha rumah makan. Keuletan dan kedisiplinan pegawai terlihat dari tidak ada pegawai yang menganggur dan membolos kerja. Pemberian bobot yang diberikan pada faktor keterampilan pegawai diberikan bobot 0,10 jika

keterampilan pegawai merupakan faktor penting dan pemberian rating 3 karena keterampilan pegawai berpengaruh dalam keberhasilan usaha rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Keterampilan Pegawai

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika keterampilan pegawai merupakan faktor sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	0,10 jika keterampilan pegawai merupakan faktor tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	0,15 jika keterampilan pegawai merupakan faktor mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	0,20 jika keterampilan pegawai merupakan faktor sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
Rating	
1.	1 jika keterampilan pegawai sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	2 jika keterampilan pegawai tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	3 jika keterampilan pegawai mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	4 jika keterampilan pegawai sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan

5. Kebersihan Rumah Makan

Di Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari dalam pelayanan selalu memperhatikan kebersihan. Mulai dari proses memasak, peralatan dan ikan segar dibersihkan dahulu. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk yang akan dihidangkan. Selain itu meja, kursi, tempat tisyu dan air sabun *wastafel* selalu dijaga kebersihannya agar konsumen yang datang merasa nyaman saat berada di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Pemberian bobot yang diberikan pada faktor kebersihan rumah makan diberikan bobot 0,10 jika kebersihan rumah makan merupakan faktor penting dan pemberian rating 2 karena kebersihan rumah makan

tidak berpengaruh dalam keberhasilan usaha rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kebersihan Rumah Makan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika keterampilan pegawai merupakan faktor sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	0,10 jika keterampilan pegawai merupakan faktor tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	0,15 jika keterampilan pegawai merupakan faktor mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	0,20 jika keterampilan pegawai merupakan faktor sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
Rating	
1.	1 jika keterampilan pegawai sangat tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
2.	2 jika keterampilan pegawai tidak mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
3.	3 jika keterampilan pegawai mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan
4.	4 jika keterampilan pegawai sangat mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan

b. Identifikasi Faktor Kelemahan

Kelemahan merupakan kekurangan yang dimiliki oleh suatu usaha yang dapat menyebabkan kerugian dan halangan usaha untuk berkembang. Adapun kelemahan yang terdapat pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut:

1. Keterbatasan Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut masih sangat sederhana. Promosi yang dilakukan adalah memasang spanduk di depan rumah makan dengan tujuan orang-orang yang melintasi jalan raya aka tertarik dan melakukan pembelian di rumah makan tersebut. Promosi lainnya adalah melalui kerabat, teman dan pelanggan dari mulut ke mulut yang membutuhkan waktu sangat lama. Kegiatan promosi yang terbatas juga akan

sulit menjangkau sasaran konsumen lebih luas. Bobot yang diberikan pada faktor keterbatasan kegiatan promosi sebesar 0,10 karena faktor ini masuk kriteria yang penting selain itu rating sebesar 2 diberikan karena faktor ini berpengaruh pada usaha untuk meningkatkan penjualan. Kriteria pemberian bobot dan rating pada pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Keterbatasan Kegiatan Promosi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika kegiatan promosi merupakan faktor sangat tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
2.	0,10 jika kegiatan promosi merupakan faktor tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
3.	0,15 jika kegiatan promosi merupakan faktor penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
4.	0,20 jika kegiatan promosi merupakan faktor sangat penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
Rating	
1.	1 jika kegiatan promosi sangat mempengaruhi penjualan
2.	2 jika kegiatan promosi mempengaruhi penjualan
3.	3 jika kegiatan promosi tidak mempengaruhi penjualan
4.	4 jika kegiatan promosi sangat tidak mempengaruhi penjualan

2. Belum Melakukan Pembagian Tugas secara Jelas antar Pegawai

Struktur organisasi dibutuhkan dalam usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut untuk membedakan tugas dan masing-masing pegawai. Selama ini pemilik Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut belum melakukan pembagian tugas yang jelas kepada para pegawainya. Hal ini mengakibatkan ada pegawai yang melakukan dua pekerjaan sekaligus dalam bekerja sehingga sehingga tidak efektif dan efisien. Pekerjaan yang dilakukan pegawai berdasarkan perintah dari pemilik usaha rumah makan. Bobot yang diberikan pada faktor kelemahan belum melakukan pembagian tugas secara jelas antar pegawai sebesar 0,10 karena faktor ini masuk kriteria yang penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan

yang ada selain itu rating sebesar 2 diberikan karena faktor ini berpengaruh pada usaha untuk efisiensi dan efektifitas bekerja. Kriteria pemberian bobot dan rating pada pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Melakukan Pembagian Tugas Secara Jelas Antar Pegawai

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika pembagian tugas merupakan faktor sangat tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
2.	0,10 jika pembagian tugas merupakan faktor tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
3.	0,15 jika pembagian tugas merupakan faktor penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
4.	0,20 jika pembagian tugas merupakan faktor sangat penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
Rating	
1.	1 jika pembagian tugas antar pegawai sangat berpengaruh pada kegiatan usaha
2.	2 jika pembagian tugas antar pegawai berpengaruh pada kegiatan usaha
3.	3 jika pembagian tugas antar pegawai tidak berpengaruh pada kegiatan usaha
4.	4 jika pembagian tugas antar pegawai sangat tidak berpengaruh pada kegiatan usaha

3. Fasilitas Belum Lengkap

Fasilitas yang dimiliki pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut masih terbatas. Rumah makan ini belum memiliki area parkir yang luas, toilet dan mushola. Keterbatasan fasilitas area parkir ini akan mempersulit konsumen apabila akan memarkirkan kendaraannya jika kondisi Rumah Makan H.M. Sholeh ramai. Selain itu pengunjung yang ingin ke toilet akan juga mengalami kesulitan karena tidak adanya toilet untuk pengunjung. Bagi Pengunjung hanya tersedia *wastafel* dan tisyu untuk memcuci tangan. Bobot yang diberikan pada faktor kelemahan fasilitas belum lengkap 0,10 karena faktor ini masuk kriteria yang penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan selain lainnya itu rating sebesar 3

diberikan karena faktor ini tidak berpengaruh pada kenyamanan pengunjung. Kriteria pemberian bobot dan rating pada pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Fasilitas Belum Lengkap

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika fasilitas merupakan faktor sangat tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
2.	0,10 jika fasilitas merupakan faktor tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
3.	0,15 jika fasilitas merupakan faktor penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
4.	0,20 jika fasilitas merupakan faktor sangat penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
Rating	
1.	1 jika fasilitas sangat memperngaruhi kenyamanan pengunjung
2.	2 jika fasilitas memperngaruhi kenyamanan pengunjung
3.	3 jika fasilitas tidak memperngaruhi kenyamanan pengunjung
4.	4 jika fasilitas sangat tidak memperngaruhi kenyamanan pengunjung

4. Belum melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan

Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut belum melakukan pencatatan keuangan secara akuntansi. Ini akan mengakibatkan kelemahan karena pemilik tidak dapat memantau keadaan keuangan rumah makan yang sebenarnya. Akuntansi keuangan perlu dimiliki dalam suatu usaha untuk mengetahui keuntungan setiap bulannya, apakah mengalami kenaikan atau tidak. Sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi kelayakan usaha tersebut. Bagi pemilik mengetahui jumlah pembelian bahan baku dan pendapatan setiap harinya sudah cukup. Bobot yang diberikan pada faktor kelemahan belum melakukan pembukuan 0,10 karena faktor ini masuk kriteria yang penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan lain yang ada pada rumah makan. Selain itu rating sebesar 2 diberikan karena faktor ini berpengaruh pada kegiatan evaluasi keuangan setiap bulan. Kriteria pemberian bobot dan rating pada pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Melakukan Pembukuan dalam Mengelola Keuangan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika melakukan pembukuan merupakan faktor sangat tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
2.	0,10 jika melakukan pembukuan merupakan faktor tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
3.	0,15 jika melakukan pembukuan merupakan faktor penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
4.	0,20 jika melakukan pembukuan merupakan faktor sangat penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
Rating	
1.	1 jika pembukuan sangat memperngaruhi kenyamanan pengunjung
2.	2 jika pembukuan memperngaruhi kenyamanan pengunjung
3.	3 jika pembukuan tidak memperngaruhi kenyamanan pengunjung
4.	4 jika pembukuan sangat tidak memperngaruhi kenyamanan pengunjung

5. Belum tersedia jasa pesan antar dan Pembungkus masakan kurang menarik

Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sampai saat ini belum menyediakan jasa pesan antar untuk memenuhi permintaan pelanggannya. Pelanggan yang ingin membeli harus memesan di rumah makan terlebih dahulu. Bungkus yang dipakai untuk membungkus makanan masih sederhana, menggunakan plastik putih tanpa tertera nomor dan alamat rumah makan. Hal ini akan menyulitkan bagi konsumen baru untuk mencari dan berkunjung ke Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Bobot yang diberikan pada faktor kelemahan belum tersedia jasa pesan antar dan bungkus kurang menarik 0,05 karena faktor ini masuk kriteria yang sangat tidak penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan lain yang ada pada rumah makan. Selain itu rating sebesar 3 diberikan karena faktor ini tidak berpengaruh pada keberhasilan usaha. Kriteria pemberian bobot dan rating pada pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Belum Tersedia Jasa Pesan Antar dan Bungkus Kurang Menarik

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika jasa pesan antar dan bungkus merupakan faktor sangat tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
2.	0,10 jika jasa pesan antar dan bungkus merupakan faktor tidak penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
3.	0,15 jika jasa pesan antar dan bungkus merupakan faktor penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
4.	0,20 jika jasa pesan antar dan bungkus merupakan faktor sangat penting dibandingkan kelemahan yang ada di rumah makan
Rating	
1.	1 jika jasa pesan antar dan bungkus sangat memperngaruhi penjualan
2.	2 jika jasa pesan antar dan bungkus memperngaruhi penjualan
3.	3 jika jasa pesan antar dan bungkus tidak memperngaruhi penjualan
4.	4 jika jasa pesan antar dan bungkus sangat tidak memperngaruhi penjualan

Setelah faktor-faktor strategis internal pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut diidentifikasi, data faktor-faktor strategi eksternal dimasukkan pada table analisi faktor strategi internal (IFAS) dan dilakukan pemberian skor. Pemberian bobot dilakukan berdasarkan seberapa pentingnya faktor tersebut bagi usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Sedangkan pemberian rating dilakukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut bagi keberhasilan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Berikut adalah matriks IFAS pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut pada tabel 17.

Tabel 17. Matriks IFAS Pada Usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

No	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Kekuatan				
1	Lokasi usaha yang strategis	0,10	3	0,30
2	Kualitas masakan yang baik	0,15	4	0,60
3	Variasi menu masakan	0,10	3	0,30
4	Keterampilan Pegawai	0,10	3	0,30
5	Kebersihan rumah makan	0,10	2	0,20
Jumlah		0,55	-	1,70
• Kelemahan				
1	Keterbatasan kegiatan promosi	0,10	2	0,20
2	Belum melakukan pembagian tugas secara jelas antar pegawai	0,10	2	0,20
3	Fasilitas belum lengkap	0,10	3	0,30
4	Belum melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan	0,10	2	0,20
5	Belum tersedia jasa pesan antar dan bungkus masakan kurang menarik	0,05	3	0,15
Jumlah		0,45	-	1,05
Total		1,00	-	2,75

Berdasarkan Tabel 17, matriks hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut diperoleh skor pada faktor kekuatan sebesar 1,70 dan skor pada faktor kelemahan sebesar 1,05. Sehingga dalam pengembangan usaha Rumah Makan H.m Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dari faktor internal yaitu kekuatan lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor kelemahan.

