

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK IKAN DI UD SEKARWANGI
DESA KLANGONAN KECAMATAN KEBOMAS KABUPATEN GRESIK
JAWA TIMUR**

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

Oleh:
**WAHYU BESTARI PERMATA SARI
NIM. 0710840032**



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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK IKAN DI UD SEKARWANGI
DESA KLANGONAN KECAMATAN KEBOMAS KABUPATEN GRESIK
JAWA TIMUR**

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

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perikanan Pada
Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya**

Oleh :

**WAHYU BESTARI PERMATA SARI
NIM. 0710840032**



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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK IKAN DI UD SEKARWANGI
DESA KLANGONAN KECAMATAN KEBOMAS KABUPATEN GRESIK JAWA
TIMUR**

Oleh :
WAHYU BESTARI PERMATA SARI
0710840032

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 22 Juli 2014
dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan :
Tanggal :

Menyetujui,

Dosen Penguji I

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

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Penguji II

(Zainal Abidin, SPi, MP, MBA)
NIP. 19770221 200212 1 008
Tanggal:

Dosen Pembimbing II

(Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP)
NIP. 19640228 198903 2 001
Tanggal:

**Mengetahui,
Ketua Jurusan**

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

RINGKASAN

WAHYU BESTARI PERMATA SARI. Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan di UD. Sekarwangi Desa Klanganon Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik Jawa Timur (Dibawah bimbingan **Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP** dan **Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP**)

Melimpahnya hasil penangkapan di perairan laut terutama ikan tentu saja dapat menimbulkan permasalahan dalam penyimpanan, karena tidak dapat bertahan lama dalam kondisi segar. Maka dari itu diperlukan pengolahan yang bertujuan untuk penyimpanan dalam jangka waktu lama dan distribusi hasil perikanan laut yang lebih luas bukan hanya di sekitar pesisir. Salah satu produk pengolahan ikan adalah dengan mengolahnya menjadi kerupuk. Selain untuk pengawetan, diversifikasi produk seperti ini juga dapat meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat. Mengingat tingkat konsumsi kerupuk di masyarakat cukup tinggi, karena merupakan pelengkap makanan sehari-hari.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kondisi usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klanganon, bagaimana kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek teknis dan aspek finansial, serta bagaimana strategi pengembangan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klanganon.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi usaha pengolahan kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klanganon, kelayakan usaha berdasarkan aspek teknis dan aspek finansial, serta strategi pengembangan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klanganon. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, baik kualitatif, kuantitatif, serta analisis SWOT. Jenis sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka.

Dari hasil penelitian aspek teknis yang perlu diperhatikan yaitu ketersediaan bahan baku, listrik dan air, tenaga kerja, *layout* tempat produksi, fasilitas transportasi, dan proses pembuatan kerupuk (persiapan bahan baku, persiapan bahan tambahan, pencucian, pelumatan daging, peracikan bumbu, pembuatan adonan, pencetakan adonan, pengukusan, pendinginan, pemotongan, penjemuran, dan pengemasan).

Aspek manajemen yang dilakukan UD Sekarwangi Jati walaupun masih sederhana yaitu hanya pimpinan langsung ke pegawai, namun sudah berjalan dengan baik meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan.

Aspek pemasaran dari meliputi: Pemasaran kerupuk ikan meliputi Gresik dan Sidoarjo, karena minat konsumsi kerupuk serta minat konsumsi pada olahan ikan yang cukup bagus. Penentuan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain biaya produksi, selera konsumen atau permintaan dan atas dasar persaingan.

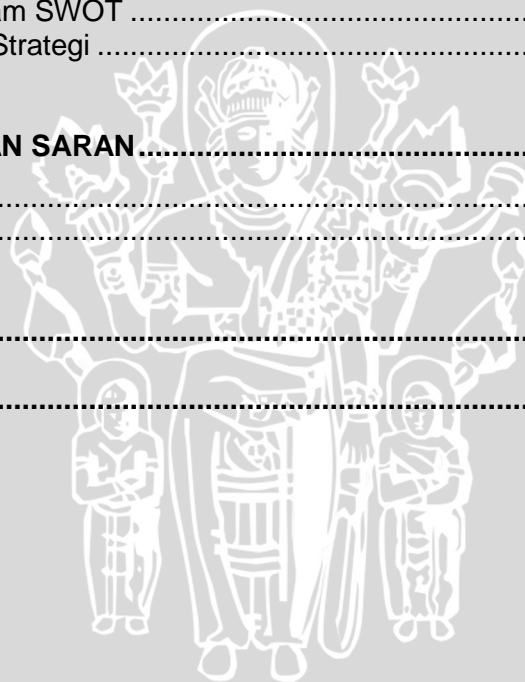
Aspek finansial jangka pendek pada kegiatan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi adalah sebagai berikut: Besarnya modal investasi yang digunakan dalam usaha pembuatan kerupuk ikan tenggiri ini adalah sebesar Rp.301.570.000,00, Besarnya modal kerja yang dipergunakan dalam usaha pembuatan kerupuk ikan tenggiri dalam waktu satu tahun adalah sebesar Rp.250.498.400,00., dan total modal usaha untuk usaha pembuatan kerupuk ikan ini adalah sebesar Rp.552.068.400,00. Besarnya biaya produksi per tahun yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan produksi sebesar Rp. 250.484.400,00 terdiri dari biaya tetap (*Fixed Cost*) sebesar Rp.115.670.000,00 dan biaya tidak tetap (*Variable Cost*) sebesar Rp.134.828.400,00. Besarnya produksi yang dihasilkan per tahun kurang lebih 12000 kg. Total penerimaan selama 1 tahun yaitu Rp.420.000.000,00, dengan keuntungan sebesar Rp. 169.501.600,00. Nilai *R/C ratio* selama satu tahun sudah baik yaitu sebesar 1,67. Nilai rentabilitas usaha selama satu tahun sudah baik yaitu sebesar 30,7%. Analisis *Break Even Point (BEP)* atas dasar unit sebesar 8160 kg, dan *Break Even Point (BEP)* atas dasar penjualan sebesar Rp.170.102.941,00. Untuk aspek finansial jangka panjang adalah sebagai berikut: NPV sebesar 651.027.771, IRR sebesar 58%, PI sebesar 2,16, PP sebesar 1,98 atau selama 1 tahun 11 bulan 27 hari, ARR *initial investment* sebesar 47,5% dan ARR *average investment* sebesar 95%.

Hasil analisis SWOT usaha berada pada kuadran I, yang berarti usaha dapat dikembangkan dengan melakukan strategi SO (*Strength Opportunity*) yaitu strategi yang melihat kekuatan di dalam usaha dan peluang yang ada di luar usaha. strategi SO yang diperoleh yaitu: Menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam kegiatan promosi, Memperluas tempat produksi, Menambah tenaga kerja, Menjaga hubungan yang baik dengan pedagang dan pemasok bahan baku, dan Menambah kegiatan promosi dengan media lain seperti internet.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Klasifikasi Ikan.....	7
2.3 Proses Pembuatan Kerupuk.....	8
2.3.1 Peralatan Produksi.....	8
2.3.2 Proses Pembuatan Kerupuk.....	9
2.4 Evaluasi Proyek.....	12
2.4.1 Aspek Teknis.....	12
2.4.2 Aspek Finansial.....	13
2.4.3 Aspek Manajemen.....	19
2.4.4 Aspek Pemasaran.....	21
2.5 Analisis SWOT.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25
III. METODE PENELITIAN	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	26
3.3 Pengumpulan Data.....	28
3.4 Sumber Data.....	30
3.5 Analisa Data.....	31
3.5.1 Analisa Deskriptif Kualitatif.....	31
3.5.2 Analisa Deskriptif Kuantitatif.....	32
3.5.3 Analisis SWOT.....	38

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42
4.1 Letak Geografis.....	42
4.2 Keadaan Penduduk	43
4.3 Keadaan Umum Perikanan	44
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
5.1 Kondisi Umum Unit Usaha	46
5.1.1 Lokasi Usaha	46
5.1.2 Sejarah dan Perkembangan Usaha.....	46
5.2 Aspek Teknis	47
5.3 Aspek Manajemen	56
5.4 Aspek Pasar	59
5.5 Aspek Finansial.....	62
5.5.1 Analisa Jangka Pendek.....	62
5.5.2 Analisa Jangka Panjang.....	65
5.6 Analisis SWOT.....	66
5.7 Matrik SWOT	79
5.8 Analisis Diagram SWOT	80
5.9 Implementasi Strategi	81
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	88



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Penduduk Kecamatan Kebomas Menurut Mata Pencapaian.....	3
2. Matrik SWOT	39
3. Jumlah Penduduk Kecamatan Kebomas Menurut Jenis Kelamin	43
4. Jumlah Penduduk Kecamatan Kebomas Menurut Mata Pencapaian.....	44
5. Pemberian Skor Faktor Strategi Internal (IFAS).....	70
6. Pemberian Skor Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	76
7. Tabel Matrik SWOT	79



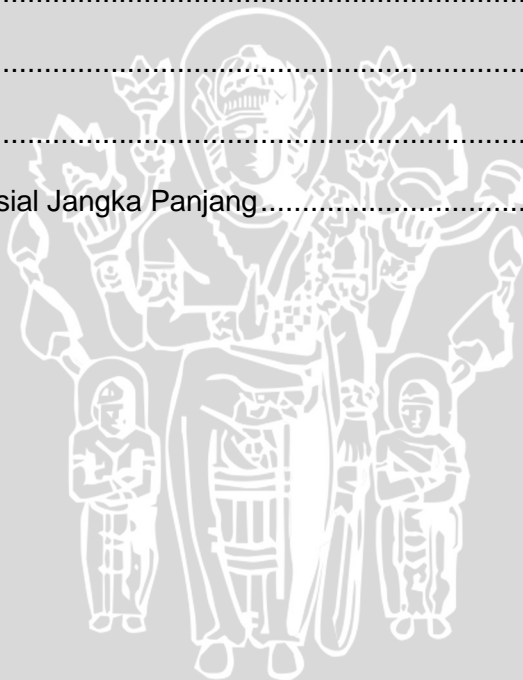
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Ikan Tenggiri	7
2. Diagram Matrik SWOT	24
3. Kerangka Pemikiran	25
4. Denah Tempat Usaha.....	48
5. Proses Produksi Kerupuk Ikan.....	55
6. Struktur Organisasi UD Sekarwangi	58
7. Saluran Distribusi	61
8. Diagram SWOT	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Kabupaten Gresik.....	88
2. Peta Kecamatan Kebomas Gresik	89
3. Tabel Investasi dan penyusutan	90
4. Tabel Biaya Tetap.....	91
5. Tabel Biaya Tidak Tetap.....	92
6. Perhitungan Analisa Finansial Jangka Pendek	94
7. Tabel Re-Investasi.....	96
8. Tabel Rugi/Laba.....	97
9. Tabel <i>Cash Flow</i>	98
10. Perhitungan Finansial Jangka Panjang.....	99



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dan Dialah, Allah SWT yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan) dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai dan kamu melihat bahtera berlayar padanya dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya supaya kamu bersyukur (Q.S. An-Nahl : 14).

Luasnya wilayah perairan menjadikan Indonesia sebagai Negara kaya dan berlimpah akan potensi sumber daya laut yang bernilai tinggi. Namun juga memiliki tantangan yang besar dalam pengelolaannya, untuk dapat memperoleh manfaat ekonomi yang optimal (Dahuri R., 2003).

Melimpahnya hasil penangkapan di perairan laut terutama ikan tentu saja dapat menimbulkan permasalahan dalam penyimpanan, karena tidak dapat bertahan lama dalam kondisi segar. Maka dari itu diperlukan pengolahan yang bertujuan untuk penyimpanan dalam jangka waktu lama dan distribusi hasil perikanan laut yang lebih luas bukan hanya di sekitar pesisir.

Salah satu produk pengolahan ikan adalah dengan mengolahnya menjadi kerupuk. Selain untuk pengawetan, diversifikasi produk seperti ini juga dapat meningkatkan konsumsi ikan di masyarakat. Mengingat tingkat konsumsi kerupuk di masyarakat cukup tinggi, karena merupakan pelengkap makanan sehari-hari.

Proses pengolahan kerupuk ikan menurut Giyanti (2007) adalah sebagai berikut: (1) Proses penyiapan bahan baku ; (2) Proses pembentukan adonan ; (3) Pencetakan ; (4) Pengukusan ; (5) Pendinginan adonan ; (6) Pemotongan adonan ; (7) Penjemuran/pengovenan ; dan (8) Pengepakan setelah kering dengan jumlah tertentu.

Gresik dikenal sebagai salah satu kawasan industri utama di Jawa Timur. Beberapa industri di Gresik antara lain Semen Gresik, Petrokimia Gresik, Nippon Paint, BHS-Tex, Industri perkayuan/Plywood dan Maspion. Gresik juga merupakan penghasil perikanan yang cukup signifikan, baik perikanan laut, tambak, maupun perikanan darat (Anonymous, 2011).

Menurut data dari Dinas Kelautan, Perikanan, dan Peternakan Kabupaten Gresik tahun 2013, produksi ikan total pada tahun 2012 adalah 100.027,32 ton, yang meliputi hasil tangkapan laut sebesar 16.965 ton, tambak payau 48.459,56 ton, tambak tawar 34.099,88 ton, kolam 82,87 ton, dan perairan umum 420 ton.

Salah satu hasil perikanan tangkap di Gresik yang dapat diolah menjadi kerupuk ikan ini adalah ikan tenggiri. Ikan tenggiri memiliki kandungan gizi per 100 gram sebagai berikut : kalori 111 kkal, protein 24 gram, lemak 1 gram, kolesterol 46 miligram, dan zat besi 0,7 gram.

Ikan tenggiri yang digunakan dalam pembuatan kerupuk ikan pada usaha tempat penelitian menggunakan daging ikan tenggiri beku. Bahan baku ini diperoleh langsung dari nelayan di Kabupaten Gresik. Daging ikan tenggiri beku ini dapat diperoleh sepanjang tahun dan tidak pernah ada hambatan dalam ketersediaannya.

Kecamatan Kebomas merupakan salah satu wilayah kecamatan di Kabupaten Gresik yang memiliki potensi industri yang sangat besar. Mayoritas mata pencaharian penduduk di wilayah ini ada di sektor industri.

Tabel 1. Jumlah penduduk Kecamatan Kebomas berdasarkan mata pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Industri	23.409	70,5
2.	Perdagangan	3.265	9,8
3.	Jasa	1.628	4,9
4.	Pertanian	1.306	3,9
5.	Angkutan	612	1,8
6.	Konstruksi	284	0,9
7.	Lain - lain	2.721	8,2
	Total	33.225	100

Sumber : Kecamatan Kebomas 2011

Meskipun tidak ditemukan potensi perikanan di bidang budidaya, namun di Kecamatan Kebomas khususnya di Desa Klanganon terdapat industri pembuatan kerupuk ikan yang dinilai sangat potensial. Tempat penelitian dilakukan disalah satu usaha pembuatan kerupuk yaitu pada UD Sekarwangi. Usaha ini telah lama berdiri dan sangat potensial dari kualitas produk kerupuk yang dihasilkan serta masih banyak peluang untuk dikembangkan lebih besar lagi. Dengan daerah cakupan wilayah pemasaran yang lumayan luas, selain di dalam kabupaten Gresik sendiri, produk juga telah dipasarkan di Sidoarjo dan sekitarnya. Keunggulan dari desa Klanganon ini juga ditunjang dari sektor pariwisata yaitu terdapat tempat wisata religi Makam Sunan Prapen dan Sunan Giri yang tak pernah sepi dari peziarah.

1.2 Rumusan Masalah

Pengolahan ikan menjadi kerupuk merupakan salah satu cara mengawetkan hasil tangkapan ikan laut yang dapat bertahan lama. Apalagi dengan minat konsumsi kerupuk masyarakat yang dapat dikatakan tak pernah lepas dari keseharian, yang membuat usaha pembuatan kerupuk ini menjadi potensial.

Oleh karena itu dilaksanakan penelitian mengenai strategi pengembangan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klangonan ini dengan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klangonan?
2. Bagaimana kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek teknis dan aspek finansial?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klangonan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Kondisi usaha pengolahan kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klangonan
2. Kelayakan usaha berdasarkan aspek teknis dan aspek finansial
3. Strategi pengembangan usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi di desa Klangonan

1.4 Kegunaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Masyarakat

Sebagai Informasi dan bahan pertimbangan untuk membuka usaha di bidang perikanan, khususnya dalam usaha kerupuk ikan

2. Pelaku usaha UD Sekarwangi di Desa Klanganon

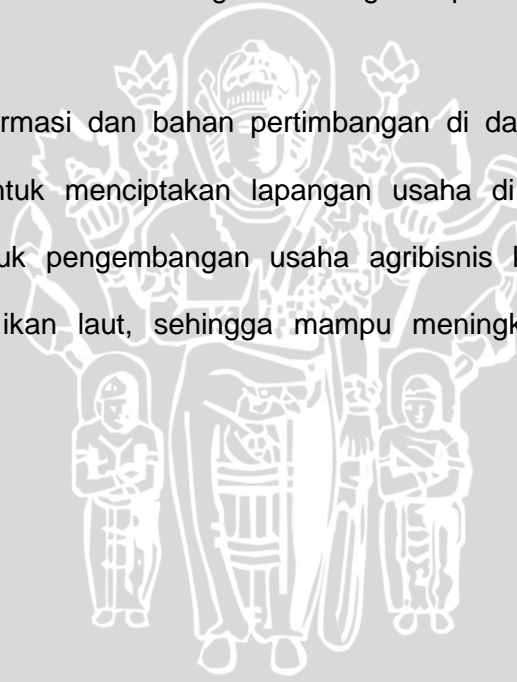
Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pengembangan usaha kerupuk ikan yang sudah ada

3. Lembaga Akademis atau Peneliti

Sebagai pedoman untuk mengadakan kegiatan penelitian lebih lanjut

4. Pemerintah

Sebagai informasi dan bahan pertimbangan di dalam mengeluarkan kebijakan untuk menciptakan lapangan usaha di bidang agribisnis maupun untuk pengembangan usaha agribisnis khususnya industri pengolahan ikan laut, sehingga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Kusrina (2010), dengan judul Analisa Kelayakan Usaha Pengolahan Kerupuk Perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah Indramayu, Jawa Barat, yang dilatar belakangi oleh melimpahnya hasil perikanan di Jawa barat dan potensi pengembangan unit usaha pengolahan kerupuk udang/ikan. Penelitian merupakan studi kelayakan usaha di perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah. Analisis meliputi aspek finansial dan non-finansial yaitu aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan hukum. Penelitian digunakan untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut berjalan, yang juga digunakan sebagai dasar dalam mengembangkan usaha lebih lanjut.

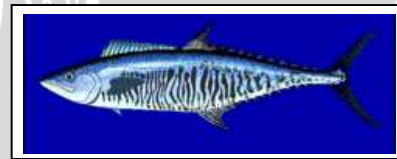
Pada penelitian Senjaya dan Mustamu (2013), dengan judul Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Pengolahan Ikan Bandeng di Sidoarjo menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, sebagai penyedia tenaga kerja, dan sebagai distribusi hasil pembangunan. Berdasarkan data 2009-2010 UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Bertambahnya jumlah UMKM dari tahun ke tahun masih belum diimbangi dengan peningkatan pada segi kualitasnya, sehingga terdapat permasalahan lama yang masih dimiliki oleh kelompok usaha ini yakni permasalahan fungsi manajemen (*planning, organizing, actuating, dan controlling*) masih belum diterapkan secara maksimal oleh pemilik usaha sehingga aktivitas pengelolaan usaha tidak dapat dijalankan secara teratur dan tidak dapat meminimalkan masalah yang dapat terjadi. Objek penelitian yaitu

perusahaan pengolahan ikan bandeng di Sidoarjo. Jenis penelitian adalah kualitatif, yang bersifat deskriptif yaitu dengan menggunakan teknik studi kasus. Sumber data yang digunakan dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan adalah dengan wawancara semi terstruktur untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji validitas dan kredibilitas data yang diperoleh. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fungsi manajemennya masih belum berjalan secara profesional dan terdapat ancaman dari lingkungan eksternal yang sangat tinggi. Untuk memperbaiki pengelolaan dan membantu upaya pengembangan perusahaan, maka perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi seperti menciptakan varian rasa yang baru, melakukan upaya pemasaran untuk produk baru tersebut, dan tetap melakukan kontrol kualitas terhadap produk lama dan produk barunya.

