

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE

(*Clarias sp*) DI KECAMATAN BADAS KABUPATEN KEDIRI

JAWA TIMUR

SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :

YUDHA GALANT NUSA

105080401111018



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2014

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE
(*Clarias sp*) DI KECAMATAN BADAS KABUPATEN KEDIRI
JAWA TIMUR**

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

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

Oleh :
**YUDHA GALANT NUSA
NIM. 105080401111018**



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

SKRIPSI
**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias*
sp) DI KECAMATAN BADAS KABUPATEN KEDIRI**
JAWA TIMUR

Oleh :
YUDHA GALANT NUSA
NIM. 105080401111018

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 8 Juli 2014
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Menyetujui,

Dosen Penguji I

Dosen Pembimbing I

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

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

Dosen Penguji II

Dosen Pembimbing II

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

Dr. Ir. PUDJI PURWANTI, MP
NIP. 19640226 198903 2 001
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN ORISINILITAS

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

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



Malang, 10 Agustus 2014

YUDHA GALANT NUSA

RINGKASAN

YUDHA GALANT NUSA. Analisis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp*) di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. (di bawah bimbingan **Dr. Ir. ANTHON EFANI, MP** dan **Dr. Ir. PUDJI PURWANTI, MP**)

Ikan lele merupakan salah satu komoditi unggulan perikanan darat saat ini, Perkembangan ikan lele saat ini telah berkembang pesat dan menyebar hampir diseluruh wilayah Indonesia. Hal ini disebabkan karena ikan lele memiliki keunggulan yang tidak kalah dengan komoditi perikanan lainnya, yaitu memiliki pertumbuhan yang cepat, kandungan gizi yang cukup besar, serta pemeliharaan yang cukup mudah. Pengembangan usaha ikan lele dapat dilakukan mulai dari pembenihan sampai pembesaran. Setiap segmen usaha ikan lele sangat menguntungkan, selain untuk konsumsi lokal pasar ikan lele telah mencapai ekspor dan permintaanya pun cukup besar.

Kabupaten Kediri merupakan daerah yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar di Jawa Timur salah satunya adalah Kecamatan Badas karena di daerah ini merupakan sentra perikanan terutama penghasil benih ikan terbesar di Kabupaten Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk 1). mengetahui kondisi sumber daya alam, manusia dan buatan di Kecamatan Badas, 2). mempelajari aspek teknis pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, 3). Mempelajari pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, 4). Mengetahui manajemen pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, 5). Mengetahui kelayakan finansial usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, 6). Mengetahui bagaimana pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

Penelitian ini dilaksanakan pada 17 Februari – 18 Maret 2014 di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode pengambilan sampel menggunakan metode *survey*, untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling jenuh* (semua populasi dijadikan sampel) hal ini dikarenakan jumlah populasi kurang dari 30 orang. Jenis sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka. Analisa data menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Sumber daya yang mendukung kegiatan usaha perikanan di Kecamatan Badas meliputi sumber daya alam, yaitu tersedianya benih ikan lele, lingkungan yang bersih dan terjaga, ketersediaan air yang melimpah, dan memiliki lahan yang subur. Sumber daya manusia, yaitu masyarakat di Kecamatan Badas memiliki pengalaman yang baik dalam menjalankan usaha perikanan. Sumber daya buatan, yaitu tersedianya sarana dan prasarana yang baik seperti transportasi yang memadai dan peralatan budidaya yang mendukung, jalan raya yang bagus, kolam budidaya yang memadai (beton, terpal), pakan dan obat – obatan untuk keperluan budidaya.

Aspek teknis pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi pembersihan dan pengeringan kolam, pengisian air, penebaran ikan lele, pemberian pakan, pergantian air kolam, pencegahan dan pencegahan/penanggulangan penyakit dan pemanenan ikan lele.

Aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi strategi pemasaran yaitu menetapkan segmentasi pasar produk ikan lele adalah untuk

semua kalangan masyarakat, penentuan target pasar produk ikan lele ini adalah pasar lokal di Kabupaten Kediri maupun luar Kabupaten Kediri, untuk posisi produk ikan lele ini adalah di pasar tradisional dan untuk diferensiasi produk ikan lele ini belum dilakukan secara baik karena pembudidaya hanya menghasilkan produk ikan lele segar. Saluran pemasaran pada produk ikan lele ini di mulai dari produsen (pembudidaya), disalurkan ke pedagang pengepul, selanjutnya disalurkan ke pedagang pengecer, kemudian disalurkan ke konsumen (rumah tangga/rumah makan).

Aspek manajemen pada usaha pembesaran ikan lele ini dilakukan secara sederhana, aspek manajemen usaha ini yang meliputi perencanaan yang dilakukan secara sederhana. Pengorganisasian pada usaha ini hanya pembagian tugas secara langsung oleh pemilik kepada pekerjanya. Pengarahan pada usaha ini pemilik memberikan pengarahan terhadap pekerja pada saat melaksanakan pekerjaannya dengan memberikan pengarahan secara jelas dan perkataan yang tidak menyakitkan hati pekerjanya. Pengawasan pada usaha ini dilakukan oleh pemilik sendiri, yaitu melakukan pengawasan secara langsung terhadap pekerja agar dapat mengetahui bagaimana kualitas pekerjanya serta sebagai bahan evaluasi untuk usahanya.

Aspek finansial pada usaha ini meliputi finansial jangka pendek dan jangka panjang. Pada usaha ini diperoleh hasil dari analisis finansial jangka pendek selama satu tahun dan finansial jangka panjang selama sepuluh tahun pada usaha pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut untuk jenis kolam beton diperoleh keuntungan sebesar Rp. 181.298.620, R/C 1,47, Rentabilitas 47%, BEP sales Rp. 62.282.458 dan BEP unit 4.614 kg. Untuk analisis finansial jangka panjang diperoleh NPV sebesar Rp.932.558.641, Net B/C 6,05, IRR 108% dan PP 1,03 tahun. Sedangkan untuk jenis kolam terpal diperoleh keuntungan sebesar Rp. 74.698.500, R/C 1,48, Rentabilitas 48%, BEP sales Rp. 13.714.363 dan BEP unit 1.061 kg. Untuk analisis finansial jangka panjang diperoleh NPV sebesar Rp.415.554.289, Net B/C 31,84, IRR 570 % dan PP 0,20 tahun.

Analisis SWOT pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi faktor strategi internal dan eksternal. Dalam analisis diagram SWOT di dapatkan usaha ini terletak pada kuadran 1 yaitu strategi agresif. Untuk strategi pengembangan yang dilakukan adalah menggunakan strategi SO (stenghts opportunity), yaitu memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan jumlah produksi ikan lele, memperluas daerah pemasaran, meningkatkan kualitas produk ikan lele, memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal dalam rangka untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih :

Dalam penyusunan leporan ini penulis selalu mendapat bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua, yaitu Moch. Huri, Suryati dan saudara kandung Intan Timoer Sanrozi, Nenchu, NENCHI yang telah memberikan doa dan dukungan.
2. Dr. Ir. Anthon Efani, MP dan Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta waktu yang diberikan sehingga dapat terselesainya laporan ini.
3. Dr. Ir. Agus Tjahjono, MP dan Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu.
4. Bapak Mahdi dan Bapak Alif pemilik usaha pembesaran ikan lele yang telah memberikan informasi.
5. Sahabat-sahabatku Bambang, Bagus, Yanto, AGL dan SEP 2010 yang memberikan semangat dan dukungan selama ini.

Malang, 10 Agustus 2014

Penulis

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyajikan laporan skripsi yang berjudul Analisis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp*) Di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Jawa Timur.

Laporan Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya, Malang. Adapun pokok bahasan dalam laporan ini meliputi aspek teknis, keadaan sumber daya, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek finansial usaha, dan strategi pengembangan usaha. Sangat disadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengarapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar laporan ini dapat bermanfaat.

Malang, 10 Agustus 2014

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN ORISINILITAS	iii
RINGKASAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Kegunaan	5
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Ikan Lele (<i>Clarias sp</i>)	8
2.2.1 Klasifikasi Ikan Lele	8
2.2.2 Anatomi dan Morfologi Ikan Lele	9
2.2.3 Habitat Ikan Lele	9
2.3 Sumber Daya	10
2.3.1 Sumber Daya Alam	10
2.3.2 Sumber Daya Manusia	10
2.3.3 Sumber Daya Buatan	11
2.4 Aspek Teknis Budidaya Pembesaran Ikan Lele	11
2.4.1 Persiapan Kolam	11
2.4.2 Penebaran Benih	12
2.4.3 Pemeliharaan Ikan Lele	13
2.4.4 Pemanenan	14
2.5 Aspek Pemasaran	15
2.5.1 Strategi Pemasaran	16
2.5.2 Saluran Pemasaran	17
2.6 Aspek Manajemen	18
2.6.1 Perencanaan (Planning)	18
2.6.2 Pengorganisasian (Organizing)	19
2.6.3 Pengarahan (Leading)	19
2.6.4 Pengawasan (Controlling)	19
2.7 Aspek Finansial	20
2.7.1 Analisis Finansial Jangka Pendek	20

2.7.1.1 Permodalan	20
2.7.1.2 Pembiayaan	21
2.7.1.3 Penerimaan	21
2.7.1.4 Keuntungan	22
2.7.1.5 <i>Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)</i>	22
2.7.1.6 Rentabilitas	22
2.7.1.7 <i>Break Event Point (BEP)</i>	23
2.7.2 Analisa Finansial Jangka Panjang	24
2.7.2.1 <i>Net Present Value (NPV)</i>	24
2.7.2.2 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	24
2.7.2.3 <i>Profitabilitas Index/(Net B/C Ratio)</i>	24
2.7.2.4 <i>Payback Period (PP)</i>	25
2.7.2.5 Analisis Sensitivitas	25
2.8 Analisis SWOT	25
2.8.1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	26
2.8.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	27
2.8.3 Matrik SWOT	28
2.9 Kerangka Pemikiran	29
3. METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Metode Pengambilan Sampel	31
3.4 Jenis Sumber Data	32
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1 Observasi	33
3.5.2 Wawancara	34
3.5.3 Kuesioner	34
3.5.4 Dokumentasi	34
3.6 Analisa Data	35
3.6.1 Deskriptif Kualitatif	35
3.6.2 Deskriptif Kuantitatif	39
4. KEADAAN UMUM LOKASI USAHA	
4.1 Letak Geografis dan Topografi	53
4.2 Keadaan Penduduk Kecamatan Badas	54
4.3 Keadaan Umum Usaha Perikanan	55
5. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	58
5.2 Keadaan Umum Usaha Perikanan Kecamatan Badas	58
5.3 Kondisi Sumber Daya	59
5.3.1 Sumber Daya Alam	59
5.3.2 Sumber Daya Manusia	60
5.3.3 Sumber Daya Buatan	61
5.4 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Lele	61
5.4.1 Sarana Usaha Pembesaran Ikan Lele	61
5.4.2 Prasarana Usaha Pembesaran Ikan Lele	63
5.4.3 Pembersihan dan Pengeringan Kolam	63
5.4.4 Pengisian Air Kolam	64
5.4.5 Penebaran Benih Ikan Lele	65

5.4.6 Pemeliharaan Ikan Lele.....	66
a. Pemberian Pakan	66
b. Pergantian Air Kolam	67
c. Pencegahan dan Penanggulangan Penyakit	68
5.4.7 Pemanenan	69
5.5 Aspek Pemasaran	69
5.5.1 Strategi Pemasaran	70
a. Segmentasi Pasar	70
b. Pasar Sasaran	71
c. Posisi Produk	71
d. Deferensiasi	71
5.5.2 Saluran Pemasaran	71
5.6 Aspek Manajemen	72
5.6.1 Perencanaan (<i>planning</i>)	72
5.6.2 Pengorganisasian (<i>organizing</i>)	73
5.6.3 Pengarahan (<i>leading</i>)	74
5.6.4 Pengawasan (<i>controlling</i>)	74
5.7 Aspek Finansial	75
5.7.1 Aspek Finansial Jangka Pendek	75
5.7.1.1 Permodalan	75
5.7.1.2 Pembiayaan	76
5.7.1.3 Penerimaan	77
5.7.1.4 Keuntungan	78
5.7.1.5 <i>Renvenue Cost Ratio (R/C Ratio)</i>	79
5.7.1.6 Rentabilitas	80
5.7.1.7 <i>Break Event Point (BEP)</i>	80
5.7.2 Aspek Finansial Jangka Panjang	81
5.7.2.1 Penambahan Investasi (<i>Re-invest</i>)	81
5.7.2.2 <i>Net Present Value (NPV)</i>	82
5.7.2.3 <i>Profitability Index (PI)</i>	83
5.7.2.4 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	84
5.7.2.5 <i>Payback Period (PP)</i>	84
5.7.2.6 Analisis Sensitivitas	85
5.8 Analisis SWOT	87
5.8.1 Analisis Faktor Internal	88
a. Kekuatan (<i>strengths</i>)	88
b. Kelemahan (<i>weakness</i>)	89
5.8.2 Analisis Faktor Eksternal	91
a. Peluang (<i>opportunity</i>)	91
b. Ancaman (<i>threats</i>)	93
5.8.3 Diagram SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele	94
5.8.4 Matrik SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele	96
5.8.5 Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele	100

6. KESIMPUN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	101
6.2 Saran	103

DAFTAR PUSTAKA	104
----------------------	-----

LAMPIRAN	107
----------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel Matrik SWOT	38
2. Tabel IFAS	48
3. Tabel EFAS	50
4. Luas Lahan Kecamatan Badas berdasarkan Penggunaanya	53
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	54
6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	55
7. Jumlah Produksi Ikan Air Tawar Di Kabupaten Kediri	56
8. Peralatan Yang Digunakan Pada Pembesaran Ikan Lele	62
9. Jumlah Padat Tebar Ikan Lele	66
10. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	75
11. Penbiayaan/biaya total Usaha Pembesaran Ikan Lele	76
12. Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Lele	77
13. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele	78
14. Total R/C Usaha Pembesaran Ikan Lele	79
15. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele	80
16. Analisis Sensitivitas Usaha Pembesaran Lele Dengan Kolam Beton	86
17. Analisis Sensitivitas Usaha Pembesaran Lele Dengan Kolam Terpal	87
18. Matrik IFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele	91
19. Matrik EFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele	94
20. Matrik SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele	97

DAFTAR GAMBAR

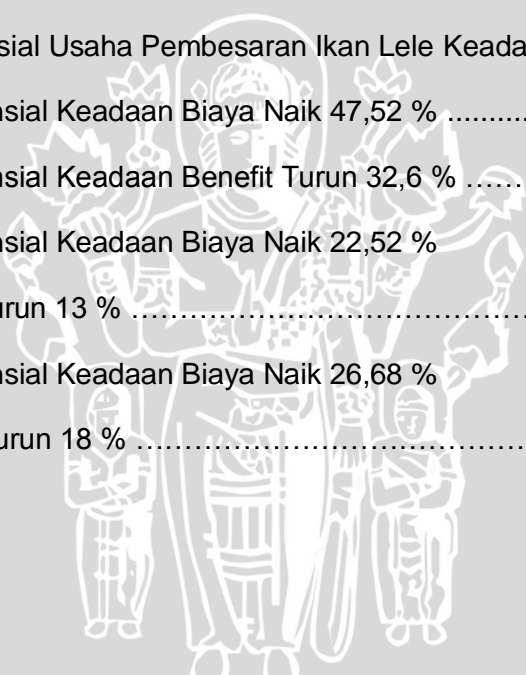
Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	30
2. Diagram SWOT	51
3. Kolam Pembesaran Ikan Lele	62
4. Pergantian Air Kolam	68
5. Saluran Pemasaran Ikan Lele	72
5. Diagram Analisis SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele	95



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Peta Lokasi Usaha Pembesaran Ikan Lele	107
2. Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Menggunakan Kolam Beton	118
2.1. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	108
2.2. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele	108
2.3. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele	109
2.4. Biaya Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	109
2.5. Biaya Tidak Tetap/Variabel Usaha Pembesaran Ikan Lele	109
2.6. Biaya Produksi/Total Usaha Pembesaran Ikan Lele	110
2.7. Produksi dan Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Lele	110
2.8. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele	110
2.9. <i>Renvenue Cost Ratio (R/C)</i> Usaha Pembesaran Ikan Lele	111
2.10. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele	111
2.11. <i>Break Event Point (BEP)</i>	111
2.12. Analisis Penambahan Investasi Usaha Pembesaran Ikan Lele.....	113
2.13. Analisis Finansial Jangka Panjang Keadaan Normal	114
2.14. Analisis Finansial Jangka Panjang Biaya Naik 42,80 %	115
2.15. Analisis Finansial Jangka Panjang Benefit Turun 29,17 %	116
2.1.6. Analisis Finansial Jangka Panjang Biaya Naik 18,70 dan Benefit Turun 15 %	117
2.17. Analisis Finansial Jangka Panjang Biaya Naik 19,25 dan Benefit Turun 16 %	118
3. Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Menggunakan Kolam Terpal.....	119
3.1. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	119
3.2. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele	119

3.3. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele	120
3.4. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	120
3.5. Biaya Variabel/Tidak Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele	120
3.6. Biaya Produksi/Total Usaha Pembesaran Ikan Lele	121
3.7. Produksi dan Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Lele	121
3.8. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele	121
3.9. <i>Renvenue Cost Ratio (R/C)</i> Usaha Pembesaran Ikan Lele	122
3.10. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele	122
3.11. <i>Break Event Point (BEP)</i> Usaha Pembesaran Ikan Lele	122
3.12. Analisis Penambahan Investasi Usaha Pembesaran Ikan Lele	124
3.13 Analisis Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Keadaan Normal .	125
3.14. Analisis Finansial Keadaan Biaya Naik 47,52 %	126
3.15. Analisis Finansial Keadaan Benefit Turun 32,6 %	127
3.16. Analisis Finansial Keadaan Biaya Naik 22,52 % dan Benefit Turun 13 %	128
3.17. Analisis Finansial Keadaan Biaya Naik 26,68 % Dan Benefit Turun 18 %	129



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan sebagai sektor andalan pembangunan di Indonesia merupakan pilihan yang tepat, hal ini didasarkan atas potensi yang dimiliki dan besarnya dukungan terhadap target peningkatan produksi perikanan sebesar 353 % pada tahun 2014, yang akan menjadikan Negara Indonesia sebagai produsen perikanan yang besar di dunia pada tahun 2015 (KKP, 2014).

Ikan merupakan sumber pangan yang memiliki nilai gizi sangat tinggi mampu menyehatkan dan mencerdaskan masyarakat. Namun konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih terbilang rendah dibanding Negara-negara ASEAN lainnya. Indonesia memiliki komoditi perikanan yang cukup besar dari sektor perikanan laut maupun darat. Semakin lama ada indikasi berkurangnya hasil perikanan laut dilihat dari semakin menurunnya jumlah tangkapan ikan, hal ini perlu ada upaya untuk melestarikannya agar sumberdaya perikanan di Indonesia ini dapat terjaga dengan baik. Untuk mempertahankan sumber daya perikanan di Indonesia agar tetap terjaga perlu adanya upaya atau usaha untuk mempertahankannya dengan cara membudidayakannya secara intensif, dari perikanan laut maupun darat.

Budidaya adalah usaha mendapatkan dari alam liar maupun sengaja dipelihara untuk dikembangkan agar dapat terjaga kelestariannya. Salah satu komoditi perikanan darat yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia adalah ikan lele (*Clarias sp*). Ikan lele merupakan salah satu komoditi unggulan perikanan darat saat ini, ikan lele secara alami hidup di perairan umum, tetapi saat ini juga sudah dibudidayakan di kolam. Penyebaran ikan lele di Indonesia sebagian besar berada di pulau Jawa, Sumatra, Sulawesi, dan Kalimantan. Ikan lele pertama kali di datangkan di Indonesia pada tahun 1986. Perkembangan

ikan lele saat ini telah berkembang pesat dan menyebar hampir diseluruh wilayah Indonesia. Hal ini disebabkan karena ikan lele memiliki keunggulan yang tidak kalah dengan komoditi perikanan lainnya, yaitu memiliki pertumbuhan yang cepat, kandungan gizi yang cukup besar, serta pemeliharaan yang cukup mudah (Mahyuddin, 2010).

Pengembangan usaha ikan lele dapat dilakukan mulai dari pembenihan sampai pembesaran. Setiap segmen usaha ikan lele sangat menguntungkan, selain untuk konsumsi lokal pasar ikan lele telah mencapai ekspor dan permintaanya pun cukup besar. Produksi lele ukuran konsumsi secara nasional mengalami kenaikan sebesar 18,3 % per tahun dari 24.991 ton pada tahun 1999 menjadi 57.740 ton pada tahun 2003. Revitalisasi untuk komoditi ikan lele sampai akhir tahun 2009 ditargetkan mencapai 175.000 ton atau meningkat rata-rata 21,64 % per tahun. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 11 juni 2005 telah mencanangkan program revitalisasi Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan (RPPK). Pemerintah, terutama Direktorat Jendral Perikanan Budidaya telah menetapkan sepuluh komoditas unggulan karena mempunyai potensi untuk ekspor salah satunya adalah ikan lele. Program Revitalisasi ikan lele (kegiatan budidaya) diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, perolehan devisa Negara, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan pembudidaya ikan lele (Mahyuddin, 2010).

Kabupaten Kediri merupakan daerah yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar di Jawa Timur, Kabupaten Kediri mempunyai nilai lebih untuk usaha pembenihan lele, karena memiliki sumber daya yang sangat mendukung. Kabupaten Kediri dapat menghasilkan benih ikan sebanyak 1.823.475.000 per tahun. Pangsa pasar untuk benih ikan lele ini sudah cukup luas, untuk wilayah Jawa Timur seperti Jombang, Nganjuk, Mojokerto, Lamongan, Tulungagung,

Sidoarjo, bahkan sampai ke Jawa Tengah (Solo, Boyolali, Magelang), dan Jogjakarta (Dinas Peternakan dan Perikanan Kediri, 2012).

Salah satu daerah penghasil benih ikan lele di Kabupaten Kediri adalah Kecamatan Badas. Daerah ini sudah lama menjadi sentra pembenihan yang cukup besar. Dilihat dari potensi perikanan di daerah ini yang cukup besar pada tingkat pembenihan, tetapi sangat disayangkan pengembangan untuk pembesaran ikan lele belum berjalan dengan baik, karena masyarakat di daerah ini masih sedikit yang melakukan usaha pembesaran ikan lele. Padahal dilihat dari potensi sumber daya perikanan yang melimpah seharusnya masyarakat sekitar dapat memanfaatkannya dengan baik, yaitu mengembangkan usaha pembesaran ikan lele untuk meningkatkan nilai pendapatan masyarakat selain dari usaha pembenihan. Alasan masyarakat di daerah ini masih jarang melakukan usaha pembesaran ikan lele adalah keterbatasan modal yang dimiliki oleh pembudidaya karena usaha pembesaran ikan lele membutuhkan modal yang cukup besar, sehingga sebagian besar masyarakat di daerah lebih memilih usaha pembenihan ikan lele karena modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar dan waktu produksi yang dibutuhkan tidak terlalu lama dibandingkan dengan usaha pembesaran. Sehingga hal ini menjadi kendala masyarakat di Kecamatan Badas untuk melakukan usaha pembesaran ikan lele.