5.7.2 Analisis Eksternal Usaha

Analisis eksternal usaha bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman terhadap perusahaan. Faktor eksternal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengembangkan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Adapun faktor peluang dan ancaman sebagai berikut:

a. Identifikasi Faktor Peluang

Dengan adanya faktor peluang dapat dijadikan pertimbangan untuk mengembangkan usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Adapun faktor peluang yang dapat dirumuskan:

1. Peran Pemkab Gresik

Pemerintah Kabupaten Gresik juga berperan dalam memasarkan Pasar Senggol sebagai pusat kuliner malam Kota Gresik. Hal ini akan membantu memasarkan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut agar selalu ramai pembeli. Untuk harga sewa kedai yang berada di Pasar Senggol Pemkab Gresik juga memasang harga relative terjangkau sebesar Rp. 65.000 per bulan. Bobot sebesar 0,10 diberikan pada faktor ini karena peran Pemkab Gresik berpengaruh untuk membantu promosi usaha rumah makan. Rating sebesar 3 karena peran Pemkab Gresik penting untuk membantu kegiatan promosi. Kriteria pemberian bobot dan rating pada peran Pemkab Gresik dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Peran Pemkab Gresik

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika peran Pemkab Gresik tidak penting bagi kegiatan promosi
2.	0,10 jika peran Pemkab Gresik cukup penting bagi kegiatan promosi
3.	0,15 jika peran Pemkab Gresik penting bagi kegiatan promosi
4.	0,20 jika peran Pemkab Gresik sangat penting bagi kegiatan promosi
Rating	
1.	1 jika peran Pemkab Gresik sangat tidak berpengaruh pada kegiatan promosi
2.	2 jika peran Pemkab Gresik tidak berpengaruh pada kegiatan promosi
3.	3 peran Pemkab Gresik berpengaruh pada kegiatan promosi
4.	4 peran Pemkab Gresik sangat berpengaruh pada kegiatan promosi

2. Ketersediaan Stok Bahan Baku

Bahan Baku Ikan yang diolah Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berasal dari TPI Brondong Lamnongan dan Pasar Pabean Surabaya. Jarak antara

rumah makan dengan bahan baku juga dekat untuk perjalanan ke Pasar Pabean membutuhkan waktu tidak lebih dari setengah jam perjalanan. Ini dapat dijadikan kekuatan karena tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan bahan baku. Sehingga ikan masih segar ketika berada di rumah makan. Ketersediaan ikan di Pasar Pabean juga lengkap karena pasar ini merupakan pasar ikan terbesar di Surabaya. Bobot sebesar 0,10 diberikan pada faktor ini karena ketersediaan stok bahan baku berpengaruh untuk kegiatan produksi usaha rumah makan. Rating sebesar 3 karena stok bahan baku penting untuk kegiatan usaha. Kriteria pemberian bobot dan rating pada ketersediaan stok bahan baku dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Ketersediaan Stok Bahan Baku

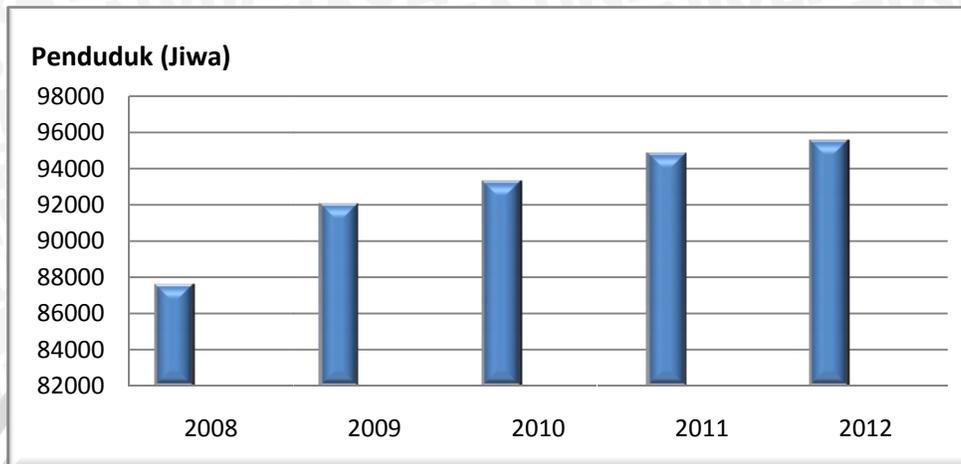
No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika ketersediaan stok bahan baku tidak penting bagi kelancaran kegiatan usaha
2.	0,10 jika ketersediaan stok bahan baku cukup penting bagi kelancaran kegiatan usaha
3.	0,15 jika ketersediaan stok bahan baku penting bagi kelancaran kegiatan usaha
4.	0,20 jika ketersediaan stok bahan baku sangat penting bagi kelancaran kegiatan usaha
Rating	
1.	1 jika ketersediaan stok bahan baku sangat tidak berpengaruh pada kegiatan usaha
2.	2 jika ketersediaan stok bahan baku tidak berpengaruh pada kegiatan usaha
3.	3 jika ketersediaan stok bahan baku berpengaruh pada kegiatan usaha
4.	4 jika ketersediaan stok bahan baku sangat berpengaruh pada kegiatan usaha

3. Pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial

Pada gambar 11 menunjukkan jumlah penduduk Kecamatan Kebomas selalu mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk membuka peluang tersedianya tenaga kerja atau ketersediannya pasar potensial bagi usaha

restoran dan rumah makan. Hal ini sebagai peluang bagi Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut untuk memperluas pasar.

Gambar 11. Pertumbuhan Penduduk Kecamatan Kebomas tahun 2008-2012



(Sumber: Kantor Kecamatan Kebomas, 2014)

Dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat, maka permintaan akan makananan dan minuman juga akan meningkat. Peluang ini dapat dijadikan Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut untuk menarik konsumen sebanyak mungkin sehingga pelanggan semakin banyak. Bobot sebesar 0,10 diberikan pada faktor ini karena pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan rumah makan. Rating sebesar 2 karena pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial cukup berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan. Kriteria pemberian bobot dan rating pada ketersediaan stok bahan baku dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pertumbuhan Penduduk Sebagai Pasar Potensial

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika pertumbuhan penduduk tidak penting bagi bertambahnya pelanggan
2.	0,10 jika pertumbuhan penduduk cukup penting bagi bertambahnya pelanggan
3.	0,15 jika pertumbuhan penduduk penting bagi bertambahnya pelanggan
4.	0,20 jika pertumbuhan penduduk sangat penting bagi bertambahnya pelanggan
Rating	
1.	1 jika pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial sangat tidak berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan
2.	2 jika pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial tidak berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan
3.	3 jika pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan
4.	4 jika pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial sangat berpengaruh untuk bertambahnya pelanggan

4. Tingginya Peminat Ikan Bakar di Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Tingginya permintaan terhadap masakan ikan bakar dilihat dari usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut setiap harinya menghabiskan minimal 35 kilogram ikan. Ikan yang dimasak adalah ikan laut seperti ikan kakap merah, kakap putih, bawal, kerapu dan ikan air tawar gurami. Ini dapat dijadikan peluang usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan keuntungan. Dengan fakta dilapang maka pemberian bobot sebesar 0,10 dan rating diberikan sebesar 3. Kriteria pemberian bobot dan rating pada tingginya peminat ikan bakar pada Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tingginya Peminat Ikan Bakar di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika tingginya peminat ikan bakar tidak penting bagi keberhasilan usaha
2.	0,10 jika tingginya peminat ikan bakar cukup penting bagi keberhasilan usaha
3.	0,15 jika tingginya peminat ikan bakar penting bagi keberhasilan usaha
4.	0,20 jika tingginya peminat ikan bakar sangat penting bagi keberhasilan usaha
Rating	
1.	1 jika tingginya peminat kan bakar tidak berpengaruh untuk keberhasilan usaha
2.	2 jika tingginya peminat kan bakar cukup berpengaruh untuk keberhasilan usaha
3.	3 jika tingginya peminat kan bakar berpengaruh untuk keberhasilan usaha
4.	4 jika tingginya peminat kan bakar sangat berpengaruh untuk keberhasilan usaha

5. Adanya Pelanggan Tetap

Pelanggan tetap adalah konsumen yang mengkonsumsi suatu produk secara tetap dan sebagai konsumen yang datang lebih dari satu kali. Berdasarkan wawancara dengan pemilim usaha, Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut memiliki pelanggan tetap dari semua golongan, baik menengah bawah maupun menengah atas. Karena seringnya datang kembali, pemilik usaha dan konsumen saling kenal. Hubungan baik dengan pelanggan sangat dijaga oleh pemilik usaha, karena mencari pelanggan lebih sulit dibandingkan mencari konsumen baru. Keberadaan pelanggan tetap menjadi peluang bagi Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Dengan fakta dilapang maka pemberian bobot sebesar 0,15 karena pelanggan tetap penting untuk mengembangkan usaha dan rating diberikan sebesar 4 karena pelanggan tetap sangat penting bagi rumah makan. Kriteria pemberian bobot dan rating pada adanya pelanggan tetap dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Adanya Pelanggan Tetap

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika adanya pelanggan tetap tidak penting bagi pengembangan usaha
2.	0,10 jika adanya pelanggan tetap cukup penting bagi pengembangan usaha
3.	0,15 jika adanya pelanggan tetap penting bagi pengembangan usaha
4.	0,20 jika adanya pelanggan tetap sangat penting bagi pengembangan usaha
Rating	
1.	1 jika adanya pelanggan tetap tidak berpengaruh untuk pengembangan usaha
2.	2 jika adanya pelanggan tetap cukup berpengaruh untuk pengembangan usaha
3.	3 jika adanya pelanggan tetap berpengaruh untuk pengembangan usaha
4.	4 jika adanya pelanggan tetap sangat berpengaruh untuk pengembangan usaha

6. Sarana dan Prasarana yang mendukung

Sarana dan prasarana merupakan faktor pendukung bagi keberhasilan usaha untuk berkembang. Kondisi jalan raya di Pasar Senggol tidak berlubang dan tidak pernah mengalami banjir. Setiap harinya jalan raya selalu dilewati orang-orang dari pagi hingga malam hari. Listrik dan air juga tersedia dengan baik sehingga kegiatan jual beli dan produksi Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat berjalan dengan baik. Dengan fakta dilapang maka pemberian bobot sebesar 0,10 karena sarana dan prasarana mendukung dalam kegiatan operasional usaha dan rating diberikan sebesar 2 karena sarana dan prasarana cukup berpengaruh untuk kelancaran kegiatan usaha. Kriteria pemberian bobot dan rating pada Sarana dan Prasarana yang mendukung dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Sarana dan Prasarana yang Mendukung

