

**PERENCANAAN PENGEMBANGAN USAHA OTAK-OTAK BANDENG
(*Chanos chanos*) MILIK IBU SUWARTIN DI KELURAHAN PANDU,
KECAMATAN CERME, KABUPATEN GRESIK, JAWA TIMUR**

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

Oleh:

DIASTIEN CAHAYANI

NIM. 1050804011111011



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

**PERENCANAAN PENGEMBANGAN USAHA OTAK-OTAK BANDENG
(*Chanos chanos*) MILIK IBU SUWARTIN DI KELURAHAN PANDU,
KECAMATAN CERME, KABUPATEN GRESIK, 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 :
DIASTIEN CAHAYANI
NIM. 105080401111011**



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

SKRIPSI
PERENCANAAN PENGEMBANGAN USAHA OTAK-OTAK BANDENG
(*Chanos chanos*) MILIK IBU SUWARTIN DI KELURAHAN PANDU,
KECAMATAN CERME, KABUPATEN GRESIK, JAWA TIMUR

Oleh :
DIASTIEN CAHAYANI
NIM. 105080401111011

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 7 Agustus 2014
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. :
Tanggal :

Dosen Penguji I

Dr. Ir. HARSUKO RINIWATI, MP
NIP. 19660604 199002 2 002
Tanggal:

Dosen Penguji II

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

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

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

Mengetahui,
Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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



Malang, 7 Agustus 2014

Mahasiswa

Tanda tangan

Ttd

Diastien Cahayani

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 kepada :

1. Allah SWT Sang Pemilik Pengetahuan, yang selalu memberikan berkah yang tidak ternilai dan selalu memberikan kekuatan kepada peneliti dalam menghadapi segala kesulitan selama proses pengerjaan laporan ini.
2. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Tatien, Ayah Edi, Mas Adis dan keluarga besar yang saya sayangi dan cinta atas dukungan dalam bentuk materi, moral dan spiritual.
3. Bapak Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS dan Bapak Dr. Ir. Anthon Efani, MP selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan lancar.
4. Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP dan Bapak Zainal Abidin, S.Pi, MBA, MP selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan yang bermanfaat bagi laporan ini.
5. Ibu Suwartin selaku pemilik usaha otak-otak bandeng yang telah menyediakan waktunya dan membantu serta membimbing dalam penelitian ini.
6. Semua teman - teman angkatan 2010 dan khususnya teman-teman jurusan SEPK yang senantiasa mendukung dan membantu dalam pengerjaan laporan ini.
7. Soka Aprilia, Natasha Dinda, Gradyan Bintang Abadi, Bernanto Aryo Ginantoko, Pinctada Putri Pamungkas, Robby Ariny, Julia, Siti Marwah Waraswati, Enisa Cahya Kurnia dan Cipta Esha Ferista yang telah membantu saya dan memberi semangat dalam menyelesaikan laporan skripsi ini

Malang, 7 Agustus 2014

Penulis

RINGKASAN

Diastien Cahayani. 105080401111011. Skripsi tentang Perencanaan Pengembangan Usaha Otak-otak Bandeng (*Chanos chanos*) Milik Ibu Suwartin di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur (dibawah bimbingan Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS dan Dr. Ir. Anthon Efani, MP).

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April 2014 di usaha otak-otak bandeng, Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui kondisi terkini dari usaha otak-otak bandeng dilihat dari aspek teknis, manajemen, pemasaran, dan kelayakan finansial di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 2) Mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha otak-otak bandeng dengan menggunakan analisis SWOT di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. 3) Menentukan perencanaan strategi pengembangan usaha Otak-Otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur., dan 4) Menyusun perencanaan pengembangan finansial usaha otak-otak bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Aspek teknis dalam pembuatan otak-otak bandeng meliputi tahap persiapan alat dan bahan, proses membersihkan dan mengeluarkan daging ikan bandeng, proses menghaluskan bumbu dan daging ikan bandeng, proses membuat adonan otak-otak bandeng, dan proses pengukusan otak-otak bandeng hingga penggorengan.

Cara promosi dalam penjualan otak-otak bandeng masih sangat sederhana dan belum menggunakan media promosi yang luas hanya pemberituannya dari konsumen ke konsumen. Saluran pemasaran otak-otak bandeng tersebut disalurkan dari produsen langsung ke konsumen, tanpa melalui perantara. Lokasi penjualan otak-otak bandeng yang dilakukan masih kurang luas, penjualan masih melalui pemesanan. Harga satu kilogram otak-otak bandeng Rp. 75.000,-.