Ikan lele merupakan komoditi perikanan darat yang memiliki potensi bagus untuk dikembangkan di daerah ini, karena didukung dengan potensi sumber daya perikanan yang cukup besar, seperti persediaan benih ikan lele di daerah ini cukup banyak, sehingga jika ingin melakukan usaha pembesaran ikan lele tidak perlu bersusah payah untuk mendatangkan benih ikan lele dari daerah lain. Adanya pengembangan usaha pembesaran ikan lele akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian di daerah ini, selain itu dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar sehingga dapat menyerap

tenaga kerja pada masyarakat sekitar dan untuk pengusaha benih ikan lele dapat melakukan dua usaha sekaligus, yaitu usaha pembenihan dan usaha pembesaran ikan lele, jadi pembudidaya tidak perlu repot mendatangkan benih dari orang lain melainkan dari hasil pembenihannya sendiri, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah pada usahanya. Maka dengan adanya pengembangan usaha pembesaran ikan lele ini akan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Badas. Untuk itu perlu dilakukannya penelitian tentang “ Analisis Pengembangan Usaha Budidaya Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp*) Di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur “.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keadaan sumberdaya alam, sumberdaya buatan, dan sumberdaya manusia pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?
2. Bagaimana aspek teknis pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?
3. Bagaimana aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?
4. Bagaimana aspek manajemen pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?
5. Bagaimana aspek finansial pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?
6. Bagaimana pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Keadaan sumberdaya alam, sumberdaya buatan, dan sumberdaya manusia yang mendukung usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
2. Aspek teknis usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
3. Pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
4. Manajemen usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
5. Kelayakan kelayakan finansial usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
6. Pengembangan usaha budidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

1.4 Kegunaan

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah
Sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan dan membuat kebijakan dalam rangka pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.
2. Lembaga Akademis (Mahasiswa dan perguruan tinggi)
Sebagai informasi keilmuan, pengetahuan, dan pengalaman untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3. Pembudidaya dan masyarakat

Sebagai pengetahuan tentang tata cara bagaimana melakukan usaha pembesaran ikan lele dan menumbuhkan inspirasi masyarakat luas untuk mengembangkan usaha budidaya pembesaran ikan lele.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Rino (2013), tentang Analisis Kelayakan Usaha Pembesaran Ikan Lele Dumbo Kelompok Tani Pembudidaya Ikan Lele Desa Lenggang, Kecamatan Gantung, Kabupaten Bangka Belitung. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui aspek teknis, aspek manajemen, social budaya dan lingkungan. 2) mengetahui kelayakan finansial usaha pembesaran ikan lele dumbo yang meliputi *Net Present Value (NPV)*, *Net Benefit and Cost (Net B/C)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Payback Period (PP)* dan 3) menganalisis *switching value* usaha pembesaran ikan lele dumbo jika terjadi peningkatan harga pakan dan penurunan produksi.

Pada usaha pembesaran ikan lele dumbo aspek teknis belum layak dijalankan karena dilihat dari *survival rate* yang rendah yaitu 64% dan jumlah benih yang ditebar. Berdasarkan aspek manajemen usaha pembesaran ikan lele dumbo ini struksur organisasi masih sederhana dan pembagian tugas sudah berjalan dengan baik. Sedangkan untuk aspek sosial, budaya dan ekonomi usaha ini berdampak positif bagi masyarakat sekitar karena menjadi alternatif mata pencaharian baru, selain itu kegiatan usaha ini tidak bertentangan dengan kebudayaan setempat. Hasil analisis finansial terhadap usaha pembesaran ikan lele dumbo ini layak untuk dijalankan karena diperoleh nilai *NPV* sebesar Rp.87.191.719,00, *Net B/C* sebesar 2,47, *IRR* sebesar 26%.

Berdasarkan penelitian Cecep (2010), tentang Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keragaan usaha pembenihan ikan lele di Kabupaten Boyolali, mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha pembenihan ikan lele dumbo, serta

merumuskan alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha pembenihan ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan utama dalam mengembangkan usaha pembenihan ikan lele yang berkualitas baik. Peluang utama dalam pengembangan usaha pembesaran ikan lele dumbo adalah permintaan benih yang semakin meningkat. Ancaman yang paling besar adalah kenaikan harga pakan. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha pembenihan ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali, yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk benih ikan lele dumbo dan mempererat kemitraan untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daerah pemasaran.

2.2 Ikan Lele (*Clarias sp*)

Ikan lele merupakan jenis ikan yang hidup di perairan air tawar yang mampu bertahan hidup di perairan yang keruh dan berlumpur. Ikan lele mempunyai ciri-ciri, yaitu memiliki kulit berwarna hitam tidak bersisik dan memiliki kumis dibagian mulutnya sehingga ada yang menyebut ikan ini "*catfish*". Berikut ini merupakan beberapa penjelasan tentang ikan lele adalah:

2.2.1 Klasifikasi Ikan Lele

Menurut Mahyuddin (2010), Berdasarkan bentuk tubuhnya dan sifatnya ikan lele diklasifikasikan dalam suatu tata nama untuk mempermudah dalam identifikasi. Dalam klasifikasi, ikan lele termasuk dalam "*family Clariidae*", yaitu jenis ikan yang mempunyai bentuk kepala gepeng dan mempunyai alat pernapasan tambahan. Berikut ini adalah klasifikasi ikan lele, yaitu:

- Filum : Chordata
- Kelas : Pisces
- Subkelas : Telestoi

- Ordo : Ostariophysi
- Sub Ordo : Siluroidea
- Famili : Clariidea
- Genus : Clarias
- Spesies : *Clarias sp*

2.2.2 Anatomi dan Morfologi Ikan Lele

Ikan lele termasuk salah satu ikan yang memiliki kulit berwarna hitam, berlendir dan tidak bersisik. Ikan lele merupakan ikan yang memiliki kumis disekitar mulutnya yang berfungsi sebagai alat untuk mendeteksi makanan dan peraba. Pada bagian tubuh ikan lele terdapat beberapa sirip, yaitu sirip tunggal berupa sirip punggung (*dorsal*), sirip dubur (*anal*) dan sirip ekor (*caudal*). Sedangkan sirip berpasangan, yaitu sirip perut (*ventral*) dan sirip dada (*pectoral*). Sirip dada merupakan sirip yang keras dan agak runcing berfungsi sebagai senjata dan alat bantu bergerak atau disebut dengan patil (Khairul, 2008).

2.2.3 Habitat Ikan Lele

Ikan lele merupakan ikan yang hidup di perairan yang keruh dan berlumpur, bahkan ikan lele mampu bertahan hidup di perairan yang memiliki oksigen yang sedikit. Suhu perairan yang ideal untuk ikan lele berkisar 20 – 30⁰ C, atau tepatnya 27⁰C dengan tingkat keasaman (Ph) sebesar 6,5 – 8. Umumnya ikan lele dapat hidup di perairan yang mengandung Karbondioksida (CO₂) 15 ppm (milligram per liter), NH₃ sebesar 0,05 ppm, NO₂ sebesar 0,25 ppm, NO₃ sebesar 250 ppm, dan Oksigen minimum 3 ppm (Khairul, 2008).

Di alam liar ikan lele hidup dapat hidup di sungai, danau dan rawa-rawa. Bahkan ikan lele mampu hidup di perairan yang tidak mengalir, karena ikan lele lebih menyukai perairan yang tenang dan gelap.

2.3 Sumber Daya

Sumber daya merupakan segala sesuatu yang berada di alam semesta ini yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup. Sumber daya memiliki sifat, yaitu sumber daya dapat diperbaharui dan tidak dapat diperbaharui. Berikut ini adalah macam sumber daya, yaitu:

2.3.1 Sumber Daya Alam

Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang terdapat di muka bumi, yang dapat dimanfaatkan oleh manusia maupun makhluk hidup lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Segala sesuatu dapat diartikan apa saja, baik yang berada di lingkungan daratan, perairan maupun udara/angkasa (Khosim, 2007).

Menurut Fauzi (2006), sumber daya alam adalah suatu sumber daya hayati maupun non hayati yang dimanfaatkan oleh manusia maupun makhluk hidup lainnya untuk bertahan hidup. Fungsi dari sumber daya alam adalah sebagai sumber pangan, bahan baku dan sumber energi. Sumber daya alam merupakan faktor produksi dari alam yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa untuk kegiatan ekonomi.

2.3.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting. Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang berasal dari manusia sendiri, yaitu kemampuan manusia dalam mengelola segala sesuatu yang ada di alam untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, seperti kemampuan dalam bekerja, kemampuan menciptakan sesuatu yang berguna dan lain sebagainya (Hariandja, 2002).

Menurut Umar (2003), sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan pada unsur sumber daya manusia tersebut. Manajemen tersebut memiliki fungsi untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh suatu tenaga kerja yang berkualitas.

Manajemen sumber daya manusia memiliki tugas memberikan fungsi terhadap manusia yaitu, fungsi manajerial dan fungsi operasional.

2.3.3 Sumber Daya Buatan

Sumber daya buatan adalah hasil alam yang telah diolah dan dimanfaatkan oleh manusia untuk kepentingan kehidupan manusia, seperti waduk, sungai, jalan dan lain sebagainya (UPI, 2007).

Menurut Arifin (2007), sumber daya buatan atau sumber daya modal merupakan sumber daya dari hasil ciptaan manusia yang digunakan untuk mempermudah terlaksananya suatu kegiatan manusia sendiri. Bentuk dari sumber daya buatan atau modal dapat berbentuk uang maupun bentuk fisik seperti gedung, peralatan, mesin dan bahan mentah.

2.4 Aspek Teknis Budidaya Pembesaran Ikan Lele

2.4.1 Persiapan Kolam

Menurut Mahyuddin (2010), sebelum digunakan untuk kegiatan pembesaran ikan lele, wadah atau kolam perlu dipersiapkan terlebih dahulu. Persiapan kolam bertujuan untuk menyediakan lingkungan hidup yang optimal bagi ikan lele. Adapun beberapa jenis kolam yang digunakan dalam kegiatan pembesaran ikan lele secara intensif, yaitu kolam semen, kolam tanah, dan kolam terpal. Beberapa hal yang perlu disiapkan dalam kegiatan pembesaran ikan lele adalah sebagai berikut.

a. Pembersihan dan Pengeringan Kolam

Pembersihan kolam harus rutin dilakukan setelah pemanenan, hal ini bertujuan untuk menjaga agar kolam bersih dari sisa-sisa kotoran seperti, lumut, sisa pakan yang mengendap, kotoran ikan, dan bakteri/hama pengganggu. Cara membersihkan pada kolam semen dan terpal adalah dengan menyikat bagian dalam kolam sampai bersih setelah itu bagian dalam yang sudah disikat disiram

dengan air hingga bersih agar kotoran yang sudah disikat bisa keluar melalui lubang pembuangan, setelah bagian dalam kolam sudah bersih lalu kolam dikeringkan ± 3 hari agar bakteri yang masih terdapat pada kolam dapat mati terkena sinar matahari. Sedangkan untuk kolam tanah cara pembersihannya beda dengan kolam semen maupun kolam terpal, untuk kolam tanah cukup dengan membuang air sisa budidaya melalui lubang pembuangan lalu kolam dikeringkan selama 3 – 7 hari hingga permukaan kolam tanah berbentuk pecah/retak. Setelah kolam sudah kering maka kolam siap digunakan untuk pembesaran ikan lele.

b. Pengisian Air Kolam

Pengisian air kolam dilakukan setelah kolam sudah dibersihkan dan sudah dikeringkan. Pengisian air kolam dilakukan secara bertahap, tahap pertama pengisian air kolam adalah diisi hingga mencapai ketinggian 30 – 40 cm lalu diberi obat dan garam dan dibiarkan selama 3 hari, hal ini bertujuan agar perairan dapat ditumbuhi pakan alami dan membunuh bakteri merugikan di perairan kolam.

2.4.2 Penebaran Benih Ikan Lele

Penebaran benih adalah menempatkan ikan dalam wadah budidaya dengan padat penebaran tertentu. Ukuran benih yang ditebar juga dapat menentukan lama waktu produksi pembesaran ikan lele, semakin besar ukuran benih yang ditebar maka akan semakin cepat waktu pembesaran ikan lele. Dalam penebaran benih ikan lele waktu penebaran yang tepat adalah pada waktu gelap, yaitu pada pagi hari (pukul 07.00 – 08.30) atau sore hari (pukul 16.00 – 17.00). Hal ini bertujuan untuk menghindari agar ikan tidak stres pada saat ditebar, selain itu cara penebaran ikan lele juga perlu diperhatikan. Cara yang dilakukan adalah pertama ikan dimasukkan ke dalam perairan kolam dalam keadaan terbungkus dan dibiarkan selama 15 menit perlakuan ini disebut

aklimatisasi, yaitu bertujuan untuk mengkondisikan ikan agar ikan dapat beradaptasi dengan lingkungan hidupnya yang baru, setelah 15 menit baru ikan dikeluarkan dari wadah secara perlahan.

2.4.3 Pemeliharaan Ikan Lele

Pemeliharaan adalah kegiatan merawat atau memelihara ikan agar ikan bisa bertahan hidup. Pada usaha budidaya pembesaran ikan lele ini ada beberapa kegiatan pemeliharaan meliputi:

a. Pemberian Pakan

Pakan merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam pemeliharaan ikan lele. Pemberian pakan secara teratur dapat memperlancar pertumbuhan pada ikan lele.

Menurut Mahyuddin (2010), ikan lele akan tumbuh dengan baik apabila semua kebutuhan nutrisinya terpenuhi secara maksimal. Artinya, kebutuhan terhadap protein, karbohidrat, lemak, vitamin dan mineral harus tersedia dalam pakan dengan komposisi dan jumlah yang cukup. Pakan yang baik untuk pertumbuhan ikan lele adalah pakan buatan pabrik (pelet), karena pakan buatan pabrik lebih terjamin kualitasnya serta kandungan nutrisinya yang lengkap. Selain itu, untuk mengurangi biaya pakan ikan lele juga dapat diberikan pakan alternatif, seperti ikan rucah, keong mas, bekicot, limbah peternakan ayam atau burung, belatung dan lain sebagainya.

Jumlah pemberian pakan pada ikan lele harus sesuai dengan kebutuhannya, untuk ikan yang masih kecil atau baru ditebar frekuensi pemberian pakan dapat diberikan sebanyak 4 - 5 kali dalam sehari, sedangkan untuk ikan lele yang sudah besar bisa diberikan pakan sebanyak 3 kali dalam sehari. Selain itu, waktu pemberian pakan ditetapkan dengan memperhatikan nafsu makan ikan lele. Pemberian pakan dapat dilakukan pada pagi hari, siang hari, sore hari maupun malam hari. Cara pemberian pakan adalah menaburkan secara merata

di setiap sisi kolam agar setiap ikan memiliki peluang untuk mendapatkan pakan yang sama, sehingga pertumbuhan ikan lele dapat merata atau memiliki ukuran yang seragam.

b. Pengelolaan Air Kolam

Selama proses pemeliharaan ikan lele pergantian air kolam harus rutin dilakukan 2 minggu sekali. Pergantian air kolam adalah membuang kotoran-kotoran yang terdapat di dasar kolam, baik berupa sisa pakan maupun kotoran ikan lele sehingga kualitas air tetap terjaga dengan baik (Amri, 2008).

Cara pergantian air pada kolam dilakukan secara bertahap, yaitu air dikeluarkan sebanyak 1/3 air kolam melalui lubang pembuangan dengan menutup lubang pembuangan menggunakan jaring agar ikan tidak ikut terbawa keluar. Setelah air kolam selesai dibuang dan bersih lalu diperairan diberi probiotik untuk membunuh bakteri pengganggu pada perairan kolam. Setelah itu, kolam dapat diisi kembali dengan air bersih sesuai ketinggian air semula. Pengelolaan perairan kolam mini bertujuan untuk menyediakan lingkungan perairan yang optimal bagi ikan lele agar dapat hidup dan tumbuh secara optimal.

c. Pencegahan dan Penanggulangan Penyakit

Serangan penyakit bisa datang dan menyerang ikan lele secara tiba-tiba tanpa diketahui sebelumnya dan dapat menimbulkan kematian secara massal pada ikan lele. Oleh karena itu, pencegahan penyakit pada ikan lele merupakan faktor yang sangat penting. Cara mencegah terjadinya serangan penyakit adalah mengelola perairan dengan baik, yaitu melakukan pergantian air kolam, membersihkan kolam secara teratur, memberikan probiotik, dan lain sebagainya. Sehingga dapat meminimalkan resiko ikan terkena penyakit (Mahyuddin, 2010).

2.4.4 Pemanenan

Pemanenan merupakan tahap akhir dari kegiatan budidaya ikan setelah mencapai ukuran konsumsi atau permintaan pasar. Keberhasilan budidaya ikan

lele dapat diketahui dari hasil panen yang diperoleh. Parameter dari keberhasilan budidaya ikan lele adalah dari jumlah, ukuran/bobot dan kualitas ikan lele yang dihasilkan. Cara yang dilakukan dalam pemanenan ikan lele tidak jauh berbeda dengan cara pemanenan ikan air tawar lainnya. Pemanenan ikan lele dilakukan setelah ikan lele sudah mencapai ukuran permintaan pasar yang dikehendaki pasar, biasanya lama produksi pembesaran ikan lele adalah 2,5 – 3 bulan. Cara pemanenan ikan lele yang dilakukan adalah membuang air pada kolam melalui saluran pipa pembuangan dengan memberikan tutup jaring pada lubang pembuangan air pada kolam agar ikan tidak keluar terbawa air. Setelah air tinggal sedikit kira-kira sekitar ± 10 cm, selanjutnya adalah melakukan penyerokan ikan lele dengan jaring, lalu ikan lele ditimbang beratnya, setelah itu ikan lele dimasukkan kedalam drum plastik untuk dipasarkan.

2.5 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dari masing-masing individu maupun kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Rangkuti, 2006)

Menurut Cannon (2008), pemasaran (marketing) merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai suatu sasaran dalam perusahaan, yang dilakukan dengan cara mengantisipasi apa yang dibutuhkan konsumen serta mengalirkan barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

Pemasaran adalah suatu kegiatan perpindahan barang melalui proses produksi dari produsen ke konsumen dengan adanya kesepakatan bersama antara produsen dengan konsumen dan memberikan kepuasan sehingga

menciptakan permintaan yang berkelanjutan. Adapun aspek dalam pemasaran meliputi:

2.5.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing dalam perusahaan. Strategi yang dimiliki perusahaan harus bersifat *distinctive* (artinya unik dan tidak mudah ditiru oleh pesaing) dan didukung oleh potensi yang dimiliki oleh perusahaan secara optimal (Rangkuti, 2002).

a. Segmentasi Pasar (*Segmentation*)

Segmentasi pasar adalah proses pengelompokan atau memilah pasar ke dalam segmen yang berbeda-beda. Segmen pasar (*market segmentation*) adalah sekelompok pembeli yang memiliki karakteristik yang sama dan memberikan respon yang sama terhadap aktivitas pemasaran tertentu (Simamora, 2001).

Menurut Rangkuti (2006) segmentasi pasar adalah tindakan mengidentifikasi kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Segmentasi konsumen ini memiliki karakteristik dan kebutuhan produk tersendiri.

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar untuk menentukan segmen pasar terhadap produk yang akan dipasarkan. Dengan adanya segmentasi pasar ini akan menjadikan kegiatan pemasaran lebih efektif dan efisien.

b. Pasar Sasaran/Target Pasar (*Targeting*)

Penetapan pasar sasaran merupakan kegiatan yang berisi memilih suatu pasar tertentu untuk dimasuki oleh perusahaan. Memilih pasar sasaran (target market) adalah memilih pelanggan secara spesifik, golongan atau segmen-

segmen yang yang diinginkan perusahaan untuk memasarkan produknya (Soegito, 2009).

c. Posisi Produk (*Positioning*)

Posisi produk adalah suatu proses perancangan pesan-pesan dan kebijakan-kebijakan operasi perusahaan yang memposisikan perusahaan terhadap produknya pada posisi kompetitif yang diinginkan. Posisi produk dapat dilakukan melalui promosi, produk, distribusi dan harga untuk membedakan suatu yang baik dibanding pesaing-pesaing di dalam pikiran dari pembeli yang prospektif (Soegiono, 2009).

Menurut Simamora (2001), Penentuan tempat produk adalah menentukan tempat dimana produk ini dipasarkan agar berbeda dan memiliki nilai lebih secara relatif dibandingkan produk pesaing didalam benak konsumen. Penentuan tempat produk diperlukan untuk memperkuat penerimaan produk pada segmen yang dipilihnya.

d. Deferensiasi Produk (*Deferentation*)

Deferensiasi adalah suatu tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran perusahaan, namun penawaran ini bukan berarti janji-janji belaka saja melainkan harus didukung dengan bukti-bukti yang nyata (Antonio 2006).

Deferansiasi memiliki tujuan untuk menciptakan barang atau jasa yang berbeda dengan yang lainnya dan memberikan keunggulan pada barang maupun jasa yang diproduksi suatu perusahaan.

2.5.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Keputusan saluran pemasaran merupakan keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih

perusahaan sangat mempengaruhi saluran pemasaran lain. Fungsi saluran pemasaran adalah melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen secara tepat (Kotler, 2002).

2.6 Aspek Manajemen

Manajemen merupakan suatu kegiatan atau proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya yang ada (Fuad, 2000).

Manajemen merupakan suatu kegiatan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan evaluasi yang bertujuan mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Pada suatu perusahaan untuk menjalankan semua aktivitasnya sangat memerlukan suatu manajemen yang baik, agar perusahaan tersebut bisa berjalan dengan baik dan mencapai semua tujuan yang ditentukan. Menurut Handoko (2003), manajemen meliputi beberapa aspek, yaitu:

2.6.1 Perencanaan (*planning*)

Sebelum pemimpin/manajer dapat mengorganisasi, mengarahkan atau mengawasi, mereka harus membuat rencana-rencana yang memberikan tujuan dan arah organisasi. Dalam perencanaan pemimpin harus bisa menentukan “apa yang harus dilakukan, kapan harus dilakukan, kapan melakukannya dan siapa yang melakukannya”. Perencanaan adalah pemilihan sekulmpulan kegiatan dan keputusan terhadap apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang, dimana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan.

2.6.2 Pengorganisasian (*organizing*)

Setelah menentukan semua tujuan seorang manajer harus menyusun rencana atau program-program untuk mencapainya, maka perlu adanya suatu penyusunan organisasi yang akan dapat melaksanakan berbagai program tersebut secara baik. Pengorganisasian diperlukan untuk memudahkan kegiatan organisasi/perusahaan, yaitu 1) penentuan sumberdaya dan kegiatan untuk mencapai tujuan, 2) pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang dapat membawa hal-hal kearah tujuan, 3) memberikan tugas atau wewenang kepada individu-individu untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Fungsi pengorganisasian ini menciptakan struktur formal dalam organisasi dimana pekerjaan dibagi dan dikoordinasikan.