2.2 Klasifikasi Ikan

Klasifikasi ikan tenggiri adalah sebagai berikut:

Kerajaan: Animalia
Filum: Chordata
Kelas: Actinopterygii
Ordo: Perciformes
Famili: Scombridae
Genus: ***Scomberomorus***
Species: ***Scomberomorus sp.***



Gambar 1 Ikan Tenggiri

(Anonymous, 2013)

2.3 Proses Produksi Kerupuk ikan

2.3.1 Peralatan Produksi

Dalam proses pengolahan, peralatan merupakan sarana produksi yang penting untuk membantu suatu proses pengolahan dalam merubah bahan hasil perikanan menjadi produk yang dikehendaki. Peralatan yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk ikan tenggiri adalah sebagai berikut: penggiling daging, pisau, talenan, ember plastik, molen, dandang pengukus, tabung gas, oven, blender, tungku, sesek, dan timbangan.

2.3.2 Proses Pembuatan Kerupuk

a. Persiapan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk ikan adalah daging ikan tenggiri beku. Dengan menggunakan daging yang sudah dibekukan maka tidak perlu lagi menyisakan limbah bagian ikan yang tidak terpakai. Dan daging ikan beku ini tersedia sepanjang tahun.

b. Persiapan Bahan Tambahan

Bahan tambahan yang digunakan dalam pengolahan dan pembuatan kerupuk tenggiri ini adalah bawang putih yang sudah dikupas, tepung tapioka, penyedap rasa, garam, gula, dan air

c. Pencucian

Setelah bahan tambahan dipersiapkan, langkah selanjutnya adalah proses pencucian. Pencucian bahan tambahan yang berupa bawang putih ini seharusnya dilakukan di air mengalir agar kotoran benar-benar hilang (Afrianto & Liviawaty, 1989).

d. Pelumatan Daging

Pelumatan daging ikan bertujuan agar adonan daging ikan tenggiri sebagai bahan baku utama lebih mudah bercampur dengan bahan tambahan lain terutama bumbu. Pelumatan daging tersebut antara lain dengan cara menggiling daging tenggiri hingga halus. Daging ikan dihaluskan dengan alat penggiling daging yang sudah menggunakan listrik (modern) sehingga hasil adonan dagingnya bisa benar-benar halus dan lumat.

e. Peracikan Bumbu dan Pembuatan Adonan

Peracikan bumbu yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk tenggiri adalah bawang putih yang sudah dikupa, garam, penyedap rasa, tepung tapioka, dan air. Sesudah bumbu-bumbu tersebut diracik kemudian dihaluskan dengan menggunakan penghalus otomatis atau modern. Sebelumnya untuk bawang putih, dipotong kecil-kecil untuk mempermudah dalam penghalusan.

Setelah bumbu dihaluskan, kemudian dicampur dengan adonan daging yang sudah dihaluskan dengan cara daging ikan dicampurkan dengan tepung tapioka, cara menambahkan tepung tapioka sedikit demi sedikit serta di tambahkan air sedikit agar adonan tidak terlalu keras. Kemudian adonan kerupuk dimasukkan ke dalam mesin pengaduk agar adonan tercampur, setelah itu dimasukkan bumbu yang sudah dihaluskan antara lain bawang putih, garam, penyedap rasa, dan air dan sedikit oleskan minyak dengan tujuan agar adonan mudah di aduk dan tidak terlalu keras dan diaduk lagi secara otomatis sampai adonan benar-benar mancampur rata dan lembut serta halus.

f. Pencetakan adonan

Pencetakan adonan dilakukan dengan cara menggulung adonan dengan ketebalan tertentu sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Cetakan adonan ini akan

menentukan ukuran kerupuk nantinya, sehingga pada saat pencetakan adonan disarankan menggunakan ukuran yang sudah ditentukan selalu.

g. Pengukusan dan pemotongan

Adonan yang selesai di masukkan ke dalam mesin pengukus yang sudah ada airnya didalamnya dengan air yang sebelumnya sudah dididihkan, tujuan agar pengukusan dapat optimal. Pengukusan dilakukan selama 40 menit dan sampai terdapat perubahan warna cetakan adonan. Kemudian didinginkan selama beberapa jam dengan tujuan untuk memudahkan pemotongan..

Pemotongan dilakukan dengan mesin dengan tujuan agar ukuran seragam untuk memudahkan dalam penggorengan dan untuk memperbagus tekstur. Adonan di potong tidak terlalu tebal agar kerupuk bisa mengembang dan renyah dengan ukuran yang sama.

h. Pengeringan

Setelah dilakukan pengukusan dan pemotongan adonan dilakukan pengeringan kerupuk yang sudah jadi, tetapi masih mentah. Pengeringannya dilakukan di bawah terik sinar matahari selama setengah hingga satu hari sampai kerupuk benar-benar kering atau keras.

i. Pengemasan

Langkah terakhir yang cukup menentukan dalam serangkaian aliran produksi adalah pengemasan. Pengemasan dilakukan ketika produk kerupuk tenggiri sudah di keringkan dan telah dipotong sesuai ukuran dan bentuk.

Pengemasan tidak hanya dilakukan sebagai salah satu usaha untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun nonpangan, melainkan juga merupakan penunjang bagi transportasi, distribusi, dan yang lebih penting lagi

adalah untuk meningkatkan daya saing terhadap produk sejenis di pasaran (Susanto dan Sucipto, 1994).

Secara garis besar kemasan adalah salah satu tempat atau wadah yang digunakan untuk mengemas suatu produk, yang telah dilengkapi dengan tulisan, label, dan keterangan lain yang menjelaskan isi, kegunaan, dan lain-lain yang dirasa perlu disampaikan pada konsumen. Sedangkan pengemasan adalah seluruh rentetan proses produksi suatu bahan pangan dengan tujuan untuk menjamin kemurnian produk yang dihasilkan sampai pada tangan konsumen (Susanto dan Sucipto, 1994).

Tujuan pengemasan selain sebagai usaha untuk melindungi dan mengawetkan produk pangan juga merupakan penunjang bagi transportasi, distribusi, peningkatan nilai tambah serta media promosi untuk menarik minat konsumen. Secara terinci Buckle *et al.*, (2008) menjelaskan fungsi kemasan bahan makanan sebagai berikut: (1) menjaga agar bahan pangan tetap dalam keadaan bersih dan mencegah kontaminasi baik oleh debu maupun kontaminan lain; (2) member proteksi bagi bahan pangan terhadap kerusakan fisik yaitu udara, air dan cahaya; (3) menjamin berlangsungnya proses pengemasan (*handling*, pengisian, penutupan, *processing*, dan seterusnya secara lancer, efektif dan efisien); (4) memenuhi kepentingan konsumen, misalnya mudah dibuka dan ditutup kembali, dan faktor lain yaitu transportasi, penggudangan serta penyimpanan. Untuk itu maka ukuran dan berat setiap unit kemasan harus dirancang secara tepat; (5) sebagai media informasi yang memuat identifikasi produk, petunjuk pemakaian produk, kode produksi, batas waktu kadaluarsa dan lain sebagainya.

Dalam pengemasan dikenal dengan pengemasan primer dan pengemasan sekunder. Pengemasan primer adalah pengemasan yang berhubungan langsung

dengan produk yang dikemas. Sedangkan pengemasan sekunder adalah pengemasan yang dipakai untuk sekelompok produk yang sudah dikemas, atau dengan kata lain tidak berhubungan langsung dengan produk yang dikemas. Pemanasan primer umumnya lebih banyak memerlukan perhatian dibandingkan pengemasan sekunder (Winarno, 2004).

2.4 Evaluasi Proyek

2.4.1 Aspek Teknis

Menurut Suliyanto (2010), suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek teknis dan teknologi jika berdasarkan hasil analisis ide bisnis dapat dibangun dan dijalankan (dioperasionalkan) dengan baik. Secara spesifik analisis aspek teknis dan teknologi dalam studi kelayakan bertujuan untuk :

- Menganalisis kelayakan lokasi untuk menjalankan bisnis
- Menganalisis besarnya skala produksi untuk mencapai tingkatan skala ekonomis
- Menganalisis kriteria pemilihan mesin peralatan dan teknologi untuk menjalankan proses produksi
- Menganalisis layout pabrik, layout bangunan dan fasilitas lainnya.
- Menganalisis teknologi yang akan digunakan.

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung

dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Menurut Suliyanto (2010), Lokasi bisnis mempunyai pengaruh yang besar terhadap biaya operasional dan biaya investasi. Penentuan lokasi bisnis yang salah akan menimbulkan beban tak terbatas bagi perusahaan. Penentuan lokasi bisnis ditentukan oleh beberapa variabel yang dapat digolongkan menjadi variabel utama (primer) dan variabel pendukung (Sekunder). Bobot kepentingan untuk variabel utama maupun variabel pendukung berbeda-beda, tergantung pada jenis bisnis yang dijalankan. Selain itu, kriteria penentuan variabel utama dan variabel pendukung dalam penentuan lokasi bisnis juga dapat berbeda. Artinya satu variabel dapat merupakan variabel utama dalam penentuan lokasi jenis bisnis A, tetapi dapat hanya sebagai variabel pendukung pada lokasi jenis B, atau sebaliknya. Pada umumnya variabel-variabel utama dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut :

- Ketersediaan bahan mentah
- Letak pasar yang dituju
- Ketersediaan sumber energi, air dan sarana komunikasi
- Ketersediaan fasilitas transportasi

2.4.2 Aspek Finansial/keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan dan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya. Penilaian aspek keuangan meliputi penilaian sumber-sumber dana yang diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasiselama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selam umur investasi, proyeksi neraca dan laporan

laba rugi untuk beberapa periode kedepan, kriteria penilaian investasi dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Sedangkan menurut Suliyanto (2010), suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek keuangan jika sumber dana untuk membiayai ide bisnis tersebut tersedia serta bisnis tersebut mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan dengan berdasarkan asumsi-asumsi yang logis dan secara spesifik kajian aspek keuangan dalam studi kelayakan bertujuan untuk :

- Menganalisis sumber dana untuk menjalankan usaha
- Menganalisis besarnya kebutuhan biaya investasi yang diperlukan
- Menganalisis besarnya kebutuhan modal kerja yang diperlukan
- Memproyeksikan rugi laba usaha yang akan dijalankan
- Memproyeksikan arus kas dari usaha yang akan dijalankan
- Memproyeksikan neraca dari usaha yang akan dijalankan
- Menganalisis sumber dana untuk menjalankan bisnis
- Menganalisis tingkat pengembalian investasi yang ditanamkan dengan berdasarkan beberapa analisis kelayakan investasi, seperti *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Profitabilitas Indeks (PI)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Average Rate of Return (ARR)*.

2.4.2.1 Aspek Finansial Jangka Pendek

a. Permodalan

Modal secara umum dapat dibedakan atas modal aktif dan modal pasif. Modal aktif ialah modal yang tertera disebelah debet dari neraca, yang menggambarkan bentuk-bentuk dalam mana seluruh dana yang diperoleh

perusahaan ditanamkan, sedangkan modal pasif ialah modal yang tertera di sebelah kredit dari neraca yang menggambarkan sumber-sumber dari mana dana diperoleh. Modal aktif terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Sedangkan modal pasif dapat dibedakan atas modal sendiri dan modal asing. Biaya operasional adalah sejumlah dana yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha yang sedang berjalan (Riyanto, 2001).

b. Biaya Produksi

Secara umum biaya adalah sesuatu atau jumlah uang yang dikeluarkan/dikorbankan guna mencapai suatu tujuan. Tujuan tersebut dapat diartikan sebagai pengorbanan barang atau jasa. Adapun dilihat secara khusus biaya tersebut dapat dibagi menjadi 2 (dua) investasi yaitu biaya tetap (Fixed Cost) dan biaya Variabel (Variable Cost) (Adi, 2011).

c. Penerimaan

Penerimaan produksi total adalah penerimaan penjualan total dikurangi dengan biaya penjualan. Ini adalah penerimaan penjualan yang diberikan kepada bagian produksi dari perusahaan. Revenue yang berarti penerimaan adalah sebagai jumlah yang diperoleh dari penjualan sejumlah output yang dihasilkan seorang produsen atau perusahaan. Penerimaan atau revenue, adalah penghasilan dari penjualan barang-barang atau barang-barang dagangan (Nurdin, 2010).

d. R/C Ratio

Menurut primyastanto dan Azhar (2003), Revenue Cost Ratio adalah perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang bertujuan untuk menyatakan apakah suatu usaha sudah menghasilkan keuntungan atau belum.

e. Keuntungan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap. Sedangkan Soeharno (2007) menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk memperoleh keuntungan. Mereka adalah profit seeking. Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan perusahaan dan biaya total

f. Break Event Point

BEP diartikan sebagai suatu keadaan dimana dalam menjalankan suatu usaha/kegiatan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Jadi pada prinsipnya total biaya dapat dipakai sebagai ukuran impasnya yaitu sebesar total biaya itu sendiri (Einvest, 2011).

g. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Riyanto, 1995).

Analisis Rentabilitas secara umum dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

R = Rentabilitas

L = Jumlah Keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba

2.4.2.2 Aspek Finansial Jangka Panjang

a. *Average Rate of Returns (ARR)*

Metode Average Rate of Return digunakan untuk mengukur berapa tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari suatu investasi. Angka yang dipergunakan adalah laba setelah pajak dibandingkan dengan total atau average investment. Hasil yang diperoleh dinyatakan dalam persentase. Angka ini kemudian diperbandingkan dengan tingkat keuntungan yang disyaratkan. Apabila lebih besar daripada tingkat keuntungan yang disyaratkan, maka proyek dikatakan menguntungkan. Apabila lebih kecil daripada tingkat keuntungan yang disyaratkan proyek ditolak (Husnan dan Muhammad, 2000).

b. *Payback Period (PP)*

Menurut Suliyanto (2010) Payback Period (periode payback) merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk (proceeds) tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. Apabila proceeds setiap tahunnya jumlahnya sama maka payback period (PP) dari suatu investasi dapat dihitung dengan cara membagi jumlah investasi (outlays) dengan proceeds tahunan. Rumus yang digunakan untuk menghitung payback period (PP) adalah sebagai berikut:

$$\text{Payback Period (PP)} = \frac{\text{Investasi kas bersih}}{\text{aliran kas masuk bersih tahunan}}$$

c. *Net Present Value (NPV)*

Metode Net Present Value digunakan untuk menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal cash flow) dimasa yang akan datang. Untuk

menghitung nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dulu tingkat bunga yang dianggap relevan. Ada beberapa konsep untuk menghitung tingkat bunga yang dianggap relevan ini. pada dasarnya tingkat bunga tersebut adalah tingkat bunga pada saat kita menganggap keputusan investasi masih terpisah dari keputusan pembelanjaan ataupun waktu kita mulai mengkaitkan keputusan investasi dengan keputusan pembelanjaan. Perhatikan disini keterkaitan ini hanya mempengaruhi tingkat bunga, bukan aliran kas. Apabila nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang lebih besar daripada nilai sekarang investasi, maka proyek ini dikatakan menguntungkan sehingga diterima. Sedangkan apabila lebih kecil (NPV Negatif), proyek ditolak karena dinilai tidak menguntungkan (Husnan dan Muhammad, 2000).

d. *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Suliyanto (2010) metode Internal Rate of Return (IRR) pada dasarnya merupakan metode untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan antara Present Value dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek. Maka pada prinsipnya metode ini digunakan untuk menghitung besarnya rate of return yang sebenarnya. Pada dasarnya Internal Rate of Return harus dicari dengan cara trial dan error. Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR adalah sebagai berikut

$$\sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+r)^t} = 0$$

Keterangan :

r = tingkat bunga yang akan menjadikan PV dari Proceeds sama dengan P.V, dari capital outlays

At = Cash Flow untuk periode t

N = periode terakhir dimana cash flow diharapkan

e. **Profitability Index (PI)**

Metode Profitability digunakan untuk menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Kalau profitability index (PI)-nya lebih besar dari 1, maka proyek dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dikatakan tidak menguntungkan. Sebagaimana metode NPV, maka metode ini perlu menentukan terlebih dulu tingkat bunga yang akan dipergunakan (Husnan dan Muhammad, 2000).

2.4.3 **Aspek Manajemen**

Menurut Suliyanto (2010), suatu ide bisnis dinyatakan layak berdasarkan aspek manajemen dan sumber daya manusia jika terdapat kesiapan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis dan bisnis tersebut dapat dibangun sesuai waktu yang telah diperkirakan. Secara spesifik analisis aspek manajemen dan sumber daya manusia pada studi kelayakan bertujuan untuk :

- Menganalisis penjadwalan pelaksanaan pembangunan bisnis
- Menganalisis jenis-jenis pekerjaan yang diperlukan untuk melaksanakan setiap jenis pekerjaan yang diperlukan untuk pembangunan bisnis
- Menganalisis biaya yang diperlukan untuk melaksanakan setiap jenis pekerjaan yang diperlukan untuk pembangunan bisnis
- Menganalisis persyaratan yang diperlukan untuk memangku pekerjaan pada suatu bisnis
- Menganalisis struktur organisasi yang cocok untuk menjalankan bisnis
- Menganalisis metode pengadaan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis
- Menganalisis kesiapan tenaga kerja untuk menjalankan bisnis.

- Manajemen proyek adalah sistem untuk merencanakan, melaksanakan dan mengawasi pembangunan proyek dengan efisien. Pembangunan proyek harus dapat menyusun rencana pelaksanaan proyek dengan mengordinasikan berbagai aktifitas atau kegiatan proyek dan penggunaan sumber daya agar secara fisik proyek dapat diselsaikan tepat waktu (Kasmir dan jakfar, 2012).

Manajemen adalah ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, mengkoordinasikan serta mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Swastha dan Sukotjo, 1988).

Perencanaan berarti bahwa para manajer memikirkan kegiatan-kegiatan mereka sebelum dilaksanakan. Berbagai kegiatan ini biasanya didasarkan pada berbagai metoda, rencana atau logika, bukan hanya atas dasar dugaan atau firasat. *Pengorganisasian* berarti bahwa para manajer mengkoordinasikan sumberdaya-sumberdaya manusia dan material organisasi. Kekuatan suatu organisasi terletak pada kemampuannya untuk menyusun berbagai sumber dayanya dalam mencapai tujuan. Semakin terkoordinasi dan terintegrasi kerja organisasi, semakin efektif pencapaian tujuan-tujuan organisasi. Pengkoordinasian merupakan bagian vital pekerjaan manajer. Selanjutnya pengarahan berarti bahwa para manajer mengarahkan, memimpin dan mempengaruhi para bawahan. Manajer tidak melakukan semua kegiatan sendiri, tetapi menyelesaikan tugas-tugas esensial melalui orang-orang lain. Mereka juga tidak sekedar memberikan perintah, tetapi menciptakan iklim yang dapat membantu para bawahan melakukan pekerjaan secara paling baik. Pengawasan berarti para manajer berupaya untuk menjamin bahwa organisasi bergerak ke arah tujuan-tujuannya. Bila beberapa bagian

organisasi ada pada jalur yang salah, manajer harus membetulkannya (Handoko, 1984).

2.4.4 Aspek Pemasaran

Inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Manajemen pemasaran (marketing management) sebagai seni dalam ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2008).

Menurut Kotler (2005) dalam Primyastanto (2011), bauran pemasaran dikelompokkan menjadi 4 kelompok luas yaitu Produk, Harga, Lokasi dan Promosi (4P). sedangkan menurut Prawirosentono (2002) dalam mega marketing, 6P tersebut dianggap masih belum sempurna. Dua "P" yang lain adalah *Power* dan *Public Relation*. *Power* adalah kekuatan yang akan menunjang kegiatan pemasaran. Sedangkan *Public Relation* adalah kegiatan yang memperkenalkan kegiatan perusahaan. Jadi, terdapat 6P. merketing mix dalam bentuk 6P tersebut mempunyai peranan penting untuk menyukkseskan perusahaan, yakni yang dikenal dengan 4 (empat) O.