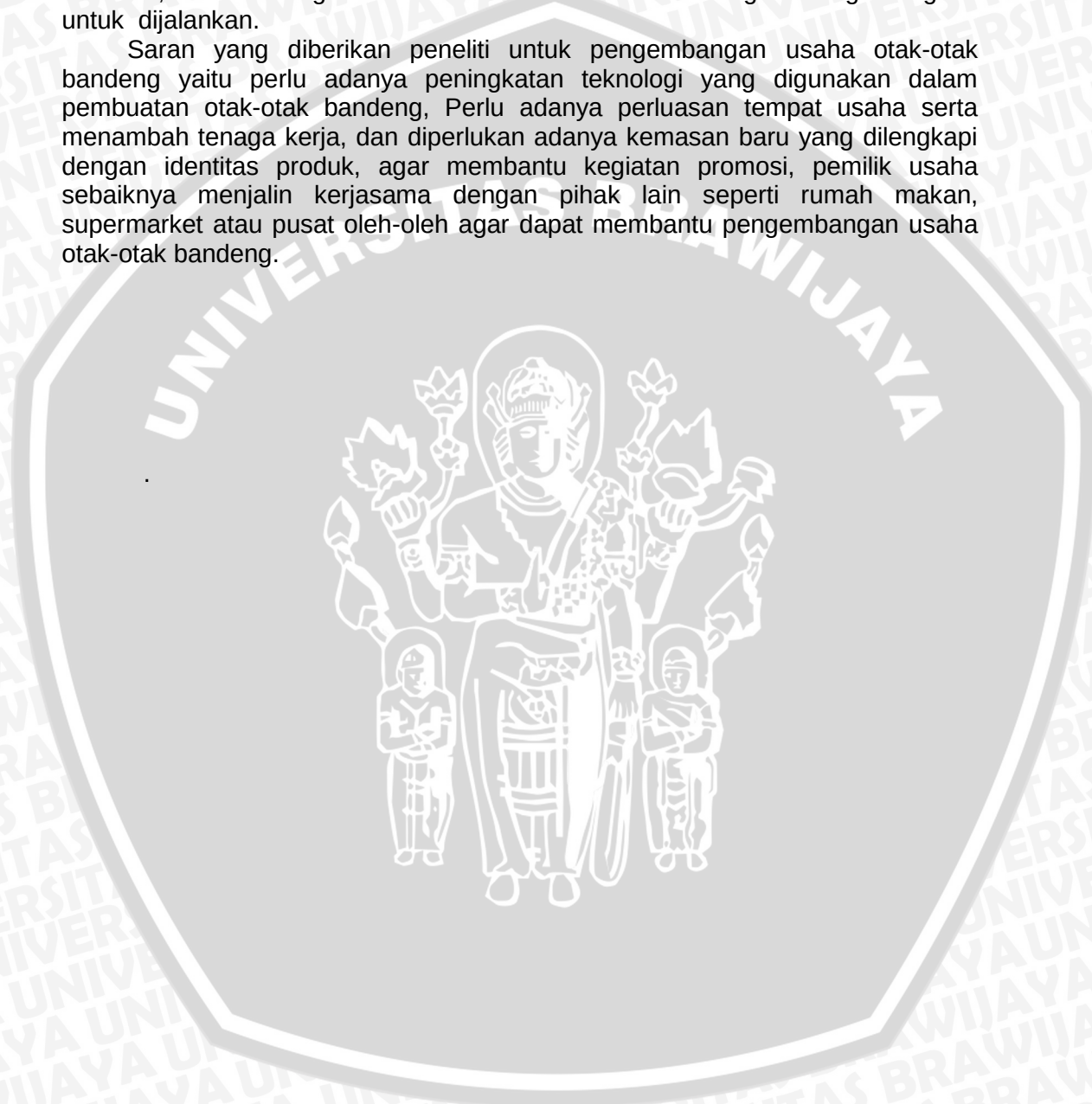
Hasil analisis finansial jangka pendek dalam waktu 1 tahun meliputi permodalan sebesar Rp 17.115.400,- dengan rincian modal tetap sebesar Rp 4.107.000,-, dan modal lancar sebesar Rp 13.008.400,-. Total penerimaan sebesar Rp 28.125.000,-, keuntungan Rp. 11.037.433,-, RC Ratio 1,64 % , rentabilitas 65 %. Dengan demikian usaha otak-otak bandeng ini menguntungkan untuk dijalankan.