2.6.3 Pengarahan (*leading*)

Pengarahan merupakan kegiatan bagaimana membuat para karyawan agar bisa melakukan apa yang diinginkan oleh atasan dan harus mereka lakukan agar tujuan organisasi berjalan dengan baik. Fungsi ini melibatkan kualitas, gaya, dan kekuasaan pemimpin serta kegiatan pemimpin seperti komunikasi, motivasi, dan disiplin. Fungsi pengarahan atau *leading* sering disebut dengan istilah *actuating*.

2.6.4 Pengawasan (*controlling*)

Semua fungsi dalam kegiatan organisasi tidak akan efektif apabila tidak ada fungsi pengawasan atau pengendalian. Pengawasan merupakan penemuan atau penerapan cara dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana yang dilakukan dalam organisasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi pengawasan pada dasarnya adalah pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan bila dalam pelaksanaan kegiatan pada organisasi dirasa ada yang menyimpang.

2.7 Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan aspek yang berhubungan dengan perhitungan finansial/keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini aspek finansial yang akan dianalisis adalah aspek finansial jangka pendek yang meliputi, permodalan, biaya, keuntungan, penerimaan, rentabilitas, *R/C* dan *Break Event Point (BEP)*. Sedangkan aspek finansial jangka panjang meliputi, *Net Present Value (NPV)*, *Net B/C*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period (PP)*.

2.7.1 Analisis Finansial Jangka Pendek

2.7.1.1 Permodalan

Modal merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam suatu kegiatan usaha. Karena suatu usaha tidak dapat berjalan dengan lancar jika tidak memiliki modal. Modal adalah suatu barang atau jasa, baik berupa uang atau kemampuan/skill yang digunakan untuk menjalankan suatu kegiatan usaha. Modal merupakan aspek yang penting untuk menjalankan suatu usaha.

Menurut Riyanto (2009), modal meliputi baik modal dalam bentuk uang (*geldkapital*), maupun dalam bentuk barang (*sachkapital*), misalnya mesin, barang-barang dagangan, dan lain sebagainya. Modal dibagi menjadi dua yaitu, modal aktif dan modal pasif. Modal aktif terdiri dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Aktiva tetap merupakan aktiva yang tahan lama tidak habis dalam proses produksi atau yang secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi. Sedangkan aktiva lancar ialah aktiva yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi. Modal pasif dibagi menjadi dua yaitu, modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri atau sering disebut modal badan usaha adalah modal yang berasal dari perusahaan sendiri (cadangan, laba) atau berasal dari pengambil bagian, peserta, atau pemilik (modal saham, modal peserta, dan lain-lain). Sedangkan modal asing sering disebut modal kreditur,

adalah modal yang berasal dari kreditur, yang merupakan utang perusahaan yang bersangkutan.

2.7.1.2 Biaya Produksi/Biaya Total

Biaya produksi merupakan biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk, biaya produksi bisa juga disebut dengan ongkos produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap (FC), biaya variabel (VC), dan biaya total (TC) (Widjajanta, 2007). Biaya produksi atau biaya total dapat ditulis secara matematis adalah:

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

TC : *Total cost* (biaya total)

FC : *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC : *Variable Cost* (biaya tidak tetap)

2.7.1.3 Penerimaan

Penerimaan adalah nilai dari total produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, dimana besar penerimaan tergantung pada jumlah harga dan penjualan produk.

Menurut Riyanto (2009), penerimaan adalah harga jual dikalikan dengan jumlah barang yang diproduksi. Penerimaan dapat ditulis dengan rumus matematis yaitu:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR : *Total Revenue* (Total penerimaan)

P : Harga jual per unit

Q : Jumlah barang per unit

2.7.1.4 Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan total biaya (produksi). Keuntungan diperoleh jika selisih antara pendapatan dengan total biaya produksi adalah positif (Mahyuddin, 2010). Keuntungan dapat ditulis dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana,

π : Keuntungan

TR : Total Penerimaan

TC : Total Biaya

2.7.1.5 Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis *R/C* merupakan alat analisis yang digunakan untuk melihat pendapatan relative suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan produksi tersebut. Semakin besar nilai *R/C*, maka tingkat keuntungan suatu usaha akan semakin besar (Mahyuddin, 2010). *R/C* ratio dapat dirumuskan:

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

Dimana,

TR : Total pendapatan

TC : Total biaya produksi

2.7.1.6 Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan menggunakan modal untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu (Riyanto, 2009). Rentabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana,

L : Jumlah laba dalam periode tertentu

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

2.7.1.7 Break Event Point (BEP)

Break Event Point (BEP) merupakan alat analisis untuk mengetahui batas nilai produksi atau volume produksi suatu usaha untuk mencapai titik impas, yaitu tidak untung dan tidak rugi. Usaha dikatakan layak apabila nilai *BEP* produksi lebih besar dari jumlah *BEP* unit yang diproduksi (Mahyuddin, 2009).

Menurut Riyanto (2009), *Break Event Point* adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. *BEP* dibagi menjadi dua, yaitu:

- *BEP* atas dasar unit

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

Dimana:

P : Harga jual per unit

V : Biaya variabel per unit

FC : Biaya tetap

Q : Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- *BEP* atas dasar sales

$$BEP\ sales = \frac{FC}{1 - \frac{vc}{s}}$$

Dimana:

FC : Biaya tetap

VC : Biaya tidak tetap

S : Volume penjualan

2.7.2 Analisa Finansial Jangka Panjang

2.7.2.1 Net Present Value (NPV)

Net Present Value adalah alat analisis yang digunakan untuk menghitung selisih nilai investasi sekarang (aliran kas keluar/*cash out*) dengan nilai penerimaan sekarang (aliran kas masuk/*cash in*) di waktu yang akan datang, jika hasil menunjukkan angka positif, maka usulan investasi dapat dipertimbangkan, karena layak untuk dilakukan. Sebaliknya jika, hasil menunjukkan angka negatif maka usulan investasi sebaiknya ditolak karena investasi tidak layak untuk dilakukan (Arifin, 2007).

2.7.2.2 Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Riyanto (2009), *Internal Rate of Return* dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima (*pv of future proceeds*) sama dengan jumlah nilai sekarang dan pengeluaran modal (*pv of capital outlays*).

Internal Rate of Return merupakan tingkat suku bunga yang di isyaratkan agar nilai NPV sama dengan nol atau lebih agar suatu investasi dikatakan layak.

2.7.2.3 Profitabilitas Index atau Benefit and Cost Ratio (Net B/C)

Menurut Van Horne dan Wachoficz (2007), profitabilitas indeks atau rasio biaya manfaat adalah rasio nilai sekarang arus kas bersih di masa mendatang dengan arus keluar awalnya. Kriteria kelayakan profitabilitas indeks adalah 1,00 atau lebih besar maka investasi dapat diterima. *Net B/C* merupakan nilai manfaat yang diperoleh dari setiap pengeluaran satu rupiah dari investasi tersebut. Rumus rasio ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$PI = \left[\frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n} \right] / 100$$

2.7.2.4 Payback Period (PP)

Analisis *Payback Period* bertujuan untuk mengetahui waktu tingkat pengembalian investasi yang telah ditanamkan pada suatu usaha (Mahyuddin, 2010).

Menurut Riyanto (2009), *Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutupi kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan “*proceeds*” atau aliran kas neto (*net cash flow*). Dengan demikian *Payback Period* dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya. *Payback Period* dapat dirumuskan:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Proceed 1 tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

2.7.2.5 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas atau sering pula disebut analisa kepekaan sebenarnya bukanlah teknik untuk mengukur resiko, tetapi merupakan suatu teknik untuk menilai dampak berbagai perubahan dalam masing-masing variabel penting terhadap hasil yang mungkin terjadi (*possible outcomes*).

Analisis sensitivitas merupakan suatu analisis simulasi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak variabel yang berubah-ubah terhadap hasil yang diharapkan. Dengan analisis sensitivitas ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui sampai seberapa jauh tingkat kepekaan terhadap arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab (Riyanto, 2009).

2.8 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2004), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini

didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (Strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dalam dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan (*streagths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternal peluang (*oppurtunities*) dan ancaman (*thearts*).

2.8.1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Menurut Rangkuti (2004), Faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi pada suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Faktors Analisis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan. Cara menentukan faktor strategi internal adalah sebagai berikut:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot pada 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 untuk 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 dalam katagori kekuatan) diberi nilai mulai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah 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 catatan atau komentar 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 lainya dalam kelompok industri yang sama.

2.8.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Menurut Ranguti (2004), Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

- a. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Beri bobot masing-masing factor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memerikan dampak terhadap factor strategis.

- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing factor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk factor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Kalikan obot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing factor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa factor-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 factor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainya dalam kelompok industri yang sama.

2.8.3 Matrik SWOT

Menurut Rangkuti(2004), alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

c. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

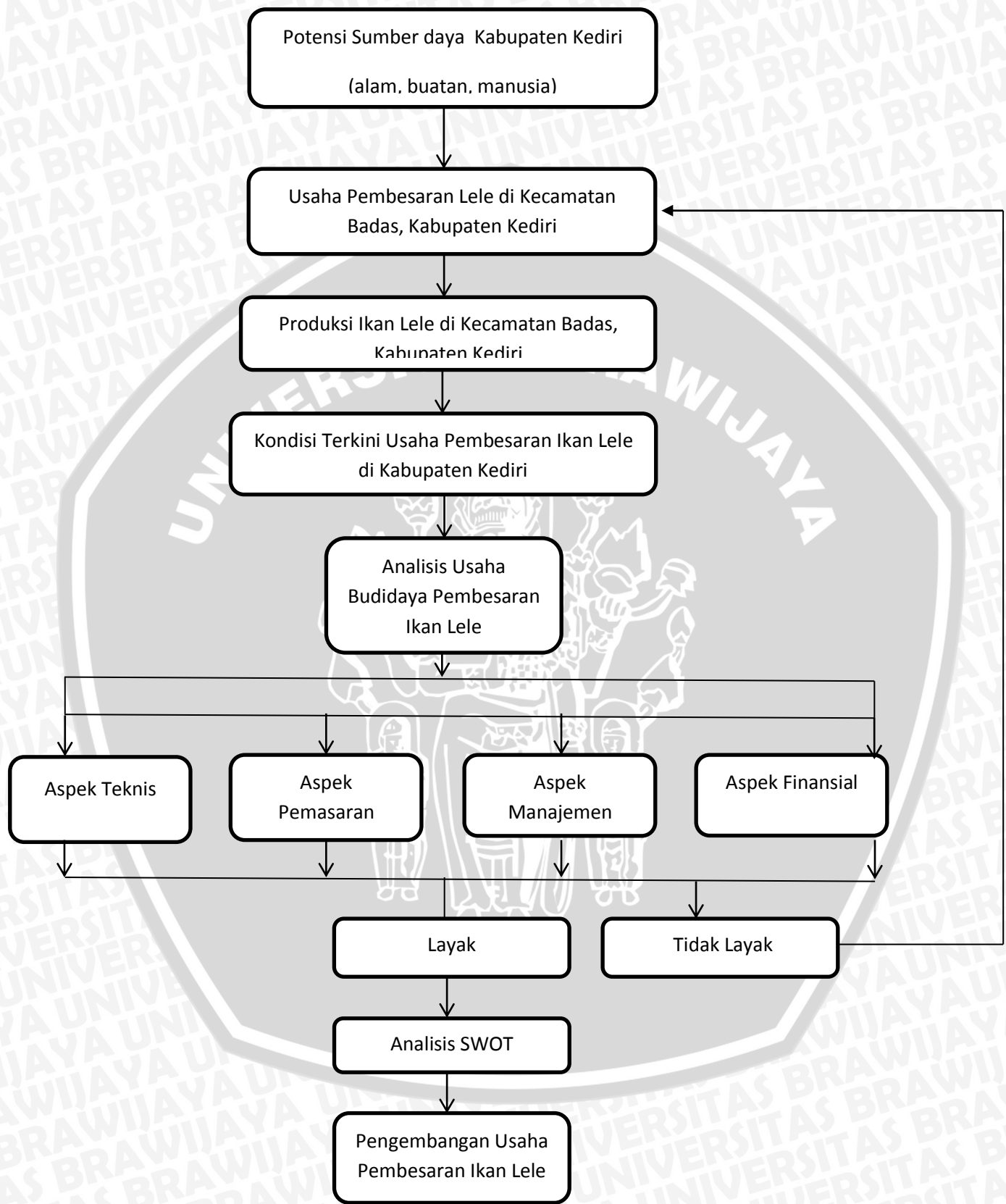
d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.9 Kerangka Pemikiran

Ikan lele (*Clarias sp*) merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang digemari masyarakat. Ikan lele merupakan komoditas yang dapat dipelihara dengan padat tebar tinggi dalam lahan terbatas (hemat lahan) di kawasan marginal dan hemat air. Ikan lele tidak memerlukan lokasi dan tempat yang khusus hanya memerlukan media yang sederhana.

Ikan lele merupakan komoditas unggulan saat ini. Pengembangan usahanya dapat dilakukan mulai dari benih sampai ukuran konsumsi. Setiap segmen usaha tersebut sangat menguntungkan, selain untuk konsumsi lokal pasar ikan lele telah mencapai ekspor dan permintaanya pun cukup besar sehingga ikan lele berpotensi memiliki nilai ekonomis untuk dikembangkan. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar. 1 Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Dilaksanakan pada tanggal 17 Februari sampai 18 maret 2014.

3.2 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Metode deskriptif ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada proses riset sedang berlangsung. Metode riset ini dapat digunakan dengan lebih banyak segi dan secara lebih luas dibandingkan metode yang lain, metode ini juga memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat diterapkan pada berbagai jenis masalah (Umar, 1997).

Menurut Danim (2003) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis dan akurat terhadap situasi atau populasi tertentu yang bersifat faktual. Sehingga dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini dapat menggambarkan segala sesuatu yang ada di lapang secara faktual seperti keadaan umum usaha tersebut, aspek teknis usaha pembesaran ikan lele, kegiatan pemasaran ikan lele, strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele, dan aspek finansial pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *survei*. Metode *survei* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam

pengumpulan data, misalnya dengan kuisisioner, wawancara dan sebagainya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *Sampling jenuh*, yaitu penentuan sampel bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang. Istilah lain sampel jenuh adalah *sensus*, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2011). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas dengan jenis kolam yang berbeda, yaitu kolam beton milik Bapak Mahdi dan kolam terpal milik Bapak Sukron.

Metode *survei* digunakan untuk mengukur gejala-gejala tersebut ada tanpa menyelidikan mengapa gejala-gejala tersebut ada. Survei dapat memberikan manfaat untuk tujuan-tujuan yang bersifat deskriptif, membantu membandingkan kondisi-kondisi yang ada dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, dan membantu pelaksanaan evaluasi. Survei dapat dilakukan dengan cara sensus maupun sampling terhadap hal-hal yang nyata dan tidak nyata (Umar, 1997). Dalam penelitian ini survei yang dilakukan adalah tentang bagaimana keadaan umum lokasi usaha pembesaran ikan lele dengan datang langsung ke lokasi usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.4 Jenis Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia karena memang belum ada riset yang sejenis atau sama yang pernah dilakukan, sehingga periset perlu melakukan pengumpulan atau pengadaan data sendiri karena tidak bisa mengandalkan data atau sumber lain (Istijanto, 2005).

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan melakukan survey, observasi, atau wawancara langsung kepada narasumber (pengusaha pembesaran ikan lele), yaitu kepada Bapak Mahdi, Bapak Alif, Bapak Anis, dan Bapak sukron. Wawancara langsung kepada narasumber bertujuan untuk mendapatkan data tentang aspek teknis, aspek finansial, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga lebih informatif oleh pihak lain (Umar, 2003).

Data sekunder yang digunakan untuk skripsi ini adalah buku profil Kecamatan Badas dalam angka dari kantor Kecamatan Badas, data perikanan Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Kediri.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan metode yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek yang diteliti dengan menggunakan instrumen berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya (Umar, 1997). Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan adalah mencatat dan mengamati tentang kegiatan yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab yang terjadi antara orang yang mencari informasi (pewawancara) dengan orang yang memberi informasi (narasumber) dengan tujuan untuk memperoleh informasi (Untoro, 2010).

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab terhadap narasumber untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini wawancara di tujukan kepada responden atau pengusaha pembesaran ikan lele tentang aspek usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.5.3 Kuesioner

Kuesioner atau daftar isian adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden. Tujuan menggunakan kuesioner adalah memperoleh informasi/data yang berhubungan dengan kecermatan dan ketelitian yang dapat dipertanggungjawabkan (Suprianto, 2000).

Perntanyaan yang diajukan kepada responden, yaitu pemilik usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton dan kolam terpal melalui kuesioner adalah tentang aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek finansial, faktor pendukung dan penghambat pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri.

3.5.4 Dokumentasi

Dokumen adalah sesuatu yang dapat dijadikan sebagai bukti yang berguna sebagai petunjuk atau keterangan (Widiantoro, 2006). Dokumentasi digunakan sebagai bukti untuk memperkuat hasil riset yang dilakukan oleh peneliti. Dokumentasi yang diambil dari kegiatan penelitian ini adalah dalam bentuk foto tentang keadaan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Jawa Timur.

3.6 Analisa Data

3.6.1 Deskriptif Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *porpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011). Analisa data deskriptif kualitatif dalam penelitian ini meliputi:

3.6.1.1 Sumber Daya

Sumber daya merupakan segala sesuatu yang berada di alam semesta ini yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup. Sumber daya memiliki sifat, yaitu sumber daya dapat diperbaharui dan tidak dapat diperbaharui. Dalam suatu kawasan usaha adanya sumber daya sangat penting keberadaanya dalam, karena sumber daya sangat mendukung kelancaran suatu usaha. Jika kawasan/wilayah suatu usaha tidak memiliki sumber daya yang mendukung, maka usaha tersebut akan sulit dijalankan, karena dalam suatu usaha perlu didukung adanya sumber daya yang memadai seperti, sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya buatan agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik. Dalam penelitian ini data yang didapatkan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu peneliti akan memberikan gambaran secara umum tentang kondisi sumber daya yang mendukung berjalanya usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, yang terdiri dari sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya buatan.

3.6.1.2 Aspek Teknis

Dalam penelitian ini kegiatan teknis produksi akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran secara umum tentang kegiatan teknis usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas yang meliputi, persiapan

kolam pembesaran, penebaran benih, pemeliharaan, pengelolaan perairan hingga pemanenan.

3.6.1.3 Aspek Pemasaran

Dalam penelitian ini aspek pemasaran akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu untuk memberikan gambaran secara umum tentang kegiatan pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas yang meliputi, strategi pemasaran dan saluran pemasaran. Melalui analisis deskriptif kualitatif ini dapat dilihat bagaimana proses kegiatan pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

3.6.1.4 Aspek Manajemen

Dalam penelitian ini aspek manajemen akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu untuk memberikan gambaran secara umum tentang manajemen pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Dalam hal ini, peneliti akan menggambarkan bagaimana manajemen yang dilakukan oleh pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas terhadap usahanya.

3.6.1.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mencari berbagai alternatif untuk memecahkan permasalahan dan menentukan strategi perusahaan dengan faktor-faktor yang meliputi, (kekuatan, kelemahan) dan (peluang, ancaman). Analisis SWOT juga dapat diaplikasikan untuk kegiatan pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Desa Badas, Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Pada pengembangan usaha pembesaran ikan lele ini perlu mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi usaha meliputi:

a. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

Faktor internal merupakan faktor dari dalam usaha yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

- Kekuatan, yaitu kemampuan khusus atau kompetensi yang dimiliki oleh pengusaha pembesaran ikan lele untuk menunjukkan keunggulan dalam pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.
- Kelemahan, yaitu suatu kekurangan yang menjadi kendala dalam usaha pembesaran ikan lele, sehingga menjadi penghalang terhadap berkembangnya usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

b. Faktor eksternal (peluang dan ancaman)

Faktor eksternal merupakan faktor dari luar usaha yang menjadi peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

- Peluang, yaitu suatu prediksi atau perkiraan peluang terhadap usaha pembesaran ikan lele untuk masa yang akan datang yang dapat memberikan keuntungan dan peluang untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.
- Ancaman, yaitu suatu gejala atau pengaruh dari luar usaha yang memberikan dampak negatif terhadap usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

c. Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2004), alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Matrik SWOT dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Faktor-faktor kekuatan internal usaha pembesaran ikan lele.	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan eksternal usaha pembesaran ikan lele.
OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor kekuatan eksternal	STRATEGI (SO) Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang usaha pembesaran ikan lele.	STRATEGI (WO) Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang usaha pembesaran ikan lele.
TREATHS (T) Faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman pada usaha pembesaran ikan lele.	STRATEGI (WT) Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman pada usaha pembesaran ikan lele.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada

c. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

d. Strategi *WT*

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.6.2 Deskriptif Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2011).

Pada penelitian ini data yang diperoleh akan di analisis secara deskriptif kuantitatif yang meliputi, aspek finansial jangka pendek, aspek finansial jangka panjang dan pemberian skor pembobotan pada matrik SWOT untuk menentukan faktor-faktor strategi pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

3.6.2.1 Aspek Finansial Jangka Pendek

1. Permodalan

Menurut Riyanto (2009), modal meliputi baik modal dalam bentuk uang (*geldkapital*), maupun dalam bentuk barang (*sachkapital*), misalnya mesin, barang-barang dagangan, dan lain sebagainya. Modal dibagi menjadi dua yaitu, modal aktif dan modal pasif. Modal aktif terdiri dari aktiva tetap dan aktiva lancar. Aktiva tetap merupakan aktiva yang tahan lama tidak habis dalam proses produksi atau yang secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi. Sedangkan aktiva lancar ialah aktiva yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi. Modal pasif dibagi menjadi dua yaitu, modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri atau sering disebut modal badan usaha

adalah modal yang berasal dari perusahaan sendiri (cadangan, laba) atau berasal dari pengambil bagian, peserta, atau pemilik (modal saham, modal peserta, dan lain-lain). Sedangkan modal asing sering disebut modal kreditur, adalah modal yang berasal dari kreditur, yang merupakan utang perusahaan yang bersangkutan.

2. Biaya Produksi/Biaya Total

Biaya adalah suatu pengorbanan dalam suatu usaha, yaitu uang yang harus dikeluarkan untuk melakukan produksi untuk tercapainya hasil produksi yang diharapkan. Dalam suatu proses produksi biaya yang digunakan meliputi:

- **Biaya Tetap (FC)**

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang tidak dapat dihindarkan atau merupakan biaya yang tidak habis dalam satu kali produksi atau biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu proses kegiatan produksi yang penggunaannya atau besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi perusahaan.

- **Biaya Tidak Tetap (VC)**

Biaya tidak tetap (*variabel cost*) merupakan biaya yang habis dalam satu kali produksi atau suatu biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi, semakin besar produksi maka semakin besar biaya tidak tetap/variabel yang dikeluarkan.