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika sarana dan prasarana tidak penting bagi kelancaran kegiatan usaha
2.	0,10 jika sarana dan prasarana cukup penting bagi kelancaran kegiatan usaha
3.	0,15 jika sarana dan prasarana penting bagi kelancaran kegiatan usaha
4.	0,20 jika sarana dan prasarana sangat penting bagi kelancaran kegiatan usaha
Rating	
1.	1 jika sarana dan prasaana tidak berpengaruh untuk kelancaran usaha
2.	2 jika sarana dan prasaana cukup berpengaruh untuk kelancaran usaha
3.	3 jika sarana dan prasaana berpengaruh untuk kelancaran usaha
4.	4 jika sarana dan prasaana sangat berpengaruh untuk kelancaran usaha

b. Identifikasi Faktor Ancaman

Ancaman adalah faktor-faktor yang memberikan dampak negatif pada keberhasilan usaha yang dijalankan. Apabila ancaman tersebut tidak diatasi akan menjadi kendala dan hambatan dalam pengembangan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

Adapun ancaman usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut:

1. Bahan Baku Ikan Mudah Rusak

Ikan merupakan bahan baku Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yang mudah rusak atau membusuk. Ikan yang disimpan di *chiller box* hanya bertahan sampai 3 hari. Ikan yang lebih dari tiga hari sudah tidak layak dikonsumsi dan dijual, maka ikan akan dibuang. Untuk menutupi kerugian ikan yang membusuk, pemilik membeli ikan sesuai keperluan. Dengan adanya fakta di lapang maka pemberian bobot sebesar 0,15 dan rating diberikan sebesar 1. Kriteria pemberian bobot dan rating pada bahan aku mudah rusak dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Bahan Baku Mudah Rusak

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika bahan baku mudah rusak tidak terlalu mengancam pada kualitas produksi
2.	0,10 jika bahan baku mudah rusak cukup mengancam pada kualitas produksi
3.	0,15 jika bahan baku mudah rusak mengancam pada kualitas produksi
4.	0,20 jika bahan baku mudah rusak sangat mengancam pada kualitas produksi
Rating	
1.	1 jika bahan baku mudah rusak sangat berpengaruh pada kualitas produksi
2.	2 jika bahan baku mudah rusak berpengaruh pada kualitas produksi
3.	3 jika bahan baku mudah rusak cukup berpengaruh pada kualitas produksi
4.	4 jika bahan baku mudah rusak tidak berpengaruh pada kualitas produksi

2. Harga Bahan Fluktuatif

Akibat pengaruh inflasi dan persediaan yang tidak menentu mengakibatkan harga bahan baku seperti ikan, bumbu-bumbu, sayuran dan bahan sembako lainnya menjadi tidak menentu. Kadang murah disaat bahan dipasar langka maka harganya sangat mahal. Hal ini merupakan ancaman bagi usaha Rumah Makan H.M. Sholeh dalam kegiatan produksi dan jual beli usahanya. Dengan adanya fakta di lapang maka pemberian bobot sebesar 0,10 karena harga bahan yang fluktuatif mempengaruhi keutungan usaha dan rating diberikan sebesar 1 karena harga bahan yang fluktuatif sangat mengancam pada pengembangan usaha. Kriteria pemberian bobot dan rating pada bahan aku mudah rusak dapat dilihat pada Tabel 25.

Tabel 25. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Harga Bahan yang Fluktuatif

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika harga bahan baku tidak mempengaruhi pada keuntungan
2.	0,10 jika harga bahan baku cukup mempengaruhi pada keuntungan
3.	0,15 jika harga bahan baku mempengaruhi pada keuntungan
4.	0,20 jika harga bahan baku sangat mempengaruhi pada keuntungan
Rating	
1.	1 jika harga bahan baku sangat mengancam pada pengembangan usaha
2.	2 jika harga bahan baku mengancam pada pengembangan usaha
3.	3 jika harga bahan baku tidak mengancam pada pengembangan usaha
4.	4 jika harga bahan baku sangat tidak mengancam pada pengembangan usaha

3. Ancaman Masuknya Pesaing Baru

Pada saat ini semakin bermunculan rumah makan *seafood* yang berlomba memberikan menu ikan sama dan olahan lebih bervariasi. Pesaing menawarkan konsep rumah makan dan bangunan yang berbeda. Hal ini merupakan ancaman bagi Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar untuk mengembangkan usahanya. Dengan adanya fakta di lapang maka pemberian bobot sebesar 0,05 dan rating diberikan sebesar 2. Kriteria pemberian bobot dan rating pada ancaman masuknya pesaing baru dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Ancaman Masuknya Pesaing Baru

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika pesaing baru tidak mengancam pada pengembangan usaha
2.	0,10 jika pesaing baru cukup mengancam pada pengembangan usaha
3.	0,15 jika pesaing baru mengancam pada pengembangan usaha
4.	0,20 jika pesaing baru sangat mengancam pada pengembangan usaha
Rating	
1.	1 jika pesaing baru sangat berpengaruh pada pengembangan usaha
2.	2 jika pesaing baru berpengaruh pada pengembangan usaha
3.	3 jika pesaing baru tidak berpengaruh pada pengembangan usaha
4.	4 jika pesaing baru sangat tidak berpengaruh pada pengembangan usaha

4. Ancaman Produk Substitusi

Produk substitusi dari Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah rumah makan yang menawarkan menu tradisional lainnya seperti nasi padang, nasi krawu, dan rumah makan tradisional lainnya merupakan ancaman untuk menarik konsumen baru. Semakin banyaknya rumah makan cepat saji juga merupakan ancaman bagi Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam mengembangkan usaha. Dengan adanya fakta di lapangan maka pemberian bobot ancaman produk substitusi sebesar 0,05 dan rating diberikan sebesar 2. Kriteria pemberian bobot dan rating pada ancaman produk substitusi dapat dilihat pada Tabel 27.

Tabel 27. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Ancaman Produk Substitusi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika ancaman produk substitusi tidak mengancam pada pengembangan usaha
2.	0,10 jika ancaman produk substitusi cukup mengancam pada pengembangan usaha
3.	0,15 jika ancaman produk substitusi mengancam pada pengembangan usaha
4.	0,20 jika ancaman produk substitusi sangat mengancam pada pengembangan usaha
Rating	
1.	1 jika ancaman produk substitusi sangat berpengaruh pada pengembangan usaha
2.	2 jika ancaman produk substitusi berpengaruh pada pengembangan usaha
3.	3 jika ancaman produk substitusi tidak berpengaruh pada pengembangan usaha
4.	4 jika ancaman produk substitusi sangat tidak berpengaruh pada pengembangan usaha

Setelah faktor-faktor strategi eksternal pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut diidentifikasi, data faktor-faktor strategi eksternal dimasukkan pada table analisis faktor eksternal (EFAS) dan dilakukan pemberian skor. Matriks

EFAS pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Luat dapat dilihat pada tabel 28.

Tabel 28. Matriks EFAS Pada Usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	BxR
• Peluang				
1.	Peran Pemkab Gresik	0,10	3	0,30
2.	Ketersediaan bahan baku	0,10	3	0,30
3.	Pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial	0,10	2	0,20
4.	Tingginya peminat ikan bakar di Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	0,10	3	0,30
5.	Adanya Pelanggan Tetap	0,15	4	0,60
6.	Sarana dan Prasarana yang mendukung	0,10	2	0,20
Jumlah		0,65	-	1,90
• Ancaman				
1.	Bahan baku mudah rusak	0,15	1	0,15
2.	Harga bahan fluktuatif	0,10	1	0,10
3.	Ancaman masuknya pesaing baru	0,05	2	0,10
4.	Ancaman produk substitusi	0,05	2	0,10
Jumlah		0,35	-	0,45
Total		1,00	-	2,35

Berdasarkan tabel 28, matriks hasil analisis faktor strategi eksternal (EFAS) pada usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut diperoleh skor pada faktor peluang sebesar 1,90 dan skor pada faktor ancaman sebesar 0,45. Sehingga dalam pengembangan usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dari faktor eksternal yaitu faktor peluang lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor ancaman.

5.8 Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal maka dapat diidentifikasi strategi pengembangan usaha dengan melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut maka dapat

dihasilkan empat kemungkinan strategis dengan menggunakan Matrik SWOT. Berikut tabel 29 mengenai diagram SWOT.

Tabel 29 Diagram SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang strategis 2. Kualitas masakan 3. Variasi menu makananan 4. Keterampilan pegawai 5. Kebersihan rumah makan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan kegiatan promosi 2. Belum melakukan pembagian tugas antar pegawai 3. Fasilitas belum lengkap 4. Belum melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan 5. Belum tersedia jasa layanan pesan antar dan bungkus masakan kurang menarik
Faktor Eksternal	Peluang (O)	Strategi SO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Pemkab Gresik untuk membantu memasarkan Pasar Senggol 2. Ketersediaan stok bahan baku 3. Pertumbuhan penduduk sebagai pasar potensial 4. Tingginya peminat ikan bakar 5. Adanya pelanggan tetap 6. Sarana dan prasarana yang memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produksi 2. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan 3. Memperluas pasar dengan membuka cabang.
	Ancaman (T)	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku mudah rusak 2. Harga bahan fluktuatif 3. Ancaman masuknya pesaing baru 4. Ancaman produk substitusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang lebih luas. 2. Manambah jasa fasilitas-fasilitas baru seperti menerima pesan antar.
		Strategi ST
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen
		Strategi WT
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membentuk bagian khusus untuk menangani pemasaran dan pembukuan keuangan 2. Melakukan pembagian tugas secara jalan antar masing-masing pegawai

Dari hasil pengolahan data faktor internal dan eksternal pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut diperoleh skor masing-masing faktor sebagai berikut:

1. Skor untuk faktor kekuatan = 1,70
2. Skor untuk faktor kelemahan = 1,05

3. Skor untuk faktor peluang = 1,90

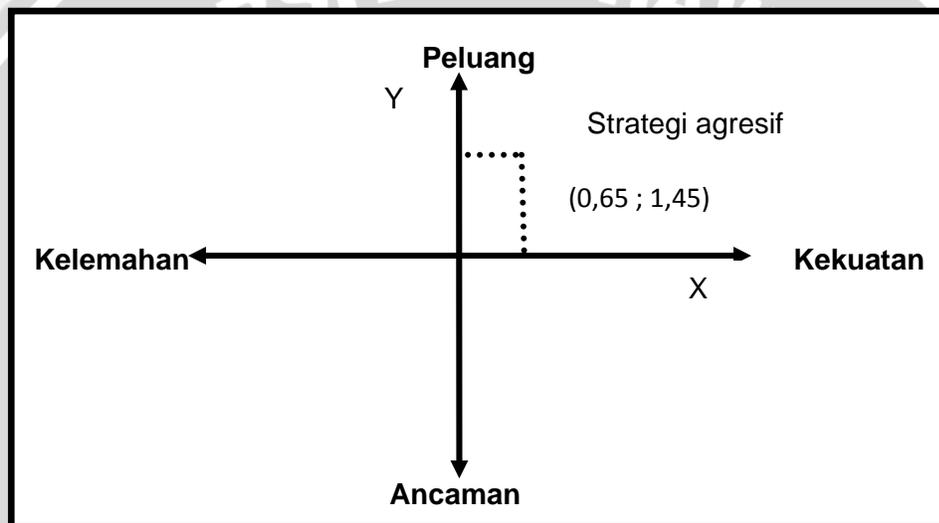
4. Skor untuk faktor ancaman = 0,45

Titik koordinat pada masing-masing faktor internal dan faktor eksternal dapat dilihat dari jumlah perhitungan analisis SWOT

Sumbu x = $1,70 - 1,05 = 0,65$

Sumbu y = $1,90 - 0,45 = 1,45$

Hasil tersebut dapat terlihat pada analisis SWOT berikut



Gambar 12. Diagram Analisis SWOT

Hasil analisis SWOT menunjukkan usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut menempati kuadran 1. Hal tersebut artinya usaha H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut berada pada situasi yang menguntungkan sebab memiliki peluang dan kekuatan yang tinggi. Peluang dan kekuatan dimanfaatkan dalam kondisi mendukung dengan kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

5.8.1 Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT, strategi pengembangan usaha menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang diterapkan dengan cara

mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi pengembangan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut:

1. Mempertahankan kualitas produksi

Tingginya permintaan ikan bakar yang ditawarkan Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap produk rumah makan. Untuk menjaga pelanggan dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar maka menjaga kualitas produk sangat penting agar lebih banyak menarik konsumen.

2. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan

Menjaga pelanggan lebih sulit daripada mendapatkan konsumen baru, maka sangatlah penting untuk menjaga hubungan antara pemilik dengan pembeli. Kedekatan pemilik dan pelanggan akan mempengaruhi konsumen untuk datang kembali. Semakin banyaknya pelanggan akan memperbesar keuntungan dan membantu promosi lewat mulut-kemulut.

3. Memperluas pasar dengan membuka cabang

Membuka cabang baru akan memperluas daerah pemasaran sehingga semakin banyaknya kesempatan untuk menarik konsumen baru. Semakin luasnya daerah pemasaran juga dapat menambah keuntungan rumah makan.

5.8.2 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan arah pengembangan usaha strategy yang diterapkan adalah mendukung strategin agresif dengan memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang yang ada pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Namun masih ada beberapa faktor kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat pada pengembangan usaha yang dilakukan Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar

Sari Laut. Sehingga diperlukan strategi untuk pengembangan usaha tersebut, antara lain:

- Strategi WO

Strategi WO (*Weakness Opportunity*) diterapkan dengan cara pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Adapun strategi WO yang dapat mengembangkan usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

- Melakukan promosi lebih gencar lagi agar banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli di Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Hal ini membantu agar rumah makan selalu ramai.
- Menambah fasilitas-fasilitas seperti menyediakan jasa layanan pesan antar dan memberi nama rumah makan, nomor telepon pada kemasan agar konsumen mendapat kemudahan dalam memesan dan membeli produk Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

- Strategi ST

Strategi ST (*Strength Treath*) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman yang ada di usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut. Adapun strategi ST yang akan dicapai oleh usaha tersebut:

- Meningkatkan pelayanan terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman ketika berada di rumah makan. Sehingga konsumen merasa puas atas perlakuan pihak rumah makan dan tertarik untuk datang kembali.

- Strategi WT

Strategi WT (*Weakness Threat*) didasarkan pada kegiatan bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang akan ditempuh oleh usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah:

- Membuat bagian khusus tentang pemasaran dan bagian keuangan. Hal ini bertujuan untuk membantu usaha rumah makan dalam kegiatan promosi. Sedangkan pembentukan bagian keuangan untuk mencatat segala pengeluaran dan pendapatan usaha yang dapat dijadikan bahan evaluasi.
- Melakukan pembagian tugas agar pegawai memiliki tugas masing-masing dan bertanggung jawab atas tugasnya serta sehingga menghindari pegawai yang mengerjakan dua pekerjaan sekaligus.

5.9 Perencanaan *Finansiil* Pengembangan Usaha

Analisis jangka panjang pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dilakukan dalam jangka waktu 10 tahun yang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI) atau *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

1. *Net Present Value* (NPV)

Net Present Value (NPV) merupakan selisih antara *present value benefit* dengan *present value cost*. Perhitungan *net present value* pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut menggunakan *discount rate* sebesar 12%. Pada bagian kas inflow (*benefit*) terdiri dari unsur nilai hasil penjualan (penerimaan), penyusutan dan nilai sisa. Nilai *gross benefit* pada masing-masing tahun di *present*

valuekan dengan menggunakan *discount factor* 12% dan diperoleh nilai *present value gross benefit* (PVGB) pada masing-masing tahun kemudian dijumlahkan semuanya. Untuk arus kas *outflow (cost)* terdiri dari unsure nilai investasi awal, penambahan investasi dan biaya operasional. Ketiga unsur kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan nilai *gross cost* pada masing-masing tahun dipresent valuekan dengan *discount factor* 12% dan diperoleh nilai *present value gross cost* (PVGC) pada masing-masing tahun kemudian dijumlahkan semuanya. Setelah didapat nilai PVGB dan PVGC kemudian dikurangi dengan PVGC dan didapat nilai NPV.

Nilai NPV usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah Rp. 2.659.099.801,-. Menurut Riyanto (2003). Apabila PV dari keseluruhan proceeds yang diharapkan lebih besar daripada PV investasinya, maka proyek dapat diterima. Sebaliknya, apabila jumlah PV dari keseluruhan proses lebih kecil daripada PV investasinya, berarti NPV bernilai negatif maka proyek dapat ditolak. Berdasarkan kriteria analisis NPV, maka pengembangan usaha ini dikatakan layak karena $NPV > 0$ atau NPV bernilai positif. Untuk hasil perhitungan analisis NPV dapat dilihat pada Lampiran 4.

2. Internal Rate of Return (IRR)

Hasil perhitungan IRR pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah 1218%, hal ini berarti tingkat bunga/*discount factor* sebesar 1218% adalah tingkat bunga yang membuat nilai sekarang kas bersih sama dengan nilai sekarang kas investasi. Dengan demikian hasil analisis IRR bahwa usaha ini layak untuk dijalankan karena nilai IRR lebih besar dari tingkat suku bunga yang menyamakan nilai investasi sekarang dengan nilai penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Untuk hasil perhitungan analisis IRR dapat dilihat pada Lampiran 4.

3. *Profitability Index (PI) atau Benefit and Cost Ratio (B/C Ratio)*

Profitabilitas Index disebut juga dengan teknik analisis *benefit cost ratio* (*B/C Ratio*) yang mengukur layak atau tidaknya suatu proyek investasi, cukup membandingkan antara *present value* aliran kas proyek dengan *present value* (Suratman, 2001).

Net Benefit Cost Ratio (Net B/C Ratio) merupakan perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas masa datang dengan nilai sekarang investasi. Dari hasil perhitungan *Net B/C Ratio* pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah 92,99. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *present value* kas masuk lebih besar dari investasi karena nilai *Net B/C Ratio* > 1 . Jika *Net B/C Ratio* > 1 maka usaha ini dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Untuk hasil perhitungan analisis *Net B/C Ratio* dapat dilihat pada Lampiran 4.

4. *Payback Period (PP)*

Dalam teknik ini untuk menentukan layak atau tidak usulan proyek investasi cukup membandingkan antara waktu pengembalian jumlah dana untuk investasi dengan umur ekonomi proyek. Bila *payback period* lebih pendek/ketimbang jangka waktu umur ekonomi usulan proyek maka usulan proyek tersebut dikatakan layak dan sebaliknya jika lebih besar/panjang dinyatakan tidak layak (Suratman, 2001).

Untuk memperoleh nilai *payback period* maka nilai investasi dibandingkan dengan nilai *present value net benefit* atau arus kas bersih per tahun. Dan hasil pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah 0,09. Hal tersebut menunjukkan bahwa jangka pengembalian biaya-biaya investasi pada usaha kurang dari satu bulan. Dimana waktu pengembalian jumlah dana untuk investasi lebih pendek dari jangka waktu ekonomi usaha yaitu selama 10 tahun. Untuk hasil analisis *payback period* dapat dilihat pada lampiran 4.

5. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas digunakan untuk mengetahui apa yang akan terjadi dengan analisis proyek jika ada perubahan dari masing-masing variabel atau perubahan perhitungan biaya benefit. Analisis ini digunakan untuk mengasumsikan suatu perubahan kondisi pada biaya atau benefit suatu proyek. Misalnya karena kenaikan harga bahan sehingga biaya produksi meningkat atau turunnya harga hasil produksi yang menyebabkan berkurangnya benefit. Analisis ini dilakukan dengan beberapa asumsi, diantaranya biaya naik 10%, benefit turun 15%, biaya naik 18% dan benefit turun 24,5%, biaya naik 27% dan benefit turun 19%.

a. Asumsi Biaya Naik 10%

Hasil analisis sensitivitas usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 30. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Biaya Naik 10%

Sensitivitas	Biaya Naik 10%	NPV	2,190,530,587
		Net B/C	76.78
		IRR	1008%
		PP	0.11

Pada Tabel diatas dasar asumsi adalah untuk mengantisipasi terjadi inflasi yang lebih tinggi mengingat kondisi harga bahan pokok yang tidak menentu. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2014) inflasi sepanjang tahun 2013 sebesar 8,38%. Dengan asumsi inflasi pada tahun 2013 akan dapat menggambarkan apa yang akan terjadi terhadap usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

Dari hasil analisis diperoleh nilai NPV sebesar Rp. 2.190.530.587, nilai Net B/C Ratio sebesar 76,78 nilai IRR Sebesar 1008% dan nilai PP 0,11. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

masih layak dijalankan apabila terjadi kenaikan sebesar 10%. Hal ini berdasarkan pada nilai NPV positif, Net B/C >1, IRR lebih besar dari dari tingkat suku bunga yang menyamakan nilai investasi sekarang dengan nilai penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Uraian lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 5.

b. Asumsi Benefit Turun 15%

Dasar asumsi adalah terjadinya penurunan penerimaan/benefit karena terjadi kerusakan produk, penanganan bahan baku yang kurang tepat dan berkurangnya jumlah konsumen sehingga menurunkan jumlah hasil penjualan (*Gross Benefit*). Dengan asumsi tersebut akan dapat menggambarkan apa yang akan terjadi pada usaha rumah makan apabila *gross benefit* turun 15%. Hasil analisis sensitivitas pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 31. Hasil Analisis Sensitivitas Asumsi Benefit Turun 15%

Sensitivitas	Benefit Turun 15%	NPV	1,554,503,325
		Net B/C	54.78
		IRR	722.83%
		PP	0.16

Dari hasil yang diperoleh nilai NPV sebesar Rp. 1,554.503.325, Net B/C 54,78 untuk IRR 722,83% dan PP sebesar 0,16. Hal ini dapat dikatatan bahwa meski terjadi penurunan benefit sebesar 15% maka usaha rumah makan ini masih menguntungkan dan layak untuk dijalankan dengan jangka waktu pengembalian modal investasasi selama dua tahun tiga hari. Nilai NPV juga masih positif, Net B/C lebih besar dari satu. Perincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 6.