Analisis SWOT meliputi faktor internal, faktor eksternal analisis matrik SWOT dan Strategi pengembangan. Dalam matrik SWOT didapatkan hasil bahwa grand strategy pada posisi (x,y) pada kuadran I yaitu strategi agresif. Hal ini disebabkan karena peluang (*opportunities*) dengan kekuatan (*strength*) berpengaruh dominan dibandingkan dengan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threat*). Strategi pengembangan dari usaha otak-otak bandeng meliputi meningkatkan kerjasama untuk pengembangan usaha lebih lanjut, untuk pengembangan usaha kedepannya, dikarenakan akan membantu dalam proses produksi serta perluasan usaha dan pemasaran otak-otak bandeng. Strategi yang kedua yaitu meningkatkan pengemasan demi kemajuan usaha. Dengan menambahkan identitas produk di kemasan otak-otak bandeng sangatlah

penting, agar konsumen lebih mudah mengenali produk, serta akan lebih membantu dalam hal pemasaran otak-otak bandeng.

Perencanaan pengembangan finansial usaha otak-otak bandeng dengan menggunakan analisis finansial jangka panjang dengan penambahan investasi sebesar Rp. 3.273.410,- dengan *net present value* (NPV) sebesar Rp 47.328.360, *net benefit cost ratio* (Net B/C) sebesar 12,20, *internal rate of return* (IRR) sebesar 205 % dan *payback period* (PP) waktu pengembalian modal sekitar 0,60 tahun dengan demikian usaha otak-otak bandeng ini menguntungkan untuk dijalankan.

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan usaha otak-otak bandeng yaitu perlu adanya peningkatan teknologi yang digunakan dalam pembuatan otak-otak bandeng, Perlu adanya perluasan tempat usaha serta menambah tenaga kerja, dan diperlukan adanya kemasan baru yang dilengkapi dengan identitas produk, agar membantu kegiatan promosi, pemilik usaha sebaiknya menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti rumah makan, supermarket atau pusat oleh-oleh agar dapat membantu pengembangan usaha otak-otak bandeng.



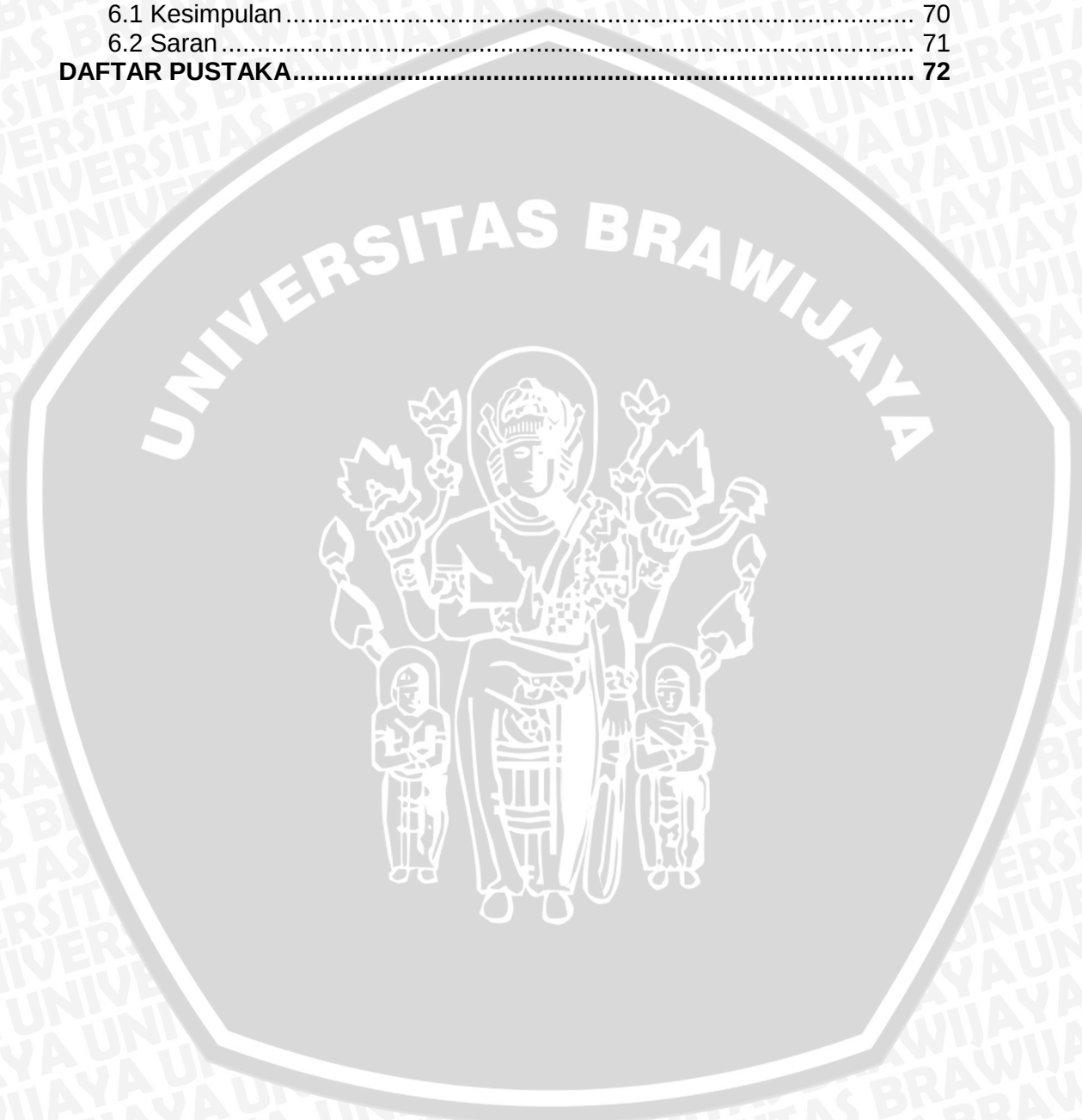
DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Kegunaan.....	5
1.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	5
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Ikan Bandeng (<i>Chanos Chanos</i>).....	7
2.2.1 Klasifikasi Ikan Bandeng.....	7
2.2.2 Morfologi Ikan Bandeng.....	8
2.2.3 Otak-Otak Bandeng.....	9
2.3 Aspek Manajemen.....	10
2.3.1 Perencanaan (<i>Planning</i>).....	10
2.3.2 Organisasi (<i>Organizing</i>).....	10
2.3.3 Pelaksanaan (<i>Actuating</i>).....	11
2.3.4 Pengawasan (<i>Controlling</i>).....	11
2.4 Aspek Pemasaran.....	12
2.4.1 Penetapan Harga.....	12
2.4.2 Lokasi dan Distribusi.....	12
2.4.3 Promosi.....	12
2.4.4 Saluran Pemasaran.....	12
2.5 Aspek Finansil.....	13
2.6 Analisis SWOT.....	13
2.7 Kerangka Pemikiran.....	15
3. METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Responden Penelitian.....	17
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	18
3.3.1 Data Primer.....	18
3.3.2 Data Sekunder.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	18
a. Observasi.....	18
b. Wawancara.....	19
c. Studi Kepustakaan.....	19
3.5 Analisis Data.....	19
3.5.1 Deskriptif Kualitatif.....	19