- **Biaya Total (TC)**

Biaya total merupakan jumlah total dari biaya produksi yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total/produksi dapat ditulis dengan rumus:

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel/tidak tetap

TC = Total biaya produksi

3. Penerimaan

Penerimaan adalah nilai dari total produk yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, dimana besar penerimaan tergantung pada jumlah harga, jumlah produksi dan penjualan. Menurut Riyanto (2009), penerimaan adalah harga jual dikalikan dengan jumlah barang. Penerimaan dapat ditulis dengan rumus matematis yaitu:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR : *Total Revenue* (Total penerimaan)

P : Harga jual per unit

Q : Jumlah barang per unit

4. Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan total biaya. Keuntungan diperoleh jika selisih antara pendapatan dengan total biaya produksi adalah positif (Mahyuddin, 2010). Keuntungan dapat ditulis dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana,

P : Keuntungan

TR : Total Penerimaan

TC : Total Biaya

5. Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis R/C merupakan alat analisis yang digunakan untuk melihat pendapatan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan produksi tersebut. Semakin besar nilai R/C maka tingkat

keuntungan suatu usaha semakin besar (Mahyuddin, 2010). R/C dapat dirumuskan:

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

Dimana,

TR : Total pendapatan

TC : Total biaya produksi

6. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu (Riyanto, 2009). Rentabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana,

L : Jumlah laba dalam periode tertentu

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

7. Break Event Point (BEP)

Break Even Point merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Break Even Point berfungsi untuk mengetahui volume kegiatan atau volume produksi penjualan berapa penghasilan penjualan dapat tepat menutup biaya totalnya untuk menghindari kerugian. *Break Even Point* adalah volume penjualan dimana penghasilannya (revenue) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita

kerugian. *Break Even Point* dibagi menjadi 2, yaitu BEP atas dasar unit dan BEP sales (Riyanto, 2009). *Break Event Point* dapat dirumuskan sebagai berikut.

- **BEP atas dasar unit**

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

Dimana:

P : Harga jual per unit

V : Biaya variabel per unit

FC : Biaya tetap

Q : Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- **BEP atas dasar sales**

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

Dimana:

FC : Biaya tetap

VC : Biaya tidak tetap

S : Volume penjualan

3.6.2.2 Analisis Finansial Jangka Panjang

1. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value adalah alat analisis yang digunakan untuk menghitung selisih nilai investasi sekarang (aliran kas keluar/*cash out*) dengan nilai penerimaan sekarang (aliran kas masuk/*cash in*) di waktu yang akan datang, jika hasil menunjukkan angka positif, maka usulan investasi dapat dipertimbangkan, karena layak untuk dilakukan. Sebaliknya jika, hasil menunjukkan angka negatif usulan investasi sebaiknya ditolak karena investasi tidak layak untuk dilakukan (Arifin, 2007). Jika dirumuskan NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t} - I$$

Dimana,

B_t : Benefit pada tahun t

C_t : Cost pada tahun t

n : Umur ekonomis

i : Tingkat suku bunga

I : Investasi awal

2. Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Riyanto (2009), *Internal Rate of Return* dapat didefinisikan sebagai tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima (*pv of future proceeds*) sama dengan jumlah nilai sekarang dan pengeluaran modal (*pv of capital outlays*). IRR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$r = P_1 - C_1 \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1}$$

Dimana,

r : Internal rate of return

P_1 : Tingkat bunga ke-1

P_2 : Tingkat bunga ke-2

C_1 : NPV ke-1

C_2 : NPV ke-2

Hasil nilai IRR dapat disimpulkan:

- Apabila IRR lebih besar ($>$) dari bunga pinjaman, maka diterima
- Apabila IRR lebih kecil ($<$) dari bunga pinjaman, maka ditolak

3. Profitabilitas Index atau Benefit and Cost Ratio (Net B/C Ratio)

Menurut Van Horne dan Wachoficz (2007), profitabilitas indeks atau rasio biaya manfaat adalah rasio nilai sekarang arus kas bersih di masa mendatang dengan arus keluar awalnya. Kriteria kelayakan profitabilitas indeks adalah 1,00 atau lebih besar maka investasi dapat diterima. Rumus rasio ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$PI = \left[\frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n} \right] / \frac{CF_0}{(1+k)^0} \quad 100$$

4. Payback Period (PP)

Analisis *Payback Period* bertujuan untuk mengetahui waktu tingkat pengembalian investasi yang telah ditanamkan pada suatu usaha (Mahyuddin, 2010).

Menurut Riyanto (2009), *Payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutupi kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan “*proceeds*” atau aliran kas neto (*net cash flow*). Dengan demikian *Payback period* dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya. *Payback Period* dapat dirumuskan:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Proceed 1 tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

5. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan suatu metode ekonomi yang digunakan dalam rangka mengetahui sejauh mana dampak parameter-parameter investasi yang telah ditetapkan sebelumnya boleh berubah karena adanya faktor dan kondisi selama umur investasi, sehingga perubahan tersebut hasilnya akan berpengaruh secara signifikan pada keputusan yang telah diambil (Harianto, 2009).

3.6.2.3 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2004), Analisis SWOT adalah alat identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan.

Dalam memecahkan permasalahan dan penentuan strategi pada usaha perlu adanya faktor-faktor strategi. Alat analisis data yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran ikan lele adalah:

1. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Menurut Rangkuti (2004), setelah faktor-faktor strategi internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Strategic Faktor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka strength and weakneses perusahaan. Tahapannya adalah:

- a. Menentukan faktor-faktor kekuatan serta kelemahan dalam usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas pada 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 usaha pembesaran ikan lele. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing kolom dengan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha pembesaran ikan lele. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk katagori kekuatan) diberi nilai mulai +1 sampai +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 usaha pembesaran ikan lele, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata usaha pembesaran ikan lele, nilainya 4.

- d. Bobot pada kolom 2 dikalikan dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya adalah berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi usaha pembesaran ikan lele. Nilai total ini menunjukkan bagaimana reaksi usaha ini terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan usaha pembesaran ikan lele ini dengan usaha perikanan lainnya.

Tabel 2. IFAS

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

Bobot penentuan sebagai berikut:

0,20 : sangat kuat

0,15 : di atas rata-rata

0,10 : rata-rata

0,05 : di bawah rata-rata

Rating untuk kekuatan ditentukan sebagai berikut:

4 : sangat kuat

3 : di atas rata-rata

2 : rata-rata

1 : di bawah rata-rata

Rating untuk kelemahan ditentukan sebagai berikut:

1 : sangat kuat

2 : di atas rata-rata

3 : rata-rata

4 : di bawah rata-rata

2. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Menurut Rangkuti (2004), sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS).

Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

- a. Menentukan faktor-faktor peluang serta ancaman dalam usaha pembesaran ikan lele pada kolom 1.
- b. Beri bobot pada masing-masing faktor yang menjadi peluang serta ancaman pada usaha pembesaran ikan lele pada 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*) sampai dengan 1 (*poor*)

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap usaha pembesaran ikan lele.

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

Pemberian nilai taring ancaman adalah kebalikannya, jika nilai ancaman sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancaman kecil ratingnya diberi nilai 4.

- d. Bobot pada kolom 2 dikalikan 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. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha pembesaran ikan lele bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 3. EFAS

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

Bobot penentuan sebagai berikut:

0,20 : sangat kuat

0,15 : di atas rata-rata

0,10 : rata-rata

0,05 : di bawah rata-rata

Rating untuk peluang ditentukan sebagai berikut:

4 : sangat kuat

3 : di atas rata-rata

2 : rata-rata

1 : di bawah rata-rata

Rating untuk ancaman ditentukan sebagai berikut:

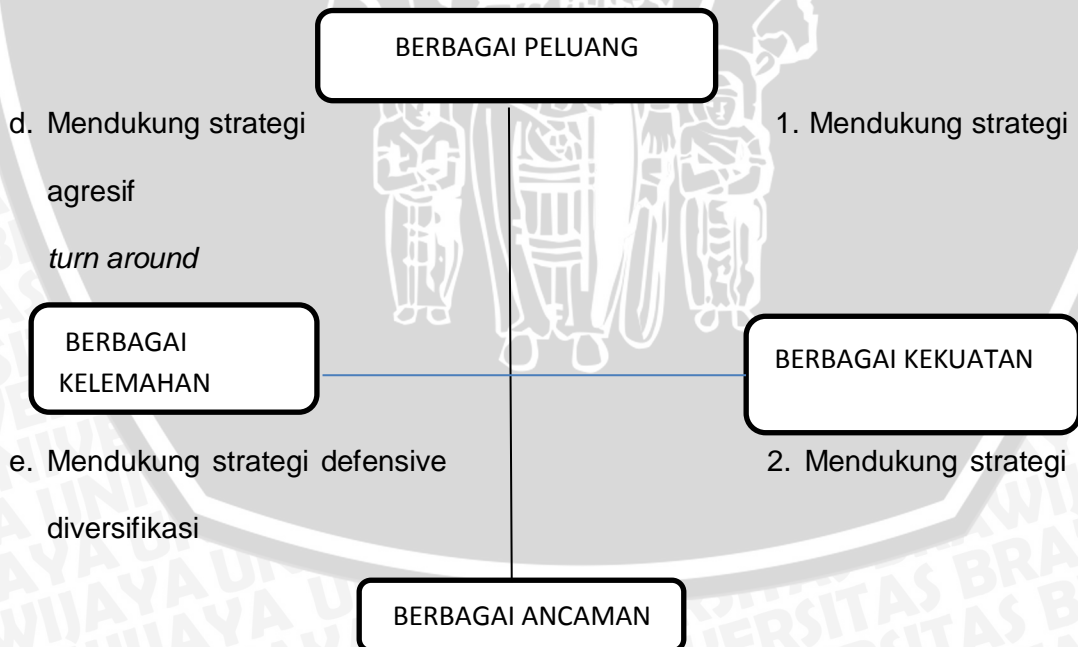
1 : sangat kuat

2 : di atas rata-rata

3 : rata-rata

4 : di bawah rata-rata

3. Diagram SWOT



Gambar 2. Diagram SWOT

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan usaha pembesaran ikan lele tersebut karena memiliki kekuatan untuk



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, usaha pembesaran ikan lele ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi deversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Usaha pembesaran ikan lele ini memiliki peluang pasar yang besar, tetapi dilain pihak usaha ini menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis di kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi usah ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal usaha sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik untuk meminimalkan kelemahan.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, usaha pembesaran ikan lele ini menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

IV. KEADAAN UMUM LOKASI USAHA

4.1 Letak Geografis dan Keadaan Topografis

Lokasi kegiatan penelitian skripsi ini dilaksanakan di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Jawa Timur. Letak geografis Kecamatan Badas ini terletak $111^{\circ} 47' 05''$ sampai dengan $112^{\circ} 18' 20''$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 36' 12''$ sampai dengan $8^{\circ} 0' 32''$ Lintang Selatan. Kondisi topografi pada Kecamatan Badas merupakan dataran rendah dan memiliki curah hujan rata-rata 147,03 per tahun. Luas wilayah Kecamatan Badas adalah $39,22 \text{ Km}^2$ yang terdiri dari 8 Desa. Adapun pembagian luas wilayah di Kecamatan Badas menurut penggunaan tanah, yaitu untuk lahan sawah memiliki luas sebesar 2.228,34 Ha, untuk lahan Tegal memiliki luas sebesar 21,97 Ha, untuk bangunan dan pekarangan memiliki luas sebesar 1.322,49 Ha dan untuk lahan lainnya memiliki lahan sebesar 349,20 Ha. Luas lahan di Kecamatan Badas berdasarkan penggunaannya dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Luas lahan berdasarkan penggunaannya

No	Penggunaan Lahan	Luas (Ha)
1	Sawah	2.228,34
2	Tegal	21,97
3	Bangunan dan pekarangan	1.322,49
4	Lainya	349,20
	Jumlah	3.921,32

Sumber : Buku Kabupaten Kediri Dalam Angka tahun 2013.

Adapun Batas-batas wilayah Kecamatan Badas meliputi:

- Sebelah Utara : Kabupaten Jombang
- Sebelah Selatan : Kecamatan Pare
- Sebelah Barat : Kecamatan Kunjang
- Sebelah Timur : Kecamatan Kandangan

(Buku Kecamatan Badas dalam angka, 2013).

4.2 Keadaan Penduduk Kecamatan Badas

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk di Kecamatan Badas menurut data Kecamatan Badas dalam angka tahun 2013 berjumlah 59.531 orang. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk terdiri dari 29.412 laki-laki dan 30.112 perempuan dengan jumlah rumah tangga sebanyak 16.066 dengan kepadatan penduduk sebanyak 1.518 jiwa/km². Jumlah penduduk Kecamatan Badas berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Desa	Laki – laki	Perempuan
1	Sekoto	3.142	3.080
2	Bringin	2.847	2.812
3	Lamong	2.334	2.195
4	Canggu	4.995	4.337
5	Krecek	5.053	4.052
6	Tunglur	3.943	5.08
7	Badas	3.461	3.832
8	Blaru	3.627	4.231
JUMLAH		29.412	30.119

Sumber: Buku Kecamatan Badas dalam angka (2013)

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Berdasarkan mata pencaharian penduduk di Kecamatan Badas menunjukkan jumlah yang paling banyak adalah bekerja sebagai petani, yaitu sebanyak 11.131 orang, kemudian diikuti di bidang perdagangan sebanyak 2.842 orang, industri sebanyak 867 orang, transportasi sebanyak 644, dan PNS, TNI/POLRI dan jasa adalah sebanyak 487 orang. Data penduduk berdasarkan matapencaharian dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No	Desa	Mata Pencaharian				PNS, TNI/POLRI dan jasa
		Pertanian	Industri	Transportasi	Perdagangan	
1	Sekoto	1.397	16	63	180	54
2	Bringin	1.087	24	68	249	69
3	Lamong	523	18	55	540	45
4	Canggu	1.305	262	77	647	80
5	Krecek	2.208	23	61	210	50
6	Tunglur	1.667	162	82	567	72
7	Badas	1.071	216	168	247	65
8	Blaru	1.861	146	70	202	52
Jumlah		11.131	867	644	2.842	487

Sumber: Buku Kecamatan Badas dalam angka (2013)

4.3 Keadaan Umum Perikanan di Kabupaten Kediri

Kabupaten Kediri terletak diatas daratan seluas 63,4 Km dan tidak memiliki kawasan lautan sehingga budidaya ikan dilakukan di daratan. Metode pembudidayaan ikan dilakukan adalah menggunakan kolam, keramba dan perairan umum. Kabupaten Kediri merupakan Kabupaten yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar di Jawa Timur terutama budidaya perikanan air tawar. Daerah penghasil ikan di Kabupaten Kediri antara lain adalah di Kecamatan Badas, Pare, Mojo, Gurah, Kandangan, Puncu, Plosoklaten, Wates dan dan lain sebagainya. Salah satu daerah di Kabupaten Kediri yang menjadi sentra perikanan terbesar adalah di Kecamatan Badas, karena kondisi sumberdaya daerah ini sangat mendukung, sehingga baik untuk digunakan usaha perikanan.

Di Kecamatan Badas usaha perikanan yang paling besar adalah usaha pembenihan, masyarakat di Kecamatan Badas lebih banyak yang melakukan usaha pembenihan ikan seperti ikan lele, tawes, tombro, nila, dan gurami, karena masyarakat merasakan bahwa usaha pembenihan memiliki waktu yang lebih cepat produksinya dibandingkan dengan pembesaran. Berikut adalah produksi

ikan air tawar di Kabupaten Kediri tahun 2013 berdasarkan jenis ikan dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Produksi Ikan Air Tawar Di Kabupaten Kediri

No	Jenis Ikan	Produksi Ikan (kg)				Jumlah
		Kolam	Mina Padi	Karamba	Pu	
1	Tombro	273.300	-	-	30.790	304.090
2	Tawes	123.200	-	-	22.244	145.444
3	Nila	1.171.400	14.080	7.900	34.738	1.228.118
4	Lele	6.042.900	-	7.670	26.038	6.076.608
5	Gurami	549.700	-	-	-	549.700
6	Gabus	-	-	-	9.247	9.247
7	Patin	8.450	-	-	10.009	18.459
8	Bawal	1.367.000	-	-	-	1.367.000
9	Ikan Lainnya	-	-	-	29.754	29.754
	Jumlah	9.612.000	14.080	15.570	60.544	9.737.420

Sumber: Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Kediri 2013.

Dilihat dari jumlah produksi perikanan di Kabupaten Kediri, hal ini masih perlu adanya pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan jumlah produksi perikanan di Kabupaten Kediri. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Kediri melakukan Program Pembangunan Jangka Menengah Dinas Peternakan dan Perikanan. Pada dasarnya kegiatan ini merupakan implementasi dukungan terhadap pembangunan ekonomi Pemerintah Kabupaten Kediri.

Oleh karena itu Program Pembangunan Jangka Menengah yang meliputi bidang Peternakan dan Perikanan dituangkan dalam Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra – SKPD), merupakan program pembangunan yang kegiatan utamanya diarahkan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat peternakan dan perikanan di wilayah pedesaan melalui kegiatan-kegiatan yang diarahkan langsung dapat menyentuh dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat peternakan dan perikanan di pedesaan.

Menyadari bahwa dukungan pembangunan peternakan dan perikanan Kabupaten Kediri untuk mewujudkan Program Pemerintah Kabupaten Kediri

yaitu dalam rangka percepatan pemulihan ekonomi melalui “Pemberdayaan dan Peningkatan Sistem Ekonomi Kerakyatan”.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan suatu gambaran secara umum tentang keadaan responden. Responden pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas ini berjumlah 2 orang, yaitu Bapak Alif dan Bapak Mahdi. Usia dari responden adalah 44 – 55 tahun dan memiliki pengalaman usaha selama 6 – 10 tahun. Responden ini dipilih karena dalam penelitian ini memilih responden yang terbaik dari pembudidaya ikan lele yang menggunakan kolam beton dan kolam terpal di Kecamatan Badas. Adapun jumlah dan jenis kolam yang dimiliki oleh responden, yaitu:

- Bapak Mahdi : 11 kolam beton
- Bapak Alif : 8 kolam terpal

5.2 Keadaan Umum Perikanan Kecamatan Badas

Kabupaten Kediri merupakan salah satu daerah penghasil benih ikan terbesar di Jawa Timur, daerah ini telah menyuplai permintaan benih diberbagai daerah dseperti Tulungagung, Jombang, Nganjuk, Blitar , madiun hingga wilayah Jawa tengah seperti boyolali dan blora. Salah satu daerah penghasil benih yang paling besar adalah di Kecamatan Badas, karena kondisi lingkungan dan sumberdaya yang mendukung sehingga daerah ini cocok sebagai daerah perikanan. Masyarakat di Kecamatan Badas banyak sekali yang menjadi pembudidaya ikan khususnya pembenihan, jenis ikan yang di kembangkan untuk pembenihan cukup banyak antara lain, ikan tombro, ikan nila, ikan gurami, ikan hias, ikan mas, dan ikan lele. Meskipun daerah ini merupakan penghasil benih ikan yang besar, tetapi masyarakat daerah ini masih jarang yang melakukan

usaha pembesaran ikan lele karena alasan keterbatasan modal dan waktu. Sehingga hal ini sangat disayangkan karena potensi sumber daya perikanan yang melimpah tetapi masyarakat di daerah ini belum memanfaatkannya secara optimal.

5.3 Keadaan Sumber Daya

Sumber daya merupakan segala sesuatu yang berada di alam semesta ini yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup. Sumber daya memiliki sifat, yaitu sumber daya yang dapat diperbaharui dan tidak dapat diperbaharui. Adanya sumber daya perikanan yang melimpah di Kecamatan Badas, sehingga sangat mendukung pengembangan usaha perikanan di daerah ini, berikut ini adalah macam sumber daya yang mendukung usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas meliputi:

5.3.1 Sumber Daya Alam

Sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang terdapat di muka bumi, yang dapat dimanfaatkan oleh manusia maupun makhluk hidup lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Segala sesuatu dapat diartikan apa saja, baik yang berada di lingkungan daratan, perairan maupun udara/angkasa (Khosim, 2007). Kecamatan Badas memiliki sumber daya alam yang cukup mendukung untuk usaha pembesaran ikan lele yaitu benih ikan lele yang melimpah, sumber perairan yang melimpah, lahan yang subur, dan kondisi lingkungan yang bersih. Sehingga daerah ini memiliki potensi yang bagus untuk pengembangan usaha perikanan, khususnya untuk pembesaran ikan lele karena daerah ini merupakan daerah penghasil benih ikan lele yang cukup besar, tetapi untuk pemanfaatannya belum dilakukan dengan baik. Sehingga di daerah ini perlu adanya pengembangan usaha perikanan khususnya pembesaran ikan lele, agar sumber daya perikanan yang ada dapat di manfaatkan secara optimal untuk

meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Badas.

5.3.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting. Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang berasal dari manusia sendiri, yaitu kemampuan manusia dalam mengelola segala sesuatu yang ada di alam untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, seperti kemampuan dalam bekerja, kemampuan menciptakan sesuatu yang berguna dan lain sebagainya. Kecamatan Badas ini memiliki SDM cukup mendukung dalam usaha perikanan, yaitu tersedianya tenaga kerja, selain itu masyarakat di daerah ini memiliki kemampuan yang cukup dalam menjalankan usaha perikanan. Sehingga sumber daya manusia di daerah ini sangat mendukung adanya usaha pembesaran ikan lele. Dari data dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Kediri tercatat di Kecamatan Badas ada sekitar 385 orang yang menjadi pembudidaya ikan.

Masyarakat di Kecamatan Badas memiliki kemampuan dan pengalaman yang baik dalam menjalankan usaha perikanan, khususnya dalam usaha pembenihan. Sehingga daerah ini merupakan kawasan usaha perikanan yang cukup besar dan memiliki potensi yang bagus untuk pengembangan usaha perikanan, terutama usaha pembesaran ikan lele. Tetapi masyarakat di daerah ini lebih memilih untuk melakukan usaha pembenihan ikan lele, karena masyarakat berpikir bahwa usaha pembenihan ikan lele dalam perputaran modalnya lebih cepat dan tidak membutuhkan biaya yang besar dibandingkan dengan usaha pembesaran ikan lele. Selain itu waktu yang dibutuhkan lebih cepat dibandingkan usaha pembesaran, hal ini menjadi salah satu kendala terhadap pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

5.3.4 Sumber Daya Buatan

Sumber daya buatan adalah alam yang telah diolah dan dimanfaatkan oleh manusia untuk kepentingan kehidupan manusia, seperti waduk, sungai, jalan dan lain sebagainya (UPI, 2007). Sumber daya buatan di daerah ini cukup mendukung karena memiliki sarana memadai, seperti transportasi, jalan raya yang bagus (aspal kualitas bagus) , kolam (Beton, terpal, tanah) serta sarana yang menunjang seperti tersedianya pakan, obat-obatan ikan dan lain sebagainya untuk usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

5.4 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Lele

Sebelum melakukan pembesaran lele perlu dilakukan persiapan yang tepat, hal ini bertujuan agar tercapainya keberhasilan pembesaran ikan lele yang optimal. Aspek teknis pada usaha pembesaran ikan lele bisa dikatakan cukup mudah untuk dilakukan, mulai dari persiapan kolam, pembuatan kolam dan tahap pembesaran seperti, penebaran benih, pemeliharaan, hingga pemanenan cukup mudah dilakukan. Adapun sarana dan prasarana yang digunakan untuk memperlancar usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas meliputi:

5.4.1 Sarana Usaha Pembesaran Ikan Lele

Sarana adalah sesuatu yang sangat penting digunakan untuk melakukan suatu kegiatan usaha pembesaran ikan lele. Sarana yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi:

➤ Kolam

Kolam merupakan sarana atau media yang digunakan untuk melakukan pembesaran ikan lele. Kolam yang digunakan untuk pembesaran ikan lele adalah kolam permanen dan kolam terpal. Adapun jenis dan ukuran kolam yang digunakan oleh masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele, yaitu:

- Kolam Beton

Kolam beton yang digunakan untuk pembesaran ikan lele ini memiliki ukuran 6x3 meter, jumlah kolam sebanyak 11 petak dengan padat tebar per kolam 10.000 ekor.