c. Asumsi Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%

Dasar asumsi biaya naik 18% dan penurunan benefit 24,5% adalah terjadinya tingkat inflasi sekaligus terjadinya penurunan *gross benefit* sehingga dapat

menyebabkan turunnya hasil penjualan. Hasil analisis sensitivitas pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 32. Analisis Sensitivitas Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%

Sensitivitas	Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%	NPV	11,500,972
		Net B/C	1.40
		IRR	20.6 %
		PP	4.73

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai NPV sebesar Rp. 11.500.972, nilai Net B/C Ratio sebesar 1,40 untuk IRR sebesar 20,6% dan nilai *payback period* sebesar 4,73. Dengan demikian usaha menguntungkan dan layak untuk dijalankan dengan waktu pengembalian modal selama 4 tahun 7 bulan 3 hari. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 7.

d. Asumsi yang Menyebabkan Usaha Tidak Layak

Dasar asumsi ini adalah terjadinya tingkat inflasi sekaligus terjadinya penurunan gross benefit yang menyebabkan turunnya hasil penjualan. Hasil analisis sensitivitas pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Asumsi Biaya Naik 27% dan Benefit Turun 19%

Sensitivitas	Biaya Naik 27% dan Benefit Turun 19%	NPV	-5,192,613
		Net B/C	0.82
		IRR	7.43%
		PP	6.93

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut tidak menguntungkan dan tidak layak untuk dijalankan pada saat kenaikan biaya sebesar 27% dan benefit turun 19%. Hal ini disebabkan karena nilai NPV menunjukkan negative yaitu sebesar Rp. -5.192.613 untuk nilai Net B/C juga kurang dari satu yaitu sebesar 0,82 dan nilai IRR sebesar 7.43%.

Waktu pengembalian modal membutuhkan waktu 11 tahun 3 bulan 6 hari. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut tidak layak dijalankan. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 8.



6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Perencanaan Pengembangan Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik, Jawa Timur dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut merupakan rumah makan yang menjual produk ikan bakar seperti ikan bakar ayam-ayam, ikan bakar kakap merah, ikan bakar kakap putih, ikan bakar bawal, ikan bakat kerapu dan ikan bakar gurami. Aspek teknis meliputi persiapan membuka usaha rumah makan (lokasi, peralatan memasak), waktu penjualan mulai pukul 15.00 WIB-23.00 WIB, pengadaan dan penanganan bahan baku dan proses produksi. Pada aspek manajemen perencanaan di Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sudah berjalan baik meskipun perencanaan yang ada masih sederhana, sistem pengorganisasian belum ada pembagian tugas secara jelas antar pegawai. Pelaksanaan sudah berjalan secara baik sedangkan pengawasan dilakukan untuk mengontrol kesegaran ikan dan bahan baku, pelayanan serta kebersihan rumah makan, pemilik rumah makan belum melakukan pembukuan dalam mengelola keuangan. Pada aspek pemasaran, kegiatan promosi yang dilakukan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut masih sangat sederhana, produk yang ditawarkan hasil dari olahan ikan segar memiliki kualitas baik, penetapan harga mengikuti harga ikan bakar dipasaran dan sistem pembayaran dilakukan secara tunai pada saat

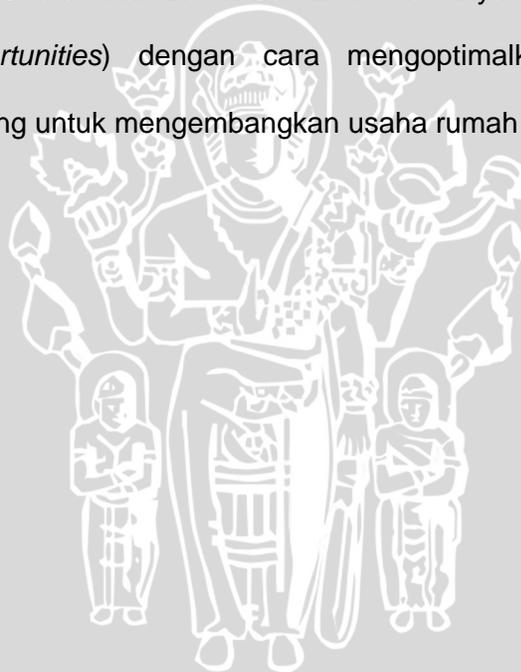
konsumen selesai makan, untuk pesanan yang dibawa pulang pembayaran dilakukan setelah pesanan siap dalam bungkus. Analisis tingkat kelayakan *finansil* jangka pendek usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik dalam setahun diperoleh penerimaan sebesar Rp. 953.424.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 346.761.100 sehingga keuntungan per bulan sebesar Rp. 28.896.758, nilai *RC Ratio* sebesar 1,57; rentabilitas sebesar 57%; *BEP sales mix* sebesar Rp. 171.861.408.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut terletak pada kuadran I yaitu posisi dan arah pengembangan usaha dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Menggunakan strategi SO (*strength opportunities*) dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut yaitu mempertahankan kualitas produksi; menjaga hubungan baik dengan pelanggan; memperluas pasar dengan membuka cabang baru.
3. Perencanaan finansil pengembangan usaha jangka panjang meliputi NPV sebesar Rp. 2.659.099.801; IRR sebesar 1218%; *Net B/C Ratio* sebesar 92,99 dan PP sebesar 0,09 tahun. Dari hasil analisis jangka panjang pada usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut mengalami keuntungan dan layak dijalankan. Hasil analisis sensitivitas pada asumsi biaya naik 10%, benefit turun 15%, biaya naik 18% dan benefit turun 24,5% usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Layak untuk dijalankan. Sedangkan pada asumsi biaya naik 27% dan benefit turun 19% usaha tidak layak untuk dijalankan.

6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sebaiknya melakukan kegiatan promosi lebih gencar untuk meningkatkan penjualan, menambah fasilitas-fasilitas yang ada dan memperhatikan kemasan sebaiknya dilengkapi dengan nama rumah makan serta nomor telepon yang dapat dihubungi untuk pemesanan.
2. Memperjelas tugas masing-masing pegawai dan melakukan pembukuan keuangan yang berguna sebagai bahan evaluasi setiap bulannya.
3. Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut sebaiknya menerapkan strategi SO (*strength opportunities*) dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang untuk mengembangkan usaha rumah makan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, V.Ap.S. 2011. **Analisis Usaha Perikanan Budidaya**. Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya Balai Besar Pengembangan Budidaya Air Payau Jepara. Jepara.
- Ahman, E. 2007 **Membina Kompetensi Ekonomi**. Grafindo dan Pengolahan Ikan. Kanisius. Yogyakarta
- Arifin, J dan Syukri, M. 2006. **Aplikasi Excel dalam Bisnis Perbankan Terapan**. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Ayodya, Wulan. 2007. **Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis**. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik 2013. **Produk Domestik Regional Bruto**. <http://gresikkab.bps.go.id> diakses pada tanggal 29Januar 2014.
- Dalmunthe, Muhammad. 2010. **Strategi Pengembangan Usaha Restoran (Studi Kasus: Restoran Seafood Pasir 7 Pasar Ikan Segar**. Institut Pertanian Bogor
- Dharma, S. 2008. **Pengolahan Dan Analisis Data Penelitian**. Direktorat Tenaga Kependidikan. Jakarta.
- Erwin, Lilly. 2010. **Aroma Rasa Kuliner Nusantara Ikan Bakar Populer**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Fuad dkk. 2000. **Pengantar Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

- Hanafie, Rita. 2010. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Handoko, T.H. 2003. **Manajemen Edisi 2**. BPFE. Yogyakarta.
- Harahap. 2011. **Budidaya Ikan Gurame**. [http:// digilib.ump.ac.id/ files/disk1/17/ jhptump- putroadinu-825-1-babi.pdf](http://digilib.ump.ac.id/files/disk1/17/jhptump-putroadinu-825-1-babi.pdf). Diakses pada tanggal 28 Januari 2014
- Harahap, N. 2010. **Penilaian Ekonomi Ekosistem Hutan Mangrove Dan Aplikasinya Dalam Perencanaan Wilayah Pesisir**. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ibrahim, Y. 1998. **Studi Kelayakan Bisnis**. Rineka Cipta. Jakarta.
- Juanda dan Cahyono, B. 2005. **Teknik Budi Daya dan Analisis Usaha Tani**. Anggota IKAPI. Yogyakarta.
- KKP, 2013. **Sumbangan Konsumsi Protein Ikan Indonesia Terhadap Total Konsumsi Protein**. [http:// kkp.go.id](http://kkp.go.id). Diakses pada tanggal 28 Januari 1014
- Kotler, P. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1 Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Marzuki. 2002. **Metodologi Riset**. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Nazir, M. 1988. **Metode Penelitian**. Cetakan Ketiga. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Pemkot Jaksel. 2013. <http://selatan.jakarta.go.id/gkmvi/pariwisata/detail/Restoran-Di-Jakarta-Selatan.html>. Diakses pada tanggal 30 Januari 1014
- Pudjosumarto, M. 1994. **Evaluasi Proyek Uraian Singkat, Soal dan Jawaban**. Liberty. Yogyakarta.
- Pracoyo, T. 2006. **Aspek Dasar Ekonomi Mikro**. PT Grasindo. Jakarta
- Primyastanto, Mimit. 2011. **Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan)**. UB Press. Malang.
- Rangkuti, F. 2000. **Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisa Kasus**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- _____. 2008. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanto, B. 1995. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta

- _____ 2001. **Dasar – Dasar Pembelajaran Perusahaan**. BPFE. Bogor.
- Robiah, Fifi. 2009. **Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Khas Betawi H. Syamsudin Kombo Bekasi**. Institut Pertanian Bogor
- Royan, Frans M. 2007. **Strategi Jitu Memasarkan Poduk Baru**. PT Elex Media Kamputindo. Jakarta
- Sanusi, B. 2000. **Pengantar Evaluasi Proyek**. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Sugianto. 2010. **Pajak dan Retribusi Daerah**. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Supriatna. 2006. **Ilmu Pengetahuan Sosial (Geografi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi)**, Grafindo. Jakarta
- Suratman. 2001. **Studi Kelayakan Proyek, Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan**. J&J Learning. Yogyakarta
- Suyanto, M. 2004. **Analisis dan Desain Multimedia Untuk Pemasaran**. CV andi Offset. Yogyakarta
- Triwandhani, D. 2007. **Panduan Lengkap Mengeruk Rupiah Dari Bisnis Seafood**. TransMedia Pustaka. Jakarta
- Umar, 2003. **Riset Sumberdaya Manusia**. Gramedia. Jakarta.
- Usman, H dan P.S. Akbar, 2009. **Metodologi Penelitian Sosial**. Bumi kasara. Jakarta.
- Vellas dan Becherel, L. 2008. **Pemasaran Pariwisata Internasional**. Yayasan Obor Indonesia. Yogyakarta
- Wijatno, S. 2009. **Pengantar Entrepreneurship**. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Yasrin. 2011. Pengertian Wawancara dan Penjelarasannya. <http://yasrin.pengertianwawancara>. Diakses pada tanggal 28 Januari 2014