3.5.2 Deskriptif Kuantitatif	20
a. Analisis Jangka Pendek	20
b. Analisis Jangka Panjang	23
c. Analisis SWOT	25
4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
4.1 Letak Geografis dan Keadaan Topografi Daerah Penelitian	30
4.1.1 Letak Geografis	30
4.1.2 Keadaan Topografi Desa	31
4.2 Keadaan Penduduk	31
4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jumlah Penduduk	31
4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Lapangan Usaha	32
4.3 Sejarah Berdirinya Usaha Otak-otak bandeng	39
5. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Aspek Teknis	34
5.1.1 Sarana, Prasarana dan Faktor Produksi	34
a. Sarana Produksi	34
b. Prasarana Produksi	35
c. Faktor Produksi	36
5.1.2 Proses Pembuatan Otak-otak Bandeng	37
5.1.2.1 Proses Membersihkan Ikan Bandeng	37
5.1.2.2 Proses Mengeluarkan Daging Ikan Bandeng	38
5.1.2.3 Proses Menghaluskan Bumbu dan Daging Ikan Bandeng	38
a. Proses Menghaluskan Bumbu	38
b. Proses Menghaluskan Daging Ikan Bandeng	39
5.1.2.4 Proses Membuat Adonan Otak-otak Bandeng	39
5.1.2.5 Proses Pengukusan Otak-otak Bandeng	40
5.2 Aspek Manajemen	41
5.2.1 Perencanaan (<i>Planning</i>)	41
5.2.2 Organisasi (<i>Organizing</i>)	41
5.2.3 Pergerakan (<i>Actuating</i>)	42
5.2.4 Pengawasan (<i>Controlling</i>)	43
5.3 Aspek Pemasaran	43
5.3.1 Penetapan Harga	43
5.3.2 Lokasi dan Distribusi	44
5.3.3 Promosi	44
5.3.4 Saluran Pemasaran	44
5.4 Aspek Finansial Jangka Pendek	46
5.4.1 Permodalan	46
5.4.2 Biaya Produksi dan Penerimaan	46
5.4.3 Keuntungan	47
5.4.2 <i>Revenue Cost Ratio (RC Ratio)</i>	47
5.4.3 Rentabilitas	47
5.5 Analisis SWOT	48
5.5.1 Analisis Faktor Internal	48
5.5.2 Analisis Faktor Eksternal	55
5.5.3 Analisis Matrik SWOT	60
5.6 Strategi Pengembangan Usaha	63
5.7 Perencanaan Pengembangan Usaha	63
5.7.1 Analisis Jangka Panjang	63
5.7.1.1 <i>Net Present Value (NPV)</i>	64