- Object (yakni barang atau jasa yang dihasilkan untuk dijual)
- Objective (tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan dari penjualan barang atau jasa yang dihsilkan)
- Organization (bentuk organisasi untuk mendukung penjualan barang dan jasa dengan menguntungkan)

- Operation (cara beroperasinya organisasi yang telah dibentuk harus efisien dan efektif).

Jadi, terdapat hubungan yang erat antara *marketing mix* 4P dengan 4O, hubungan tersebut layaknya hubungan antara baling-baling (*profeler*) pesawat udara dengan *body* pesawatnya.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut :

- Untuk meningkatkan penjualan dan laba
- Untuk menguasai pasar
- Untuk mengurangi saingan
- Untuk menaikkan prestise produk tertentu di pasaran
- Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu

Adapun tujuan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa secara umum sebagai berikut :

- Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi
- Memaksimumkan kepuasan konsumen
- Memaksimumkan pilihan (ragam produk)
- Memaksimumkan mutu hidup (kualitas, kuantitas, ketersediaan, harga pokok barang, mutu lingkungan fisik, dan mutu lingkungan kultur)
- Meningkatkan penjualan barang dan jasa
- Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa

- Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.

2.5 Analisis SWOT

Analisis ini didasarkan pada logika berpikir bahwa dalam menentukan strategi kebijakan yang akan diimplementasikan, sebuah organisasi harus memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan sekaligus dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada, sehingga dapat dicapai keseimbangan antara kondisi internal dengan kondisi eksternal (Asmarani, 2010).

Menurut Soesilo (2002), analisis SWOT memiliki beberapa keuntungan antara lain :

- Tidak hanya dapat membuat ekstrapolasi masa depan, analisis SWOT dapat dipakai untuk membuat masa depan
- Bersifat multiguna dan sederhana
- Cocok dengan teknik lain, antara lain Delphi, Brainstroming, time series, regression (ekonometri), dan AHP
- Dapat dipakai membangun untuk konsensus berdasarkan kebutuhan dan keinginan.

Menurut Rangkuti (2011) penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari Lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dengan faktor internal Kekuatan (strengths) dan Kelemahan (weaknesses).

Berikut ini terdapat penjelasan diagram Analisis SWOT

Kuadran 1: ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga adapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

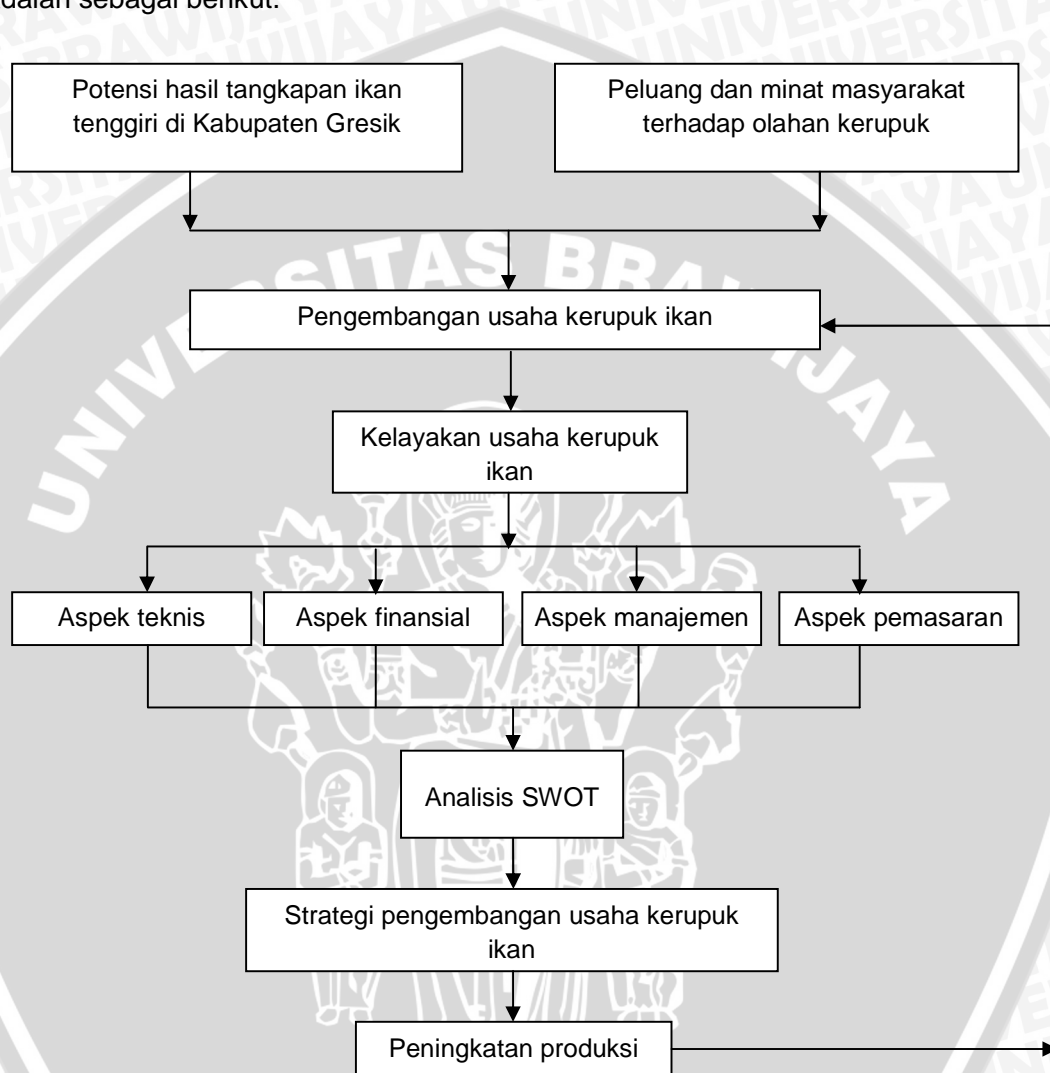
Kuadran 4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



Gambar 2. Diagram Matrik SWOT

2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran untuk penelitian strategi pengembangan usaha kerupuk ikan adalah sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan” dilaksanakan di UD Sekarwangi Desa Klangonan Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik Jawa Timur pada bulan Maret 2014. Lokasi usaha dapat dilihat pada peta yang berada di lampiran 1.

Lokasi dipilih untuk penelitian karena di desa Klangonan ini termasuk daerah dengan mayoritas mata pencaharian di bidang industri, baik skala kecil maupun besar. Salah satu produk industrinya adalah kerupuk ikan. Produk olahan kerupuk ikan dari desa ini mendapat respon yang baik di dalam maupun luar kota. Didukung dengan ketersediaan bahan baku serta ditunjang pula dengan keberadaan kawasan wisata religi di desa ini yang meningkatkan permintaan kerupuk ikan sebagai oleh-oleh. Mengingat besarnya minat masyarakat pada umumnya terhadap kerupuk, yang tidak lepas dalam kebiasaan makan sehari-hari. Maka patutlah dipikirkan pengembangan usaha yang lebih luas.

3.2 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Menurut Nazir (2005) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti kasus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidki.

Secara harfiah, metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Namun, dalam pengertian metode penelitian yang lebih luas, penelitian deskriptif mencakup metode penelitian yang lebih luas di luar metode sejarah dan ekperimental, dan secara lebih umum sering diberi nama, metode survey. Kerja peneliti bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Dalam pengumpulan data digunakan teknik wawancara, dengan menggunakan *schedule questionair* ataupun *interview guide* (Nazir, 2005).

Penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian survai dapat digunakan untuk maksud (1) penjajagan (eksploratif), (2) Deskriptif, (3) Penjelasan (explanatory atau Confirmatory), yakni untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa, (4) evaluasi, (5) prediksi atau meramalkan kejadian tertentu di masa yang akan datang, (6) penelitian operasional, dan (7) pengembangan indikator-indikator sosial (Singarimbun dan Effendi, 2006).

Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) (Sugiyono, 2011).

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006), langkah-langkah yang lazim ditempuh dalam pelaksanaan survai adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survai

2. Menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan. Adakalanya hipotesa tidak diperlukan, misalnya pada penelitian operasional.
3. Pengambilan sampel
4. Pembuatan kuesioner
5. Pekerjaan lapangan, termasuk memilih dan melatih pewawancara
6. Pengolahan data
7. Analisis dan pelaporan

3.3 Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Sebagai metode ilmiah, observasi biasa di artikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti. Dalam arti luas observasi sebenarnya tidak hanya terbatas kepada pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan tidak langsung misalnya melalui questionnaire dan test

3.3.2 Wawancara

Menurut Sumarsono (2004), wawancara merupakan salah satu bentuk pengamatan atau pengumpulan data secara tidak langsung. Pengumpulan data dengan wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.

3.3.3 Kuesioner

Pada penelitian survai, penggunaan kuesioner merupakan hal yang pokok untuk pengumpulan data. Hasil kuesioner tersebut akan terjelma dalam angka-angka, tabel-tabel, analisis statistik dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. Analisis data kuantitatif dilandaskan pada hasil kuesioner itu. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk (a) memperoleh informasi yang

relevan dengan tujuan survai, dan (b) memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin (Singarimbun dan Effendi, 1987).

3.3.4 Studi Pustaka

Menurut Narbuko dan Achmadi (2007), setiap penelitian ilmiah akan banyak bersandarkan dan bergantung kepada kepustakaan. Dan seperti yang dimaklumi bahwa hasil penelitian yang sudah ada belumlah bersifat final. Artinya masih terbuka kesempatan bagi orang lain untuk mengoreksi dan bila perlu menguji kembali hasilnya agar ada kesempurnaan. Untuk dapat mempersoalkannya harus betul-betul mendalami mengenai tulisan-tulisan dari kepustakaan.

Menurut Sumarsono (2004), beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam pengumpulan data melalui studi pustaka adalah sebagai berikut :

- Peneliti harus memiliki penghayatan dan pengertian yang mendalam terhadap kerangka risetnya sendiri sehingga tidak mudah terpengaruh oleh kerangka yang ada pada pustaka yang diteliti
- Peneliti perlu mengumpulkan seluruh, atau sebanyak mungkin, pustaka yang relevan dengan masalah yang akan diteliti sehingga dapat diperoleh informasi yang objektif dan tidak berkesan memihak
- Perlu diperhatikan setiap sumber pustaka dan sumber informasi, baik pustaka yang tengah menjadi objek riset maupun sumber yang digunakan oleh penulis pustaka tersebut
- Perlu diperhatikan tujuan penulisan pustaka yang digunakan. Misalnya membutuhkan kehati-hatian dalam melakukan interpretasi terhadap data yang diperoleh dari suatu laporan dinas dengan data yang diperoleh dari hasil riset perguruan tinggi (Skripsi, tesis atau disertasi) walaupun mencakup objek yang sama.

- Perlu selalu dihindari adanya “percontohan” (plagiasi) dari pustaka yang diteliti.

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil-hasil pengujian (Indriantoro dan Supomo, 2009).

Penelitian ini memperoleh data primer dari observasi langsung mengenai pengolahan kerupuk ikan di desa Klanganon Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Data yang diambil yaitu berupa data yang berhubungan dengan sumber penyediaan bahan baku, permintaan pasar, dan segmentasi pasar serta aspek-aspek yang mempengaruhi usaha pengolahan kerupuk ikan, seperti aspek teknis, finansial, manajemen, dan pemasaran.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Supomo, 2009).

Data sekunder diperoleh dengan studi kepustakaan yaitu berupa laporan studi (Skripsi, Thesis) sebelumnya, buku-buku bacaan, data statistik Kecamatan dan sebagainya.

3.5 Analisis Data

Analisis data penelitian yang merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Proses analisis data penelitian umumnya terdiri atas beberapa tahap yaitu : tahap persiapan, analisis deskriptif, pengujian kualitas data dan pengujian hipotesis. Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan semua data yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti biasanya melakukan beberapa tahap persiapan data untuk memudahkan proses analisis data dan interpretasi hasilnya, yaitu : pengeditan, pemberian kode, dan pemrosesan data (Indriantoro dan Supomo, 2009).

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah di tuliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 2011).

3.5.1 Analisis Data Deskriptif Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011).

Berikut adalah aspek yang perlu di analisis deskriptif kualitatif :

a. Aspek Teknis

Aspek teknis dan teknologi dilakukan dengan menganalisis tingkat kesiapan teknis dan teknologi dengan ide bisnis. Sebuah ide bisnis akan dinyatakan layak berdasarkan aspek teknis dan teknologi jika diperoleh lokasi yang layak, dapat mencapai luas produksi yang optimal, tersedia teknologi, dan dapat menyusun layout bisnis, baik pabrik maupun kantor secara optimal (Suliyanto, 2010).

b. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang cukup penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Karena walaupun suatu usaha telah dinyatakan layak untuk dilaksanakan tanpa didukung dengan manajemen dan organisasi yang baik, bukan tidak mungkin akan mengalami kegagalan (Kasmir dan Jakfar, 2012).

c. Aspek Pemasaran

Analisis data yang digunakan untuk melakukan analisis aspek pasar adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan kondisi pasar dan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Menurut Kotler (2005) dalam Primyastanto (2011), bauran pemasaran dikelompokkan menjadi 4 kelompok luas yaitu Produk, Harga, Lokasi dan Promosi (4P).

3.5.2 Analisis Data Deskriptif Kuantitatif

Penelitian kuantitatif yang mempunyai tujuan untuk menguji atau verifikasi teori, meletakkan teori secara deduktif menjadi landasan dalam penemuan dan pemecahan masalah penelitian. Teori merupakan kerangka dalam penelitian kuantitatif yang melandasi perumusan masalah atau pertanyaan, pengembangan hipotesis, pengujian data, dan pembuatan kesimpulan (Indriantoro dan Supomo, 2009). Analisis data deskriptif kuantitatif pada penelitian ini dilakukan pada aspek finansial.

Pada penelitian ini analisis aspek finansial dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha yang akan dilakukan dalam jangka pendek maupun jangka panjang, oleh karena itu, analisis yang dilakukan pada aspek finansial meliputi analisis dalam jangka pendek dan analisis dalam jangka panjang.

1) Analisis jangka pendek

a) Modal

Modal usaha dalam pengertian ekonomi adalah barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja bekerja untuk menghasilkan suatu barang baru, modal usaha tersebut biasanya berupa modal tetap/aktiva dan modal kerja (Riyanto, 1995).

b) Biaya Produksi

Menurut Syamsudin (1985) dalam Amirudin (2004), bahwa berdasarkan sifatnya biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (variabel cost). Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu. Sedangkan biaya tidak tetap (variabel cost) adalah biaya jumlah totalnya tidak selalu tetap besarnya dan atau berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Adapun perhitungan dalam mencari biaya produksi yang digunakan dalam usaha, adalah sebagai berikut.

$$TC = FC + VC$$

Dimana : TC = Total Cost (biaya total)

FC = Fixed Cost (biaya tetap)

VC = Variabel Cost (biaya tidak tetap)

c) Penerimaan

Menurut Soekartawi (1993), penerimaan adalah nilai dari total produksi yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu dimana besar penerimaan tergantung pada harga dan jumlah produk. Adapun perhitungan dalam mencari penerimaan, adalah sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana : TR = Total Revenue (total penerimaan)

P = Harga jual per kg

Q = Jumlah barang per kg

d) R/C Ratio

Analisis usaha dengan pendekatan perhitungan R/C ratio dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dan untuk melihat perbandingan antara penerimaan dengan biaya dari suatu usaha (Riyanto, 2001). Untuk mengetahui besarnya nilai R/C ratio digunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana : TR = penerimaan total (perkalian antara volume produksi dengan harga jual

TC = biaya total (penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel)

e) Keuntungan

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

$$\pi = TR - TC$$

Dimana : π = Keuntungan

: TR = Total Revenue

: TC = Total Cost

f) Analisis Break Event Point (BEP)

Menurut Riyanto (2001), perhitungan Break Event Point dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- BEP atas dasar sales, dirumuskan :

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

Dimana : FC = biaya tetap

VC = Variabel Cost

S = Nilai Penjualan (jumlah penerimaan)

- BEP atas dasar unit, dirumuskan :

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

Dimana : FC = Biaya tetap

p = harga per unit

v = Biaya variabel per unit

g) Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Riyanto, 1995).

Analisis Rentabilitas secara umum dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

R = Rentabilitas

L = Jumlah Keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba

2) Analisis jangka panjang

a) Net Present Value (NPV)

Menurut Sulyanto (2010), metode net present value (NPV) merupakan metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai sekarang dari aliran kas masuk bersih (proceeds) dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi (outlays). Rumus yang digunakan untuk menghitung Net Present Value (NPV) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Present Value (NPV)} = \sum_{t=0}^n \frac{At}{(1 + K)^t}$$

Keterangan :

k = discount rate yang digunakan

At = Cash Flow pada periode t

n = periode yang terakhir dimana cash flow diharapkan

Apabila setiap tahun investasi menghasilkan proceeds yang sama besarnya maka net present value (NPV) dapat dihitung dengan menggunakan bantuan tabel Present value (PV).

b) *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Husnan dan Suwarsono (2000), metode internal Rate of Return (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.

Menurut Riyanto (1995), bahwa IRR dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$IRR = P1 - C1 \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

Dimana : IRR = Internal Rate of Return yang dicari

P1 = tingkat bunga ke 1

P2 = tingkat bunga ke 2

C1 = NPV ke 1

C2 = NPV ke 2

Sedangkan dalam Husnan dan Suwarsono (1999), rumus dari IRR adalah sebagai berikut :

$$IRR = I' \frac{NPV'}{NPV' - NPV''} x (I' - I'')$$

Keterangan : l' = tingkat suku bunga pada interpolasi pertama (lebih kecil)

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

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

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

c) *Profitability Index (PI)*

Menurut Suliyanto (2010), metode Profitability Index (PI) atau sering disebut dengan Desirability Index (DI) merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (proceeds) dengan nilai sekarang investasi (outlays). Rumus yang digunakan untuk menghitung profitabilitas indeks (PI) adalah sebagai berikut

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{Proceeds}}{\text{outlays}}$$

d) *Payback Period (PP)*

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), metode payback period (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (proceed) yang diperoleh setiap tahun. Ada dua macam modal perhitungan yang digunakan dalam menghitung masa pengembalian investasi sebagai berikut :

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

e) *Average Rate of Return*

Menurut Suliyanto (2010), metode Average Rate of Return (ARR) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi. Tingkat keuntungan yang digunakan dalam metode ini adalah laba setelah pajak dibandingkan dengan total atau rata-rata investasi. Metode ini tidak mendasarkan pada proceeds atau cash flow,

melainkan pada keuntungan yang dilaporkan dalam buku (reporte accounting income) sehingga metode ini sering disebut dengan accounting rate of return.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Average Rate of Return adalah sebagai berikut.

- Average rate of return atas dasar initial investment

$$\text{Average rate of return (ARR)} = \frac{\text{lab a setelah pajak}}{\text{investasi awal}} \times 100\%$$

- Average rate of return atas dasar average investment

$$\text{Average rate of return (ARR)} = \frac{\text{Lab a setelah pajak}}{\text{rata - rata investasi}} \times 100\%$$

3.5.3 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2011), Matriks yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif setrategis.

Tabel 2. Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2011).

Menurut Rangkuti (1999), cara – cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) meliputi :

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- b) Beri bobot 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
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) samapai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika

peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

- d) 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).
- e) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotnya dihitung.
- f) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Sedangkan tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor – faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan. Tahapnya adalah :

- a) Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
- b) Beri bobot masing – masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)

- c) 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 perusahaan yang bersangkutan. 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. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata - rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata - rata industri, nilainya adalah 4.
- d) 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).
- e) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor - faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor - faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Klanganan yang merupakan salah satu dari desa di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Gresik terletak di sebelah Barat Laut dari Ibukota Provinsi Jawa Timur (Surabaya) memiliki luas 1.191,25 kilometer persegi dengan panjang Pantai \pm 140 kilometer persegi. Secara geografis, wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112° – 113° Bujur Timur dan 7° – 8° Lintang Selatan. Wilayahnya merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 – 12 meter di atas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 meter di atas permukaan air laut (Anonymous, 2011).