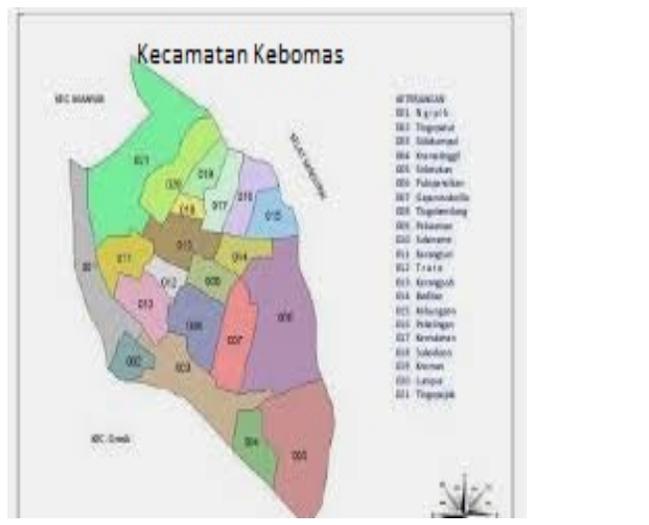
Lampiran 1. Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur



PETA WILAYAH KABUPATEN GRESIK



PETA WILAYAH KABUPATEN GRESIK



Lampiran 2. *Finansil*

Lampiran 2.1. Modal Tetap Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Modal Tetap Pada Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Luat							
No	Jenis Modal Tetap	Jumlah	Harga (Rp/Unit)	Harga Total	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan (Pertahun)	Sumber Modal
1	Sewa Tanah dan Bangunan	1	65,000	780,000			Sendiri
2	Mobil <i>pick up</i>	1	22,000,000	22,000,000	15	1,466,667	Sendiri
3	Pangangan	1	80,000	80,000	3	26,667	Sendiri
4	Alat Penjepit	5	30,000	150,000	3	50,000	Sendiri
5	Kuas	2	4,000	8,000	1	8,000	Sendiri
6	<i>Chiller Box</i>	1	2,000,000	2,000,000	5	400,000	Sendiri
7	<i>Cool Box</i>	1	50,000	50,000	1	50,000	Sendiri
8	Kipas Angin	1	150,000	150,000	2	75,000	Sendiri
9	Piring	40	6,000	240,000	3	80,000	Sendiri

10	Gelas	40	6,000	240,000	3	80,000	Sendiri
11	Pisau	5	5,000	25,000	1	25,000	Sendiri
12	Sendok	40	2,000	80,000	3	26,667	Sendiri
13	Telenan	5	6,000	30,000	3	10,000	Sendiri
14	Tabung Gas	1	150,000	150,000	5	30,000	Sendiri
15	Kompor	1	250,000	250,000	5	50,000	Sendiri
16	Layah	2	15,000	30,000	3	10,000	Sendiri
17	Meja	8	40,000	320,000	6	53,333	Sendiri
18	Kursi	40	20,000	800,000	6	133,333	Sendiri
19	Tang	2	16,000	32,000	3	10,667	Sendiri
20	Gosokan Ikan	2	8,000	16,000	3	5,333	Sendiri
21	Lap	4	8,000	32,000	1	32,000	Sendiri
22	Ember	5	15,000	75,000	1	75,000	Sendiri
23	Tempat Sampah	2	10,000	20,000	1	20,000	Sendiri
24	Spanduk	1	300,000	300,000	3	100,000	Sendiri
25	Lampu	6	45,000	270,000	3	90,000	Sendiri
26	Tempat Air	1	25,000	25,000	2	12,500	Sendiri
27	Mangkuk Cuci Tangan	40	800	32,000	3	10,667	Sendiri
28	Tempat Tisyu	8	1,800	14,400	3	4,800	Sendiri
29	Tempat Sabun	1	3,000	3,000	5	600	Sendiri
30	Etalase	1	600,000	600,000	6	100,000	Sendiri
31	Tempat Nasi	1	50,000	50,000	3	16,667	Sendiri
32	Panci Stenlis Steel	3	18,000	54,000	3	18,000	Sendiri
Total				28,906,400		3,070,900	

Lampiran 2.2 Modal Lancar Usaha Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut.

a. Modal Lancar Ikan Bakar Ayam-ayam

Modal Lancar Ikan Bakar Ayam-ayam per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Ayam-ayam	180 kg	10,000	30	1,800,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					2,514,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Bakar Ayam-ayam per Tahun					30,168,000

b. Modal Lancar Ikan Bakar Bawal

Modal Lancar Ikan Bakar Bawal per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Bawal	180 kg	25,000	30	4,500,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					5,214,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Bakar Bawal per Tahun					62,568,000

c. Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Merah

Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Merah per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Kakap Merah	180 kg	50,000	30	9,000,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					9,714,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Merah per Tahun					116,568,000

d. Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Putih

Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Putih per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Kakap Putih	180 kg	40,000	30	7,200,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					7,914,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Bakar Kakap Putih per Tahun					94,968,000

e. Modal Lancar Ikan Bakar Kerapu

Modal Lancar Ikan Bakar Kerapu per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Kerapu	180 kg	35,000	30	6,300,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					7,014,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Kakap Kerapu per Tahun					84,168,000

f. Modal Lancar Ikan Bakar Gurami

Modal Lancar Ikan Bakar Gurami per Bulan					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Ikan Kerapu	180 kg	30,000	30	5,400,000
2	Kunir	6kg	5,000	30	30,000
3	Bawang Putih	15kg	8,000	30	120,000
4	Bawang Merah	15kg	12,000	30	180,000
5	Ketumbar	4kg	13,000	30	52,000
6	Kecap	10 botol	20,000	30	200,000
7	Arang	30kg	3,000	30	90,000
8	Asem	1kg	12,000	30	12,000
9	Garam	30bungkus	1,000	30	30,000
Total					6,114,000
Dalam setahun Modal Lancar Ikan Bakar Gurami per Tahun					73,368,000

g. Modal lancar lain-lainnya

Modal Lancar Lain-lainnya					
No	Jenis Modal Lancar	Jumlah Unit	Harga (Rp/Unit)	Hari	Harga Total
1	Gula	30 kg	10,000	30	300,000
2	Es Batu	30 balok	10,000	30	300,000
3	Coca-cola	24	72,000	30	72,000
4	Teh Botol	24	72,000	30	72,000
5	Sprite	24	72,000	30	72,000
6	Sabun	1	6,000	30	6,000
7	Jeruk	60 kg	7,000	30	420,000
8	Sayur Lalapan	30	20,000	30	360,000
9	Kemangi	30	2,000	30	60,000
10	Timun	30 kg	3,000	30	90,000
11	Bumbu Sambal	30 kg	35,000	30	1,050,000
12	Beras	180 kg	8,500	30	1,530,000
13	Tisyu	90	3,000	30	270,000
14	Korek	2	2,500	30	5,000
15	Sedotan	1 bungkus	10,000	30	10,000
16	Karet	1 bungkus	10,000	30	10,000
17	Plastik Bungkus	2 bungkus	6,000	30	12,000
18	Plastik Sambal	2 bungkus	1,500	30	3,000
19	Teh serbuk	90 kotak	2,000	30	180,000
20	Jeruk Nipis	30 kg	6,000	30	180,000
21	Air	1	50,000	30	50,000
22	Listrik	1	100,000	30	100,000
23	BBM	50	6,500	30	325,000

Total	5,717,000
Modal Lain-lainnya Usaha Rumah Makan Per Tahun	68,604,000

Lampiran 2.3 Lampiran Kerja Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

A. Modal Kerja Permanen		
No	Jenis Modal Kerja Permanen	Nilai (Rp)
1	Penyusutan Investasi	3,070,900
2	Perawatan	400,000
3	Tenaga Kerja	72,000,000
4	Sewa Bangunan Per Tahun	780,000
Total		76,250,900

B. Modal Kerja Variabel			
No	Jenis Modal Kerja Variabel	Unit/Tahun	Harga Total
1	Modal Lancar Ikan Ayam-ayam		30,168,000
2	Modal Lancar Ikan Kakap Merah		116,568,000
3	Modal Lancar Ikan Bawal		62,568,000
4	Modal Lancar Ikan Kerapu		84,168,000
5	Modal Lancar Kakap Putih		94,968,000
6	Modal Lancar Ikan Gurami		73,368,000
7	Modal Lain-lainnya Rumah Makan		68,604,000
Total			530,412,000

$$\begin{aligned}
 \text{Total Cost (TC)} &= \text{Total Modal Kerja Permanen} + \text{Total Modal Kerja Variabel} \\
 &= \text{Rp } 76.250.900,- + \text{Rp } 530.412.000,- \\
 &= \text{Rp } 606.662.900
 \end{aligned}$$

Lampiran 2.4 Analisis *Finansiil* Jangka Pendek Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

➤ Analisis Perhitungan Aspek *Finansiil*

No	Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut	Hasil Analisis
1	Modal Tetap	28,906,400
2	Modal Kerja	606,662,900
3	Total Modal Kerja Permanen	76,250,900
4	Total Modal Kerja Variabel	530,412,000
5	Total Modal Kerja (TC)	606,662,900

2.5 Penerimaan Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut

Penerimaan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Per Bulan					
No	Menu	Jumlah	Harga (Rp)	Hari	Total
1	Ikan Bakar Ayam-ayam				
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
2	Ikan Bakar Kakap Merah			30	-
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
3	Ikan Bakar Kakap Putih			30	-
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
4	Ikan Bakar Bawal			30	-
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
5	Ikan Bakar Kerapu			30	-
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
6	Ikan Bakar Gurami			30	-
	a. Size 1/2kg	240	35,000	30	8,400,000
	b. Size 1kg	60	60,000	30	3,600,000
7	Es Jeruk	450	4,000	30	1,800,000
8	Jeruk Hangat	450	4,000	30	1,800,000
9	Es Teh	450	4,000	30	1,800,000
10	Teh Hangat	450	4,000	30	1,800,000
11	Sprite	24	3,500	30	84,000
12	Coca-cola	24	3,500	30	84,000
13	Teh Botol	24	3,500	30	84,000
Total					79,452,000
Penerimaan Rumah Makan H. M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Per Tahun					953,424,000

➤ **Produksi dan Penerimaan**

Total Penerimaan Usaha Rumah Makan H.M Sholeh Ikan Bakar Sari Laut setiap bulannya sebesar Rp 79,452,000 sehingga penerimaan dalam setahun sebesar:

$$\begin{aligned} \text{Total Penerimaan} &= 79.452.000 \times 12 \text{ bulan} \\ &= 953.424.000 \end{aligned}$$

Lampiran 2.6 Keuntungan Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut per Tahun

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan } (\pi) &= \text{Total Penerimaan (TR)} - \text{Total Biaya (TC)} \\ &= \text{Rp } 953.424.000,- - \text{Rp } 606.662.900,- \\ &= \text{Rp } 346.761.100,-\end{aligned}$$

Lampiran 2.7 Revenue Cost Ratio (RC Ratio)

$$\text{Revenue Cost Ratio (RC Ratio)} = \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}}$$

$$(\text{RC Ratio}) = \frac{953.424.000}{606.662.900}$$

$$(\text{RC Ratio}) = 1,57$$

Nilai dari RC Ratio sebesar 1,57, jika nilai RC Ratio > 1 maka usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dikatakan menguntungkan.