5.7.1.2 Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)	64
5.7.1.3 Internal Rate of Return (IRR)	64
5.7.1.4 Payback Period (PP)	65
5.7.1.5 Analisis Sensitivitas	65
5.7.2 Implikasi Kebijakan	67

6. KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. EFAS.....	26
Tabel 2. IFAS.. ..	28
Tabel 3. Pembagian Luas Lahan Desa Pandu	31
Tabel 4. Sarana yang Digunakan Pada Proses Produksi	35
Tabel 5. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Ketersediaan Bahan Baku	48
Tabel 6. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Mudah diproduksi (teknis pembuatan)	49
Tabel 7. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Biaya Produksi Murah..	50
Tabel 8. Kriteria Pemberian Bobot dan rating pada Usaha Layak dijalankan	51
Tabel 9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Pemasaran yang Kurang Luas.....	51
Tabel 10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Kemampuan Promosi	52
Tabel 11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Tenaga Kerja Kurang Terampil.....	53
Tabel 12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Kurang Adanya Catatan Pembukuan Usaha	54
Tabel 13. Matrik IFAS.....	54
Tabel 14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Pola Konsumsi	55
Tabel 15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Bahan Baku Mudah didapatkan.....	56
Tabel 16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Daya Beli Konsumen Tinggi	57
Tabel 17. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Kenaikan Harga Bahan Baku	58
Tabel 18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Tidak Adanya Identitas Produk dalam Kemasan.....	59
Tabel 19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating pada Lokasi Usaha Sulit dijangkau	59
Tabel 20. Matrik EFAS	60
Tabel 21. Matrik SWOT pada Usaha Otak-Otak Bandeng.....	61
Tabel 22. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 94,58 %	66
Tabel 23. Hasil analisis sensitivitas asumsi benefit turun 28,60	66
Tabel 24. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 19 % dan benefit turun 16,89 %	66
Tabel 25. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 16,25 % dan benefit turun 19 %	67

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Ikan Bandeng (<i>chanos chanos</i>)	8
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT	19
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. Matrik SWOT	38
Gambar 5. Diagram Batang Jumlah Penduduk Desa Pandu	42
Gambar 6. Diagram Batang Lapangan Usaha Kecamatan Cerme	43
Gambar 7. Bahan Baku Ikan Bandeng Segar	36
Gambar 8. Ikan Bandeng Segar	37
Gambar 9. Proses mengeluarkan Daging Ikan Bandeng	38
Gambar 10. Bumbu Otak-Otak Bandeng	38
Gambar 11. Daging Ikan Bandeng yang dihaluskan	39
Gambar 12. Adonan Otak-Otak Bandeng	40
Gambar 13. Proses Memasukkan Adonan Otak-Otak Bandeng	40
Gambar 14. Proses Pengukusan dan Kemasan Otak-Otak bandeng	41
Gambar 15. Struktur Organisasi	42
Gambar 16. Saluran Pemasaran Otak-Otak Bandeng	45
Gambar 17. Matriks Grand Strategy	62



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Ikan Bandeng (<i>chanos chanos</i>)	8
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT	19
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. Matrik SWOT	38
Gambar 5. Diagram Batang Jumlah Penduduk Desa Pandu	42
Gambar 6. Diagram Batang Lapangan Usaha Kecamatan Cerme	43
Gambar 7. Bahan Baku Ikan Bandeng Segar	36
Gambar 8. Ikan Bandeng Segar	37
Gambar 9. Proses mengeluarkan Daging Ikan Bandeng	38
Gambar 10. Bumbu Otak-Otak Bandeng	38
Gambar 11. Daging Ikan Bandeng yang dihaluskan	39
Gambar 12. Adonan Otak-Otak Bandeng	40
Gambar 13. Proses Memasukkan Adonan Otak-Otak Bandeng	40
Gambar 14. Proses Pengukusan dan Kemasan Otak-Otak bandeng	41
Gambar 15. Struktur Organisasi	42
Gambar 16. Saluran Pemasaran Otak-Otak Bandeng	45
Gambar 17. Matriks Grand Strategy	62