Secara administrasi pemerintahan, wilayah Kabupaten Gresik terdiri dari 18 kecamatan, 330 Desa dan 26 Kelurahan. Hampir sepertiga bagian dari wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu sepanjang Kecamatan Kebomas, sebagian Kecamatan Gresik, Kecamatan Manyar, Kecamatan Bungah dan Kecamatan Ujungpangkah. Sedangkan Kecamatan Sangkapura dan Kecamatan Tambak berada di Pulau Bawean. Kabupaten Gresik juga berdekatan dengan kabupaten/kota yang tergabung dalam Gerbangkertasusila, yaitu Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan. Dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Timur : Selat Madura
- Sebelah Selatan : Kab. Sidoarjo, Kab.Mojokerto, dan Kota Surabaya
- Sebelah Barat : Kab. Lamongan

(Anonymous, 2011)

Kebomas adalah salah satu kecamatan yang ada di Gresik. Kecamatan ini berdekatan dengan pusat pemerintahan kota Gresik. Kecamatan ini dapat dibidang kecamatan yang maju, karena kecamatan ini merupakan salah satu bagian dari CBD (*centre business district*) dan memiliki beberapa bangunan-bangunan penting, seperti Pabrik Semen Gresik, rumah sakit Gresik (Bunder), Masjid Agung Gresik, makam Sunan Giri, perumahan-perumahan diantaranya Gresik Kota Baru, Griya Kembangan Asri, Rusunami dan Rusunawa di daerah Prambangan. Selain itu, perbatasan antara kecamatan ini dengan Gresik bila dilihat secara sepintas tidak tampak begitu jelas. Kecamatan ini juga sangat strategis, karena jalan raya di dalam kecamatan ini ialah sebagai jalan utama luar kota, menuju ke kota Lamongan, Tuban, dan lain lain. Adapun batas-batas wilayah kecamatan Kebomas adalah sebagai berikut :

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

(Anonymous, 2011)

4.2 Keadaan Penduduk

Kecamatan Kebomas memiliki total jumlah penduduk sebanyak 97.199 jiwa pada tahun 2011, dengan perincian jumlah laki-laki sebanyak 49.374 jiwa dan jumlah perempuan 47.825 jiwa.

Tabel 3. Penduduk Kecamatan Kebomas Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	49.374	50,79
2.	Perempuan	47.825	49,21
	Total	97.199	100

Sumber : Kecamatan Kebomas 2011

Mata pencaharian penduduk kecamatan Kebomas pada tahun 2011 yaitu di bidang industri sebesar 70,5%, perdagangan 9,83%, jasa 4,9%, pertanian 3,9%, angkutan 1,8%, konstruksi 0,9%, dan lainnya 8,2%. Keadaan Wilayah Kecamatan Kebomas memungkinkan untuk pengembangan di sektor pertanian dan Perikanan walaupun sebagian besar merupakan zona industri yang cukup luas dan besar. Upaya pengembangan tersebut adalah dalam bidang Tanaman Pangan dan Hortikultura, Perkebunan serta peternakan dan sesuai dengan potensi wilayah.

Tabel 4. Jumlah penduduk Kecamatan Kebomas berdasarkan mata pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Industri	23.409	70,5
2.	Perdagangan	3.265	9,8
3.	Jasa	1.628	4,9
4.	Pertanian	1.306	3,9
5.	Angkutan	612	1,8
6.	Konstruksi	284	0,9
7.	Lain - lain	2.721	8,2
	Total	33.225	100

Sumber : Kecamatan Kebomas 2011

4.3 Keadaan Umum Perikanan

Menurut data Kabupaten Gresik dalam laman resmi Kabupaten Gresik, produksi perikanan Kabupaten Gresik pada Tahun 2012 mencapai 100.027,32 ton. Disamping hasil tangkapan laut produksi perikanan juga dihasilkan dari budidaya dan pemeliharaan perikanan darat yang meliputi tambak, kolam dan perairan umum. Produksi perikanan yang terbesar adalah dari budidaya di tambak payau sebesar 48.459,56 ton atau sebesar 48,45 persen, sedangkan yang terkecil adalah produksi budidaya di kolam hanya sebesar 82,87 ton.

Kecamatan Duduksampeyan, Manyar dan Bungah merupakan daerah perikanan terbesar di Kabupaten Gresik.

Jumlah petani ikan di Kabupaten Gresik pada Tahun 2012 sebanyak 23.779 orang, terdiri dari 17.743 orang pemilik dan 6.036 orang sisanya sebagai pandega.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Kondisi Umum Unit Usaha

5.1.1 Lokasi Usaha

Lokasi usaha Kerupuk Ikan Ibu Sadiyah UD Sekarwangi ini berada di Jalan Sunan Prapen Gang 4B no.2, Desa Klanganan, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa timur. Lahan tempat produksi dan tempat pemasaran/toko yang berstatus milik sendiri, pemilihan tempat ini berdasarkan tempat tinggal sendiri guna menekan biaya pembuatan lahan usaha.

Proses produksi dilakukan di tempat tinggal yang sekaligus tempat produksi. Berada di dalam areal perkampungan penduduk yang padat. Lokasi berada di dekat tempat wisata religi Makam Sunan Prapen dan Makam Sunan Giri. Karena masih di dekat areal wisata, akses jalan dan transportasi sangat baik dan tertata.

5.1.2 Sejarah dan Perkembangan Usaha

Usaha pengolahan kerupuk ikan ini berdiri sejak tahun 1973, dimulai oleh Alm. Bapak Haji Rouf yang merupakan suami dari Ibu Sadiyah yang merupakan pemilik dari usaha kerupuk pada saat ini, namun operasional dari usaha ini dijalankan oleh putera dari Ibu Sadiyah yang bernama Bapak Rozak. Motivasi awal mendirikan usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga sendiri.

Pada awal terbentuknya usaha ini modal yang dikeluarkan adalah Rp. 2.500.000,- dan seiring berkembangnya usaha selama usaha kerupuk ini telah memiliki modal sebesar Rp. 546.278.000,-. Setelah bertahun-tahun usaha ini tetap dapat bertahan dari banyaknya pesaing, ini dikarenakan pemilik senantiasa menjaga kualitas dengan selalu memilih bahan baku dengan kualitas baik, serta menjaga kepercayaan dengan rekanan yaitu pemasok bahan baku dan pedagang,

terbukti dari kerjasama yang tidak pernah putus hingga saat ini. Pengolahan kerupuk ikan ini juga didukung oleh melimpahnya hasil tangkapan ikan laut di Kabupaten Gresik yang digunakan untuk bahan baku utama.

Sejak awal berdiri, usaha ini hanya memakai modal pribadi. Memilih menggunakan modal pribadi dikarenakan untuk mengurangi resiko yang ditanggung apabila hasil produksi kurang memadai.

Sampai saat ini pemasaran kerupuk ikan ini tersebar di Gresik yaitu secara langsung di sekitar tempat produksi dan kota lain seperti Sidoarjo Jawa Timur melalui pedagang.

5.2 Aspek Teknis

5.2.1 Faktor Produksi

a. Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku selama usaha ini berjalan tidak pernah mengalami kendala. Pertama karena pelaku usaha telah memiliki rekanan pemasok daging ikan tenggiri beku yang sama sejak usaha berdiri hingga saat ini masih tetap berjalan dengan baik. Kedua letak tempat produksi yang dekat dengan pasar tradisional yang dapat menunjang ketersediaan bahan-bahan lain selain ikan.

b. Tenaga Kerja

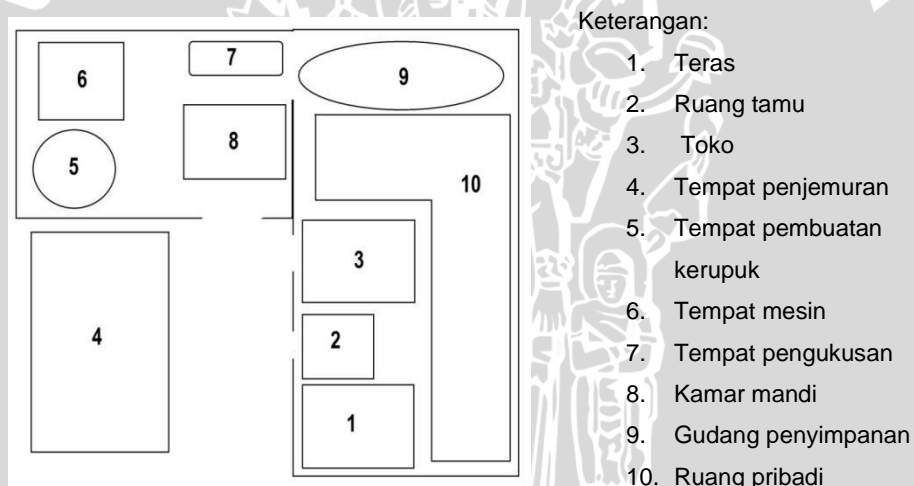
Ketersediaan tenaga kerja berasal dari Desa Klanganan dan Jawa Tengah, tenaga kerja dijalin dengan sistem kekeluargaan. Ada 6 tenaga kerja tetap yang terdiri dari satu penanggungjawab operasional, satu penanggungjawab pengiriman dan pemasaran, serta empat tenaga kerja buruh. Ada pula tenaga kerja borongan dari masyarakat sekitar yang berfungsi sebagai pengrajin bentuk-bentuk kerupuk yang sulit dan tidak dapat dikerjakan sendiri oleh pegawai tetap. Tenaga kerja panggilan kurang lebih berjumlah 6 orang. Seluruh kebutuhan

hidup pekerja, terutama yang berasal dari Jawa Tengah ditanggung oleh pemilik, yaitu makan dan tempat tinggal (tinggal di rumah pemilik).

c. *Layout* Tempat produksi

Bangunan berupa rumah permanen dengan atap asbes dan lantai semen. Memiliki saluran pembuangan air sisa cucian langsung ke selokan yang mengalir lancar dan tidak menimbulkan bau di lingkungan sekitar. Alur produksi pada ruangan sudah baik sudah teratur walaupun harus menyesuaikan kondisi rumah. Hanya tempat pengemasan yang dilakukan di teras dan gudang yang tidak begitu teratur alurnya. Tempat penjemuran cukup luas dan terkena sinar matahari langsung.

Adapun denah tempat usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi, yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. Denah Tempat Usaha

5.2.2 Sarana dan Prasarana

a. Listrik dan Air

Ketersediaan listrik dan air bagi kegiatan usaha pengolahan kerupuk ikan sangat penting. Tenaga listrik yang dibutuhkan usaha kerupuk ini disuplai dari listrik PLN, daya yang digunakan sebesar 1300 watt ini dapat dipenuhi setiap harinya oleh PLN dengan pengecualian beberapa kondisi yang membuat PLN melakukan pemutusan listrik. Listrik digunakan untuk mengoperasikan beberapa

alat utama yang sangat diperlukan untuk menjalankan usaha ini, diantaranya mesin penggiling daging, molen, blender, dan pemotong otomatis.

Sedangkan untuk jaminan ketersediaan air, perusahaan menggunakan sumber air berasal dari PDAM. Sumber air dari PDAM digunakan untuk pelengkap bahan baku produksi dan pencucian bahan-bahan lain. Selama ini tidak ada keluhan tentang kualitas air dari PDAM dan ketersediaan tiap harinya.

b. Fasilitas Transportasi

Kelancaran fasilitas transportasi merupakan hal yang penting bagi pergerakan usaha pembuatan kerupuk ikan ini. Yang dimaksudkan adalah kelancaran pengiriman bahan-bahan untuk produksi serta proses pengiriman produk keluar lokasi.

Akses menuju Desa Klanganon ini sangat baik dengan aspal yang halus, dan jalan di dalam desa ini sudah berupa paving. Desa Klanganon ini dekat dengan tempat wisata religi Makam Sunan Prapen, sehingga transportasi menuju desa ini sangat baik dan lancar.

b. Peralatan Produksi

Dalam proses pengolahan, peralatan merupakan sarana produksi yang penting untuk membantu suatu proses pengolahan dalam merubah bahan hasil perikanan menjadi produk yang dikehendaki. Peralatan yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk ikan ini adalah sebagai berikut:

1. Penggiling Daging

Penggiling daging berfungsi untuk melumat daging ikan tenggiri agar teksturnya lebih lembut dan mudah tercampur dengan bahan-bahan tambahan yang lain.

2. Mesin Pemotong

Mesin ini digunakan untuk memotong adonan kerupuk yang telah dibentuk dan dikukus agar ukuran potongan sama antara satu dan yang lain serta lebih praktis dan menghemat waktu.

3. Molen

Mesin molen ini berfungsi mengaduk dan menguleni adonan kerupuk agar dapat tercampur rasa serta menghasilkan adonan yang kalis.

4. Tungku

Tungku berbahan bakar kayu ini digunakan sebagai pemanasan pengukusan.

5. Dandang

Dandang besar dipergunakan untuk mengukus adonan yang telah dibentuk.

6. Blender

Blender digunakan untuk menghaluskan bumbu yang akan dicampurkan ke dalam adonan.

7. Pisau

Pisau disini memiliki fungsi untuk mengupas dan memotong bumbu yang akan dihaluskan.

8. Oven

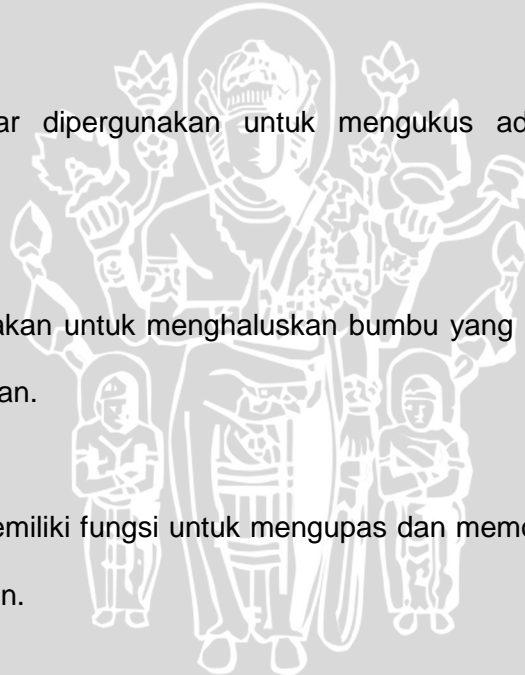
Oven ini berfungsi sebagai pengering cadangan apabila terpaksa tidak dapat melakukan penjemuran karena cuaca yang kurang panas.

9. Tabung gas

Tabung gas elpiji 3 kg ini digunakan sebagai bahan bakar oven.

10. Talenan

Talenan memiliki fungsi sebagai alas potong untuk memotong bumbu-bumbu.



11. Sesek

Sesek bambu digunakan sebagai alas penjemuran kerupuk.

12. Terpal

Terpal memiliki fungsi sebagai penampung sementara kerupuk yang telah dijemur dan akan dikemas.

13. Mesin press

Digunakan untuk merekatkan plastik kemasan dengan sistem pemanasan.

14. Timbangan

Timbangan berfungsi untuk menimbang bahan-bahan yang akan dipergunakan untuk membuat kerupuk dan digunakan untuk menimbang kerupuk yang akan dikemas.

5.2.3 Proses Produksi Kerupuk

1. Persiapan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk ikan adalah daging ikan tenggiri beku. Dengan menggunakan daging yang sudah dibekukan maka tidak perlu lagi menyisakan limbah bagian ikan yang tidak terpakai. Dan daging ikan beku ini tersedia sepanjang tahun. Pasokan daging tenggiri beku diperoleh dari rekanan yaitu nelayan di kabupaten Gresik sendiri. Daging yang dipergunakan dalam satu resep untuk produksi adalah sebanyak 5 kg daging ikan.

2. Persiapan Bahan Tambahan

Bahan tambahan yang digunakan dalam pengolahan dan pembuatan kerupuk tenggiri milik ini adalah bawang putih yang sudah dikupas, tepung tapioka, garam, gula, dan air. Dengan komposisi bawang 2 kg, tapioka 30 kg, garam 2 kg, gula 2,5 kg, dan air sebanyak 1,3 liter.

3. Pencucian

Setelah bahan tambahan dipersiapkan, langkah selanjutnya adalah proses pencucian. Pencucian bahan tambahan yang berupa bawang putih ini seharusnya dilakukan di air mengalir agar kotoran benar-benar hilang (Afrianto & Liviawaty, 1989).

4. Pelumatan Daging

Pelumatan daging ikan bertujuan agar adonan daging ikan tenggiri sebagai bahan baku utama lebih mudah bercampur dengan bahan tambahan lain terutama bumbu. Pelumatan daging tersebut antara lain dengan cara menggiling daging tenggiri hingga halus. Daging ikan dihaluskan dengan alat penggiling daging yang sudah menggunakan listrik (modern) sehingga hasil adonan dagingnya bisa benar-benar halus dan lumat.

5. Peracikan Bumbu dan Pembuatan Adonan

Peracikan bumbu yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk tenggiri adalah bawang putih yang sudah dikupas, gula, garam, penyedap rasa, tepung tapioka, dan air. Sesudah bumbu-bumbu tersebut diracik kemudian dihaluskan dengan menggunakan penghalus otomatis atau modern. Sebelumnya untuk bawang putih, dipotong kecil-kecil untuk mempermudah dalam penghalusan.

Setelah bumbu dihaluskan, kemudian dicampur dengan adonan daging yang sudah dihaluskan dengan cara daging ikan dicampurkan dengan tepung tapioka, cara menambahkan tepung tapioka sedikit demi sedikit serta di tambahkan air sedikit agar adonan tidak terlalu keras. Kemudian adonan kerupuk dimasukkan ke dalam mesin pengaduk agar adonan tercampur, setelah itu dimasukkan bumbu yang sudah dihaluskan antara lain bawang putih, garam, penyedap rasa, dan air dan sedikit oleskan minyak dengan tujuan agar adonan

mudah di aduk dan tidak terlalu keras dan diaduk lagi secara otomatis sampai adonan benar-benar mancampur rata dan lembut serta halus.

6. Pencetakan adonan

Pencetakan adonan dilakukan dengan cara menggulung adonan dengan ketebalan tertentu sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Cetakan adonan ini akan menentukan ukurana kerupuk nantinya, sehingga pada saat pencetakan adonan disarankan menggunakan ukuran yang sudah ditentukan selalu.

7. Pengukusan dan pemotongan

Adonan yang selesai di masukkan ke dalam mesin pengukus yang sudah ada airnya didalamnya dengan air yang sebelumnya sudah dididihkan, tujuan agar pengukusan dapat optimal. Pengukusan dilakukan selama 40 menit dan sampai terdapat perubahan warna cetakan adonan. Kemudian didinginkan selama beberapa jam dengan tujuan untuk memudahkan pemotongan..

Pemotongan dilakukan dengan mesin dengan tujuan agar ukuran seragam untuk memudahkan dalam penggorengan dan untuk memperbagus tekstur. Adonan di potong tidak terlalu tebal agar kerupuk bisa mengembang dan renyah dengan ukuran yang sama.

8. Pengeringan

Setelah dilakukan pengukusan dan pemotongan adonan dilakukan pengeringan kerupuk yang sudah jadi, tetapi masih mentah. Pengeringannya dilakukan di bawah terik sinar matahari selama setengah hingga satu hari sampai kerupuk setengah kering. Hal ini dilakukan agar pada saat pengemasan dan pengiriman kerupuk tidak mudah hancur, apabila terlalu kering akan mudah hancur dan mempengaruhi kualitas kerupuk.

Dari total berat adonan awal sekitar 42 kg, setelah melalui proses pemasakan, pemotongan dan pengeringan, hasil kerupuk yang diperoleh adalah kurang lebih 36 kg kerupuk kering siap kemas.