- Kolam Terpal

Kolam terpal yang digunakan untuk pembesaran ikan lele ini memiliki ukuran 4x2 meter, jumlah kolam sebanyak 8 petak dengan padat tebar per kolam sebanyak 5.000 ekor.

Kolam Terpal



Kolam Beton



Gambar 3. Kolam Pembesaran Ikan Lele

- Peralatan

Peralatan merupakan hal penting yang digunakan untuk legiatan usaha pembesaran ikan lele, peralatan yang digunakan dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Peralatan Yang Digunakan Dalam Usaha Pembesaran Ikan Lele.

No	Alat	Fungsi
1.	Ember	untuk mencampur komposisi pakan
2.	Terpal	untuk melapisis bagian dalam kolam
3.	Pompa air	mengisi air pada kolam
4.	Jaring seser	untuk mengambil kotoran pada kolam dan menyerok ikan dalam jumlah sedikit
5.	Pipa paralon	Untuk menyalurkan air ke dalam kolam dan saluran pembuangan air
6.	Motor/kendaraan	untuk alat transportasi
7.	Sikat	untuk membersihkan kolam
8.	Jaring segitiga	untuk menyerok ikan lele pada saat panen

Beberapa hal yang perlu dilakukan dalam kegiatan pembesaran ikan lele adalah:

5.4.2 Prasarana Usaha Pembesaran Ikan Lele

Prasarana merupakan suatu hal penting dalam menunjang sarana yang digunakan dalam kegiatan usaha pembesaran ikan lele. Prasarana yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele ini adalah:

- Sumber Air

Adanya sumber air yang melimpah di daerah ini dapat menunjang kegiatan usaha pembesaran ikan lele ini, karena adanya sumber mata air sangat diperlukan untuk kegiatan usaha pembesaran ikan lele ini.

- Akses Jalan yang Bagus

Akses jalan yang bagus dan mudah untuk dilalui kendaraan merupakan faktor yang cukup penting, hal ini untuk memudahkan pengadaan bahan baku dan kegiatan pemasaran usaha pembesaran ikan lele.

- Tersedianya Pakan dan Obat

Tersedianya pakan dan obat-obatan juga merupakan faktor penunjang dalam kegiatan usaha ini, karena adanya pakan dan obat-obatan sangat diperlukan dalam kegiatan usaha pembesaran ikan lele ini.

- Listrik

Listrik merupakan kebutuhan yang penting dalam kegiatan usaha pembesaran ikan lele ini untuk keperluan penerangan, pompa air, dan lain sebagainya..

5.4.3 Pembersihan dan Pengeringan Kolam

Sebelum melakukan kegiatan pembesaran ikan lele hal yang perlu dilakukan adalah pembersihan kolam pembesaran dan pengeringan, hal ini dilakukan untuk membersihkan bagian dalam kolam agar bersih dari penyakit yang menjadi pengganggu dalam pembesaran ikan lele. Cara pembersihan

kolam pertama kolam di isi dengan air hingga ketinggian ± 20 cm hal ini untuk memudahkan pembersihan bagian dalam kolam. Pembersihan kolam dilakukan menggunakan sikat, setelah air sudah cukup lalu dilakukan penyikatan dalam kolam secara merata, agar kolam bersih dari sisa-sisa kotoran dan lumut. Setelah disikat lalu air yang digunakan untuk pembersihan kolam dibuang melalui pipa pembuangan sampai habis lalu disiram kembali dengan air bersih hingga kolam dalam keadaan bersih, setelah kolam sudah bersih lalu dikeringkan selama 3 hari hal ini bertujuan untuk menetralkan kolam agar sisa-sisa bakteri yang masih ada dikolam mati terkena panas. Setelah kolam bersih dan kering kolam bisa digunakan untuk kegiatan pembesaran ikan lele.

5.4.4 Pengisian Air Kolam

Pada kegiatan pembesaran ikan lele ini pengisian air kolam dilakukan setelah kolam sudah bersih dan kering. Pengisian air kolam harus dilakukan secara bertahap, pengisian air kolam tahap awal dilakukan sampai ketinggian air ± 30 cm hal ini bertujuan agar memudahkan pergerakan ikan lele yang masih kecil bergerak ke permukaan untuk mengambil pakan yang ada di permukaan, selain itu agar sinar matahari dapat menembus perairan karena ikan lele memerlukan suhu perairan yang hangat. Setelah air kolam sudah terisi lalu diberi cairan probiotik untuk mengkondisikan perairan menjadi bersih dan subur, yaitu memberikan cairan *Cat fish* dan garam yang berfungsi untuk membunuh bakteri yang merugikan dan membantu menumbuhkan plankton di dalam perairan sehingga perairan menjadi subur. Setelah itu perairan kolam dibiarkan selama 3 hari agar bakteri yang merugikan dalam air kolam bisa mati dan perairan kolam dapat ditumbuhi plankton yang menjadi pakan alami ikan lele, lalu benih ikan lele bisa ditebar ke dalam kolam pembesaran.

5.4.5 Penebaran Ikan Lele

Penebaran benih adalah menempatkan ikan yang masih berukuran kecil ke dalam suatu tempat atau wadah budidaya dengan padat tebar tertentu. Ukuran benih ikan lele yang ditebar akan menentukan lama waktu dalam kegiatan pembesaran ikan lele (Mahyuddin, 2010).

Penebaran benih ikan lele harus disesuaikan dengan ukuran kolam hal ini untuk menentukan berapa jumlah padat tebar ikan yang akan ditebar untuk dibesarkan, selain itu ukuran dan kondisi benih ikan lele juga berpengaruh terhadap waktu proses produksi. Rata-rata ukuran benih yang ditebar oleh pembudidaya pembesaran ikan lele adalah menggunakan benih berukuran 5–7 cm hal ini dilakukan agar waktu pembesaran tidak terlalu lama. Pembudidaya memiliki target lama waktu untuk produksi ikan lele adalah 2,5-3 bulan tergantung keadaan cuaca. Proses penebaran benih ikan lele perlu diperhatikan cara penebarannya untuk waktu penebaran dilakukan pada waktu gelap, yaitu pagi atau sore hari agar ikan tidak stres. Selain itu cara memasukkan benih ke dalam perairan harus dilakukan proses *aklimatisasi*, yaitu pengondisian ikan terhadap tempat hidupnya yang baru, hal ini dilakukan agar benih ikan lele dapat menyesuaikan dengan keadaan tempat hidupnya yang baru, sehingga ikan tidak mudah stres dan mati.

Penebaran benih ikan dilakukan dengan cara memasukkan benih ikan ke dalam kolam dengan keadaan terbungkus dalam wadah plastik tanpa dibuka dan dibiarkan \pm selama 15 menit agar ikan dapat menyesuaikan dengan suhu perairan setelah itu benih ikan lele dapat dilepaskan ke dalam perairan secara perlahan. Adapun jumlah padat tebar ikan pada masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele berdasarkan ukuran benih, jumlah kolam dan ukuran kolam dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Jumlah Padat Tebar Ikan Lele

No	Jenis kolam	Jumlah Kolam	Ukuran Kolam (m ²)	Ukuran Benih	Padat tebar per kolam
1.	Kolam beton	11 petak	6x3	6 cm	10.000 ekor
2.	Kolam terpal	8 petak	4x2	5 cm	5.000 ekor

5.4.6 Pemeliharaan Ikan Lele

a. Pemberian Pakan

Pakan merupakan suatu kebutuhan penting dalam kegiatan budidaya, karena semua makhluk hidup membutuhkan makanan untuk pertumbuhan dan bertahan hidup. Pakan merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk pembesaran ikan lele. Ikan lele merupakan jenis ikan yang membutuhkan pakan yang cukup banyak untuk itu pemberian pakan pada ikan lele harus diberikan secara teratur karena mengingat ikan lele memiliki sifat kanibal dan daya saing memperoleh pakan yang tinggi, sehingga dalam pemberian pakan pada ikan lele diusahakan tidak boleh telat karena mereka dapat memakan ikan lele yang lain, akibatnya dapat mengurangi jumlah hasil panen. Dalam kegiatan pembesaran ikan lele ini pemberian pakan dilakukan 2-3 kali sehari dengan pakan pellet, yaitu pagi dan sore atau waktu gelap karena ikan lele merupakan hewan nokturnal yang aktif disaat gelap.

Pada pembesaran ikan lele jenis pakan yang diberikan adalah pakan pellet buatan pabrik, karena pakan pellet buatan pabrik memiliki kandungan gizi yang baik untuk pertumbuhan ikan lele. Pemberian pakan harus disesuaikan dengan ukuran ikan lele. Untuk ukuran ikan lele yang baru ditebar jenis pakan pellet -1 yang memiliki ukuran butiran kecil agar memudahkan pakan dapat masuk ke mulut ikan yang masih kecil. Jenis pakan ini memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi yang dapat mempercepat pertumbuhan ikan lele. Pemberian pakan jenis ini diberikan selama 15 hari dari mulai tebar, setelah ukuran ikan lele sudah cukup besar pakan pellet diganti dengan ukuran yang lebih besar yaitu

jenis pakan pellet -2, pakan ini memiliki kandungan gizi yang lebih rendah dari pellet -1 hal ini dilakukan karena dirasa ikan lele sudah cukup kuat untuk bertahan hidup tanpa asupan gizi yang lebih tinggi seperti pellet -1, selain itu harga pakan pellet ini lebih murah dibandingkan pellet -1 sehingga dapat meminimalkan biaya pakan. Untuk pemberian pakan pada ikan lele pembudidaya tidak menggunakan perhitungan secara rumus tata cara pemberian pakan, tetapi mereka menggunakan takaran yang disesuaikan dengan jumlah ikan yang ditebar dan nafsu makan ikan lele atau menggunakan perkiraan.

Adapun cara yang mereka gunakan dalam pemberian pakan adalah memberi jatah untuk pakan sampai panen, untuk satu kali produksi dengan padat tebar 1000 ekor membutuhkan jatah pakan 3 sak/90 kg sampai panen, meskipun mereka tidak menggunakan rumus tata cara pemberian pakan atas dasar teori dan hanya menggunakan perkiraan tetapi keberhasilan pembesaran ikan lele tidak jauh dari prediksi mereka.

b. Pergantian Air Kolam

Pergantian air dalam pembesaran ikan lele sangat penting, karena perlu adanya sirkulasi air secara teratur agar kualitas perairan kolam selalu terjaga dengan baik. Selain itu, pergantian air kolam bertujuan untuk menghilangkan kotoran dan sisa pakan yang mengendap di dasar kolam yang dapat menimbulkan penyakit yang mengganggu ikan lele. Pergantian air pada pembesaran ikan lele tidak perlu terlalu sering atau setiap hari tetapi dilakukan setiap 1 minggu sekali, karena ikan lele merupakan ikan yang cukup tahan terhadap kondisi perairan yang keruh. Berikut gambar pergantian air dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. Pergantian Air Kolam

c. Pencegahan dan Penanggulangan Penyakit

Pada kegiatan budidaya ikan lele, penyakit dapat menyerang ikan lele sewaktu-waktu tanpa kita mengetahuinya, sehingga perlu adanya pencegahan/penanggulangan terhadap penyakit atau hama yang dapat menyerang ikan lele, untuk itu perlu adanya pencegahan dan penanggulangan yang tepat. Cara yang dilakukan untuk mencegah ikan lele agar tidak terkena penyakit adalah selalu menjaga kebersihan perairan kolam dengan melakukan pergantian air secara teratur, pemberian obat-obatan seperti cairan catfish, garam, fura dan lain sebagainya untuk mencegah atau mengobati penyakit yang menyerang ikan lele. Biasanya jenis penyakit yang menyerang ikan lele adalah penyakit infeksi yang disebabkan oleh jamur dan bakteri, seperti protozoa dan bakteri *Aeromonas* yang menyebabkan bintik-bintik putih pada kulit ikan lele, tubuhnya lecet dan sering mengambang ke atas permukaan air, sehingga dapat menyebabkan kematian pada ikan lele. Untuk itu perlu adanya pencegahan dan penanggulangan yang tepat untuk mengatasinya.

Cara penanggulangan jika ikan lele terkena penyakit hal yang dilakukan adalah mengurangi jumlah air kolam secukupnya hingga ikan masih dapat berenang dengan ketinggian air ± 40 cm lalu diberikan cairan catfish sebanyak 3 tutup botol dan dicampur dengan satu sachet fura dalam bak/ember dan

dilarutkan dalam air secukupnya sampai tercampur semua lalu di siramkan kedalam kolam, obat-obatan ini berfungsi untuk menghilangkan jamur yang menempel ditubuh ikan lele dan membunuh bakteri yang menyerang ikan lele. Setelah itu air kolam di isi kembali seperti semula, jika kondisi ikan masih belum sehat, maka pengobatan dilakukan secara teratur kurang lebih selama 7 hari tergantung keadaan cuaca, tetapi biasanya pengobatan dilakukan selama 2 hari agar kondisi ikan benar-benar sehat, sehingga ikan tidak terganggu dan budidaya ikan lele bisa berhasil dengan baik.

5.4.7 Pemanenan

Pemanenan adalah kegiatan akhir dalam produksi pembesaran ikan lele. Setelah ikan lele sudah cukup besar atau sudah mencapai ukuran permintaan pasar lalu ikan lele dapat dipanen. Cara pemanenan ikan lele bisa dikatakan mudah dilakukan, hal yang dilakukan adalah pertama membuang air kolam melalui pipa pembuangan dengan menutup lubang pembuangan air dengan jaring agar ikan lele tidak terbawa keluar, air tidak dibuang semua tetapi disisakan \pm 10-15 cm untuk memudahkan menyerok ikan lele. Setelah air sudah cukup rendah lalu dilakukan penyerokan terhadap ikan lele dengan jaring segitiga dan dikumpulkan dalam wadah, selanjutnya ikan lele ditimbang bobotnya. Setelah penimbangan selesai pemilik ikan lele bisa melakukan transaksi dengan konsumen/pedagang pengepul.

5.5 Aspek Pemasaran

Pemasaran (marketing) merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai suatu sasaran dalam perusahaan, yang dilakukan dengan cara mengantisipasi apa yang dibutuhkan konsumen serta mengalirkan barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen (Cannon, 2008).

Menurut (Simamora, 2001), Pemasaran adalah sesuatu proses social dan

manjerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain, jadi pemasaran memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu maupun organisasi. Adapun aspek pemasaran pada usaha pembesaraan ikan lele ini adalah:

5.5.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing dalam perusahaan. Strategi yang dimiliki perusahaan harus bersifat *distinctive* (artinya unik dan tidak mudah ditiru oleh pesaing) dan didukung oleh potensi yang dimiliki oleh perusahaan secara optimal (Rangkuti, 2002). Berikut adalah strategi pemasaran pada usaha pembesaraan ikan lele ini adalah:

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar untuk menentukan segmen pasar terhadap produk yang akan dipasarkan. Segmentasi pasar untuk produk ikan lele ini dibagi menjadi tiga segmen, yaitu untuk kalangan menengah atas, kalangan menengah, dan menengah bawah. Segmentasi produk ikan lele ini adalah untuk semua kalangan, karena ikan lele ini memiliki harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.

b. Pasar Sasaran/Target Pasar

Penetapan pasar sasaran merupakan kegiatan yang berisi memilih suatu pasar tertentu untuk dimasuki oleh perusahaan. Target pasar ikan lele ini adalah pasar lokal di wilayah Kabupaten Kediri maupun pasar di luar wilayah Kabupaten Kediri seperti Jombang, Surabaya, dan Malang karena di daerah tersebut permintaan ikan lele cenderung meningkat.

c. Posisi Produk

Posisi produk adalah suatu proses perancangan pesan-pesan dan kebijakan-kebijakan operasi suatu usaha yang memposisikan produknya pada posisi kompetitif yang diinginkan oleh usaha ini. Posisi produk dalam pemasaran ikan lele ini memposisikan produk di pasar tradisional karena pasar tradisional dirasa memiliki permintaan yang cukup besar dibandingkan di pasar moderen seperti mall, karena minat masyarakat terhadap konsumsi ikan lele lebih banyak pada kalangan masyarakat menengah dan menengah ke bawah yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional.

d. Deferensiasi Produk

Deferansiasi memiliki tujuan untuk menciptakan barang atau jasa yang berbeda dengan yang lainya dan memberikan keunggulan pada barang maupun jasa yang diproduksi suatu perusahaan. Pada usaha pembesaran ikan lele ini produk yang dihasilkan belum dilakukan deferensiasi secara sempurna karena keterbatasan kemampuan, modal dan inovasi sehingga produk ini masih sederhana yaitu berupa produk ikan lele segar. Tetapi untuk kedepan pemilik usaha pembesaran ikan lele ini juga ingin meningkatkan pelayanan, jumlah produksi, pengolahan maupun pengemasan, serta memperluas pasar. Sehingga diharapkan produk usaha ini memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi.

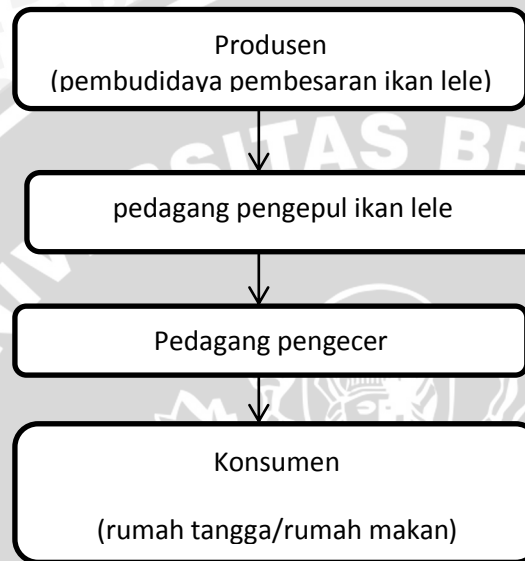
5.1.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Keputusan saluran pemasaran merupakan keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan sangat mempengaruhi saluran pemasaran lain (Kotler, 2002).

Saluran pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele disalurkan melalui produsen (pembudidaya ikan lele) disalurkan ke pedagang pengepul, lalu ke

pedagang pengecer di wilayah Kabupaten Kediri dan di Luar Kediri, seperti jombang dan malang selanjutnya disalurkan ke konsumen (rumah tangga/rumah makan).

Saluran pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele ini digambarkan pada gambar 5 di bawah ini.



Gambar 5. Saluran Pemasaran Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

5.6 Aspek Manajemen

Manajemen merupakan suatu kegiatan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang bertujuan mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Pada suatu usaha untuk menjalankan kegiatan produksi sangat memerlukan suatu manajemen yang baik, agar usaha pembesaran ikan lele ini bisa berjalan dengan baik dan mencapai semua tujuan yang ditentukan. Aspek manajemen yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi:

5.6.1 Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan suatu kegiatan perusahaan/organisasi, yaitu merencanakan atau menetapkan tujuan organisasi dan menentukan strategi,

kebijakan, proyek, program, prosedur, metode, system, anggaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan suatu organisasi. Perencanaan yang dilakukan oleh pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas bisa dikatakan hampir sama, sebelum melakukan kegiatan produksi ikan lele pembudidaya melakukan perencanaan yang sesuai dengan tujuan usahanya. Perencanaan yang dilakukan oleh pembudidaya adalah secara sederhana atau tidak merencanakan secara sistematis, hanya dengan angan-angan pembudidaya yang langsung diaplikasikan pada usahanya. Perencanaan perencanaan pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi perencanaan modal/biaya, produksi, dan pemasaran. Tujuan perencanaan usaha pembesaran ikan lele ini adalah mencapai target yang ditentukan, antara lain adalah keberhasilan kegiatan pembesaran dan menghasilkan produk ikan lele yang berkualitas baik yaitu memiliki ukuran yang seragam atau sesuai dengan permintaan pasar dan keberhasilan memasarkan produk ikan. Perencanaan sangat penting sekali dalam menjalankan usaha pembesaran ikan lele ini, agar usaha pembesaran ikan lele yang dapat berjalan dengan baik.

5.6.2 Pengorganisasian (*organizing*)

Setelah menentukan semua tujuan seorang manajer harus menyusun rencana atau program-program untuk mencapainya, maka perlu adanya suatu penyusunan organisasi yang yang tepat untuk melaksanakan berbagai program kegiatan usaha. Fungsi pengorganisasian ini menciptakan struktur dalam organisasi dimana pekerjaan dapat dibagi dan dikoordinasikan.

Dalam usaha pembesaran ikan lele ini penyusunan organisasi tidak dilakukan secara terstruktur. Tetapi pemilik usaha atau sebagai manajer memberikan tugas secara langsung kepada pekerjanya. Jumlah pekerja yang dimiliki oleh pembudidaya hanya satu orang, sedangkan untuk pembudidaya

yang tidak memiliki pekerja untuk menjalankan kegiatan usaha ini dibantu oleh anggota keluarganya sendiri.

5.6.3 Pengarahan (*leading*)

Pengarahan merupakan kegiatan bagaimana membuat para karyawan agar bisa melakukan apa yang diinginkan dan harus mereka lakukan agar tujuan organisasi berjalan dengan baik. Fungsi ini melibatkan kualitas, gaya, dan kekuasaan pemimpin serta kegiatan pemimpin seperti komunikasi, motivasi, dan disiplin. Fungsi pengarahan atau *leading* sering disebut dengan nama *actuating*. Pengarahan atau pelaksanaan yang diberikan oleh pembudidaya kepada pekerja adalah dengan memberikan pengarahan secara baik dengan menggunakan kata-kata yang tidak menyakitkan hati pekerja dan memberikan pengarahan bagaimana melakukan pekerjaannya dengan baik dan benar, sehingga pekerja memiliki semangat dalam bekerja karena merasa diperhatikan dan diarahkan. Pada usaha pembesaran ikan lele ini pengarahan diberikan kepada pekerja saat melaksanakan pekerjaannya agar melaksan tugasnya sesuai dengan perintah pemilik usaha pembesaran ikan lele.

5.6.4 Pengawasan (*controlling*)

Semua fungsi dalam kegiatan organisasi tidak akan efektif apabila tidak ada fungsi pengawasan atau pengendalian. Pengawasan berfungsi untuk menunjukkan apakah kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik atau tidak. Fungsi pengawasan pada dasarnya adalah pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Pada usaha pembesaran ikan lele ini pengawasan dilakukan langsung oleh pemilik usaha, pengawasan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas kerja karyawan serta sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya usaha pembesaran ikan lele ini agar lebih baik lagi.