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian	75
Lampiran 2. Rincian Investasi Modal Tetap dan Penyusutan pada Usaha Otak-otak Bandeng	76
Lampiran 3. Rincian Modal Lancar pada Usaha Otak-otak Bandeng dalam 1 Tahun Produksi	77
Lampiran 4. Rincian Modal Kerja pada Usaha Otak-otak Bandeng dalam 1Tahun produksi	78
Lampiran 5. Rincian Biaya Tetap (Fixed Cost) pada Usaha Otak-otak Bandengdalam 1 Tahun produksi.....	79
Lampiran 6. Rincian Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost) pada Usaha Otak-otak Bandeng dalam 1 Tahun produksi	80
Lampiran 7. Analisa Finansiiil Jangka Pendek.....	81
Lampiran 8. Analisa Finansiiil Jangka Panjang.....	83



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perencanaan merupakan perencanaan yang sangat spesifik. Penyusunannya harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan masing-masing bisnis secara individual. Perencanaan bisnis yang baik juga harus menggambarkan dengan jelas karakteristik bisnis yang sedang atau akan anda laksanakan, sehingga pihak-pihak yang tertarik dengan bisnis ini dapat melihat secara transparan dan mengerti secara jelas prospek perkembangan bisnis dimasa yang akan datang (Rangkuti, 2006).

Indonesia merupakan negara kepulauan (*archipelagic state*) terluas di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.504 buah dan panjang garis pantai mencapai 104.000 km (Bakosurtanal, 2006). Total luas laut Indonesia sekitar 3,544 juta km² atau sekitar 70% dari wilayah Indonesia. Keadaan tersebut seharusnya meletakkan sektor perikanan menjadi salah satu sektor riil yang potensial di Indonesia. Sumber daya pada sektor perikanan merupakan salah satu sumber daya yang penting bagi hajat hidup masyarakat dan memiliki potensi dijadikan sebagai penggerak utama (*prime mover*) ekonomi nasional. Hal ini didasari pada kenyataan bahwa pertama, Indonesia memiliki sumber daya perikanan yang besar baik ditinjau dari kuantitas maupun diversitas. Kedua, Industri di sektor perikanan memiliki keterkaitan dengan sektor-sektor lainnya. Ketiga, Industri perikanan berbasis sumber daya nasional atau dikenal dengan istilah *national resources based industries*, dan keempat Indonesia memiliki keunggulan (*comparative advantage*) yang tinggi di sektor perikanan sebagaimana dicerminkan dari potensi sumber daya yang ada (Putra, 2011).

Budi daya ikan tambak di Indonesia sudah dikenal cukup lama dan umumnya dilakukan di pinggir pantai, dalam dunia usaha, ikan bandeng merupakan salah satu jenis ikan laut yang sangat populer diusahakan. Budi daya tambak yang dilakukan dengan system tradisional umumnya mengandalkan nener hasil penangkapan alam, padat penebaran nener rendah, mengandalkan makanan alami, dan pengisisan air tambak mengandalkan pasang-surut air laut.

Lokasi Kabupaten Gresik terletak di sebelah barat laut Kota Surabaya yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.191,25 km² yang terbagi dalam 18 Kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan. Secara geografis wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112° sampai 113° Bujur Timur dan 7° sampai 8° Lintang Selatan dan merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 sampai 12 meter diatas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 meter diatas permukaan air laut. Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean. Wilayah Kabupaten Gresik sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Madura dan Kota Surabaya, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lamongan (Gresikkab, 2012).

Ikan bandeng (*Chanos chanos* Forskal) merupakan salah satu sumber protein hewani yang sangat penting. Ikan bandeng memiliki nilai protein hewani yang lebih tinggi dibandingkan dengan protein yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Sebab, protein hewani mengandung asam-asam amino yang lengkap

dan susunan asam aminonya mendekati susunan asam amino yang ada dalam tubuh manusia (Murtidjo, 2002).

Laporan hasil penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Perikanan dan Pengembangan perikanan pada tahun 1985, tentang potensi sumber data hayati perikanan budi daya, diketahui bahwa potensi nener atau benihh bandeng di Indonesia tersedia cukup melimpah, terutama nener hasil pemijahan alam. Dari 19 provinsi yang dihuni nener, tercatat provinsi Aceh memiliki potensi nener terbesar di antara provinsi lain di Indonesia. Aceh mampu menyediakan sekitar 530 juta ekor nener setiap tahun, sementara urutan kedua adalah provinsi Bali dengan 250 juta ekor nener tiap tahun, dan penghasil ketiga terbesar adalah provinsi Bali dengan 250 juta ekor nener tiap tahun, penghasil ketiga terbesar adalah provinsi Sulawesi Selatan dengan 198 juta ekor nener setiap tahun (Murtidjo, 2002).