9. Pengemasan

Langkah terakhir yang cukup menentukan dalam serangkaian aliran produksi adalah pengemasan. Pengemasan dilakukan ketika produk kerupuk tenggiri sudah di keringkan dan telah dipotong sesuai ukuran dan bentuk.

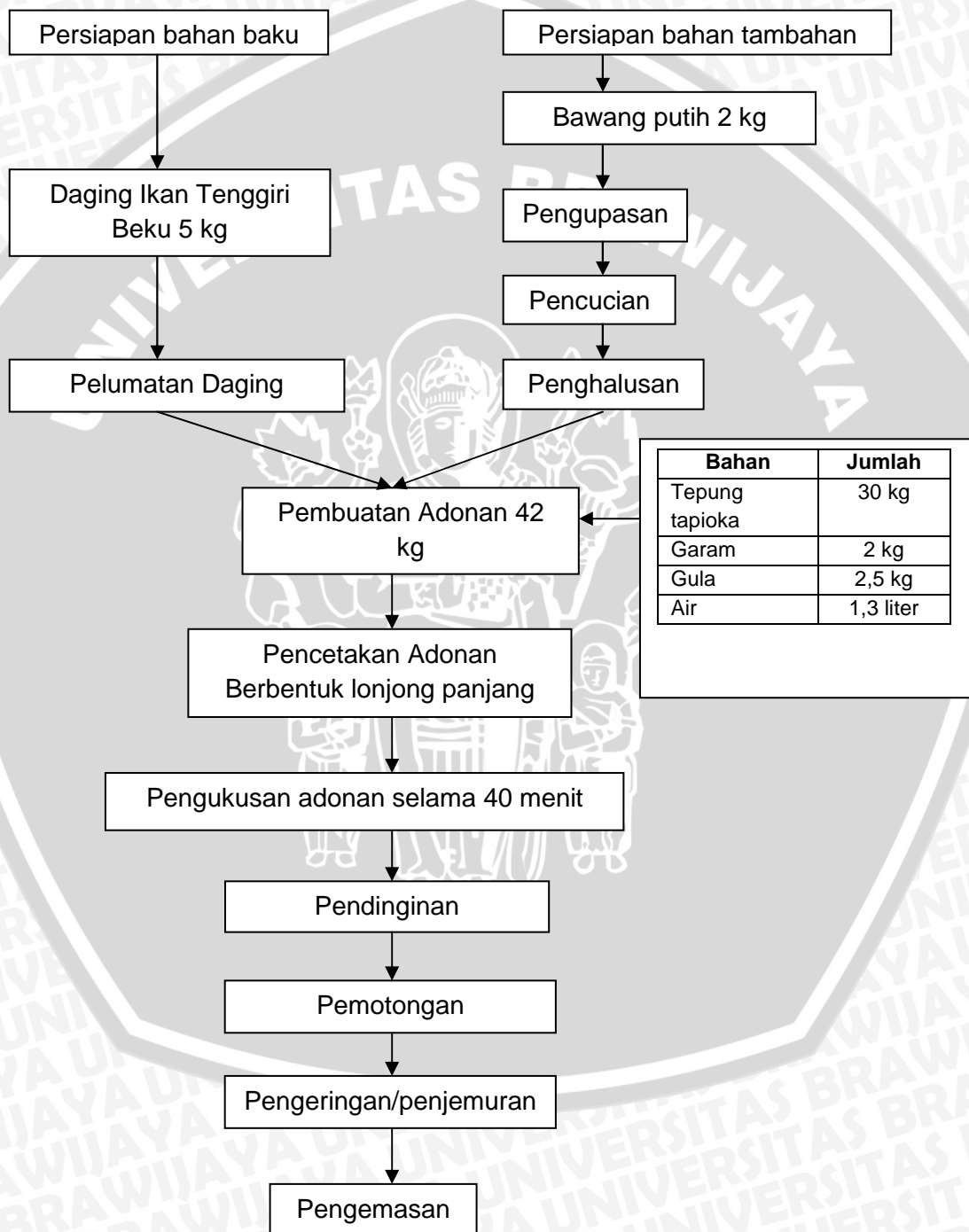
Pengemasan tidak hanya dilakukan sebagai salah satu usaha untuk melindungi atau mengawetkan produk pangan maupun nonpangan, melainkan juga merupakan penunjang bagi transportasi, distribusi, dan yang lebih penting lagi adalah untuk meningkatkan daya saing terhadap produk sejenis di pasaran (Susanto dan Sucipto, 1994).

Tujuan pengemasan selain sebagai usaha untuk melindungi dan mengawetkan produk pangan juga merupakan penunjang bagi transportasi, distribusi, peningkatan nilai tambah serta media promosi untuk menarik minat konsumen. Secara terinci Buckle *et al.*, (2008) menjelaskan fungsi kemasan bahan makanan sebagai berikut: (1) menjaga agar bahan pangan tetap dalam keadaan bersih dan mencegah kontaminasi baik oleh debu maupun kontaminan lain; (2) member proteksi bagi bahan pangan terhadap kerusakan fisik yaitu udara, air dan cahaya; (3) menjamin berlangsungnya proses pengemasan (*handling*, pengisian, penutupan, *processing*, dan seterusnya secara lancer, efektif dan efisien); (4) memenuhi kepentingan konsumen, misalnya mudah dibuka dan ditutup kembali, dan faktor lain yaitu transportasi, penggudangan serta penyimpanan. Untuk itu maka ukuran dan berat setiap unit kemasan harus dirancang secara tepat; (5) sebagai media informasi yang memuat identifikasi produk, petunjuk pemakaian produk, kode produksi, batas waktu kadaluarsa dan lain sebagainya.

Pada usaha ini pengemasan dilakukan dengan berbagai macam bentuk sesuai dengan permintaan. Pengemasan yang diminta pedagang adalah dalam kemasan kardus besar 25 kg tanpa label, karena akan dikemas kembali oleh

pedagang. Namun untuk konsumen biasa, kemasan berupa plastik ukuran 500 gram dan 1 kg yang memiliki label nama usaha, kode produksi, dan informasi lain tentang produk. Kerupuk dikemas manual lalu di rekatkan dengan mesin *press*.

Proses pembuatan kerupuk ikan dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Proses Produksi Kerupuk Ikan

5.3 Aspek Manajemen

Usaha pembuatan kerupuk ikan pada UD Sekarwangi ini tergolong usaha rumah tangga, namun tetap saja aspek manajemen tidak boleh diabaikan, karena dengan manajemen yang baik maka suatu usaha dapat lebih terarah dalam mencapai tujuan usahanya. Sesuai dengan hasil penelitian Senjaya dan Mustamu (2013), bahwa fungsi manajemen pada perusahaan yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan/pergerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Berikut ini analisis aspek manajemen pada usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan pada usaha ini sudah baik. Terlihat dari pemilihan bahan baku yang merupakan ikan beku yang tidak menghasilkan limbah sehingga tidak mencemari lingkungan sekitar yang merupakan pemukiman penduduk. Adapula pemilihan teknologi yang membantu produksi dalam jumlah besar sehingga tidak banyak memerlukan sumberdaya manusia.

Untuk perencanaan pengembangan usaha itu sendiri, pemilik sebenarnya menginginkan lebih baik lagi, namun terkendala oleh keterbatasan luas tempat produksi.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Dalam pengorganisasian berjalannya usaha ini, pemilik menunjuk satu orang sebagai penanggungjawab produksi dan satu orang yang bertanggungjawab pada pemasaran. Berikut ini adalah struktur organisasi usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi.

Berikut ini adalah tugas dan wewenang masing-masing bagian dari usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi.

1. Pemilik

- Bertanggungjawab penuh atas berjalannya usaha.

- Memberikan pengarahan kepada penanggungjawab operasional usaha yaitu penanggungjawab produksi dan pemasaran.

2. Penanggungjawab Produksi

- Menjalankan produksi dan mengkoordinasikan semua bagian dalam proses produksi mulai dari persiapan bahan baku hingga pengemasan produk.
- Bertanggungjawab atas kualitas produk yang dihasilkan.
- Mengatur semua suplai bahan baku untuk produksi kerupuk.

3. Penanggungjawab Pemasaran

- Mengatur dan menjalankan proses pengiriman produk.
- Mempromosikan produk.
- Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran langsung kepada pedagang dan konsumen.

4. Bagian persiapan bahan baku dan tambahan

- Bertugas menyiapkan bahan baku yaitu daging ikan beku dan menghaluskan daging hingga siap dijadikan adonan.
- Bertugas mengupas dan menghaluskan bahan tambahan berupa bawang putih dan bumbu lainnya.

5. Bagian pembuatan adonan dan pengukusan

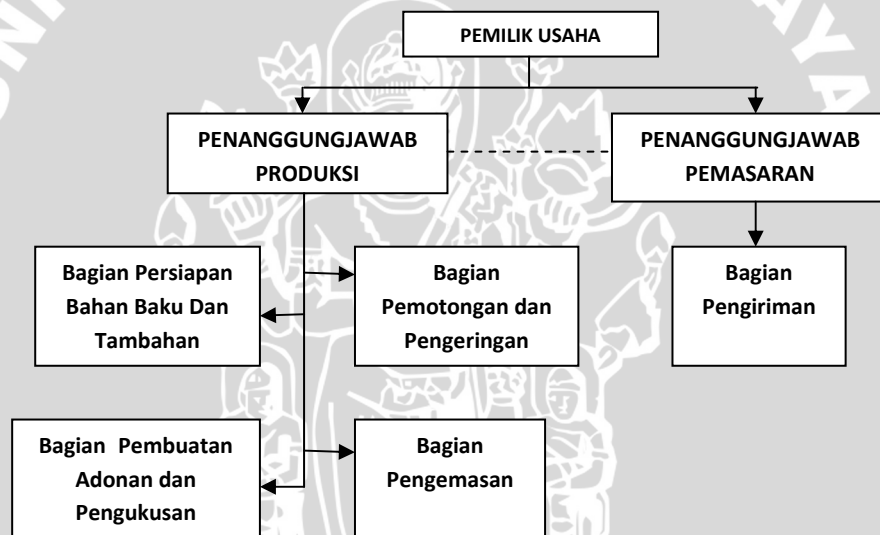
- Bertugas mengolah bahan baku dan tambahan menjadi adonan dengan menggunakan mesin molen hingga kalis dan siap untuk pengolahan berikutnya.
- Bertugas mencetak adonan yang kemudian dikukus hingga matang.

6. Bagian pemotongan dan pengeringan

- Bertugas memotong kerupuk mentah yang sudah dingin dengan menggunakan mesin pemotong.
- Bertugas menjemur hasil kerupuk yang telah dipotong hingga kering dan siap kemas.

7. Bagian pengemasan

- Bertugas menimbang dan mengemas kerupuk kering dalam berbagai kemasan sesuai dengan permintaan pedagang dan konsumen.



Keterangan :

----- = garis koordinasi

———— = garis perintah

Gambar 6. Struktur Organisasi UD Sekarwangi

c. Pergerakan (*Actuating*)

Pergerakan dilakukan secara langsung dilaksanakan oleh dua penanggungjawab. Pada bagian produksi, penanggungjawab memberikan arahan langsung dan memberikan contoh sejak awal pekerja memulai pekerjaannya hingga pekerja dapat dengan mandiri melakukan tugas masing-

masing yang sesuai dengan tujuan usaha. Pemberian contoh dan arahan penting dilakukan agar pekerja dapat yakin dan mampu melaksanakan pekerjaannya, serta usaha dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pada bagian pemasaran, penanggungjawab pada awalnya selalu mendampingi dan mengarahkan pekerja hingga pekerja dapat mengerjakan sesuai dengan rencana yang seharusnya.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Proses pengawasan dalam usaha ini meliputi pengawasan terhadap seluruh proses berjalannya usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha, namun secara langsung pengawasan dilakukan oleh para penanggungjawab operasional.

Penanggungjawab produksi melakukan pengawasan selama proses produksi mulai dari pengawasan bahan baku dan tambahan yang digunakan untuk menjaga kualitas produk, dipastikan bahwa semua bahan yang digunakan sesuai dengan keinginan yaitu berkualitas baik. Pengawasan juga dilakukan dalam penggunaan alat-alat produksi dengan baik dan benar agar kondisi peralatan dapat terjaga dengan baik. Serta pengawasan dilakukan juga pada pengeringan/penjemuran kerupuk untuk memastikan bahwa kerupuk memiliki tingkat kekeringan yang diinginkan yaitu tidak kering sempurna agar tidak mudah patah saat pengemasan dan pengiriman.

Pengawasan oleh penanggungjawab pemasaran yaitu menjalankan dan mengawasi langsung proses pengiriman kepada pedagang dan memastikan bahwa produk yang dikirim telah sampai tujuan dengan kondisi yang baik.

5.4 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui ketika seseorang melakukan suatu kegiatan usaha. Hal ini dikarenakan aspek pemasaran adalah aspek yang berhubungan dengan penyaluran hasil produksi

kepada konsumen yang membutuhkan barang produksi tersebut. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi perlu diperhatikan untuk menarik minat konsumen atau menargetkan konsumen.

a. Produk

Produk yang dihasilkan oleh usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi adalah kerupuk ikan tenggiri. Dalam satu bulan usaha ini dapat menghasilkan kurang lebih 1 ton kerupuk ikan tenggiri. Produksi selama ini masih untuk memenuhi permintaan pedagang tetap saja.

Produk kerupuk ikan tenggiri ini senantiasa dijaga kualitasnya, agar konsumen tidak merasa kecewa apabila kualitas produk berubah.

Kerupuk ikan yang dijual langsung ke konsumen dikemas dalam plastik dengan ukuran 500 gram dan 1 kg yang telah dicantumkan label perusahaan, sedangkan untuk dikirim ke pedagang pengemasan dengan menggunakan plastik besar dan kardus dengan kapasitas kurang lebih 25 kilogram tanpa ada label.

b. Harga

Harga merupakan salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memutuskan membeli suatu barang. Pada usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi ini penetapan harga didasari oleh total biaya produksi dan persaingan dengan produk sejenis yang beredar di pasaran. Harga yang ditentukan sebenarnya lebih tinggi daripada produk pesaing, namun usaha ini tidak ragu dalam penentuan harga yang lebih mahal ini, hal ini dikarenakan usaha ini yakin atas kualitas produk yang terus dijaga dan tidak mau mengikuti persaingan harga murah yang mengakibatkan penurunan kualitas produk. Harga kerupuk ikan tenggiri dipatok sebesar Rp 35.000,00 per kilogram, harga tersebut sudah melebihi biaya produksi yang dikeluarkan untuk per kilogramnya.

c. Lokasi (Tempat atau Distribusi)

Penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk ke tangan konsumen termasuk dalam cakupan distribusi. Distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh pada waktu dan tempat yang tepat. Sedangkan saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir (Suliyanto, 2010).

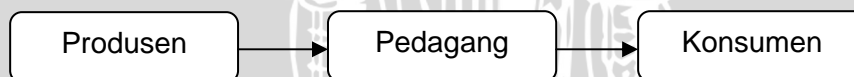
Untuk mendapatkan kerupuk ikan ini konsumen dapat langsung datang ke tempat produksi yang sekaligus toko yang menjual semua produk dari usaha ini. Produk juga dipasarkan melalui pedagang besar yang mengemas kembali produk untuk dijual kembali di Sidoarjo.

Saluran distribusi produk kerupuk ikan ini dapat dilihat pada gambar 7.

Saluran 1



Saluran 2



Gambar 7. Saluran Distribusi

d. Promosi

Kegiatan promosi sangat penting dilakukan untuk mengenalkan barang yang dijual kepada konsumen. Tanpa adanya kegiatan promosi, konsumen tidak akan mengetahui produk akan ditawarkan. Pada awal mulanya, promosi dilakukan dengan cara pengenalan langsung kepada konsumen. Setelah berjalan bertahun-tahun usaha ini masih memiliki konsumen yang setia. Kegiatan promosi yang dilakukan sampai saat ini juga sangat terbantu oleh kegiatan

pameran yang diselenggarakan oleh Koperasi Mina Laut yang ada di Kabupaten Gresik. Adanya promosi ini memberi peningkatan pendapatan yang cukup baik.

5.5 Aspek Finansial

Berdasarkan penelitian Kusrina (2010), yang meneliti kelayakan usaha berdasarkan beberapa aspek, salah satunya aspek finansial. Aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang dapat menjadi parameter kelayakan usaha yang digunakan untuk pertimbangan melakukan pengembangan usaha.

5.5.1 Analisis Jangka Pendek

a. Permodalan

Modal yang dipergunakan usaha pembuatan kerupuk ikan UD Sekarwangi murni merupakan modal milik sendiri. Sehingga pelaku usaha tidak memiliki tanggungan hutang kepada pihak lain.

Modal dalam usaha pembuatan kerupuk ikan ini meliputi Modal Usaha, Modal Investasi dan Modal Kerja. Besarnya Modal yang dibutuhkan untuk usaha adalah sebagai berikut:

- Modal investasi

Besarnya modal investasi yang digunakan dalam usaha pembuatan kerupuk ikan tenggiri ini adalah sebesar Rp.301.570.000,00. Dengan uraian perincian modal investasi yang dapat dilihat pada lampiran 3.

- Modal Kerja

Besarnya modal kerja yang dipergunakan dalam usaha pembuatan kerupuk ikan tenggiri dalam waktu satu tahun adalah sebesar Rp.250.498.400,00.

Dengan perincian yang dapat dilihat pada lampiran 5.

- Modal Usaha

Besarnya modal usaha diperoleh dari penjumlahan antara modal investasi dan modal kerja. Modal usaha untuk usaha pembuatan kerupuk ikan ini adalah sebesar Rp.552.068.400,00. Uraian rincian modal usaha dapat dilihat pada lampiran 5.

b. Biaya produksi

Berdasarkan sifatnya biaya digolongkan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*Fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*Variabel cost*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak terpengaruhi oleh besar kecilnya produk yang dihasilkan. Sedangkan yang dimaksud dengan biaya tidak tetap adalah biaya yang selalu berubah tergantung besar kecilnya produksi (Riyanto, 2001).

Biaya tetap sebesar Rp.115.670.000,00 dan biaya tidak tetap sebesar Rp.134.828.400,00 sehingga total biaya adalah Rp. 250.484.400,00 dan perincian biaya dapat dilihat pada lampiran 4 dan 5, serta perhitungan pada lampiran 6.

c. Penerimaan

Penerimaan produksi total adalah penerimaan penjualan total dikurangi dengan biaya penjualan. Ini adalah penerimaan penjualan yang diberikan kepada bagian produksi dari perusahaan. Revenue yang berarti penerimaan adalah sebagai jumlah yang diperoleh dari penjualan sejumlah output yang dihasilkan seorang produsen atau perusahaan. Penerimaan atau revenue, adalah penghasilan dari penjualan barang-barang atau barang-barang dagangan (Nurdin, 2010).

Produksi pertahun kurang lebih 12.000 kg, dengan harga jual 35.000 rupiah per kilogram. Penerimaan total usaha ini per tahunnya yaitu Rp.420.000.000,00 perhitungan ada di lampiran 6.

d. RC Ratio

Menurut primyastanto dan Azhar (2003), Revenue Cost Ratio adalah perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang bertujuan untuk menyatakan apakah suatu usaha sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Adapun nilai R/C ratio yang diperoleh adalah 1,67 dengan perhitungan dalam Lampiran 6. Nilai yang di dapat lebih dari 1 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa usaha ini memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan.

e. Keuntungan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap. Adapun keuntungan yang diperoleh usaha kerupuk ikan ini per-tahunnya adalah Rp. 169.501.600,00 dengan perincian seperti pada Lampiran 6.

f. Break Event Point

BEP diartikan sebagai suatu keadaan dimana dalam menjalankan suatu usaha/kegiatan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian atau dengan kata lain total pendapatan yang diperoleh sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Jadi pada prinsipnya total biaya dapat dipakai sebagai ukuran impasnya yaitu sebesar total biaya itu sendiri (Einvest, 2011).