5.7 Aspek Finansial

Analisis finansial dalam usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, yaitu menganalisis aspek finansial jangka pendek dan aspek finansial jangka panjang pada masing-masing responden pembudidaya pembesaran ikan lele. Untuk aspek finansial jangka pendek meliputi permodalan, biaya, penerimaan, keuntungan, *revenue cost ratio (R/C)*, rentabilitas dan *Break Event Point (BEP)*. Sedangkan aspek finansial jangka panjang meliputi *Net present value (NPV)*, *Benefit cost ratio (Net B/C)*, *Internal rate of return (IRR)*, *Payback period (PP)* dan analisis sensitivitas.

5.7.1 Aspek Finansial Jangka Pendek

5.7.1.1 Permodalan

Modal adalah suatu barang atau jasa baik berupa uang maupun kemampuan yang digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha. Modal yang dipakai oleh pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas menggunakan modal sendiri. Jumlah modal investasi yang digunakan oleh masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas berbeda-beda karena jenis kolam dan sarana yang digunakan untuk kegiatan pembesaran ikan lele. Jumlah modal tetap yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam pembesaran dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini.

Tabel 10 . Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Jenis kolam	Jumlah Modal (Rp)	Ukuran Kolam (m ²)	Jumlah Kolam (petak)
1	Kolam beton	184.735.000	6x3	11
2	Kolam terpal	13.475.000	4x2	8

- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton modal tetap yang digunakan adalah sebesar Rp.184.735.000, untuk rincian modal tetap dapat dilihat pada lampiran 2.1.

- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal modal tetap yang digunakan adalah sebesar Rp.13.475.000 untuk rincian modal tetap dapat dilihat pada lampiran 3.1.

Dilihat dari jumlah modal tetap yang dikeluarkan oleh pembudidaya pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam yang digunakan menunjukkan, bahwa jumlah modal tetap yang dikeluarkan untuk kolam beton lebih besar dibandingkan dengan kolam terpal karena biaya pembuatan kolam beton lebih besar dibandingkan dengan kolam terpal. Tetapi setiap jenis kolam yang digunakan untuk pemebesaran ikan lele memiliki tingkat efisiensi tersendiri, selain itu sarana yang digunakan juga berpengaruh terhadap besarnya jumlah modal tetap yang dikeluarkan.

5.7.1.2 Biaya Produksi/Biaya Total

Biaya adalah uang yang harus dikeluarkan untuk melakukan produksi untuk tercapainya hasil produksi yang diharapkan.

Biaya produksi/biaya total (TC) yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan ikan lele ini terdiri dari biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Biaya total yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu tahun berdasarkan jenis kolam yang digunakan dapat dilihat pada tabel 11 dibawah ini.

Tabel 11. Biaya Produksi atau Biaya Total Usaha Pembesaran Ikan Lele Dalam Satu Tahun Menggunakan kolam Beton.

NO	Jenis kolam	Biaya tetap (Rp)	Biaya variabel (Rp)	Biaya total (Rp)
1.	Kolam beton	22.327.500	364.388.000	386.715.500
2.	Kolam terpal	4.747.500	150.054.000	154.801.500

- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton biaya tetap yang digunakan sebesar Rp.22.327.500 dan biaya variabel sebesar Rp.364.388.000, sehingga didapatkan biaya total sebesar Rp.386.715.500, untuk rincian biaya produksi/total dapat dilihat pada lampiran 2.6.

- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal biaya tetap yang digunakan sebesar Rp.3.247.500 dan biaya variabel sebesar Rp.150.054.000, sehingga didapatkan biaya produksi/total sebesar Rp.153.301.500, untuk rincian biaya total dapat dilihat pada lampiran 3.6.

Dilihat dari besarnya biaya produksi atau biaya total yang dikeluarkan oleh masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele ini berbeda-beda, karena besar kecilnya biaya produksi atau biaya total yang dikeluarkan dipengaruhi oleh besar kecilnya volume produksi pada usaha pembesaran ikan lele.

5.7.1.3 Produksi dan Penerimaan

Penerimaan adalah total nilai dari penjualan produk yang didapatkan, dimana besar nilai penerimaan adalah tergantung dari jumlah produk yang dihasilkan dan produk yang terjual. Dalam usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu tahun terdapat 4 siklus produksi. Penerimaan dalam satu tahun pada usaha pembesaran ikan lele dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele berdasarkan hasil produksi ikan lele yang diperoleh dengan harga jual Rp.13.500 per kg dapat dilihat pada tabel 12 di bawah ini.

Tabel 12. Penerimaan Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele Dalam Satu Tahun

No	Pembudidaya	Hasil produksi per tahun (kg)	Harga/unit (Rp)	Total penerimaan per tahun (Rp)
1.	Kolam beton	42.075	13.500	568.014.120
2.	Kolam terpal	17.000	13.500	229.500.000

- Untuk usaha pembesaran ikan lele milik dengan menggunakan kolam beton diperoleh hasil produksi ikan lele sebanyak 42.075 kg per tahun dengan harga jual Rp.13.500 per kg, sehingga didapatkan penerimaan sebesar Rp.568.014.120 per tahun, untuk rincian penerimaan dapat dilihat pada lampiran 2.7.
- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh hasil produksi ikan sebanyak 17.000 kg per tahun dengan harga

jual Rp.13.500 per kg, sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp.229.500.000 per tahun, untuk rincian penerimaan dapat dilihat pada Dilihat dari total penerimaan yang diperoleh pada masing-masing pembudidaya berbeda-beda, karena besar kecilnya total penerimaan ditentukan oleh besarnya hasil produksi ikan yang diperoleh pembudidaya pembesaran ikan lele, harga ikan lele, dan penjualan terhadap produk ikan lele.

5.7.1.4 Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan biaya total (produksi). Keuntungan diperoleh jika selisih antara pendapatan dengan biaya total adalah positif (Mahyuddin, 2010). Keuntungan masing-masing pembudidaya diperoleh dari total penerimaan (TR) dikurangi dengan biaya total (TC).

Dalam usaha pembesaran ikan lele ini diperoleh keuntungan dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas dalam satu tahun dapat dilihat pada tabel 13 di bawah ini.

Tabel 13. Keuntungan/Laba Usaha Pembesaran Ikan Lele Dalam Satu Tahun

No	Jenis kolam	Penerimaan per tahun (Rp)	Biaya total (TC) per tahun (Rp)	Keuntungan per tahun (Rp)
1.	Kolam beton	568.014.120	386.715.500	181.298.620
2.	Kolam terpal	229.500.000	154.801.500	74.698.500

- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh penerimaan sebesar Rp.568.014.120 dan biaya total sebesar Rp.386.715.500 sehingga didapatkan keuntungan sebesar Rp.181.298.620 per tahun, untuk rincian keuntungan dapat dilihat pada lampiran 2.8.
- Untuk usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh penerimaan sebesar Rp.229.500.000 dan biaya total sebesar Rp.154.801.500 sehingga didapatkan keuntungan sebesar Rp. 74.698.500 per tahun, untuk rincian keuntungan dapat dilihat pada lampiran 3.8.

Jumlah selisih antara penerimaan dengan biaya total, usaha pembesaran ikan lele ini dikatakan menguntungkan karena diperoleh selisih antara penerimaan dengan biaya totalnya bernilai positif. Pada masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele ini keuntungan yang diperoleh pembudidaya berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh besarnya total penerimaan yang diperoleh dengan biaya total yang dikeluarkan untuk produksi pembesaran ikan lele.

5.7.1.5 Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis *R/C* merupakan alat analisis yang digunakan untuk melihat pendapatan relatif suatu usaha terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan usaha. Suatu usaha dapat dikatakan layak apabila nilai *R/C* lebih besar dari 1 ($R/C > 1$). Semakin besar nilai *R/C* maka tingkat keuntungan usaha akan semakin besar (Mahyuddin, 2010). Dalam usaha pembesaran ikan lele ini hasil *R/C* diperoleh dari nilai penerimaan (*TR*) dibagi dengan biaya total (*TC*) selama satu tahun. Nilai perhitungan revenue cost ratio dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas dapat dilihat pada tabel 14 di bawah ini.

Tabel 14. Total *R/C* Usaha Pembesaran Ikan Lele

NO	Jenis kolam	Penerimaan (Rp)	Biaya total/TC (Rp)	Jumlah R/C
1.	Kolam beton	568.014.120	386.715.500	1,47
2.	Kolam terpal	229.500.000	154.801.500	1,48

- Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai *R/C* sebesar 1,47, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.9.
- Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai *R/C* sebesar 1,48, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.9.

5.7.1.6 Rentabilitas

Rentabilitas adalah perbandingan antara laba usaha yang diperoleh perusahaan dengan modal perusahaan yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase. Rentabilitas digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal di dalam suatu perusahaan (Riyanto, 2009).

Rentabilitas adalah kemampuan usaha menggunakan modal untuk menghasilkan laba. Nilai Rentabilitas di peroleh dari nilai keuntungan/laba dibagi dengan biaya total lalu dikalikan 100%. Pada usaha pembesaran ikan lele ini nilai rentabilitas yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 15 di bawah ini.

Tabel 15. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele

NO	Jenis kolam	Keuntungan (Rp)	Biaya total (Rp)	Rentabilitas (%)
1	Kolam beton	181.298.620	386.715.500	47
2	Kolam terpal	74.698.500	154.801.500	48

- Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai Rentabilitas sebesar 47%, untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.10.
- Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai Rentabilitas sebesar 48%, untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.10.

5.7.1.7 Break Even Point (BEP)

Break Even Point merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Break Even Point berfungsi untuk mengetahui volume kegiatan atau volume produksi dan berapa penghasilan penjualan agar tepat menutup biaya totalnya untuk menghindarkan kerugian. *Break Even Point* adalah volume penjualan dimana penghasilannya (*revenue*) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian.

Break Even Point dibagi menjadi 2, yaitu *BEP* atas dasar unit dan *BEP* sales (Riyanto, 2009).

Dalam usaha pembesaran ikan lele ini didapatkan nilai *BEP* atas dasar unit dan atas dasar sales berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah:

- Kolam Beton

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai *BEP* atas dasar sales sebesar Rp. 62.282.458 dan atas dasar unit sebesar 4.614 kg, untuk lebih jelasnya perhitungan *BEP* dapat dilihat pada lampiran 2.11.

- Kolam Terpal

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai *BEP* atas dasar sales sebesar Rp. **13.714.363** dan atas dasar unit sebesar 1.061 kg, untuk lebih jelasnya perhitungan *BEP* dapat dilihat pada lampiran 3.11

Nilai *BEP* yang diperoleh menunjukkan bahwa pada usaha pembesaran ikan lele ini tidak mengalami kerugian dan tidak mendapatkan keuntungan apabila volume produksi (unit) dan volume penjualan (sales) mencapai nilai tersebut.

5.7.2 Analisis Finansial Jangka Panjang

Analisa jangka panjang pada usaha pembesaran ikan lele meliputi Penambahan investasi (*Re-invest*), *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Profitability Index (PI)*, *Benefit and Cost Ratio (Net B/C)*, *Payback Period (PP)*, dan Analisis Sensitivitas.

5.7.2.1 Penambahan Investasi (*Re-invest*)

Biaya penambahan investasi merupakan biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk pengadaan peralatan baru karena peralatan yang digunakan dalam perusahaan sudah tidak layak digunakan atau mengalami penyusutan. Penambahan investasi bertujuan untuk memperlancar kegiatan usaha

pembesaran ikan lele, penambahan investasi pada masing-masing pembudidaya ikan lele setiap tahun bervariasi tergantung jenis dan banyaknya sarana yang harus diganti karena kelayakan sarana tersebut sudah menurun atau usia ekonomisnya sudah habis.

Penambahan investasi pada usaha pembesaran ikan lele pada saat ini hingga 10 tahun kedepan (2014 – 2024), dengan nilai kenaikan 1% berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Kolam Beton

Besarnya biaya penambahan investasi yang dikeluarkan pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton pada tahun 2014 – 2024 adalah sebesar Rp.205.655.500, untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat di tabel penambahan investasi pada lampiran 2.12.

- Kolam Terpal

Besarnya biaya penambahan investasi yang dikeluarkan pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal pada tahun 2014 – 2024 adalah sebesar Rp.18.997.500, untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat di tabel penambahan investasi pada lampiran 3.12.

5.7.2.2 Net Present Value (NPV)

Net Present Value merupakan alat analisis yang digunakan untuk menghitung selisih nilai sekarang investasi (aliran kas keluar/cash out) dengan nilai sekarang penerimaan bersih (aliran kas masuk/cash in) diwaktu yang akan datang, jika hasil menunjukkan angka positif, maka usulan investasi dapat dipertimbangkan untuk dilakukan. Jika sebaliknya, usulan investasi menunjukkan angka negatif, maka usulan sebaiknya ditolak (Arifin, 2007).

Pada hasil nilai *NPV* dalam keadaan normal yang diperoleh dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele didapatkan nilai $NPV > 0$, maka usaha

pembesaran ikan lele ini layak dilakukan dan semakin dikembangkan. Hasil nilai *NPV* yang diperoleh dari masing-masing pebudidaya berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **Kolam Beton**

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai *NPV* sebesar Rp.932.558.641, untuk rincian perhitungan *NPV* dapat dilihat pada lampiran 2.13.

- **Kolam Terpal**

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai *NPV* sebesar Rp.415.554.289, untuk rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 3.13.

5.7.2.3 *Profitabilitas index (PI) atau Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)*

Benefit and Cost Ratio (B/C) merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Suatu usaha layak untuk dijalankan apabila nilai *Net B/C* > 1, sebaliknya jika nilai *Net B/C* < 1, maka usaha tidak layak untuk dijalankan. Nilai *Net B/C* dalam keadaan normal yang diperoleh dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam yang digunakan yaitu:

- **Kolam Beton**

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai *Net B/C* sebesar 6,05 untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.13.

- **Kolam Terpal**

Pada ada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai *Net B/C* sebesar 31,84 untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.13.

Hasil dari perhitungan nilai *Net B/C* pada usaha pembesaran ikan lele dari masing-masing pembudidaya diperoleh nilai *Net B/C* >1, maka usaha pembesaran ikan lele ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut.

5.7.2.4 *Internal Rate of Return (IRR)*

Menurut Riyanto (2009), *Internal Rate of Return* merupakan tingkat bunga yang akan menjadikan jumlah nilai sekarang dari proceeds yang diharapkan akan diterima (*pv of future proceeds*) sama dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran modal (*pv of Capital outlays*).

Nilai *IRR* pada usaha pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Kolam Beton

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton diperoleh nilai *IRR* sebesar 108%, untuk rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 2.13.

- Kolam Terpal

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal diperoleh nilai *IRR* sebesar 570%, untuk rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 3.13.

5.7.2.5 *Payback Period (PP)*

Payback Period merupakan suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan “*proceeds*” atau aliran kas neto (*net cash flow*). Dengan demikian *Payback Period* dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang

tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya (Riyanto, 2009).

Payback periode dari suatu investasi menggambarkan lama waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi yang digunakan untuk usaha pembesaran ikan lele agar dapat kembali sepenuhnya. Nilai *Payback period* yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan lele berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Kolam Beton

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam beton waktu yang diperlukan untuk pengembalian investasi yang dikeluarkan adalah selama 1,03 tahun, untuk rincian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.13.

- Kolam Terpal

Pada usaha pembesaran ikan lele dengan menggunakan kolam terpal waktu yang diperlukan untuk pengembalian biaya investasi yang dikeluarkan adalah selama 0,20 tahun, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.13

5.7.2.6 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan suatu analisis simulasi dimana nilai variabel diubah-ubah untuk mengetahui bagaimana dampaknya terhadap hasil yang diharapkan. Analisis sensitivitas ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui sampai seberapa jauh tingkat kepekaan terhadap arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing penyebab (Riyanto, 2009). Analisis sensitivitas adalah untuk mengetahui suatu keadaan yang tidak layak pada usaha pembesaran ikan lele. Usaha pembesaran ikan lele ini dikatakan tidak layak apabila $NPV < 0$ /bernilai negatif, $Net\ B/C < 1$ /bernilai negatif dan $IRR < 12\%$ suku bunga isyarat. Adapun hasil analisis sensitivitas yang diperoleh dari masing-masing pembudidaya pembesaran ikan lele dengan

beberapa asumsi berdasarkan jenis kolam yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Sensitivitas Usaha Pembesaran Ikan Lele Dengan Menggunakan Kolam Beton.

Tabel 16. Analisis Sensitivitas Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele.

No.	Asumsi	(%)	<i>NPV</i>	<i>Net B/C</i>	<i>IRR (%)</i>	<i>PP (tahun)</i>
1.	Biaya naik	42,80	-2.633.695	0,99	11,62	5,95
2.	Benefit turun	29,17	-3.625.244	0,98	11	5,98
3.	Biaya naik Benefit turun	18,70 15	-1.566.834	0,99	11,78	5,91
4.	Biaya Naik Benefit turun	19,25 16	-1.564.441	0,99	11,78	5,91

Pada tabel 16 di atas menjelaskan analisis sensitivitas pada usaha pembesaran ikan lele jenis kolam beton tidak layak untuk dijalankan apabila:

- Biaya naik sebesar 42,80%, maka nilai *NPV* sebesar Rp.-2.633.695, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11,62% dan *Payback period* sebesar 5,95 tahun.
- Benefit turun sebesar 29,17%, maka *NPV* sebesar Rp.-3.625.244, *Net B/C* sebesar 0,98, *IRR* sebesar 11% dan *Payback period* sebesar 5,98 tahun.
- Biaya naik sebesar 18,70% dan benefit turun 15%, maka *NPV* sebesar Rp-1.566.834, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11,78% dan *Payback period* sebesar 5,91 tahun.
- Biaya naik sebesar 19,25% dan benefit turun 16%, maka *NPV* sebesar Rp-1.564.441, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11,78% dan *Payback period* sebesar 5,91 tahun.

Untuk lebih jelasnya rincian analisis sensitivitas usaha pembesaran ikan lele jenis kolam beton dapat dilihat pada lampiran 2.

b. Analisis Sensitivitas Usaha Pembesaran Ikan Lele Dengan Menggunakan Kolam Terpal.

Tabel 17. Analisis Sensitivitas Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Asumsi	(%)	NPV	Net B/C	IRR (%)	PP (tahun)
1.	Biaya naik	47,52	-85,569	0,99	11,85	4,56
2.	Benefit Turun	32,06	-176.126	0,99	11,69	4,58
3.	Biaya naik Benefit turun	22,52 13	-1.174.802	0,99	11,76	5,95
4.	Biaya Naik Benefit Turun	26,68 18	-152.622	0,99	11,73	4,58

Pada tabel 17 diatas menjelaskan analisis sensitivitas pada usaha pembesaran ikan lele jenis kolam terpal tidak layak untuk dijalankan apabila:

- Biaya naik sebesar 47,52%, maka nilai *NPV* sebesar Rp.-85.569, *Net B/C* sebesar 0,99 *IRR* sebesar 11,85% dan *Payback period* selama 4,56 tahun.
- Benefit turun 32,06%, maka nilai *NPV* sebesar Rp.-176.126, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11,69% dan *Payback period* selama 4,58 tahun.
- Biaya naik 22,52% dan benefit turun 13%, maka nilai *NPV* sebesar Rp-1.174.802, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11,76% dan *Payback Period* selama 5,95 tahun
- Biaya Naik 26,68% dan benefit turun 18%, maka nilai *NPV* sebesar Rp-152.622, *Net B/C* sebesar 0,99, *IRR* sebesar 11.73% dan *Payback period* selama 4,58 tahun.

Untuk lebih jelasnya rincian analisis sensitivitas usaha pembesaran ikan lele jenis kolam terpal dapat dilihat pada lampiran 3.

5.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mencari berbagai alternatif untuk memecahkan permasalahan dan menentukan strategi perusahaan dengan faktor Internal yang meliputi, (kekuatan, kelemahan) dan faktor Eksternal (peluang, ancaman).

5.8.1 Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

➤ Sumber Daya Yang Mendukung

Sumber daya merupakan sesuatu yang dapat dimanfaatkan manusia untuk keperluan hidupnya. Tersedianya sumber daya yang memadai dapat mendukung berkembangnya usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas. Sumber daya yang mendukung untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele ini, meliputi:

- Sumber daya alam :
 - Tersedianya benih ikan lele yang melimpah di daerah ini
 - Sumber air yang melimpah di daerah ini
- Sumber daya manusia :
 - Tersedianya tenaga kerja
 - Kemampuan yang baik dalam mengelola/membudidayakan ikan lele
- Sumber daya buatan :
 - Tersedianya pakan ikan lele
 - Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai

➤ Kelayakan Usaha Secara Finansial

Berdasarkan aspek finansial usaha pembesaran ikan lele ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan lebih lanjut karena dilihat dari analisis finansial

jangka pendek maupun panjang usaha ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

➤ **Tersedianya Lahan**

Tersedia lahan merupakan hal yang sangat penting untuk membuka suatu usaha, karena hal ini merupakan sarana untuk memperlancar berjalanya usaha. Pada usaha perikanan lahan merupakan sarana yang paling utama dibutuhkan, di Kecamatan Badas ini masih tersedia lahan yang luas untuk dikelola menjadi usaha perikanan, seperti sawah dan tanah pekarangan yang masih tersedia. Hal ini perlu adanya pemanfaatan terhadap lahan yang tersedia untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele di daerah ini.

➤ **Lokasi Usaha Yang Cukup Strategis**

Lokasi usaha sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dilihat dari lingkungan sekitar. Usaha ini terletak di daerah yang merupakan daerah perikanan yang cukup besar. Selain itu adanya sarana transportasi dan prasarana seperti akses jalan yang bagus, sehingga mempermudah dalam pengadaan bahan baku dan pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

b. Kelemahan (*weakness*)

➤ **Manajemen Yang Belum Baik**

Pemilik usaha pembesaran ikan lele belum bisa memanajemen usaha ini secara baik, karena semua kegiatan dalam usaha ini sebagian besar dilakukan oleh pembudidaya sendiri khususnya dalam mengelola keuangan usaha ini, karena pembudidaya tidak memiliki membuat pembukuan seperti pengeluaran biaya dan pemasukan terhadap usaha ini. Sehingga pembudidaya tidak mengetahui perkembangan usahanya, apakah usaha yang dijalankan ada peningkatan atau tidak.

➤ **Keterbatasan Modal**

Modal merupakan hal yang sangat penting untuk menjalankan usaha. Pada usaha pembesaran ikan lele ini sumber modalnya adalah dari pembudidaya sendiri, sehingga pembudidaya juga memiliki keterbatasan modal untuk menjalankan usaha pembesaran ikan lele ini untuk keperluan lain. Apalagi usaha pembesaran ikan lele membutuhkan modal yang cukup besar, dengan keterbatasan modal yang dimiliki pembudidaya menyebabkan perkembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas kurang berjalan dengan baik.

➤ **Kurangnya Pengetahuan Tentang Teknologi Budidaya**

Teknologi merupakan sesuatu sangat penting dalam membantu atau mempermudah manusia memenuhi kebutuhan hidupnya. Kurangnya pengetahuan pembudidaya ikan lele tentang teknologi budidaya menjadikan perkembangan usaha ini kurang berjalan dengan baik atau lamban karena cara budidaya yang dilakukan oleh pembudidaya ikan lele masih sederhana terutama untuk aspek teknis, seperti tata cara budidaya yang baik, pembuatan pakan alternatif untuk meminimalkan biaya pakan masih belum diterapkan oleh pembudidaya ikan lele.