Lampiran 2.8 Rentabilitas

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

$$\text{Rentabilitas} = \frac{346.761.100}{606.662.900} \times 100\%$$

$$= 57\%$$

Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Hasil dari Rentabilitas yaitu 57%, artinya pada usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut setiap Rp. 100,- dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 57,-.

Lampiran 2.9 Break Even Point (BEP)

$$\text{BEP Totalitas} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{S}}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Rp. } 76.250.900,-}{1 - \frac{\text{Rp. } 530.412.000,-}{\text{Rp. } 942.624.000,-}} \\
 &= \frac{\text{Rp. } 76.250.900,-}{1 - 0,55} \\
 &= \frac{\text{Rp. } 76.250.900,-}{0,44} \\
 &= \text{Rp } 174.366.414,-
 \end{aligned}$$

Sales mix :

Ikan Bakar Ayam-ayam size ½ kg (A) : ayam-ayam size 1kg (B) Ikan Bakar Kakap Merah size ½ kg (C) : Kakap Merah size 1kg (D) : Ikan Bakar Kakap Putih size ½ kg (E) : Kakap Putih size 1kg (F) : Ikan Bakar Bawal size ½ kg (G) : Bawal size 1kg (H) : Ikan Bakar Kerapu size 1/2kg (I) : Kerapu size 1kg (J) Ikan Bakar Gurami size ½ kg (K) : Gurami size 1kg (L) : Es Jeruk (M) : Es Teh (N) : Teh Hangat (O) : Jeruk Hangat (P) : Coca-cola (Q) : Sprite (R) : Teh Botol (S)

$$\begin{aligned}
 &= 100.800.000 : 43.200.000 : 100.800.000 : 43.200.000 : 100.800.000 : \\
 &43.200.000 : 100.800.000 : 43.200.000 : 100.800.000 : 43.200.000 : \\
 &100.800.000 : 43.200.000 : 21.600.000 : 21.600.000 : 21.600.000 : \\
 &21.600.000 : 1.008.000 : 1.008.000 : 1.008.000 \\
 &= 100 : 43 : 100 : 43 : 100 : 43 : 100 : 43 : 100 : 43 : 100 : 43 : 21 : 21 : 21 : 21 : \\
 &1 : 1 : 1
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Product Mix} &= 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : 2880 : 720 : \\
 &720 : 5400 : 5400 : 5400 : 5400 : 288 : 288 : 288
 \end{aligned}$$

$$\text{Sales produk (A)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp. } 18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (B)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (C)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp.}18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (D)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (E)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp.}18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (F)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (G)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp.}18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (H)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (I)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp.}18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (J)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (K)} = \frac{100}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 18.169.912$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{\text{Rp.}18.169.912}{35000} = 519 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (L)} = \frac{43}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 7.787.105$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{7.787.105}{60000} = 129 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (M)} = \frac{21}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 3.893.552$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{3.893.552}{4000} = 973 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (N)} = \frac{21}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 3.893.552$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{3.893.552}{4000} = 973 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (O)} = \frac{21}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 3.893.552$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{3.893.552}{4000} = 973 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (P)} = \frac{21}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 3.893.552$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{3.893.552}{4000} = 973 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (Q)} = \frac{1}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 181.699$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{181.699}{3500} = 51 \text{ unit}$$

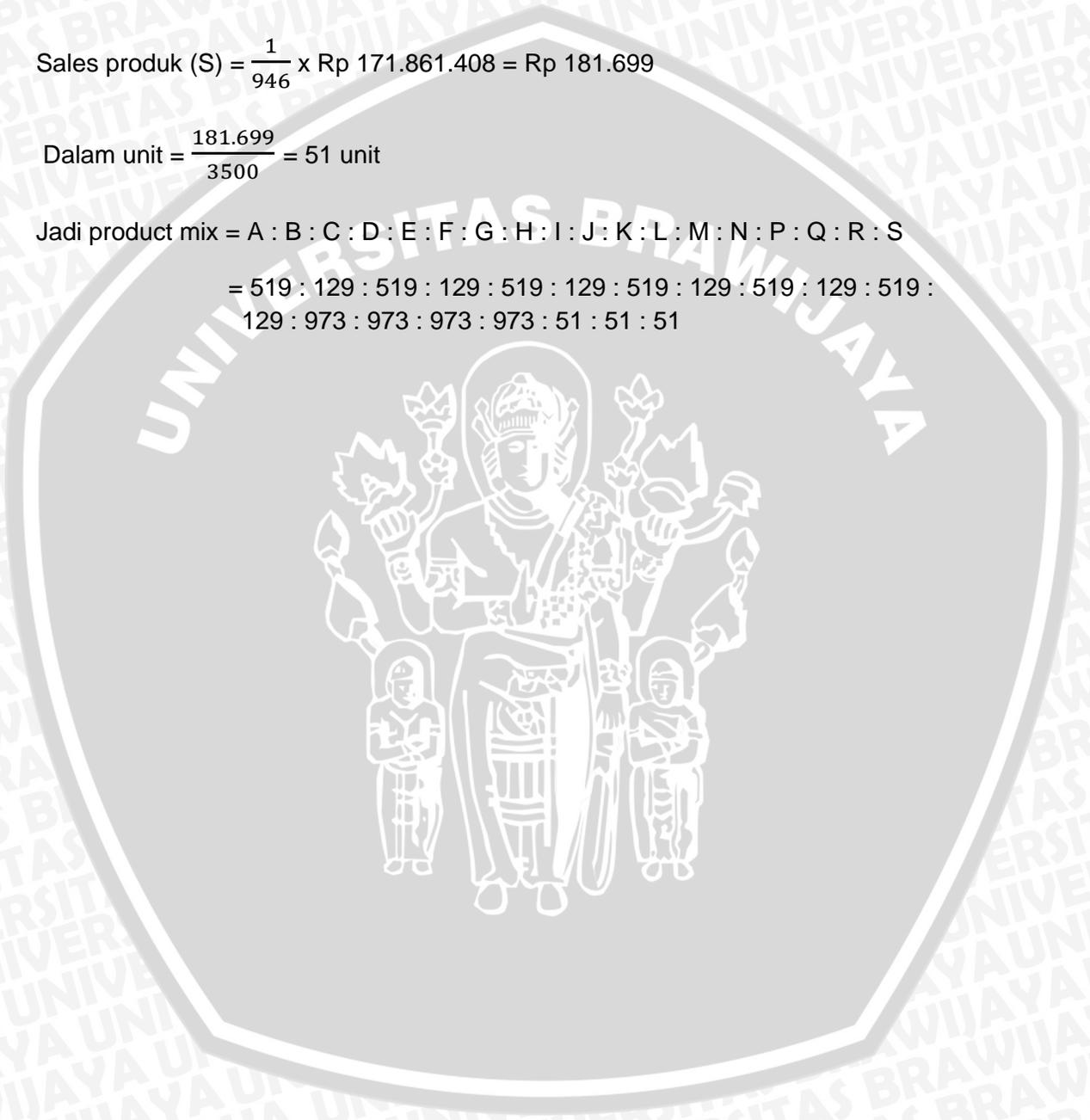
$$\text{Sales produk (R)} = \frac{1}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 181.699$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{181.699}{3500} = 51 \text{ unit}$$

$$\text{Sales produk (S)} = \frac{1}{946} \times \text{Rp } 171.861.408 = \text{Rp } 181.699$$

$$\text{Dalam unit} = \frac{181.699}{3500} = 51 \text{ unit}$$

Jadi product mix = A : B : C : D : E : F : G : H : I : J : K : L : M : N : P : Q : R : S
 = 519 : 129 : 519 : 129 : 519 : 129 : 519 : 129 : 519 : 129 : 519 : 129 : 519 :
 129 : 973 : 973 : 973 : 973 : 51 : 51 : 51





No	Jenis Modal Tetap	Jumlah	Harga	Harga Total	Umur Teknis	Nilai Kenaikan	Re-Invetasi tahun ke										Sisa Umur	Nilai Sisa
		Unit	(Rp/Unit)	(Rp)	(Tahun)	1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Teknis (Tahun)	Rp
1	Sewa Tanah dan Bangunan	1	65,000	780,000		7,800												
2	Mobil pick up	1	22,000,000	22,000,000	15	220,000											5	7,333,333
3	Panggangan	1	80,000	80,000	3	800			82,400			84,800			87,200		1	26,667
4	Alat Penjepit	5	30,000	150,000	3	1,500			154,500			159,000			163,500		1	50,000
5	Kuas	2	4,000	8,000	1	80	8,080	8,160	8,240	8,320	8,400	8,480	8,560	8,640	8,720	8,800	0	-
6	Chiller Box	1	2,000,000	2,000,000	5	20,000				2,100,000						2,200,000	4	1,600,000
7	Cool Box	1	50,000	50,000	1	500	50,500	51,000	51,500	52,000	52,500	53,000	53,500	54,000	54,500	55,000	0	-
8	Kipas Angin	1	150,000	150,000	2	1,500		153,000		156,000		159,000		162,000		165,000	2	150,000
9	Piring	40	6,000	240,000	3	2,400			247,200			254,400			261,600		1	80,000
10	Gelas	40	6,000	240,000	3	2,400			247,200			254,400			261,600		1	80,000
11	Pisau	5	5,000	25,000	1	250	25,250	25,500	25,750	26,000	26,250	26,500	26,750	27,000	27,250	27,500	0	-
12	Sendok	40	2,000	80,000	3	800			82,400			84,800			87,200		1	26,667
13	Telenan	5	6,000	30,000	3	300			30,900			31,800			32,700		1	10,000
14	Tabung Gas	1	150,000	150,000	5	1,500					157,500					165,000	4	120,000
15	Kompor	1	250,000	250,000	5	2,500					262,500					275,000	4	200,000
16	Layah	2	15,000	30,000	3	300			30,900			31,800			32,700		1	10,000
17	Meja	8	40,000	320,000	6	3,200						339,200					4	213,333
18	Kursi	40	20,000	800,000	6	8,000						848,000					4	533,333
19	Tang	2	16,000	32,000	3	320			32,960			33,920			34,880		1	10,667
20	Gosokan Ikan	2	8,000	16,000	3	160			16,480			16,960			17,440		1	5,333
21	Lap	4	8,000	32,000	1	320	32,320	32,640	32,960	33,280	33,600	33,920	34,240	34,560	34,880	35,200	0	-
22	Ember	5	15,000	75,000	1	750	75,750	76,500	77,250	78,000	78,750	79,500	80,250	81,000	81,750	82,500	0	-
23	Tempat Sampah	2	10,000	20,000	1	200	20,200	20,400	20,600	20,800	21,000	21,200	21,400	21,600	21,800	22,000	0	-
24	Spanduk	1	300,000	300,000	3	3,000			309,000			318,000			327,000		1	100,000
25	Lampu	6	45,000	270,000	3	2,700			278,100			286,200			294,300		1	90,000
26	Tempat Air	1	25,000	25,000	2	250		25,500		26,000		26,500		27,000		27,500	2	25,000
27	Mangkuk Cuci Tangan	40	800	32,000	3	320			32,960			33,920			34,880		1	10,667
28	Tempat Tisyu	8	1,800	14,400	3	144			14,832			15,264			15,696		1	4,800