Dari perhitungan didapatkan hasil yaitu BEP sales sebesar Rp.170.102.941,00 dan BEP unit sebesar 8160 kg, rincian terdapat pada Lampiran 6.

g. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut (Riyanto, 1995). Rentabilitas yang diperoleh adalah 30,7 %, dan perincian hitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

5.5.2 Analisis Jangka Panjang

a. Net Present Value (NPV)

Analisis *Net Present Value (NPV)* merupakan perbandingan antara aliran kas masuk bersih (*proceeds*) dengan nilai sekarang dari biaya pengeluaran suatu investasi (*outlays*). Jika hasil perhitungan NPV positif berarti investasi akan memberikan hasil yang lebih tinggi dibandingkan *rate of return* minimum yang diinginkan, namun apabila hasil negative maka investasi sebaiknya ditolak. Perhitungan NPV dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel*, dengan hasil sebesar 651.027.771 dengan menggunakan *discount rate* 15%, rincian dapat dilihat pada lampiran 9.

b. Internal Rate of Return (IRR)

Analisis *Internal Rate of Return (IRR)* digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan – penerimaan kas bersih dimasa mendatang. Dari hasil perhitungan menggunakan program *Microsoft Office Excel* menghasilkan 58% dengan perincian pada lampiran 9.

c. Profitability Index (PI)

Metode *Profitability Index (PI)* merupakan metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih di masa yang akan datang (*proceeds*) dengan nilai sekarang investasi (*outlays*). Dari perhitungan menggunakan *Microsoft Excel* dihasilkan PI sebesar 2,16 dengan perincian pada lampiran 9. Menurut Suliyanto (2010), kriteria kelayakan penerimaan investasi dengan menggunakan metode PI adalah suatu investasi yang diusulkan dinyatakan layak jika PI lebih besar dari satu.

d. Payback Period (PP)

Payback period (PP) merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah

diinvestasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*) tahunan yang dihasilkan oleh proyek investasi tersebut. Dari perhitungan dengan menggunakan Microsoft Excel diperoleh hasil PP yaitu 1,98 atau selama 1 tahun 11 bulan 27 hari, dengan perincian pada lampiran 9.

e. Average Rate of Return (ARR)

Analisis *Average Rate of Return (ARR)* digunakan untuk menghitung tingkat keuntungan yang diperoleh dari suatu investasi. Perhitungan ARR pada analisis finansial usaha kerupuk ini menghasilkan ARR atas dasar *initial investment* sebesar 47,5%, dan ARR atas dasar *average investment* sebesar 95%. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 10.

5.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT ini digunakan untuk menentukan strategi pengembangan dengan mengetahui faktor – faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor – faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memiliki pengaruh besar terhadap usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi.

5.6.1 Analisis Faktor-faktor Internal

a. Kekuatan

1. Lokasi usaha yang strategis

Lokasi usaha yang merupakan tempat produksi sekaligus toko ini sangat strategis. Berada tidak jauh dari kawasan wisata religi Makam Sunan Prapen dan Makam Sunan Giri yang relatif ramai dikunjungi oleh peziarah dan wisatawan yang berpotensi membeli oleh-oleh dari sekitar tempat wisata. Dengan lokasi yang dekat dengan keramaian wisatawan, maka kesempatan untuk mengenalkan produk kepada konsumen yaitu wisatawan yang memiliki minat untuk membeli oleh-oleh lebih besar. Serta tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk biaya pengiriman.

2. Didukung oleh sumberdaya manusia yang dapat menggunakan teknologi

Usaha kerupuk ini memiliki sumberdaya manusia yang memiliki kualitas yang baik dan terampil dalam mengoperasikan beberapa teknologi yaitu alat-alat modern yang digunakan dalam proses produksi. Alat-alat tersebut adalah mesin penggiling daging otomatis, molen, dan mesin pemotong. Dengan keterampilan yang baik dalam pengoperasian alat-alat dapat menunjang hasil produksi yang optimal, mempercepat proses produksi, dan menghemat tenaga. Selain itu keterampilan dan keahlian dalam mengoperasikan alat-alat juga dapat memperpanjang umur ekonomis dari alat-alat tersebut, karena penggunaannya yang benar membuat alat menjadi awet.

3. Hubungan yang baik antara pimpinan dan pekerja

Suatu hubungan yang baik dalam suatu kerjasama kerja sangatlah penting bagi jalannya suatu pekerjaan. Di dalam usaha kerupuk ini pimpinan usaha senantiasa menjaga hubungan baik. Hubungan dengan pekerja dijalin secara kekeluargaan tanpa menghilangkan rasa hormat satu sama lain. Pimpinan selalu berusaha member kepercayaan kepada pekerjanya dalam mengerjakan tugas masing-masing, namun tidak menghilangkan pengawasan terhadap masing bagian. Dengan menerapkan hubungan kekeluargaan yang akrab, komunikasi antara pimpinan dan pekerja serta antar pekerja berjalan dengan baik. Komunikasi yang baik dapat menghindarkan dari konflik yang dapat menghambat jalannya pekerjaan. Dengan komunikasi dan hubungan yang baik ini pula pimpinan dapat memastikan usaha berjalan dengan baik sesuai harapan dan rencana.

4. Tidak menghasilkan limbah sisa produksi

Keberadaan limbah dari suatu sisa produksi sangatlah mengganggu dan bahkan terkadang memerlukan perlakuan khusus serta biaya tambahan agar tidak mencemari lingkungan. Usaha kerupuk ini memiliki keunggulan karena

bahan baku menggunakan daging ikan tenggiri beku, sehingga dalam produksi kerupuk ikan ini tidak menghasilkan limbah sama sekali. Pemilik usaha tidak perlu memberi penanganan khusus untuk mengatasi limbah yang dapat menyita energi bahkan biaya yang dapat membebani usaha. Lingkungan sekitar pun tidak merasa terganggu dengan keberadaan usaha ini, karena lingkungannya yang merupakan pemukiman penduduk sama sekali tidak tercemar.

5. Memiliki kepastian pasokan bahan baku untuk produksi sepanjang tahun

Bahan baku daging tenggiri beku merupakan sesuatu yang sangat penting untuk usaha ini dalam memproduksi kerupuk ikan ini. Apabila bahan baku sulit atau bahkan tidak bisa didapatkan maka proses produksi juga tidak dapat dijalankan. Usaha kerupuk ini memiliki kepastian akan pasokan bahan baku daging ikan tenggiri beku sepanjang tahun dari pemasok tetap yang telah bekerjasama selama bertahun-tahun. Dengan adanya kepastian akan pasokan bahan baku ini usaha akan dengan mudah menjalankan proses produksi dan memenuhi permintaan konsumen. Produksi dapat selalu terjaga kapasitasnya dapat konsumen selalu dapat memperoleh kerupuk ikan ini sepanjang tahun.

b. Kelemahan

1. Keterbatasan luas tempat produksi

Besar kecilnya luas tempat produksi juga menentukan kapasitas produksi dari suatu usaha. Dengan tempat produksi yang luas maka dapat digunakan untuk memproduksi kerupuk yang lebih banyak, karena kapasitas ruang dapat digunakan untuk menempatkan alat-alat produksi yang kapasitasnya lebih besar pula. Tempat produksi yang juga merupakan tempat tinggal pribadi pemilik usaha, memiliki ruang untuk kegiatan produksi yang tidak terlalu luas membuat usaha ini kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi karena keterbatasan tersebut.

2. Keterbatasan jumlah tenaga kerja

Jumlah tenaga kerja yang banyak dengan kerja yang optimal dapat meningkatkan kapasitas produksi usaha. Memiliki tenaga kerja yang banyak dapat mempercepat produksi untuk memenuhi permintaan konsumen, sehingga hasil yang diperoleh lebih besar pula. Namun dalam usaha kerupuk ikan ini tenaga kerja yang dimiliki relatif sedikit yaitu total enam orang, hal ini menyebabkan kemampuan dalam produksi juga terbatas sehingga kapasitas produksinya sulit ditingkatkan. Mengingat luas tempat produksi juga tidak terlalu luas maka untuk menambah jumlah tenaga kerja pun masih belum memungkinkan untuk dilakukan oleh pemilik usaha.

3. Tidak adanya pembukuan keuangan secara rinci

Membuat rincian laporan keuangan perlu dilakukan, dengan melakukan pencatatan transaksi keuangan maka dapat diketahui secara pasti berapa biaya yang dikeluarkan dan berapa pemasukan dari hasil penjualan. Dengan mengetahui rincian biaya yang telah dikeluarkan maka pemilik dapat membuat evaluasi biaya produksi, apakah efisien atau tidak. Apabila belum efisien maka dapat dipangkas biayanya, hal tersebut dapat menghemat biaya produksi. Dan mengetahui pemasukan dari hasil penjualan dapat dijadikan motivasi untuk mengembangkan usaha serta untuk mengawasi kesesuaian pemasukan dan pengeluaran yang sebenarnya. Sangat disayangkan saha ini tidak memiliki pembukuan keuangan yang rinci. Hal ini menyebabkan pemilik tidak mengetahui secara pasti berapa angka pengeluaran dan pemasukan, sehingga tidak dapat diketahui berapakah penghasilan pasti dari waktu ke waktu.

4. Kurangnya kegiatan promosi

Kegiatan promosi sangatlah penting untuk mengenalkan barang produksi kepada konsumen secara langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan, maka promosi adalah sarana

yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Selain mengikuti pameran, usaha ini tidak melakukan kegiatan promosi lainnya. Maka dari itu selama ini produk hanya dikenal di sekitar tempat usaha dan di Sidoarjo melalui satu pedagang saja.

5. Proses pengeringan yang masih bergantung pada sinar matahari

Proses pengeringan merupakan proses akhir dari pembuatan kerupuk yang sangat penting, karena proses pengeringan ini menentukan kualitas dari kerupuk yang dihasilkan. Pada usaha ini, untuk mengeringkan kerupuk masih mengandalkan sinar matahari. Walaupun ada oven yang digunakan untuk mendukung proses pengeringan, namun ukuran yang kecil dan tidak memadai untuk mengeringkan dalam jumlah besar. Dan juga penggunaan oven menambah biaya karena bahan bakar yang digunakan adalah gas. Jadi apabila sinar matahari tidak terik, maka proses pengeringan pun akan terhambat dan lama-lama kualitas yang dihasilkan tidak begitu baik karena proses pengeringan tidak sempurna.

Pemberian skor Faktor Strategi Internal (IFAS) dari usaha pembuatan kerupuk ikan UD Sekarwangi dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Pemberian Skor Faktor Strategi internal (IFAS)

Faktor – faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
1. Lokasi usaha yang strategis	0,1	3	0,3	Diberikan bobot 0,1 karena lokasi mudah dijangkau dan berpengaruh pada proses pemasaran, namun tidak terlalu banyak pengaruhnya karena permintaan terbesar bukan dari daerah sekitar sehingga rating diberi angka 3.
2. Didukung SDM yang dapat menggunakan teknologi	0,05	2	0,1	SDM yang terampil menggunakan alat-alat berteknologi dapat

3. Hubungan yang baik antara pimpinan dan pekerja	0,05	2	0,1	<p>menunjang proses produksi, diberikan bobot 0,05 dan rating 2 karena tidak terlalu banyak mempengaruhi banyaknya penjualan.</p> <p>Hubungan yang terjalin dengan kekeluargaan dapat menambah rasa percaya dalam bekerja dan mempermudah pengawasan. Diberikan bobot 0,05 dan rating 2 karena tidak terlalu banyak mempengaruhi hasil penjualan.</p>
4. Tidak menghasilkan limbah sisa produksi	0,075	2	0,15	<p>Tidak adanya limbah yang dibuang membuat lingkungan tidak terganggu. Diberikan bobot 0,075 karena tidak menghasilkan limbah adalah keunggulan yang lebih dapat terlihat dan diberi rating 2 karena tidak terlalu berpengaruh terhadap penjualan.</p>
5. Bahan baku daging tenggiri beku yang tersedia sepanjang tahun	0,2	4	0,8	<p>Bahan baku yang digunakan tersedia sepanjang tahun, sangat mendukung pemenuhan produksi. Bobot 0,2 merupakan bobot tertinggi, karena bahan baku merupakan hal utama agar produksi dapat berlanjut, dan rating diberikan 4.</p>
Jumlah			1,45	
Kelemahan				
1. Keterbatasan luas tempat produksi	0,05	2	0,1	<p>Tempat produksi yang sempit membuat kapasitas produksi sulit ditambah. Diberikan bobot 0,05 karena pengaruhnya sedikit, dan rating 2 karena merupakan hal yang buruk dan menghambat penambahan produksi.</p>
2. Keterbatasan jumlah tenaga kerja	0,05	2	0,1	<p>Tenaga kerja yang dimiliki sedikit sehingga produktivitasnya juga sedikit. Diberikan bobot</p>

3. Tidak adanya pembukuan keuangan secara rinci	0,05	3	0,15	0,05 karena pengaruhnya sedikit, dan rating 2 karena dapat menghambat penambahan produksi. Tidak membukukan pemasukan dan pengeluaran sehingga sulit dianalisis mana yang harus dikembangkan. Diberikan bobot 0,05 karena dapat mempengaruhi kelancaran usaha, namun diberi rating 3 karena pengaruhnya tidak terlalu buruk.
4. Kurangnya kegiatan promosi	0,175	2	0,35	Promosi kurang, sehingga konsumen langsung hanya sedikit. Diberikan bobot 0,175 mendekati bobot tertinggi karena pengaruhnya yang mempengaruhi peningkatan permintaan, dan diberikan rating 2 karena berpengaruh buruk.
5. Proses pengeringan yang masih bergantung pada sinar matahari	0,2	1	0,2	Pengeringan masih mengandalkan sinar matahari, sehingga menghambat proses produksi, walaupun ada oven namun kapasitasnya kecil. Diberikan bobot 0,2 karena besar pengaruhnya terhadap kualitas produk, dan rating 1 karena ketergantungan berakibat kurang menentu jalannya usaha.
Jumlah			0,9	
Total	1,00		2,35	

5.6.2 Analisis Faktor-faktor Eksternal

a. Peluang

1. Permintaan yang besar dari pedagang

Memiliki permintaan akan barang produksi menandakan produk tersebut memiliki konsumen dan diminati. Semakin besar permintaan maka akan semakin besar penjualan produk tersebut. Permintaan barang selama ini masih

didominasi oleh permintaan satu pedagang besar yang akan menjual kembali produk di daerah Sidoarjo. Hampir seluruh hasil produksi digunakan untuk memenuhi permintaan dari pedagang ini. Permintaan terkadang melebihi kapasitas produksi dari usaha ini dan membuat pemilik kesulitan dalam memenuhi permintaan. Usaha ini memiliki permintaan yang besar akan produknya dan masih memiliki potensi bertambah jumlah permintaanya.

2. Mudah mendapatkan bahan baku dari pemasok

Kemudahan dalam mendapatkan bahan baku untuk kerupuk ikan dapat menunjang kelancaran dalam menjalankan proses produksinya. Usaha ini memiliki pemasok tetap untuk bahan baku daging tenggiri beku yang telah menjalin kerjasama sejak lama. Pemasok daging tenggiri beku adalah nelayan yang memiliki usaha pengerolan daging tenggiri di Kabupaten Gresik sendiri. Pemasok bahan baku ini dapat memenuhi permintaan sepanjang tahun untuk memproduksi kerupuk ikan ini. Juga ditunjang dengan hubungan yang baik antara pemasok dengan pemilik usaha sehingga tidak ada kendala berarti dalam pemenuhan bahan baku.

3. Peran Pemerintah dalam kegiatan promosi

Pemerintah harus berperan serta dalam mengembangkan perekonomian masyarakat, terutama usaha kecil menengah yang masih memerlukan banyak perhatian dalam menjalankan usahanya. Peran serta pemerintah sangat penting karena usaha kecil dapat menyerap tenaga kerja yang lebih luas di dalam masyarakat dan perekonomian masyarakat pun akan dapat ditingkatkan. Pemerintah memiliki peran dalam kegiatan promosi produk dengan mengikutkan usaha-usaha kecil ke dalam pameran melalui pameran oleh Koperasi Mina Laut di Kabupaten Gresik. Pameran ini sangat berguna untuk mengenalkan produk. Usaha kerupuk ikan ini juga turut serta dalam kegiatan pameran sebagai sarana promosi, dan produk pun dapat dikenalkan kepada konsumen yang lebih luas.

4. Akses jalan dan transportasi yang baik untuk menuju tempat usaha

Akses jalan yang bagus dan transportasi yang baik untuk menuju ke tempat usaha dapat menunjang kelancaran jalannya usaha. Dengan jalan yang kondisinya baik, maka akses ke lokasi usaha dapat berjalan lancar. Jalan menuju ke tempat usaha sangat baik dan tidak berlubang, hal ini dapat memperlancar akses keluar masuk barang baik pemasok bahan baku dan pengiriman barang produksi. Hal tersebut dapat menghemat waktu yang diperlukan untuk keluar masuk lokasi usaha.

5. Tingkat persaingan yang rendah di wilayah Desa Klanganon

Adanya persaingan merupakan suatu ancaman akan jalannya suatu usaha, karena apabila iklim usaha sangat kompetitif di suatu pangsa pasar dan suatu usaha kehilangan daya saing maka pangsa pasarnya dapat direbut oleh kompetitornya. Dalam persaingan usaha kerupuk ikan ini hanya sedikit pesaing yang memproduksi kerupuk ikan tenggiri di desa Klanganon. Hanya terdapat dua produsen kerupuk ikan lainnya di desa ini. Dan menurut pemilik, dari segi kualitas produknya masih unggul walaupun memberikan harga yang lebih tinggi, konsumen tetap memilih produknya.

b. Ancaman

1. Kondisi cuaca yang tidak menentu

Cuaca yang panas dan terik sangat diperlukan untuk prose pengeringan kerupuk. Apabila pengeringan kerupuk ikan ini tidak berjalan sempurna, maka kualitas yang dihasilkan tidak baik. Penurunan kualitas dapat membuat usaha ini tidak dapat memenuhi kualitas produk kerupuk yang disukai konsumennya dan dapat membuat penurunan penjualan. Kondisi cuaca yang cenderung hujan sepanjang tahun dan sulit diprediksi sangat berpengaruh pada proses pengeringan adonan kerupuk. Pada kondisi panas terik pengeringan hanya

memerlukan waktu 4 jam, dan apabila cuaca tidak panas akan memakan waktu lama dan menghambat proses produksi.

2. Kenaikan harga BBM

Kenaikan bahan bakar minyak (BBM) sangat berpengaruh terhadap biaya produksi yang dikeluarkan. Kenaikan harga BBM ini menyebabkan harga bahan-bahan tambahan seperti tepung dan bawang putih melonjak naik biaya produksi pun akan semakin meningkat. Serta biaya pengiriman juga ikut meningkat. Dengan biaya operasional yang meningkat, usaha juga tidak dapat serta merta menaikkan harga secara drastis maka yang terjadi adalah margin keuntungan yang diperoleh akan semakin kecil dan penerimaan akan semakin berkurang.

3. Adanya kompetitor produsen kerupuk ikan di Sidoarjo

Kompetitor merupakan ancaman untuk suatu usaha. Dengan adanya kompetitor di pangsa pasar yang sama dapat membuat permintaan akan barang produksinya berkurang atau bahkan kehilangan pangsa pasar apabila gagal bersaing. Wilayah pemasaran terbesar adalah di Sidoarjo. Di wilayah Sidoarjo sendiri juga merupakan kawasan industri olahan ikan termasuk kerupuk ikan. Apabila usaha ini tidak mempertahankan kualitas dan daya saing, kompetitor dapat mengambil pasar dari usaha ini karena mengingat lokasi kompetitor lebih dekat dengan pasar.

4. Proses sertifikasi halal yang rumit dan mahal

Pada saat ini sertifikasi halal telah menjadi standar untuk makanan yang layak dikonsumsi. Dimana sertifikasi halal ini menjamin bahwa suatu produk konsumsi aman dan halal untuk dikonsumsi yang dilihat dari segi bahan yang digunakan, peralatan yang dipakai, hingga bagaimana proses produksi dilakukan. Untuk menambah kepercayaan konsumen, usaha ini telah memiliki sertifikasi halal sejak tahun 2012. Namun salah satu hal yang dikeluhkan oleh pemilik usaha ini adalah prosedur pembuatannya dinilai rumit dan memerlukan

dana yang besar menurut usaha-usaha kecil. Sehingga prosesnya sedikit memberatkan, apalagi sertifikasi harus diperbarui 2 tahun sekali.