➤ **Kurangnya Minat Masyarakat Sekitar Terhadap Usaha Pembesaran Ikan Lele**

Kurangnya minat masyarakat terhadap usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas ini menjadikan kurang berkembangnya usaha pembesaran ikan lele di daerah ini, kebanyakan masyarakat lebih memilih melakukan usaha pembenihan dari pada pembesaran. Alasan masyarakat kurang meminati usaha pembesaran ikan lele ini karena keterbatasan modal finansial yang dimiliki oleh masyarakat untuk melakukan usaha pembesaran ikan lele, karena usaha ini memerlukan biaya yang cukup besar dan waktu produksi yang dibutuhkan lebih lama dibandingkan dengan usaha pembenihan ikan lele. Selain itu perputaran modal pada usaha pembenihan lebih cepat dari pada usaha pembesaran ikan

lele, sehingga masyarakat kurang meminati usaha pembesaran ikan lele.

Identifikasi faktor internal dapat dilihat pada tabel 18 di bawah ini.

Tabel 18 . Matriks IFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Kekuatan				
1.	Sumber daya yang mendukung	0,15	3	0,45
2.	Kelayakan usaha secara finansial	0,20	4	0,80
3.	Tersedianya lahan	0,10	3	0,30
4.	Lokasi usaha yang strategis	0,10	4	0,40
Jumlah		0,55		1,95
• Kelemahan				
1.	Manajemen yang belum baik	0,10	3	0,30
2.	Kurangnya pengetahuan tentang teknologi budidaya	0,10	3	0,30
3.	Keterbatasan modal yang dimiliki oleh pembudidaya	0,15	2	0,30
4.	Kurangnya minat masyarakat sekitar terhadap usaha pembesaran ikan lele	0,10	3	0,30
Jumlah		0,45		1,20
Total		1,00		3,15

Berdasarkan tabel diatas di dapatkan hasil dari faktor strategi internal pada usaha pembesaran ikan lele diperoleh skor faktor kekuatan sebesar 1,95 sedangkan faktor kelemahan diperoleh skor sebesar 1,20, total skor yang diperoleh dari IFAS dalam usaha ini sebesar 3,15. Sehingga dapat disimpulkan hasil dari matrik analisis faktor strategi internal (IFAS) dalam usaha pembesaran ikan lele faktor kekuatan lebih dominan atau lebih berpengaruh dari pada faktor kelemahan.

5.8.2 Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas adalah sebagai berikut:

a. Peluang (*Opportunity*)

- **Permintaan Ikan Lele Yang Cenderung Meningkat**

Semakin meningkatnya permintaan ikan lele konsumsi di pasar menjadi peluang terhadap usaha pembesaran ikan lele. Dilihat dari meningkatnya permintaan ikan lele di pasar, masyarakat perlu memanfaatkan peluang tersebut dengan memproduksi ikan lele konsumsi, karena stok ikan lele di Kabupaten Kediri masih di suplay dari luar untuk memenuhi permintaan pasar, hal ini menjadi peluang yang besar bagi pembudidaya untuk memproduksi ikan lele secara besar. Daerah ini merupakan daerah yang cocok untuk usaha perikanan, karena memiliki sumber daya yang memadai, sehingga bagus untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele dalam rangka memenuhi permintaan pasar.

➤ **Pemasaran Ikan Lele Yang Cukup Mudah**

Proses pemasaran yang mudah akan memperlancar kegiatan suatu usaha. Pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele ini tidak memerlukan proses yang rumit, pembudidaya tidak perlu bersusah payah memasarkan produk ikan lele karena pembudidaya sudah memiliki pelanggan yang tetap, yaitu pedagang pengepul yang menjadi pembeli produk ikan lele ini. Pada saat panen pembudidaya hanya menghubunginya melalui telephone atau mendatangi pedagang pengepul secara langsung dan pedagang akan datang untuk membeli ikan lele tersebut.

➤ **Lingkungan Yang Masih Bersih dan Terjaga**

Kualitas lingkungan yang bersih dan terjaga dari pencemaran sangat berpengaruh terhadap kehidupan makhluk hidup yang berada di lingkungan tersebut. Pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan karena didukung oleh keadaan lingkungan yang masih terjaga kebersihannya, mulai dari kualitas perairan, kondisi tanah yang subur dan tidak tercemar oleh limbah yang berbahaya. Sehingga hal

ini dapat menjadi kekuatan untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele di daerah ini.

➤ **Persaingan Yang Tidak Terlalu Besar**

Pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas ini sangat kecil sekali terjadi persaingan, karena dilihat dari jumlah masyarakat yang melakukan pembesaran ikan lele masih sedikit, sehingga persaingan tidak terlalu besar dan ini menjadi peluang untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

b. Ancaman (Threats)

➤ **Adanya Serangan Penyakit**

Penyakit pada ikan dapat menyerang kapan saja tanpa diketahui dan dapat mengakibatkan kematian pada ikan. Penyakit yang menyerang ikan lele adalah inveksi yang disebabkan oleh jamur dan bakteri, seperti protozoa dan bakteri *Aeromonas*. Penyakit ini sering sekali mengganggu kegiatan produksi pembesaran ikan lele yang disebabkan oleh kesalahan lingkungan, seperti pengelolaan kualitas air, lingkungan yang kurang bersih atau pemberian pakan yang terlalu banyak sehingga menjadikan kotoran yang mengendap di dasar kolam.

➤ **Perubahan Cuaca**

Terjadinya perubahan cuaca secara tiba-tiba akan mempengaruhi kondisi ikan lele, karena hal ini akan berpengaruh terhadap daya tahan tubuh ikan lele dan menyebabkan ikan lele mudah terserang ikan lele yang dapat mengakibatkan kematian pada ikan lele.

➤ **Kenaikan Harga Pakan**

Kenaikan harga pakan akan menyebabkan pembudidaya pembesaran ikan lele kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pakan ikan lele, sedangkan ikan lele membutuhkan jumlah pakan yang cukup banyak, hal ini dapat menyebabkan pembengkakan terhadap keuangan dalam usaha ini. Sehingga pembudidaya harus mengeluarkan biaya produksi yang lebih besar lagi untuk membeli pakan.

Setelah faktor eksternal pada usaha pembesaran ikan lele telah diidentifikasi, selanjutnya dimasukkan pada tabel analisis untuk diberikan skor. faktor eksternal (EFAS) dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Matrik EFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Peluang				
1.	Permintaan ikan lele yang semakin meningkat	0,20	4	0,80
2.	Pemasaran ikan lele yang cukup mudah	0,10	3	0,30
3.	Lingkungan yang masih bersih dan terjaga	0,10	2	0,20
4.	Persaingan yang tidak terlalu besar	0,15	3	0,45
Jumlah		0,55		1,75
• Ancaman				
1.	Serangan penyakit	0,10	3	0,30
2.	Perubahan cuaca	0,15	3	0,45
3.	Kenaikan Harga Pakan	0,20	1	0,20
Jumlah		0,45		0,95
Total		1,00		2,70

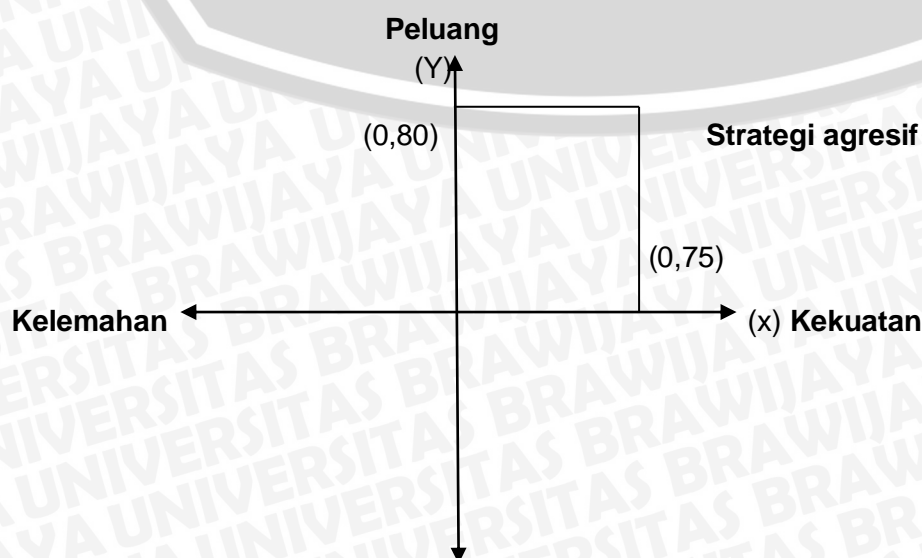
Berdasarkan tabel diatas di dapatkan hasil dari faktor strategi eksternal pada usaha pembesaran ikan lele diperoleh skor faktor peluang sebesar 1,75 sedangkan faktor kelemahan diperoleh skor sebesar 0,95, total skor yang diperoleh IFAS dari usaha ini adalah sebesar 2,70. Sehingga dapat disimpulkan hasil dari matrik analisis faktor strategi eksternal (EFAS) dalam usaha pembesaran ikan lele faktor peluang lebih dominan atau lebih berpengaruh dari pada faktor ancaman.

5.8.3 Diagram SWOT Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

Setelah mengidentifikasi dua faktor analisis faktor analisis Internal (IFAS) dan analisis eksternal (EFAS), selanjutnya adalah melakukan analisis diagram SWOT dengan menentukan letak posisi usaha pembesaran ikan lele terhadap (kekuatan, kelemahan) dan (peluang, ancaman). Hasil dari perhitungan pada matrik faktor internal dan eksternal diperoleh nilai faktor internal lebih besar dari pada nilai faktor eksternal. Nilai yang diperoleh dari faktor internal pada usaha pembesaran ikan lele adalah sebesar 3,15 didapatkan dari nilai kekuatan sebesar 1,95 dan untuk kelemahan sebesar 1,20. Sedangkan untuk nilai yang faktor eksternal adalah sebesar 2,70 didapatkan dari nilai peluang sebesar 1,75 dan nilai ancaman sebesar 0,95. Setelah diketahui hasil dari faktor internal dan eksternal, selanjutnya adalah menentukan titik kordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas dengan cara dilakukan perhitungan terhadap faktor internal dan eksternal.

- Sumbu horizontal (X) adalah sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) diperoleh nilai kordinat $X = 1,95 - 1,20 = 0,75$
- Sumbu vertikal (Y) adalah sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) diperoleh nilai kordinat $Y = 1,75 - 0,95 = 0,80$

Hasil perhitungan yang diperoleh dari kordinat diagram SWOT bernilai positif, yaitu sumbu X diperoleh nilai 0,75 dan nilai dari sumbu Y adalah sebesar 0,80. Diagram SWOT pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada gambar 6 di bawah ini.



Ancaman

Gambar 6. Diagram SWOT Pada Usaha Pembesaran ikan Lele

Berdasarkan pada diagram analisis SWOT di atas, bahwa diagram SWOT pada titik (X,Y) dimana nilai X diperoleh dari faktor internal, yaitu nilai kekuatan dikurangi nilai kelemahan $1,95 - 1,20 = 0,75$. Sedangkan nilai Y diperoleh dari faktor eksternal, yaitu nilai peluang dikurangi ancaman $1,75 - 0,95 = 0,80$. Sehingga apabila ditarik garis lurus didapatkan titik potong antara sumbu X dan sumbu Y atau titik kordinat (0,75 ; 0,80) yang terletak pada kuadran 1 yang merupakan situasi yang menguntungkan bagi usaha pembesaran ikan lele karena memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

5.8.4 Matrik SWOT Pada Usaha Pembesaran Ikan Lele

Berdasarkan hasil dari diagram SWOT pada usaha pembesaran ikan lele terletak pada kuadran 1 yang merupakan situasi yang menguntungkan pada usaha pembesaran ikan lele, karena memiliki kekuatan dan peluang untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele kedepannya. Sehingga diperlukan penyusunan strategi dengan menggunakan matrik SWOT yang digunakan untuk menyusun suatu rencana strategi yang didasarkan pada strategi SO (*strengths opportunities*), ST (*strengths treaths*), WO (*weakness opportunity*), dan WT (*weakness threats*). Sehingga diharapkan dapat menghasilkan strategi yang lebih baik untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas.

Matrik SWOT untuk usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada tabel 20 di bawah ini.

Tabel 20 . Matrik SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sumber daya yang mendukung • Kelayakan usaha secara finansial • Tersedianya lahan • Lokasi usaha yang strategis 	<p>Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen belum baik • Keterbatasan modal yang dimiliki pembudidaya • Kurangnya pengetahuan tentang teknologi budidaya. • Kurangnya minat masyarakat terhadap usaha ini
<p>Faktor Eksternal</p>	<p>Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan jumlah produksi dan memperluas daerah pemasaran untuk memenuhi permintaan ikan lele, • Memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele. 	<p>Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan modal pinjaman untuk menambah kapasitas produksi dalam rangka memenuhi permintaan pasar • Memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan tentang manajemen usaha ini.
<p>Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serangan penyakit • Perubahan cuaca • Kenaikan harga pakan 	<p>Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperdalam ilmu pengetahuan tentang budidaya ikan lele agar mampu mengelola usaha ini dengan baik • Mencari atau membuat pakan alternatif ikan lele 	<p>Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki manajemen usaha ini secara baik dan bagaimana mengatasi keterbatasan modal. • serta meningkatkan pengetahuan tentang teknologi budidaya untuk mengatasi penyakit dan membuat pakan alternatif ikan lele.

Adapun penjelasan dari alternatif strategi yang disusun dalam matrik SWOT usaha pembesaran ikan lele adalah sebagai berikut.

➤ Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Strategi yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele adalah:

- a. Memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan jumlah produksi ikan lele karena saat ini permintaan ikan lele di pasar cenderung meningkat, selain itu persaingan dalam usaha ini tidak terlalu besar. Pembudidaya perlu memperluas daerah pemasaran agar usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas.
- b. Memanfaatkan dengan baik sumber daya yang tersedia secara optimal seperti lahan/tanah, benih ikan, SDM dan sumber daya buatan untuk tujuan pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, selain itu dilihat dari analisis finansial pada usaha ini menunjukkan bahwa usaha pembesaran ikan lele ini menguntungkan dan layak untuk di jalankan.

➤ Strategi ST

Strategi *ST* merupakan strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Strategi *ST* yang dapat dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas adalah:

- a. Memperdalam ilmu pengetahuan tentang budidaya pembesaran ikan lele secara baik, agar mampu mengelola secara optimal usaha pembesaran ikan lele yang dijalankan.

- b. Kenaikan harga pakan berpengaruh terhadap usaha ini, karena kenaikan harga pakan menjadi kendala pada usaha pembesaran ikan lele, untuk itu solusi yang digunakan adalah pembudidaya berusaha mencari/membuat pakan alternatif untuk mengatasi kenaikan harga pakan agar pembudidaya dapat meminimalkan pengeluaran biaya.

➤ Strategi *WO*

Strategi *WO* digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan kelemahan. Strategi *WO* yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele ini adalah:

- a. Keterbatasan modal yang dimiliki pembudidaya ikan lele menjadi kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi ikan lele, karena modal yang digunakan oleh pembudidaya berasal dari modal sendiri, sehingga agar pembudidaya dapat meningkatkan jumlah produksinya pembudidaya sebaiknya menggunakan modal pinjaman untuk meningkatkan kapasitas produksi ikan lele, karena dilihat dari analisis finansial usaha ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut, selain itu permintaan ikan lele dipasar saat ini cenderung meningkat sehingga pembudidaya ikan lele harus dapat memanfaatkan peluang pasar tersebut.
- b. Rata-rata dari pembudidaya ikan lele di Kecamatan Badas masih belum dapat mengelola manajemen usahanya dengan baik, terutama manajemen keuangan, untuk itu pembudidaya perlu belajar bagaimana menjalankan manajemen usahanya dengan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan sesuai tujuan yang ingin dicapai.

➤ Strategi *WT*

Strategi *WT* adalah strategi adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman yang terjadi

pada usaha pembesaran ikan lele. Strategi yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas ini adalah:

- a. Memperbaiki manajemen usaha ini untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, seperti keterbatasan modal yang dimiliki pembudidaya dan lain sebagainya sehingga pembudidaya dapat mencari solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.
- b. memperdalam ilmu pengetahuan tentang teknologi budidaya agar pembudidaya mampu mengatasi serangan penyakit yang menyerang ikan lele, serta membuat pakan alternatif sendiri untuk mengatasi harga pakan yang tinggi, sehingga pembudidaya dapat meminimalkan pengeluaran biaya untuk pakan.

5.8.5 Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele Berdasarkan Analisis SWOT.

Dari hasil analisis SWOT pada usaha pembesaran ikan lele ini menunjukkan bahwa usaha ini berada pada kuadran 1 atau strategi SO (*strengths opportunity*) yaitu menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele ini, sehingga usaha ini menggunakan strategi agresif. Strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha pembesaran ikan lele ini strategi SO.

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Strategi yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele ini adalah:

- a. Memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan jumlah produksi ikan lele karena saat ini permintaan ikan lele di pasar cenderung meningkat, meningkatkan kualitas produk ikan lele, selain itu persaingan dalam usaha ini tidak terlalu besar. Pembudidaya perlu memperluas daerah pemasaran agar dapat melakukan pemasaran yang lebih luas terhadap produk ikan lele ini.

- b. Memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal seperti sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya buatan untuk melakukan usaha pembesaran ikan lele dengan tujuan mengembangkan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, selain itu dilihat dari analisis finansial pada usaha ini menunjukkan bahwa usaha pembesaran ikan lele menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian tentang Analisis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele Di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kondisi sumber daya di Kecamatan Badas sangat mendukung untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele, yaitu dari sumber daya alam seperti benih ikan lele dan sumber air yang melimpah, tersedianya lahan, serta lingkungan yang bersih. Sumber daya manusia seperti Kemampuan yang dimiliki masyarakat dan tersedianya tenaga kerja. Sumber daya buatan yaitu tersedianya sarana dan prasarana yang digunakan untuk usaha pembesaran ikan lele seperti jalan akses jalan bagus dan mudah untuk dilalui kendaraan, tersedianya lahan/kolam, tersedianya pakan dan obat-obatan ikan.
2. Aspek teknis usaha pembesaran ikan lele yang dilakukan oleh pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas masih dilakukan secara sederhana. Aspek teknis pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi pembersihan dan pengeringan kolam, pengisian air kolam, penebaran benih ikan lele, pemeliharaan ikan seperti pemberian pakan, pergantian air dan

pengecangan/penanggulangan penyakit dan tahap terakhir adalah pemanenan ikan lele.

3. Aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele ini meliputi strategi pemasaran yaitu untuk segmentasi pasar pada produk ikan lele ini adalah untuk semua kalangan masyarakat. Pasar sasaran produk ini adalah pasar lokal di Kabupaten Kediri maupun diluar Kabupaten Kediri. Posisi produk pada pemasaran ikan lele ini adalah di pasar tradisional. Deferensiasi produk pada usaha ini belum ada, yaitu produk masih dalam bentuk ikan lele segar. Sedangkan untuk saluran pemasaran produk ikan lele ini adalah dari produsen (pembudidaya) disalurkan ke pedagang pengepul kemudian disalurkan ke pedagang pengecer selanjutnya disalurkan lagi ke konsumen (rumah tangga/rumah makan).
4. Untuk aspek manajemen yang dilakukan pada pembudidaya pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas ini sistem perencanaan yang dilakukan secara sederhana tidak membuat perencanaan secara spesifik, pergorganisasian masih sederhana yaitu pembagian tugas diberikan secara langsung oleh pemilik usaha. Pengarahan yang diberikannya oleh pemilik adalah dengan memeberikan pengarahan secara jelas dengan kata-kata yang baik saat karyawan melaksanakan tugasnya. Pengawasan yang dilakukan secara langsung oleh pemilik untuk menilai bagaimana pekerjaan karyawan serta sebagai bahan evaluasi usahanya.
5. Hasil anlisis finansial jangka pendek maupun jangka panjang berdasarkan jenis kolam yang digunakan yaitu kolam beton dan kolam terpal pada usaha usaha pembesaran ikan lele ini dikatakan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut.
6. Dalam analisis matrik SWOT di dapatkan usaha pembesaran ikan lele ini terletak pada kuadran 1 (strategi agresif) karena kekuatan dan peluang lebih

dominan. Untuk strategi pengembangan yang dilakukan adalah menggunakan strategi SO (*stenghts opportunity*), yaitu memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan jumlah produksi ikan lele, memperluas daerah pemasaran, memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal dalam rangka mengembangkan usaha pembesaran ikan lele di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.

6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan usaha pembesaran ikan lele adalah sebagai berikut:

1. Pembudidaya harus lebih meningkatkan kemampuan/skill dengan belajar menggunakan teknologi budidaya dan menerapkan pada usahanya agar kegiatan budidaya dapat berjalan secara optimal.
2. Pembudidaya sebaiknya memperdalam/belajar tentang ilmu manajemen agar usaha pembesaran ikan lele yang dijalankan dapat berjalan dengan baik.
3. Pembudidaya sebaiknya menggunakan modal pinjaman untuk mengatasi keterbatasan modal atau bekerjasama dengan pihak lain untuk mengembangkannya, karena dilihat dari aspek finansial jangka pendek maupun jangka panjang usaha pembesaran ikan lele ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Khairul. 2008. **Budidaya ikan lele dumbo dikolam terpal**. Agromedia pustaka. Jakarta.
- Arifin, Johar. 2007. **Aplikasi exel dalam studi kelayakan bisnis**. Elex media komputindo. Jakarta.
- Arifin, Imamul. 2007. **MEMBUKA CAKRAWALA EKONOMI**. Setia Purna Inves. Bandung.
- Ariwibowo, Rino. 2013. **Analisis Kelayakan Usaha Pembesaran Ikan Lele Dumbo Kelompok Tani Pembudidaya Ikan Lele Desa Langgang, Kecamatan Gantung, Kabupaten Bangka Belitung**. <http://repository.ipb.ac.id/handle/12345678929>. Diakses pada tanggal 4 mei 2014 pukul 20.00 WIB.
- BAPPEDA Kediri. 2013. **Perikanan Kabupaten Kediri**. http://bappeda.kedirikota.go.id/?page_id=148. Diakses pada 11 Februari 2014 pukul 09.00 WIB.
- Basirun, Muh. 2009. **Jenis-jenis Penelitian**. <http://basirunjenispel.blogspot.com/> diakses pada 2 Desember 2013 pukul 11.30.
- Cannon, joseph. P. 2008. **PEMASARAN DASAR PENDEKATAN MANAJERIAL GLOBAL**. SALEMBA. JAKARTA.
- Danim, Sudarwan. 2003. **RISET KEPERAWATAN: SEJARAH DAN METODOLOGI**. Buku Kedokteran EGC. Jakarta.
- Fauzi, Akhmad. 2006. **EKONOMI SUMBER DAYA ALAM DAN LINGKUNGAN**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fuad, M, dkk. 2000. **Pengantar Bisnis**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Guntur, Brian. 2011. **Analisis Usaha Tani Lele Bapukan (*Clarias gariepinus*) di Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa**

Barat. <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/47645/h11bgu.pdf>. Diakses pada tanggal 21 Februari 2014 pukul 15.00 WIB.