29	Tempat Sabun	1	3,000	3,000	5	30				3,150				3,300	4	2,400	
30	Etalase	1	600,000	600,000	6	6,000					636,000				4	400,000	
31	Tempat Nasi	1	50,000	50,000	3	500			51,500		53,000		54,500		2	33,333	
32	Panci Stenlis Steel	3	18,000	54,000	3	540			55,620		57,240		58,860		2	36,000	
Total							212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800	11,151,533

Lampiran 3. Analisis Penambahan Investasi (Re-invest)



Lampiran 4. Analisis Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Normal

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.12	Df (12%)	1.00	0.89	0.80	0.71	0.64	0.57	0.51	0.45	0.40	0.36	0.32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		953,424,000	1,032,939,562	1,119,086,721	1,212,418,554	1,313,534,261	1,423,083,018	1,541,768,142	1,670,351,605	1,809,658,929	1,960,584,484
	Penyusutan		3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900
	Gross Benefit(A)		956,494,900	1,036,010,462	1,122,157,621	1,215,489,454	1,316,605,161	1,426,153,918	1,544,839,042	1,673,422,505	1,812,729,829	1,963,655,384
	PVGB		854013303.6	825901197.1	798729629.6	772465521.9	747077126.7	722533958.6	698806728.5	675867283.1	653688548.9	632244479.4
	Jumlah PVGB											7381327777
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	28,906,400										
	Penambahan Investasi		212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800
	Biaya Operasional		606,662,900	657,258,586	712,073,952	771,460,920	835,800,760	905,506,544	981,025,789	1,062,843,340	1,151,484,475	1,247,518,280
	Gross Cost (B)	28,906,400	606,875,000	657,651,286	713,957,204	771,861,320	838,544,410	909,453,348	981,250,489	1,063,259,140	1,153,477,431	1,250,585,080
	PVGC	28906400	541852678.6	524275578.7	508180635.5	490531822.6	475812618.1	460757369.2	443867888.9	429432533.7	415955525.1	402654925.8
	Jumlah PVGC											4722227976
	Net Benefit (A-B)	-28,906,400	349,619,900	378,359,176	408,200,417	443,628,134	478,060,751	516,700,571	563,588,553	610,163,365	659,252,398	713,070,304
	PVNB	-28,906,400	312,160,625	301,625,618	290,548,994	281,933,699	271,264,509	261,776,589	254,938,840	246,434,749	237,733,024	229,589,554
iii	NPV	2,659,099,801	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	92.99	> 1 (layak)									
v	IRR	1218%										
vi	PP	0.09	> lama waktu balik modal									

Lampiran 5. Analisis Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Keadaan Biaya Naik 10%

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.12	Df (12%)	1.00	0.89	0.80	0.71	0.64	0.57	0.51	0.45	0.40	0.36	0.32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		953,424,000	1,032,939,562	1,119,086,721	1,212,418,554	1,313,534,261	1,423,083,018	1,541,768,142	1,670,351,605	1,809,658,929	1,960,584,484
	Penyusutan		3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900
	Gross Benefit(A)		956,494,900	1,036,010,462	1,122,157,621	1,215,489,454	1,316,605,161	1,426,153,918	1,544,839,042	1,673,422,505	1,812,729,829	1,963,655,384
	PVGB		854013303.6	825901197.1	798729629.6	772465521.9	747077126.7	722533958.6	698806728.5	675867283.1	653688548.9	632244479.4
	Jumlah PVGB											7,381,327,777
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	28,906,400										
	Penambahan Investasi		212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800
	Biaya Operasional		667,329,190	722,984,444	783,281,347	848,607,011	919,380,836	996,057,198	1,079,128,368	1,169,127,674	1,266,632,922	1,372,270,108
	Gross Cost (B)	28,906,400	667,541,290	723,377,144	785,164,599	849,007,411	922,124,486	1,000,004,002	1,079,353,068	1,169,543,474	1,268,625,878	1,375,336,908
	PVGC	28906400	596019008.9	576671830.7	558864652.9	539559558.7	523238197.8	506633148.7	488244513.5	472358993.6	457479209.6	442821675.6
	Jumlah PVGC											5,190,797,190
	Net Benefit (A-B)	-28,906,400	288,953,610	312,633,317	336,993,022	366,482,042	394,480,675	426,149,916	465,485,974	503,879,031	544,103,951	588,318,476
	PVNB	-28,906,400	257,994,295	249,229,366	239,864,977	232,905,963	223,838,929	215,900,810	210,562,215	203,508,290	196,209,339	189,422,804
iii	NPV	2,190,530,587	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	76.78	> 1 (layak)									
v	IRR	1008%										
vi	PP	0.11	> lama waktu balik modal									

Lampiran 6. Analisis Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut dalam Benefit Turun 15%

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.12	Df (12%)	1.00	0.89	0.80	0.71	0.64	0.57	0.51	0.45	0.40	0.36	0.32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		810,410,400	877,998,627	951,223,713	1,030,555,771	1,116,504,122	1,209,620,566	1,310,502,921	1,419,798,864	1,538,210,090	1,666,496,811
	Penyusutan		3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900
	Gross Benefit(A)		813,481,300	881,069,527	954,294,613	1,033,626,671	1,119,575,022	1,212,691,466	1,313,573,821	1,422,869,764	1,541,280,990	1,669,567,711
	PVGB		726322589.3	702383232.9	679248056	656888435.4	635276934.4	614387236.8	594194087.1	574673233.4	555801376.2	537556119.6
	Jumlah PVGB											6,276,731,301
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	28,906,400										
	Penambahan Investasi		212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800
	Biaya Operasional		606,662,900	657,258,586	712,073,952	771,460,920	835,800,760	905,506,544	981,025,789	1,062,843,340	1,151,484,475	1,247,518,280
	Gross Cost (B)	28,906,400	606,875,000	657,651,286	713,957,204	771,861,320	838,544,410	909,453,348	981,250,489	1,063,259,140	1,153,477,431	1,250,585,080
	PVGC	28906400	541852678.6	524275578.7	508180635.5	490531822.6	475812618.1	460757369.2	443867888.9	429432533.7	415955525.1	402654925.8
	Jumlah PVGC											4,722,227,976
	Net Benefit (A-B)	-28,906,400	206,606,300	223,418,242	240,337,409	261,765,351	281,030,612	303,238,118	332,323,331	359,610,624	387,803,559	418,982,631
	PVNB	-28,906,400	184,469,911	178,107,654	171,067,421	166,356,613	159,464,316	153,629,868	150,326,198	145,240,700	139,845,851	134,901,194
iii	NPV	1,554,503,325	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	54.78	> 1 (layak)									
v	IRR	722.83%										
vi	PP	0.16	> lama waktu balik modal									

Lampiran 7. Analisis Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Keadaan Biaya Naik 18% dan Benefit Turun 24,5%

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.12	Df (12%)	1.00	0.89	0.80	0.71	0.64	0.57	0.51	0.45	0.40	0.36	0.32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		719,835,120	779,869,369	844,910,474	915,376,008	991,718,367	1,074,427,679	1,164,034,947	1,261,115,462	1,366,292,491	1,480,241,285
	Penyusutan		3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900
	Gross Benefit(A)		722,906,020	782,940,269	847,981,374	918,446,908	994,789,267	1,077,498,579	1,167,105,847	1,264,186,362	1,369,363,391	1,483,312,185
	PVGB		645451803.6	624155188.9	603576392.8	583689614.1	564470145.9	545894313.1	527939414.2	510583668.6	493806166.8	477586825.1
	Jumlah PVGB											5577153533
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	28,906,400										
	Penambahan Investasi		212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800
	Biaya Operasional		715,862,222	775,565,131	840,247,263	910,323,885	986,244,897	1,068,497,721	1,157,610,431	1,254,155,141	1,358,751,680	1,472,071,570
	Gross Cost (B)	28,906,400	716,074,322	775,957,831	842,130,515	910,724,285	988,988,547	1,072,444,525	1,157,835,131	1,254,570,941	1,360,744,636	1,475,138,370
	PVGC	28906400	639352073.2	618588832.4	599411866.8	578781747.6	561178661.6	543333772.3	523745813.2	506700161.5	490698157.2	474955075.5
	Jumlah PVGC											5565652561
	Net Benefit (A-B)	28,906,400	6,831,698	6,982,438	5,850,859	7,722,623	5,800,720	5,054,053	9,270,716	9,615,420	8,618,755	8,173,815
	PVNB	28,906,400	6,099,730	5,566,357	4,164,526	4,907,866	3,291,484	2,560,541	4,193,601	3,883,507	3,108,010	2,631,750
iii	NPV	11,500,972	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	1.40	> 1 (layak)									
v	IRR	20.6%										
vi	PP	4.74	> lama waktu balik modal									

Lampiran 8. Analisis Jangka Panjang Usaha Rumah Makan H.M. Sholeh Ikan Bakar Sari Laut Keadaan Biaya Naik 27% dan Benefit Turun 19%

No	Uraian											
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.12	Df (12%)	1.00	0.89	0.80	0.71	0.64	0.57	0.51	0.45	0.40	0.36	0.32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		772,273,440	836,681,045	906,460,244	982,059,028	1,063,962,751	1,152,697,245	1,248,832,195	1,352,984,800	1,465,823,732	1,588,073,432
	Penyusutan		3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900	3,070,900
	Gross Benefit(A)		775,344,340	839,751,945	909,531,144	985,129,928	1,067,033,651	1,155,768,145	1,251,903,095	1,356,055,700	1,468,894,632	1,591,144,332
	PVGB		692271732.1	669445109.1	647386303.1	626067879.1	605463549.7	585548111	566297382.7	547688153.5	529698130.1	512305890.4
	Jumlah PVGB											5982172241
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	28,906,400										
	Penambahan Investasi		212,100	392,700	1,883,252	400,400	2,743,650	3,946,804	224,700	415,800	1,992,956	3,066,800
	Biaya Operasional		770,461,883	834,718,404	904,333,919	979,755,368	1,061,466,965	1,149,993,310	1,245,902,752	1,349,811,042	1,462,385,283	1,584,348,216
	Gross Cost (B)	28,906,400	770,673,983	835,111,104	906,217,171	980,155,768	1,064,210,615	1,153,940,114	1,246,127,452	1,350,226,842	1,464,378,239	1,587,415,016
	PVGC	28906400	688101770.5	665745459.2	645027482.5	622906710.1	603861683.3	584621973.9	563684775.3	545333975.5	528069473.3	511105150.4
	Jumlah PVGC											5987364854
	Net Benefit (A-B)	-28,906,400	4,670,357	4,640,841	3,313,973	4,974,161	2,823,036	1,828,030	5,775,643	5,828,858	4,516,394	3,729,316
	PVNB	-28,906,400	4,169,962	3,699,650	2,358,821	3,161,169	1,601,866	926,137	2,612,607	2,354,178	1,628,657	1,200,740
iii	NPV	-5,192,613	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0.82	> 1 (layak)									
v	IRR	7.43%										
vi	PP	6.93	> lama waktu balik modal									