5. Kondisi lalu lintas yang cenderung macet dari Gresik ke Sidoarjo

Proses pengiriman yang dapat berjalan lancar dapat menghemat waktu kerja untuk pengiriman. Dan ketepatan waktu juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Kondisi lalu lintas dari arah Gresik ke Sidoarjo atau sebaliknya sering mengalami kemacetan walaupun sudah melewati jalan tol. Hal ini berdampak pada ketepatan waktu pengiriman dan biaya bahan bakar kendaraan, apabila sering terkena macet akan lebih boros bahan bakar.

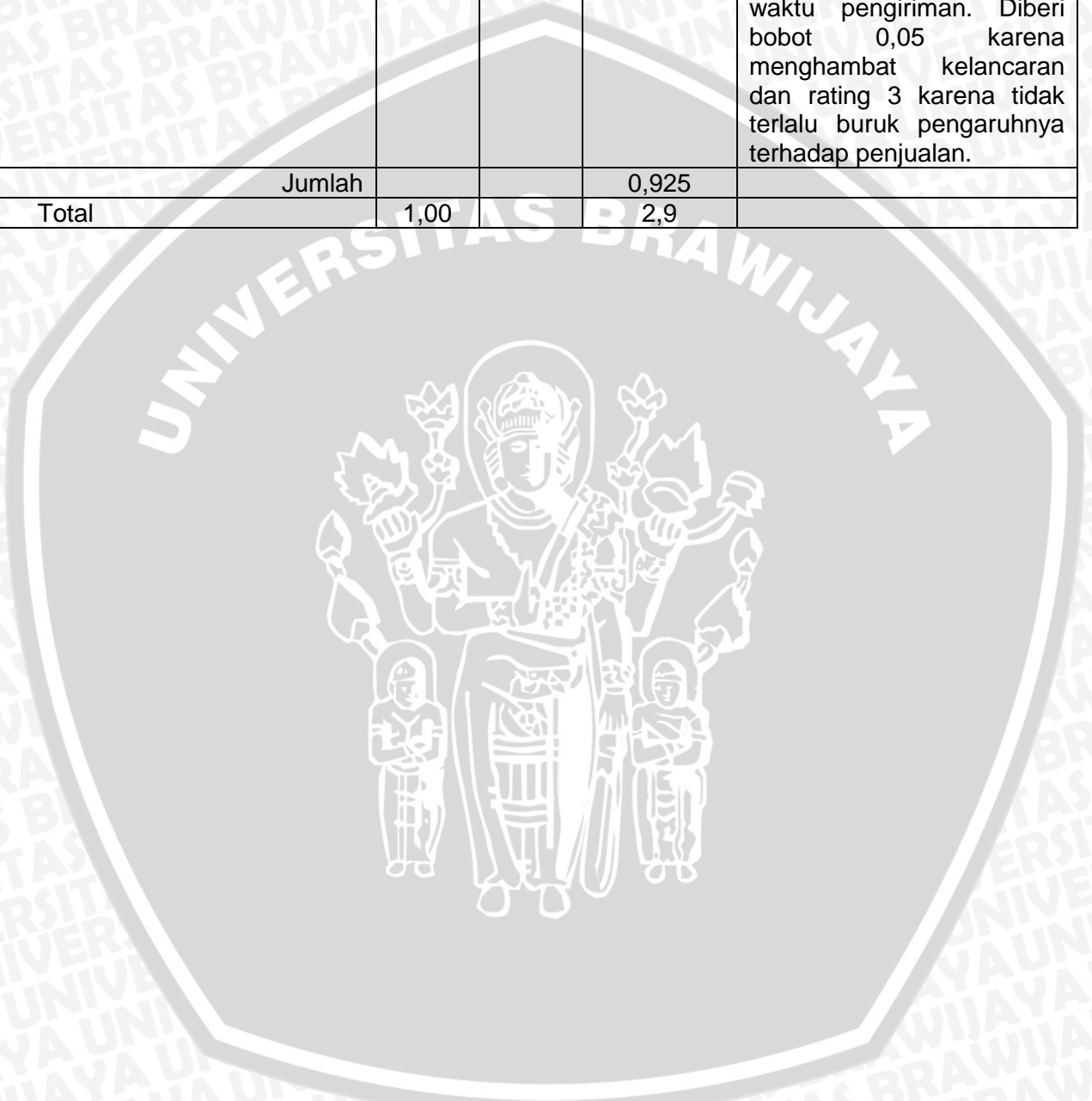
Pemberian skor terhadap Faktor Strategi Eksternal (EFAS) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Pemberian Skor Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor – faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang 1. Permintaan yang besar dari pedagang	0,2	4	0,8	Permintaan dari pedagang yang merupakan konsumen utama sangat berpengaruh pada berjalannya usaha. Diberikan bobot 0,2 karena pengaruhnya besar terhadap penghasilan dan rating diberikan 4.
2. Mudah mendapatkan bahan baku dari pemasok	0,2	4	0,8	Pemasok yang selalu dapat menyediakan bahan baku sepanjang tahun sangat penting untuk memenuhi permintaan produksi. Diberikan bobot 0,2 karena merupakan faktor penting dalam kepastian produksi dan diberikan rating 4 karena sangat berpengaruh.
3. Peran pemerintah dalam kegiatan promosi	0,1	2	0,2	Pameran yang diadakan dinilai membantu tetapi tidak terlihat signifikan.

4. Akses jalan dan transportasi yang baik	0,075	2	0,15	Diberikan bobot 0,1 karena membantu pemasaran ke wilayah yang lebih luas, namun diberikan rating 2 karena hasilnya tidak terlalu besar. Akses jalan yang baik mendukung aktifitas usaha. Diberikan bobot 0,075 karena berpengaruh terhadap kelancaran usaha dan rating 2 karena tidak terlalu bagus pengaruhnya.
5. Tingkat persaingan yang rendah di wilayah desa Klanganon	0,025	1	0,025	Pesaing ada namun hanya sedikit mempengaruhi. Diberikan bobot 0,025 dan rating 1 karena kurang berpengaruh penting terhadap jalannya usaha.
Jumlah			1,975	
Ancaman				
1. Kondisi cuaca yang tidak menentu	0,2	2	0,4	Kondisi cuaca yang tidak menentu membuat proses pengeringan terhambat. Diberikan bobot 0,2 karena banyak pengaruhnya terhadap proses produksi, dan rating 2 karena pengaruhnya buruk.
2. Kenaikan harga BBM	0,1	2	0,2	Harga BBM yang naik membuat harga bahan-bahan tambahan menjadi naik dan biaya pengiriman meningkat. Diberikan bobot 0,1 karena pengaruhnya terhadap biaya produksi dan diberi rating 2 karena pengaruhnya buruk.
3. Adanya kompetitor produsen kerupuk di Sidoarjo	0,025	4	0,1	Keberadaan produsen kerupuk di Sidoarjo dapat merebut pasar apabila kualitas dan daya saing produk menurun. Diberikan bobot 0,025 karena tidak terlalu penting, dan rating 4 karena bukan hal yang buruk.
4. Proses sertifikasi halal yang rumit dan mahal	0,025	3	0,075	Sertifikasi halal yang dapat menambah kepercayaan konsumen dinilai rumit dan menghabiskan biaya yang tidak sedikit. Diberikan bobot 0,025 karena tidak terlalu

<p>5. Kondisi lalu lintas yang cenderung macet dari Gresik ke Sidoarjo</p>	<p>0,05</p>	<p>3</p>	<p>0,15</p>	<p>berpengaruh, dan rating 3 karena tidak buruk pengaruhnya. Kondisi lalu lintas yang macet saat pengiriman dapat membebani biaya pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman. Diberi bobot 0,05 karena menghambat kelancaran dan rating 3 karena tidak terlalu buruk pengaruhnya terhadap penjualan.</p>
<p>Jumlah</p>			<p>0,925</p>	
<p>Total</p>	<p>1,00</p>		<p>2,9</p>	



5.7 Matrik SWOT

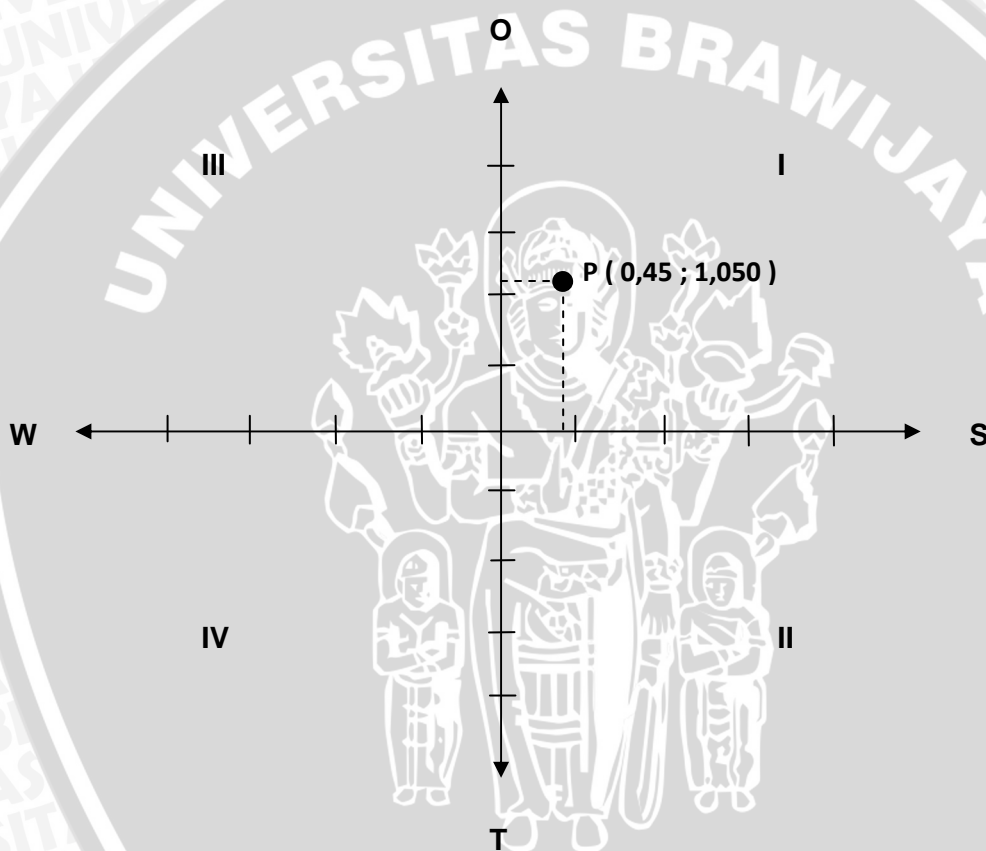
Setelah ditemukan faktor-faktor internal dan eksternal, maka dibuat matrik SWOT yang digunakan untuk merumuskan strategi-strategi. Matrik SWOT ditunjukkan pada tabel 7.

Tabel 7. Matrik SWOT

<p>IFAS</p>	<p>KEKUATAN (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usah yang strategis 2. Didukung SDM yang dapat menggunakan teknologi 3. Hubungan yang baik antara pimpinan dan pekerja 4. Tidak menghasilkan limbah sisa produksi 5. Bahan baku daging tenggiri beku yang tersedia sepanjang tahun 	<p>KELEMAHAN (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan luas tempat usaha 2. Keterbatasan jumlah tenaga kerja 3. Tidak adanya pembukuan keuangan yang rinci 4. Kurangnya kegiatan promosi 5. Proses pengeringan kerupuk yang masih bergantung pada sinar matahari.
<p>EFAS</p> <p>PELUANG (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan yang besar dari pedagang 2. Mudah mendapat bahan baku dari pemasok 3. Peran pemerintah dalam kegiatan promosi 4. Akses jalan dan transportasi yang baik 5. Tingkat persaingan di desa Klanganon yang rendah 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam kegiatan promosi 2. Memperluas tempat produksi 3. Menambah tenaga kerja 4. Menjaga hubungan yang baik dengan pedagang dan pemasok bahan baku 5. Menambah kegiatan promosi dengan media lain seperti internet. 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan bagian rumah pribadi untuk memperluas tempat produksi. 2. Menyewa tenaga kerja tambahan untuk memenuhi permintaan produksi. 3. Memanfaatkan kegiatan pameran sebaik mungkin untuk meningkatkan penjualan
<p>ANCAMAN (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi cuaca yang tidak menentu 2. Kenaikan harga BBM 3. Adanya kompetitor produsen kerupuk di Sidoarjo 4. Proses sertifikasi halal yang rumit dan mahal 5. Kondisi lalu lintas yang cenderung macet dari Gresik ke Sidoarjo 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan oven yang memiliki kapasitas besar untuk menggantikan sinar matahari apabila cuaca tidak mendukung 2. Menjaga kualitas produk dan menambah daya saing 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat pembukuan keuangan agar mengetahui bagian mana yang anggarannya dapat diminimalkan 2. Menjaga mutu dan kepercayaan pelanggan

5.8 Analisis Diagram SWOT

Untuk mengetahui dimanakah letak strategi yang sesuai dengan hasil analisa faktor-faktor internal dan eksternal, maka dibuatlah diagram SWOT. Dimana titik potong yang menunjukkan posisi titik strategi dihasilkan dari selisih antar faktor internal dan eksternal. Sumbu x diperoleh dari selisih skor kekuatan dikurangi kelemahan, serta sumbu y diperoleh dari selisih skor peluang dikurangi ancaman. Diperoleh titik $P(x,y)=P(0,45;1,050)$.



Gambar 8. Diagram SWOT

Penjelasan :

Berdasarkan diagram analisis SWOT, usaha berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan jika usaha berada pada kuadran I, maka usaha tersebut memiliki posisi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan

yang agresif. Strategi pada kuadran I adalah strategi SO, strategi yang melihat kekuatan yang ada di dalam usaha dan peluang yang ada di luar usaha.

5.9 Implementasi Strategi

Berdasarkan analisis SWOT pada usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi, didapat hasil pada kuadran I, yaitu pada strategi agresif. Berikut ini adalah implementasi strategi yang dapat dilakukan UD Sekarwangi dalam pengembangan usahanya.

a. **Menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam kegiatan promosi**

Menjaga hubungan baik dengan pemerintah dalam hal ini adalah Koperasi Mina Laut di Kabupaten Gresik yang sering mengadakan pameran produk olahan perikanan dari industri kecil dan menengah di Kabupaten Gresik. Dengan terus menjaga hubungan dengan Koperasi Mina Laut ini, maka UD Sekarwangi akan memiliki sarana promosi yang dapat mengenalkan produk kerupuk ikannya ke pangsa pasar yang lebih luas. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah permintaan kerupuk ikan produksi UD Sekarwangi secara signifikan dan meningkatkan pemasukan untuk mengembangkan usaha lebih besar lagi.

b. **Memperluas tempat produksi**

Pemilik dapat sedikit memperluas tempat produksi kerupuknya dengan mengorbankan ruang pribadi, melihat cukup luasnya rumah yang dapat digunakan untuk memperluas tempat produksi kerupuk ikan. Dengan memperluas ruangan tempat produksi, diharapkan dapat memuat lebih banyak tenaga kerja dan dapat digunakan untuk memproduksi lebih banyak kerupuk ikan. Tempat produksi yang lebih luas juga dapat memperlancar alur dari tiap proses produksi, serta pekerja yang berada di dalamnya pun merasa nyaman.

c. Menambah tenaga kerja

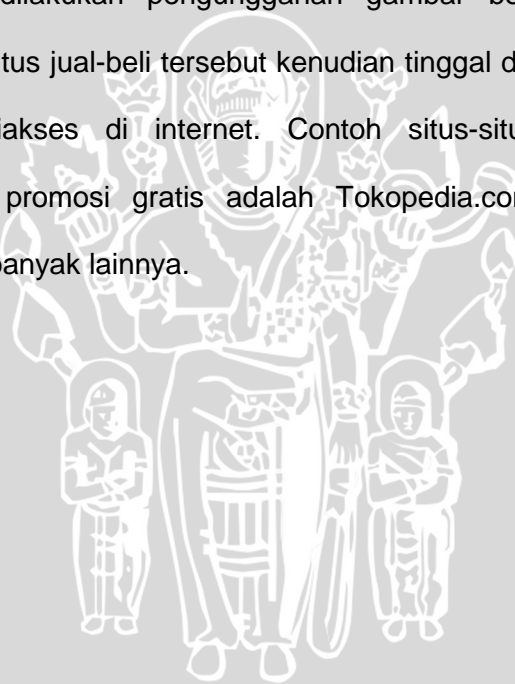
Penambahan tenaga kerja dinilai perlu dilakukan karena pemilik sering kali kewalahan dalam memenuhi permintaan produksi kerupuk. Dengan total pekerja sejumlah 6 orang, usaha ini masih kewalahan apabila permintaan sangat tinggi. Penambahan tenaga kerja dapat membuat tugas tiap pekerja menjadi ringan dan produksi dapat lebih cepat selesai dengan hasil yang optimal. Tenaga kerja dapat diperoleh dari warga sekitar tempat usaha. Selain dapat meningkatkan pemasukan usaha, juga dapat ikut membuat ekonomi masyarakat sekitar menjadi ikut sejahtera.

d. Menjaga hubungan yang baik dengan pedagang dan pemasok bahan baku

Memiliki rekanan yang pemasok bahan baku dan pedagang yang merupakan konsumen tetap adalah sesuatu yang harus dijaga dengan baik demi kelangsungan usaha kerupuk ikan ini. Hubungan yang baik hendaknya selalu dijaga dengan selalu menjaga kepercayaan satu sama lain. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku, maka kepastian dalam memperoleh bahan baku daging ikan tenggiri beku akan dapat terus didapatkan. Hubungan baik dengan pemasok dapat dijaga dengan cara selalu membayar sesuai dengan kesepakatan, sehingga kedua belah pihak sama-sama mendapatkan apa yang diinginkan serta selalu menjaga hubungan kekeluargaan dengan pemasok bahan baku. Dan dengan menjaga hubungan baik dan kepercayaan akan kualitas produk dengan pedagang yang merupakan sumber permintaan tetap, pemilik akan dapat terus memperoleh pangsa pasar yang besar dari pedagang tersebut. Hubungan baik dijaga dengan cara menjaga kualitas dari produk yang baik dan pengiriman ke tempat tujuan yang selalu tepat waktu, sehingga konsumen dalam hal ini pedagang merasa puas dan tidak berpaling ke produsen lainnya.

e. **Menambah kegiatan promosi dengan media lain seperti internet**

Pada saat ini banyak sekali media promosi yang terdapat di internet. Media internet dapat mencakup wilayah yang sangat luas karena dapat diakses dari manapun yang memiliki jaringan internet. Banyak cara yang dapat digunakan untuk media promosi di internet. Saat ini banyak sekali situs jual-beli online yang menyediakan tempat promosi barang dagangan secara gratis tanpa dipungut biaya. Hal ini sangat potensial sebagai media promosi ke pangsa pasar yang lebih luas. Cara mempromosikannya pun sangat mudah, hanya dengan modal koneksi internet dari computer dan bahkan hanya dari ponsel pintar (*smartphone*), dapat dilakukan pengunggahan gambar beserta keterangan produk dan harga ke situs jual-beli tersebut kemudian tinggal di-*posting* dan iklan pun sudah dapat diakses di internet. Contoh situs-situs jual-beli yang menyediakan tempat promosi gratis adalah Tokopedia.com, Berniaga.com, OLX.co.id, dan masih banyak lainnya.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil analisis usaha dalam aspek teknis yang perlu diperhatikan adalah faktor produksi yang terdiri dari: ketersediaan bahan baku, tenaga kerja dan tempat produksi. Kemudian sarana dan prasarana yang terdiri: dari kondisi listrik dan air, fasilitas transportasi, dan peralatan yang digunakan untuk produksi. Serta proses pembuatan kerupuk ikan yang terdiri dari: persiapan bahan baku, persiapan bahan tambahan, pencucian bahan tambahan, pelumatan daging, peracikan bumbu dan pembuatan adonan, pencetakan adonan, pengukusan dan pemotongan adonan, pengeringan, serta pengemasan.
2. Dari aspek finansial jangka pendek yaitu perhitungan modal, biaya produksi, penerimaan, RC Ratio, keuntungan, BEP, dan rentabilitas memperoleh hasil yang layak. Dan dari perhitungan aspek finansial jangka panjang NPV, PI, IRR, PP, dan ARR diperoleh hasil yang layak untuk dijalankan dan menghasilkan keuntungan.
3. Hasil analisis SWOT usaha berada pada kuadran I, yang berarti usaha dapat dikembangkan dengan melakukan strategi SO yaitu strategi yang melihat kekuatan di dalam usaha dan peluang yang ada di luar usaha.