Handoko, T, Hani. 2003. **MANAJEMEN. BPFE-YOGYAKARTA.** Yogyakarta.

Hariandja, Efendi. 2002. **Manajemen Sumber Daya Manusia.** Grasindo. Jakarta.

Istijanto. 2005. **Aplikasi Praktis Riset Pemasaran.** Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Jakfar dan Kasmir. 2003. **Studi Kelayakan Bisnis.** Prenada Media Kencana. Jakarta.

Kartajaya, Hermawan. 2006. **Syariah Marketing.** Mizan Pustaka. Bandung.

Khosim, Amir. 2007. **Geografi untuk SMA/MA kelas XI.** Grasindo. Jakarta.

KKP, 2014. <http://www.wpi.kkp.go.id/?p=115>. Diakses pada tanggal 18 November 2013 pukul 20.00 WIB.

Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran. Prenhallindo.** Jakarta.

Mahyuddin, kholis. 2012. **Pembesaran Lele Berbagai Wadah Pemeliharaan.** Penebar Swadaya. Jakarta.

Peternakan dan Perikanan Kediri. 2009. **Program Peternakan dan Perikanan Kediri.** <http://dinakkediri.wordpress.com/2009/12/24/programpeternakan-dan-perikanan-kediri/>. Diakses pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 10.00 WIB.

Rangkuti, Freddy. 2002. **Marketing plan.** Gramedia pustaka. Jakarta

Rangkuti, Freddy. 2006. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.** Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Riyanto, B. 2009. **Dasar dasar Pembelanjaan Perusahaan.** BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.

Ruslijanto, Hartono. 2000. **Metode Penulisan dan Penyajian Karya Ilmiah.** Kedokteran EGC. Jakarta.

Sugiyono, 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.** ALFABETA, cv. Bandung.

Simamora, bilson. 2001. **Memenangkan pasar dengan pemasaran efektifitas dan profitable.** PT. gramedia pustaka utama. Jakarta.

Soegito. S, Eddy. 2009. **Intrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung.** Elek Media Komputindo Kompas Gramedia. Jakarta.

Suhardedi, Cecep. 2010. **Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali.** <http://eprints>

[.ac.id/7251/1/122693007201_009151.pdf](https://repository.ub.ac.id/7251/1/122693007201_009151.pdf). Diakses pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 19.00 WIB.

- Suprianto, J. 2000. **Statistik Teori dan Aplikasi**. Erlangga. Jakarta.
- Umar, Husein. 1997. **Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein. 2003. **Metode Riset Bisnis**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein. 2003. **BUSINESS AN INTRODUCTION**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Untoro, Joko dan Tim Guru Indonesia. 2010. **Buku Pintar Pelajaran**. Wahyu Media. Jakarta.
- UPI. 2007. **Ilmu dan aplikasi pendidikan**. IMPERIAL BHAKTI UTAMA. Bandung.
- Van Horne dan Wachowicz, 2007. **Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan**. Salemba Empat. Jakarta.
- Widjajanta, Bambang. 2007. **Mengasah Kemampuan Ekonomi**. Citra Praya. Bandung.

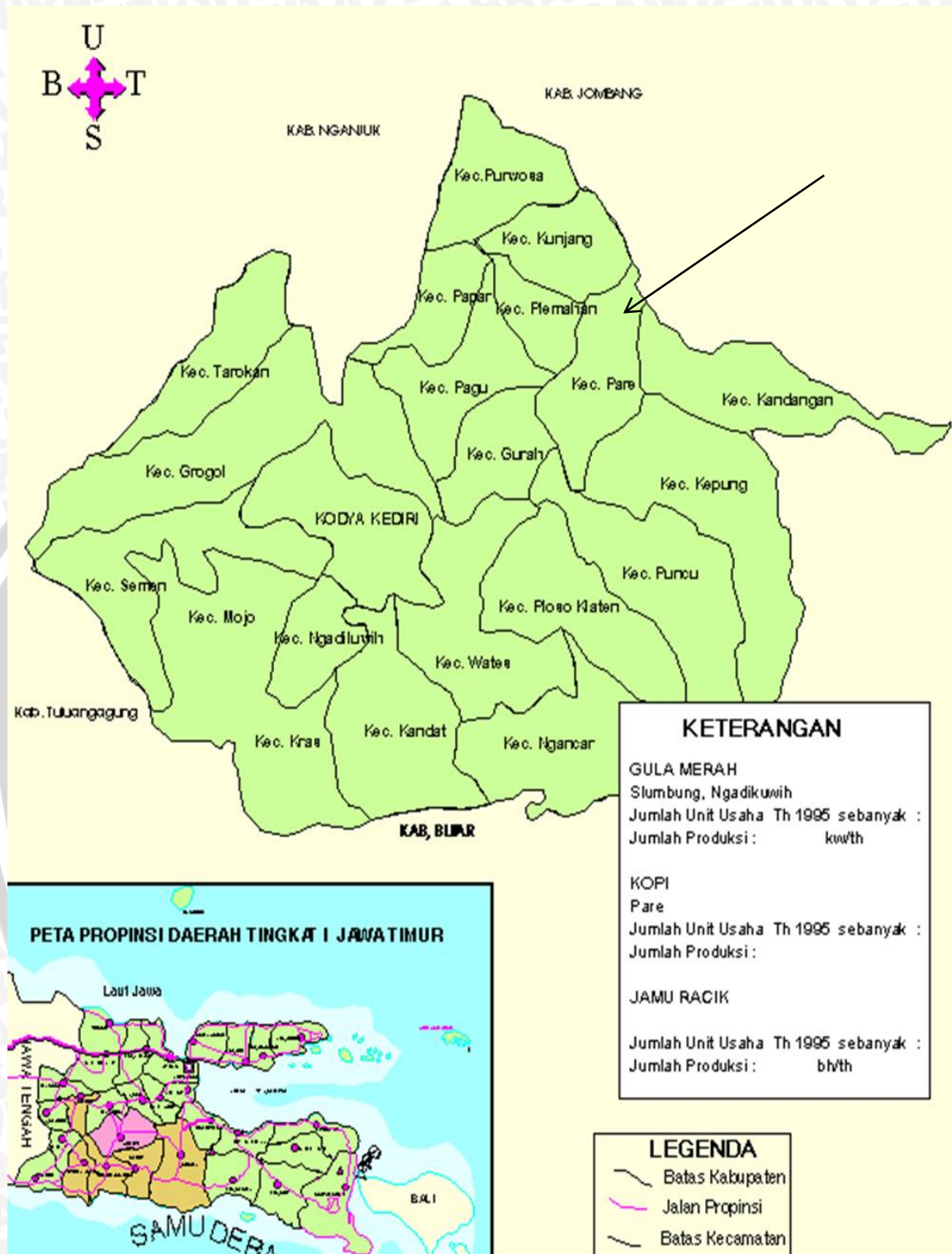


LAMPIRAN

Lampiran 1. Letak Lokasi Praktek Kerja Lapangan



Lokasi PKL Ds.
Sumber Bendo



LAMPIRAN 2. Analisis Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Dengan Menggunakan Kolam Beton.

Lampiran 2.1. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele.



No	Komponen modal tetap	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Harga total (Rp)	Umur teknis (tahun)	penyusutan per tahun (Rp)	Sumber modal
1	Kolam beton	11	14.000.000	154.000.000	10	15.400.000	sendiri
2	Mess	1	20.000.000	20.000.000	10	2.000.000	sendiri
3	Pompa air	2	600.000	1.200.000	8	150.000	Sendiri
4	Bak plastik	5	15.000	75.000	2	37.500	Sendiri
5	Jaring seser	5	20.000	100.000	2	50.000	Sendiri
6	Jaring segitiga	4	35.000	140.000	2	70.000	Sendiri
7	Motor	1	8.000.000	8.000.000	8	1.000.000	Sendiri
8	Sikat	4	5.000	20.000	2	10.000	Sendiri
9	Pipa air	60	20.000	1.200.000	4	300.000	Sendiri
JUMLAH				184.735.000		19.017.500	

Lampiran 2.2. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen modal lancar	Jumlah (unit)	Harga (Rp) (per unit)	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	99.000	110	10.890.000	43.560.000
2	Pakan (sak)	297	260.000	77.220.000	308.880.000
3	Obat-obatan :				
	* Cattiefish (botol)	11	20.000	220.000	880.000
	* Fura (bungkus)	33	6.000	198.000	792.000
	* Garam (kg)	22	2.000	44.000	176.000
4	Bensin (liter)	10	6.500	65.000	260.000
5	Listrik (per bulan)	200.000	200.000	600.000	2.400.000
6	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
7	upah pekerja (per bulan)	600.000	600.000	1.800.000	7.200.000
Jumlah				91.097.000	364.388.000

Lampiran 2.3. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen modal kerja	Jumlah (unit)	Harga (Rp) (per unit)	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	99.000	110	10.890.000	43.560.000

2	Pakan (sak)	297	260.000	77.220.000	308.880.000
3	Obat-obatan :				
	* Cattiefish (botol)	11	20.000	220.000	880.000
	* Fura (bungkus)	33	6.000	198.000	792.000
	* Garam (kg)	22	2,000	44.000	176,000
4	Bensin (liter)	10	6.500	65.000	260.000
5	Listrik (per bulan)	200.000	200.000	600,000	2.400.000
6	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
7	upah pekerja (per bulan)	600.000	600.000	1.800.000	7.200.000
8	Penyusutan (per tahun)				19.017.500
9	PBB				110.000
10	Perawatan				700.000
11	Sewa tanah				2.500.000
Jumlah				91.097.000	386.715.500

Lampiran 2.4. Biaya Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen biaya tetap	Biaya tetap/tahun (Rp)
1	Penyusutan	19.017.500
2	PBB	110.000
3	Perawatan	700.000
4	Sewa tanah	2.500.000
	Jumlah	22.327.500

Lampiran 2.5. Biaya Tidak Tetap/Variabel Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Jenis biaya variabel	Jumlah (unit)	Harga (Rp) (per unit)	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	99.000	110	10.890.000	43.560.000
2	Pakan (sak)	297	260.000	77.220.000	308.880.000
3	Obat-obatan :				
	* Cattiefish (botol)	11	20.000	220.000	880.000
	* Fura (bungkus)	33	6.000	198.000	792.000
	* Garam (kg)	22	2,000	44.000	176,000
4	Bensin (liter)	10	6.500	65.000	260.000
5	Listrik (per bulan)	200.000	200.000	600,000	2.400.000
6	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
7	upah pekerja (per bulan)	600.000	600.000	1.800.000	7.200.000
Jumlah				91.097.000	364.388.000

Lampiran 2.6. Biaya Produksi/Biaya Total Usaha Pembesaran Ikan Lele

Biaya Produksi/Biaya Total = Biaya Tetap (FC) + Biaya Variabel (VC)

$$= \text{Rp. } 22.327.500 + 364.388.000$$

= Rp. 386.715.500

Lampiran 2.7. Produksi dan Penerimaan

Dengan padat tebar dalam satu tahun sebanyak 396.000 ekor tidak menutup kemungkinan terjadi kematian pada ikan saat proses produksi. Maka perlu adanya perhitungan survival rate, yaitu upaya ikan dalam mempertahankan hidupnya (kelulus hidupan). Di dalam kegiatan produksi diperkirakan kematian pada ikan lele ini adalah sebesar $\pm 15 \%$, dengan padat tebar sebanyak 396.000 ekor jumlah sebesar kematian $\pm 15 \%$, sehingga diperoleh Sr sebesar 85% . Jumlah ikan yang hidup adalah sebanyak 336.600 ekor (42.075 kg). Dengan size 1 kg isi 8 ekor dan harga per kilo Rp. 13.500. Sehingga didapatkan penerimaan sebagai berikut.

$$TR = Q \times P$$

$$TR = 42.075 \text{ kg} \times \text{Rp. } 13.500$$

$$TR = \text{Rp. } 568.014.120 \text{ per tahun}$$

Untuk satu siklus produksi pada usaha ini \pm selama 3 bulan, penerimaan yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu kali produksi adalah sebesar **Rp. 142.003.530**. Dalam satu tahun pada usaha ini terdapat 4 kali siklus produksi.

Lampiran 2.8. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele

$$\Pi = TR - TC$$

$$= \text{Rp. } 568.014.120 - \text{Rp. } 386.715.500$$

$$= \text{Rp. } 181.298.620 \text{ per tahun}$$

Untuk satu siklus produksi usaha ini \pm selama 3 bulan, keuntungan yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu kali produksi adalah

sebesar **Rp. 45.949.655**. Dalam satu tahun pada usaha ini terdapat 4 kali siklus produksi.

Lampiran 2.9. *Renvenue Cost Ratio (R/C) Usaha Pembesaran Ikan Lele*

$$\begin{aligned} R/C \text{ ratio} &= \frac{TR}{TC} \\ &= \frac{Rp. 568.014.120}{Rp. 386.715.500} \\ &= 1,47 \end{aligned}$$

Lampiran 2.10. *Rentabilitas (RU) Usaha Pembesaran Ikan Lele*

$$\begin{aligned} RU &= \frac{\text{Laba}}{\text{Modal}} \times 100 \% \\ RU &= \frac{Rp. 181.298.620}{Rp. 386.715.500} \times 100 \% \\ RU &= 47\% \end{aligned}$$

Lampiran 2.11. *Break Event Point (BEP) Usaha Pembesaran Ikan Lele*

- $$\begin{aligned} \text{BEP Sales} &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{22.327.500}{1 - \frac{364.388.000}{568.014.120}} \\ &= \text{Rp. 62.282.458} \end{aligned}$$

- $$\begin{aligned} \text{BEP Unit} &= \frac{FC}{P-V} \\ &= \frac{22.327.500}{13.500 - 8.660} \end{aligned}$$

= 4.614



Lampiran 2.12. Analisis Penambahan Investasi (*Re-invest*) Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Modal investasi	jumlah/unit	haga/unit	Harga total	Umur Teknis	Nilai Kenaikan 1%	Re-Investasi tahun ke										Sisa Umur Teknis (Th)	Nilai Sisa (Rp)	
							1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	Kolam beton	11	14.000.000	154.000.000	10	1.540.000											169.400.000	9	138.600.000
2	Mess	1	20.000.000	20.000.000	10	200.000											22.000.000	9	18.000.000
3	Pompa air	2	600.000	1.200.000	8	12.000							1.296.000					7	1.050.000
4	Bak plastik	5	15.000	75.000	2	750		76.500		78.000		79.500		81.000		82.500		1	37.500
5	Jaring seser	5	20.000	100.000	2	1.000		102.000		104.000		106.000		108.000		110.000		1	50.000
6	Jaring segitiga	4	35.000	140.000	2	1.400		142.800		145.600		148.400		151.200		154.000		1	70.000
7	Motor	1	8.000.000	8.000.000	8	80.000							8.640.000					7	7.000.000
8	Sikat	4	5.000	20.000	2	200		20.400		20.800		21.200		21.600		22.000		1	10.000
9	Pipa air	60	20.000	1.200.000	4	12.000				1.248.000				1.296.000				3	900.000
TOTAL								0	341.700	0	1.596.400	0	355.100	0	11.593.800	0	191.768.500		165.717.500

LAMPIRAN 3. Analisis Finansial Usaha Pembesaran Ikan Lele Dengan Menggunakan Kolam Terpal

Lampiran 3.1. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen modal tetap	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Harga total (Rp)	Umur teknis (tahun)	penyusutan per tahun (Rp)	Sumber modal
1	Kolam terpal	8	80.000	640.000	3	213.333	Sendiri
2	Mess	1	4.000.000	4.000.000	6	666.667	Sendiri
3	Pompa air	2	400.000	800.000	8	100.000	Sendiri
4	Ember plastic	4	15.000	60.000	2	30.000	Sendiri
5	Jaring seser	3	20.000	60.000	2	30.000	Sendiri
6	Jaring segitiga	3	35.000	105.000	2	52.500	Sendiri
7	Motor	1	7.000.000	7.000.000	8	875.000	Sendiri
8	Sikat	2	5.000	10.000	2	5.000	Sendiri
9	Pipa air	40	20.000	800.000	4	200.000	Sendiri
Jumlah Total				13.475.000		2.172.500	

Lampiran 3.2. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen modal lancar	Jumlah (satuan)	Harga (Rp)/unit	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	40.000	100	4.000.000	16.000.000
2	Pakan (sak)	120	260.000	31.200.000	124.800.000
3	Obat-obatan :				
	* Catfish (botol)	8	20.000	160.000	640.000
	* Garam (kg)	8	2.000	16.000	64.000
4	Bensin (liter)	15	6.500	97.500	390.000
5	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
6	Listrik (per bulan)	160.000	160.000	480.000	1.920.000
7	upah pekerja (per bulan)	1	500.000	1.500.000	6.000.000
Jumlah				37.513.500	150.054.000

Lampiran 3.3. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen modal kerja	Jumlah (satuan)	Harga (Rp)/unit	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	40.000	100	4.000.000	16.000.000
2	Pakan (sak)	120	260.000	31.200.000	124.800.000
3	Obat-obatan :				
	* Catfish (botol)	8	20.000	160.000	640.000
	* Garam (kg)	8	2.000	16.000	64.000
4	Bensin (liter)	15	6.500	97.500	390.000
5	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
6	Listrik (per bulan)	160.000	160.000	480.000	1.920.000
7	Upah pekerja (per bulan)	1	500.000	1.500.000	6.000.000
8	Penyusutan (per tahun)				2.172.500
9	PBB				75.000
10	Perawatan				1.000.000
11	Sewa Tanah				1.500.000
Jumlah				37.513.500	154.801.500

Lampiran 3.4. Biaya Tetap (FC) Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen biaya tetap	Biaya tetap/tahun (Rp)
1	Penyusutan	2.172.500
2	PBB	75.000
3	Perawatan	1.000.000
4	Sewa tanah	1.500.000
	Jumlah	4.747.500

Lampiran 3.5. Biaya Variabel (VC) Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Komponen biaya variabel	Jumlah (satuan)	Harga (Rp)/unit	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele (ekor)	40.000	100	4.000.000	16.000.000
2	Pakan (sak)	120	260.000	31.200.000	124.800.000
3	Obat-obatan :				
	* Catfish (liter)	8	20.000	160.000	640.000
	* Garam (kg)	8	2.000	16.000	64.000
4	Bensin (liter)	15	6.500	97.500	390.000
5	Telephone (per bulan)	20.000	20.000	60.000	240.000
6	Listrik (per bulan)	160.000	160.000	480.000	1.920.000
7	Upah pekerja	1	500.000	1.500.000	6.000.000
Jumlah				37.513.500	150.054.000

Lampiran 3.6. Biaya Produksi/Biaya Total (TC) Usaha Pembesaran Ikan Lele

$$\begin{aligned} \text{Biaya Produksi/Biaya Total (TC)} &= \text{Biaya Tetap (FC)} + \text{Biaya Variabel (VC)} \\ &= \text{Rp. } 4.747.500 + 150.054.000 \\ &= \text{Rp. } 154.801.500 \end{aligned}$$

Lampiran 3.7. Produksi dan Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Lele

Dengan padat tebar sebanyak 160.000 ekor dalam satu tahun tidak menutup kemungkinan terjadi kematian pada ikan saat proses produksi. Maka perlu adanya perhitungan survival rate, yaitu upaya ikan dalam mempertahankan hidupnya (kelulus hidupan). Di dalam kegiatan produksi diperkirakan kematian pada ikan lele ini adalah sebesar $\pm 15\%$, dengan padat tebar sebanyak 160.000 ekor jumlah sebesar kematian $\pm 15\%$, sehingga diperoleh Sr sebesar 85% . Jumlah ikan yang hidup adalah sebanyak 136.000 ekor (17.000 kg). Dengan size 1 kg isi 8 ekor dan harga per kilo Rp. 13.500. Sehingga didapatkan penerimaan sebagai berikut.

$$TR = Q \times P$$

$$TR = 17.000 \text{ kg} \times \text{Rp. } 13.500$$

$$TR = \text{Rp. } 229.500.000 \text{ per tahun.}$$

Untuk satu siklus produksi pada usaha ini \pm selama 3 bulan, penerimaan yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu kali produksi adalah sebesar **Rp. 57.375.000**. Dalam satu tahun pada usaha ini terdapat 4 kali siklus produksi

Lampiran 3.8. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele

$$\Pi = TR - TC$$

$$= \text{Rp. } 229.500.000 - \text{Rp. } 154.801.500$$

$$= \text{Rp. } 74.698.500 \text{ per tahun.}$$

Untuk satu siklus produksi usaha ini \pm selama 3 bulan, keuntungan yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan lele ini dalam satu kali produksi adalah sebesar **Rp. 18.674.625**. Dalam satu tahun pada usaha ini terdapat 4 kali siklus produksi.

Lampiran 3.9. *Renvenue Cost Ratio (R/C)* Usaha Pembesaran Ikan Lele.

$$\begin{aligned} R/C \text{ ratio} &= \frac{TR}{TC} \\ &= \frac{Rp. 229.500.000}{Rp. 154.801.500} \\ &= 1,48 \end{aligned}$$

Lampiran 3.10. *Rentabilitas (RU)* Usaha Pembesaran Ikan Lele.

$$\begin{aligned} RU &= \frac{\text{Laba}}{\text{Modal}} \times 100 \% \\ RU &= \frac{Rp. 74.698.500}{Rp. 154.801.500} \times 100 \% \\ RU &= 48\% \end{aligned}$$

Lampiran 3.11. *Break Event Point (BEP)* Usaha Pembesaran Ikan Lele

- $$\begin{aligned} \text{BEP Sales} &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{4.747.500}{1 - \frac{150.054.000}{229.500.000}} \\ &= \text{Rp. 13.714.363} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \bullet \text{ BEP Unit} &= \frac{FC}{P-V} \\ &= \frac{4.747.500}{13.500 - 8.827} \\ &= 1.061 \text{ kg} \end{aligned}$$



Lampiran 3.12. Analisis Penambahan Investasi (*Re-invest*) Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Modal investasi	jumlah/unit	haga/unit	Harga total	Umur Teknis	Nilai Kenaikan	Re-Investasi tahun ke										Sisa Umur Teknis (Th)	Nilai Sisa (Rp)	
						1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
2	Kolam terpal	8	80.000	640.000	3	6.400		652.800		665.600		678.400		691.200		704.000	1	213.333	
3	Mess	1	4.000.000	4.000.000	6	40.000						4.240.000					5	3.333.333	
4	Pompa air	2	400.000	800.000	8	8.000								864.000			7	700.000	
5	Ember plastik	4	15.000	60.000	2	600		61.200		62.400		63.600		64.800		66.000	1	30.000	
6	Jaring seser	3	20.000	60.000	2	600		61.200		62.400		63.600		64.800		66.000	1	30.000	
7	Jaring segitiga	3	35.000	105.000	2	1.050		107.100		109.200		111.300		113.400		115.500	1	52.500	
8	Motor	1	7.000.000	7.000.000	8	70.000								7.560.000			7	6.125.000	
9	Sikat	2	5.000	10.000	2	100		10.200		10.400		10.600		10.800		11.000	1	5.000	
10	Pipa air	40	20.000	800.000	4	8.000				832.000				864.000			3	600.000	
TOTAL								0	892.500	0	1.742.000	0	5.167.500	0	10.233.000	0	962.500		11.089.167