Besarnya jumlah produksi bandeng di kabupaten Gresik menginspirasi masyarakat Gresik untuk melakukan pengolahan ikan bandeng dalam bentuk otak-otak bandeng untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Otak-otak bandeng merupakan salah satu bentuk olahan dari ikan bandeng yang memiliki rasa, aroma, serta tekstur yang khas. Dengan adanya penambahan bumbu-bumbu sehingga menghasilkan rasa nikmat dibandingkan ikan bandeng yang tidak dilakukan olahan.

Di Kabupaten Gresik, tepatnya di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, terdapat usaha pembuatan otak-otak bandeng berskala rumah tangga. Usaha ini mulai dijalankan sejak tahun 2009 hingga sekarang. Usaha otak-otak bandeng ini mempunyai peluang untuk dikembangkan untuk pasar yang lebih luas karena cukup diminati oeh konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu

dilakukan perencanaan pengembangan usaha dengan menganalisis aspek teknis, pemasaran, manajemen, dan finansial usaha.

1.2 Rumusan Masalah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi terkini dari usaha Otak-otak Bandeng dilihat dari aspek teknis, manajemen, pemasaran, dan kelayakan finansial?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha Otak-otak Bandeng dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana Menentukan perencanaan strategi pengembangan usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur ?
4. Bagaimana perencanaan pengembangan finansial usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang akan dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi terkini dari usaha Otak-otak Bandeng dilihat dari aspek teknis, manajemen, pemasaran, dan kelayakan finansial di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.
2. Mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha Otak-otak Bandeng dengan menggunakan analisis SWOT di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.
3. Menentukan perencanaan strategi pengembangan usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

4. Menyusun perencanaan pengembangan finansil usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna:

1. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan pembuatan kebijakan pada usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

2. Lembaga akademis (Mahasiswa dan Perguruan Tinggi)

Sebagai informasi keilmuan untuk menambah wawasan pengetahuan dan keterampilan serta sebagai bahan informasi dan pedoman untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dalam pengembangan usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

3. Pengusaha

Sebagai pengetahuan tentang cara pengembangan usaha Otak-otak Bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan April 2014 dengan lokasi penelitian di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Santoso (2008), tentang Analisis Finansial Usaha Kerupuk Suka Asih (SKS) di Pondok Labu, Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan hasil kelayakan finansial dengan 30% modal pinjaman dinyatakan layak, terbukti dengan nilai NPV yang positif, IRR lebih dari tingkat suku bunga yang berlaku (16%), dan nilai Net B/C ratio lebih besar dari satu. Payback Period menunjukkan bahwa usaha ini akan mengembalikan investasinya dalam waktu 1 tahun 9 bulan 4 hari. Usaha ini akan mengalami peluang pokok pada saat volume produksi mencapai 2.475.717 keping per tahun, atau dengan harga jual sebesar Rp. 210 per keping. Penggunaan modal investasi pada usaha ini telah efisien, ditunjukkan dengan nilai ROI sebesar 58% pada tahun ke-1, dan 57% pada tahun ke-2, 3, 4 dan 5.

Hasil analisis kelayakan finansial dengan 100% modal sendiri dinyatakan layak, terbukti dengan nilai NPV yang positif, nilai IRR lebih dari tingkat suku bunga yang berlaku (16%), dan nilai Net B/C ratio lebih besar dari satu. Payback Period menunjukkan bahwa usaha unu akan mengembalikan investasinya dalam waktu 1 tahun 7 bulan 2 hari. Penggunaan modal investasi pada usaha ini telah efisien, ditunjukkan dengan nilai ROI sebesar 64% pada tahun ke-1, dan 63% pada tahun ke-2, 3, 4 dan 5.

Berdasarkan penelitian Istikharoh, Surjatin dan Mimit (2012), tentang Perencanaan Usaha Pengembangan Ikan Gurami (*Osphronemus gouramy*) dan Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Nganjuk Propinsi Jawa Timur. Untuk mengetahui peluang usaha budidaya gurami dan nila maka dilakukan analisis studi kelayakan. Parameter yang diukur pada usaha budidaya gurami dan nila dengan penekanan pada aspek pemasaran, teknis, finansial,

manajemen, sosial ekonomi, kelembagaan dan pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan metode survey, penentuan responden dilakukan secara purposive sampling. Aspek pasar cukup luas dilihat dari permintaan masih lebih besar dibandingkan penawaran dan tiap tahun permintaan selalu meningkat. Aspek teknis usaha budidaya gurami dan nila menggunakan sistem semi-intensif (madya). Aspek finansial sudah layak dalam pelaksanaannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Nilai REC masing – masing sebesar 64,03% dan 102,87 %. Penerapan aspek manajemen cukup baik meskipun masih sederhana.