6.2 Saran

Untuk mengembangkan usaha, pemilik usaha kerupuk ikan UD Sekarwangi hendaknya menjalankan strategi SO berikut ini :

1. Menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah dalam kegiatan promosi. Berdasarkan aspek pemasaran, UD Sekarwangi telah bekerja sama dengan pemerintah dalam hal ini Koperasi Mina Laut dalam kegiatan pameran untuk promosi yang dapat meningkatkan penghasilan dan memperluas pemasaran, sehingga hubungan baik harus terus dijaga.
2. Memperluas tempat produksi. Berdasarkan hasil penelitian dari aspek teknis tentang tempat produksi, didapatkan hasil tempat produksi kurang begitu luas sehingga kapasitas produksi sulit ditingkatkan. Oleh karena itu hendaknya tempat produksi sedikit diperluas.
3. Menambah tenaga kerja. Berdasarkan hasil penelitian aspek teknis pada faktor produksi tenaga kerja, didapatkan hasil bahwa tenaga kerja yang dimiliki berjumlah sedikit sehingga kapasitas produksi sulit ditingkatkan. Oleh karena itu, penambahan tenaga kerja sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha.
4. Menjaga hubungan baik dengan pedagang dan pemasok. Berdasarkan penelitian pada aspek teknis pada ketersediaan bahan baku dan aspek pemasaran, usaha ini hendaknya menjaga hubungan baik dengan kedua pihak, agar didapatkan kepastian dalam ketersediaan bahan baku dan permintaan yang selalu besar dari pedagang.
5. Menambah kegiatan promosi dengan media lain seperti internet. Berdasarkan aspek pemasaran, promosi yang dilakukan kurang, oleh karena itu dapat ditambah promosi melalui internet karena mudah dan cakupan wilayahnya sangat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, V.Ap.Sapto, 2011. **Analisa Usaha Budidaya**. Pusat Penyuluhan Kelautan dan Perikanan. Jakarta
- Afrianto dan Iviawati. 1989. **Pengawetan dan Pengolahan Ikan**. Kanisius. Yogyakarta.
- Al-Qur'an dan Terjemahan. 1994. Departemen Agama Republik Indonesia. Jakarta.
- Anonymous. 2011. **Kabupaten Gresik**. http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Gresik. Diakses pada 21 Januari 2012 pukul 21.00 WIB.
- Asmarani, Asri Dwi, 2010. **Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Klaten : Pendekatan Analisis SWOT dan AHP**. Universitas Indonesia. Jakarta
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang, 2009. **Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen**. BPFE. Yogyakarta
- Dahuri, R. 2003. **Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia**. Gramedia. Jakarta.
- Kasmir & Jakfar, 2012. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenada Media Group. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2008. **Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1**. Erlangga. Jakarta.
- Kusrina R., 2011. **Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Kerupuk Perusahaan Kerupuk Cap Dua Gajah Indramayu Jawa Barat**. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Narbuko, Cholid & Achmadi, Abu, 2007. **Metodologi Penelitian**. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Nazir, M. 1992. **Metodologi Penelitian**. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nurdin, Sabri, 2010. **Analisis Penerimaan Bersih Usaha Tanaman Pada Petani Nenas di Desa Palaran Samarinda**. Politeknik Negeri Samarinda. Samarinda
- Primyastanto, Mimit, 2011. **Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan)**. UB Press, Malang.

Senjaya K. dan Ronny H. Mustamu, 2013. **Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Perusahaan Pengolahan Ikan Bandeng Di Sidoarjo**. Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Soekartawi. 1995. **Analisis Usaha Tani**. Universitas Indonesia Press. Jakarta.

Swastha B. dan Sukotjo. 1999. **Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga**. Liberty. Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy, 1999. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Rangkuti, Freddy, 2011. **SWOT Balanced Scorecard**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Riyanto, B, 1995. **Dasar – Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. BPFE. Yogyakarta

Riyanto, B. 2001. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Yayasan Badan Penerbit Universitas Yogyakarta. Yogyakarta.

Singarimbun, Masri & Effendi, sofian, 1987. **Metode Penelitian Survei**. LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan). Jakarta

Suliyanto, 2010. **Studi Kelayakan Bisnis**. Andi. Yogyakarta

Sumarsono, HM. Sonny, 2004. **Metode Riset Sumber Daya Manusia**. Graha Ilmu. Yogyakarta

Winarno. 1984. **Ilmu Pangan dan Gizi**. PT. Gramedia. Jakarta.

Website Resmi Kabupaten Gresik, 2013. **Gresik Dalam Angka**. <http://gresikkab.go.id/profil/gresik-dalam-angka-2> . Diakses pada 25 Maret 2014 pukul 15.00 WIB.

LAMPIRAN

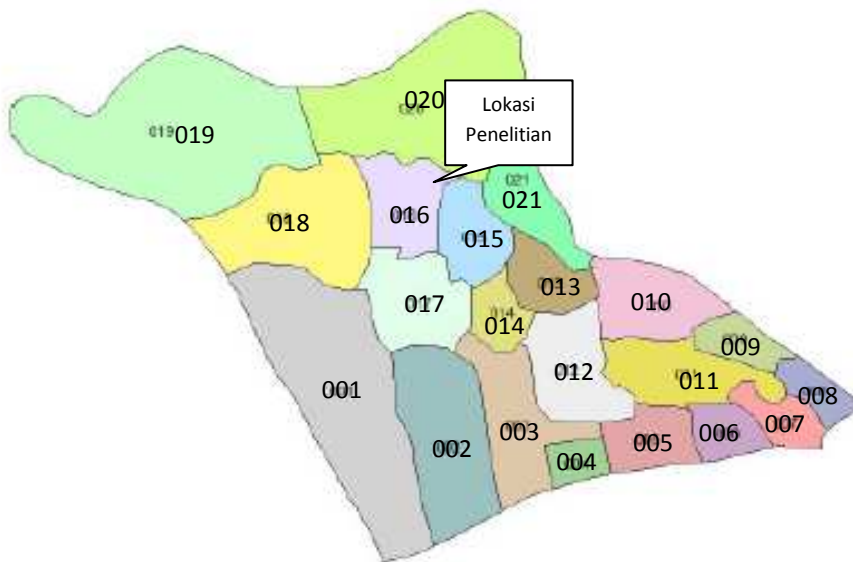
Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian

PETA WILAYAH KABUPATEN GRESIK



Lampiran 2. Peta Kecamatan Kebomas

KEC. MANYAR



KETERANGAN

- 001 Kedayang
- 002 Prambangan
- 003 Gulomantung
- 004 Sukorejo
- 005 Segoromadu
- 006 Tenggulan
- 007 Karangkring
- 008 Indro
- 009 Singosari
- 010 Sidomoro
- 011 Gending
- 012 Ngargosari
- 013 Kawisanyar
- 014 Sidomukti
- 015 Giri
- 016 Klanganon
- 017 Sekarkurung
- 018 Kembangan
- 019 Dahanrejo
- 020 Randuagung
- 021 Kebomas

KOTA SURABAYA



Lampiran 3. Tabel Investasi dan penyusutan dalam usaha Kerupuk Ikan UD Sekarwangi

No	Modal Investasi	Jumlah	Satuan	Harga (Rp/Satuan)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (tahun)	Penyusutan/tahun (Rp)
1	Bangunan	500	meter persegi	300,000	150,000,000	10	15,000,000
2	Instalasi Listrik	1	paket	900,000	900,000	10	90,000
3	Instalasi PDAM	1	paket	1,500,000	1,500,000	10	150,000
4	Telepon	1	paket	300,000	300,000	10	30,000
5	Mobil	1	unit	140,000,000	140,000,000	10	14,000,000
6	Penggiling daging	1	unit	750,000	750,000	10	75,000
7	Mesin pemotong	2	unit	2,000,000	4,000,000	10	400,000
8	Molen	1	unit	2,500,000	2,500,000	10	250,000
9	Dandang Besar	1	unit	350,000	350,000	10	35,000
10	Tungku	1	unit	150,000	150,000	10	15,000
11	Blender	1	unit	200,000	200,000	10	20,000
12	Tabung Elpiji	1	unit	100,000	100,000	10	10,000
13	Oven	1	unit	200,000	200,000	10	20,000
14	Sesek bambu	16	unit	15,000	240,000	1	240,000
15	Bak plastik	3	unit	15,000	45,000	1	45,000
16	Pisau	2	unit	10,000	20,000	1	20,000
17	Timbangan	2	unit	150,000	300,000	10	30,000
18	Talenan	1	unit	15,000	15,000	1	15,000
19	Alat Press	1	unit	250,000	250,000	10	25,000
Total					301,570,000		30,470,000

Total Investasi = Rp.301.570.000,00

Total Penyusutan = Rp.30.470.000,00

Lampiran 4. Tabel Biaya Tetap

No	Jenis Biaya	Jumlah	Nilai satuan/bulan (Rp)	Jumlah Nilai/bulan (Rp)	Nilai/tahun (Rp)
1	Biaya Penyusutan				30,470,000
2	Sewa tanah	60 m ²			3,600,000
3	Honor Penanggungjawab Operasional	2 Orang	1,000,000	2,000,000	24,000,000
4	Honor karyawan	4 Orang	850,000	3,400,000	40,800,000
5	Uang makan	6 Orang	175,000	1,050,000	12,600,000
6	Pajak 1%*				4,200,000
	TOTAL				115,670,000

*) Pajak penghasilan Usaha Kecil Menengah

Lampiran 5. Tabel Biaya Tidak Tetap

No	Jenis Biaya	Jumlah	Satuan	Nilai satuan(Rp)	Jumlah Nilai/bulan (Rp)	Nilai/tahun
1	Biaya Telepon	1	paket	100,000	100,000	1,200,000
2	Biaya Listrik	1	paket	200,000	200,000	2,400,000
3	Pemeliharaan Gedung	1	paket	100,000	100,000	1,200,000
4	Daging Tenggiri beku	135	kg	25,000	3,375,000	40,500,000
5	Tepung tapioka	810	kg	6,000	4,860,000	58,320,000
6	Bawang putih	54	kg	9,000	486,000	5,832,000
7	Garam	54	kg	10,000	540,000	6,480,000
8	Gula	68	kg	11,000	742,500	8,910,000
9	Penyedap rasa	5	kg	8,000	43,200	518,400
10	Gas elpiji	1	tabung	14,000	14,000	168,000
11	Kayu bakar	25	ikat	7,000	175,000	2,100,000
12	Plastik kemasan	1,000	unit	500	500,000	6,000,000
13	Karton	40	unit	2,000	80,000	960,000
14	Isolasi	4	unit	5,000	20,000	240,000
	Total				11,235,700	134,828,400

Lampiran 6. Perhitungan Analisa Finansial Jangka Pendek

Produksi Per-tahun = 12.000 kg

Harga Per-Kg = Rp. 35.000,-

- **Modal Kerja per-tahun**

Modal Kerja = Biaya Tetap + Biaya Tidak Tetap

$$= \text{Rp. } 115.670.000,00 + \text{Rp. } 134.828.400,00$$

$$= \text{Rp. } 250.498.400,00$$

- **Modal Usaha per-tahun**

Modal Usaha = Modal Kerja + Modal Investasi

$$= \text{Rp. } 250.498.400,00 + \text{Rp. } 301.570.000,00$$

$$= \text{Rp. } 552.068.400,00$$

- **Biaya Total/Total Cost (TC) per-tahun**

TC = FC + VC

$$= \text{Rp. } 115.670.000,00 + \text{Rp. } 134.828.400,00$$

$$= \text{Rp. } 250.498.400,00$$

- **Total Penerimaan/Total Revenue (TR) per-tahun**

TR = P X Q

$$= 12.000 \times \text{Rp. } 35.000,00$$

$$= \text{Rp. } 420.000.000,00$$

- **RC Ratio per-tahun**

$$\begin{aligned} RC \text{ Ratio} &= \frac{TR}{TC} \\ &= \frac{\text{Rp. 420.000.000,00}}{\text{Rp. 250.498.400,00}} \\ &= 1,67 \end{aligned}$$

- **Keuntungan per-tahun**

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ &= \text{Rp. 420.000.000,00} - \text{Rp. 250.498.400,00} \\ &= \text{Rp. 169.501.600,00} \end{aligned}$$

- **BEP atas dasar sales dalam 1 tahun**

$$\begin{aligned} BEP &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{\text{Rp. 115.670.000,00}}{1 - \frac{\text{Rp. 134.828.400,00}}{\text{Rp. 420.000.000,00}}} \\ &= \text{Rp. 170.102.941,00} \end{aligned}$$

- **BEP Unit dalam 1 tahun**

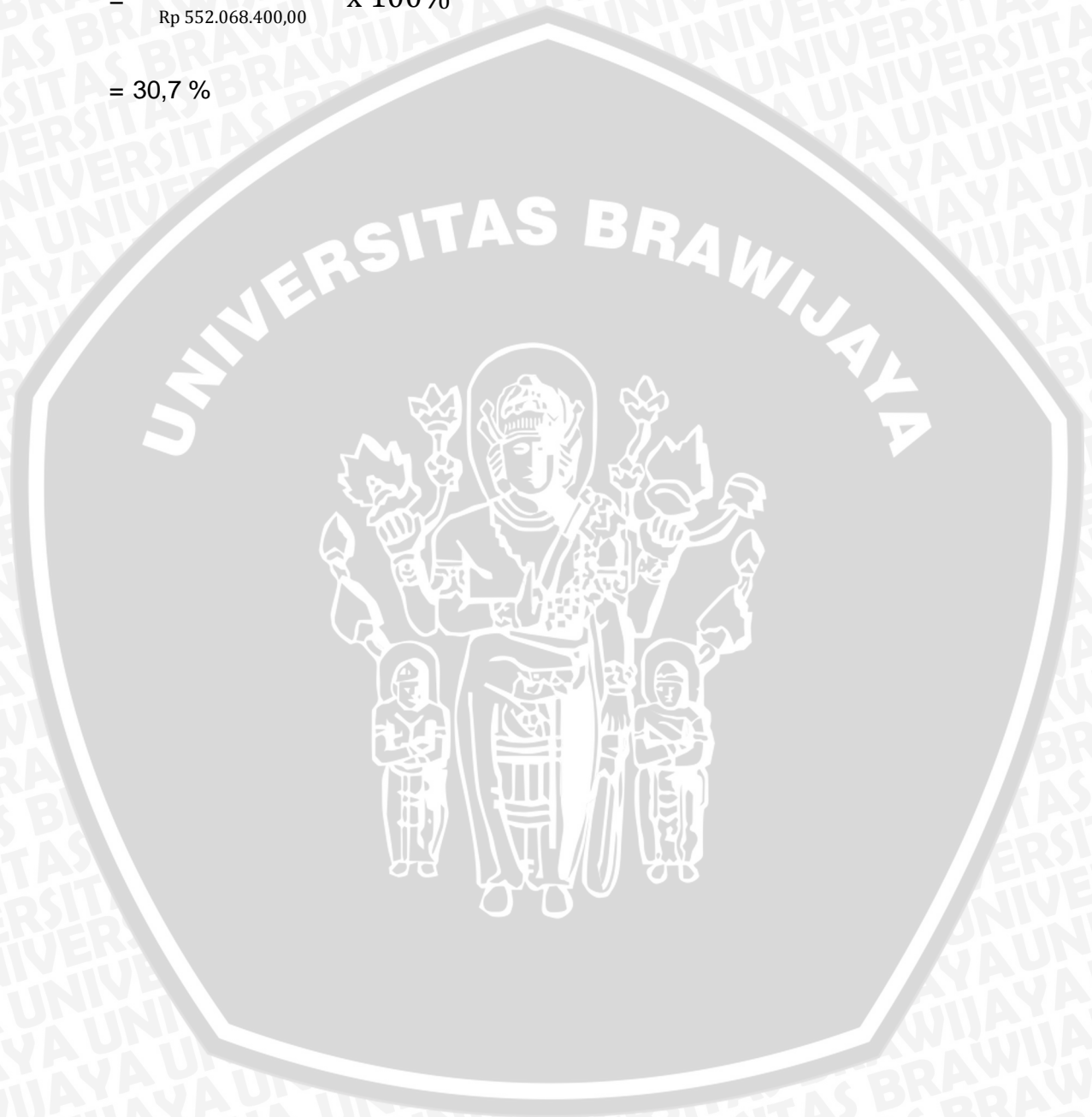
$$\begin{aligned} BEP &= \frac{FC}{P - v} \\ &= \frac{\text{Rp. 115.670.000,00}}{\text{Rp. 35.000,00} - \text{Rp. 20.875,00}} \\ &= 8160 \text{ Kilogram} \end{aligned}$$

- **Rentabilitas Per-tahun**

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

$$= \frac{\text{Rp.169.501.600,00}}{\text{Rp 552.068.400,00}} \times 100\%$$

$$= 30,7 \%$$



Lampiran 7. Tabel Re-investasi

No	Modal Investasi	Harga Total (Rp)	Umur Teknis	Nilai Kenaikan 1%	Re-investasi Tahun ke- (Rp)										Sisa Umur Teknis (th)	Nilai Sisa (Rp)
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Bangunan	150,000,000	10	1,500,000											10	150,000,000
2	Instalasi Listrik	900,000	10	9,000											10	900,000
3	Instalasi PDAM	1,500,000	10	15,000											10	1,500,000
4	Telepon	300,000	10	3,000											10	300,000
5	Mobil	140,000,000	10	1,400,000											10	140,000,000
6	Penggiling daging	750,000	10	7,500											10	750,000
7	Mesin pemotong	4,000,000	10	40,000											10	4,000,000
8	Molen	2,500,000	10	25,000											10	2,500,000
9	Dandang Besar	350,000	10	3,500											10	350,000
10	Tungku	150,000	10	1,500											10	150,000
11	Blender	200,000	10	2,000											10	200,000
12	Tabung Elpiji	100,000	10	1,000											10	100,000
13	Oven	200,000	10	2,000											10	200,000
14	Sesek bambu	240,000	1	2,400	242,400	244,800	247,200	249,600	252,000	254,400	256,800	259,200	261,600	264,000	0	0
15	Bak plastik	45,000	1	450	45,450	45,900	46,350	46,800	47,250	47,700	48,150	48,600	49,050	49,500	0	0
16	Pisau	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	0
17	Timbangan	300,000	10	3,000											10	300,000
18	Talenan	15,000	1	150	15,150	15,300	15,450	15,600	15,750	15,900	16,050	16,200	16,350	16,500	0	0
19	Alat Press	250,000	10	2,500											10	250,000
	Total	301,570,000			323,200	326,400	329,600	332,800	336,000	339,200	342,400	345,600	348,800	352,000		301,500,000

Lampiran 10. Perhitungan Analisa Finansial Jangka Panjang

- **Average Rate of Return (ARR)**

ARR atas dasar *Initial Investment*

$$\begin{aligned} \text{ARR} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Investasi Awal}} \times 100\% \\ &= \frac{143.373.780}{301.570.000} \times 100\% \\ &= 47,5\% \end{aligned}$$

ARR atas dasar *Average Investment*

$$\begin{aligned} \text{ARR} &= \frac{\text{Laba Setelah pajak}}{\text{Rata – rata Investasi}} \times 100\% \\ &= \frac{143.373.780}{150.785.000} \times 100\% \\ &= 95\% \end{aligned}$$