Berdasarkan penelitian Apriono (2012), tentang Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. Seluruh saluran pemasaran ikan lele di Desa Rasau Jaya 1 sudah efisien, tetapi bila dilihat dari perbandingan nilai margin dan *farmer's share* maka Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien yang melibatkan pembudidaya – pedagang pengecer - konsumen. Ini ditinjau dari margin pemasaran, *farmer's share*, dan *profitability indeks*. Ditinjau dari lembaga pemasaran yang terlibat, keuntungan terbesar didapat oleh pembudidaya yang menggunakan saluran pemasaran I sedangkan keuntungan terkecil diperoleh pembudidaya yang menggunakan saluran pemasaran III. Untuk pedagang perantara, keuntungan terbesar didapat oleh pedagang pengecer saluran pemasaran I.

2.2 Ikan Bandeng (*Chanos chanos*)

2.2.1 Klasifikasi Ikan Bandeng

Menurut Saanin (1986) dalam Purnomowati, dkk (2007), dalam taksonomi binatang, ikan bandeng memiliki klasifikasi sebagai berikut.

Filum : Chordata
Subfilum : Vertebrata
Kelas : Pisces
Subelas : Teleostei
Ordo : Malacopterygii
Famili : Chanidae
Genus : Chanos
Spesies : *Chanos chanos*



Gambar 1. Ikan Bandeng (Googleimage, 2014)

2.2.2 Morfologi Ikan Bandeng

Bandeng memiliki badan memanjang seperti torpedo dengan sirip ekor bercabang sebagai tanda bahwa bandeng tergolong ikan perenang cepat. Kepala bandeng tidak bersisik, mulut kecil terletak di ujung rahang tanpa gigi, dan lubang hidung terletak di depan mata. Mata diselaputi oleh selaput bening (subcutaneous). Warna badannya putih keperak-perakan dengan punggung biru kehitaman (Kordi, 2010).

Ciri-ciri ikan Bandeng biasa, memiliki tubuh yang panjang, mata agak kecil, dengan kepala yang lonjong. Sementara, ikan bandeng seleh bertubuh agak pendek dan bermata lebar, bandeng seleh sulit dibesarkan (Purnomowati, dkk, 2007).

Ikan bandeng memiliki sisik yang kecil-kecil dngan daging yang putih bersih. Dengan demikian, ikan bandeng juga disebut dengan "Milk Fish". Di alam bebas, ikan bandeneg bisa mencapai ukuran 1 meter dengan berat lebih dari 18 kg (Purnomowati, dkk, 2007).

2.2.3 Otak-otak Bandeng

Otak-otak bandeng dikenal sebagai olahan tradisional yang banyak disajikan dalam beberapa acara penting. Otak-otak bandeng di beberapa daerah kadang memiliki sedikit perbedaan dari cara hidang atau bumbunya. Olahan unik dengan mengelarkan isi daging bandeng dari kulit dan duri, menambahkan bumbu, lalu dibentuk kembali menjadikan olahan ini begitu unik dan lezat. Lauk siap saji otak-otak dari bandeng hanya tinggal celupkan telur dan langsung digoreng. Bahan bandeng yang digunakan sebaiknya berukuran besar sehingga durinya lebih mudah untuk dihilangkan. Bisa menggunakan bandeng ukuran 200-300 gr per ekor (Yuyun A, 2010).

Menurut Sutarjana (2010), bahan dan cara membuat otak-otak bandeng meliputi:

Bahan:

- Seekor bandeng yang besar
- 1 buah cabai merah yang sudah digoreng
- 1 sdt ketumbar
- Sedikit gula, merica bubuk, dan garam
- ½ cangkir santan kental
- 1 butir telur ayam

Cara membuat:

1. Bandeng dicuci bersih lalu dibuang sisiknya dengan perlahan-lahan dan hati-hati.
2. Bandeng dipukul misalnya dengan batang pisau, lama kelamaan dagingnya menjadi empuk dan terlepas dari kulitnya. Potong sedikit ikan tersebut di dekat insangnya di belakang kepala. Dari lubang itu dengan hati-hati, daging ikan serta tulang-tulanganya dikeluarkan. Jangan sampai

tersangkut kulitnya. Buang tulang-tulanginya sampai bersih. Bumbu – bumbu ditumbuk halus, campur dengan daging ikan, telur, dan santannya aduk sampai rata, lalu isikan ke dalam kulit bandeng. Kalau isi sudah masuk semua, kepala bandeng ditekan sedikit supaya lubang dekat insangnya tertutup betul.

3. Gulung dengan daun pisang lalu kukus hingga matang. Setelah dikukus dapat juga digoreng, daunnya dilepas dulu.

2.3 Aspek Manajemen

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

2.3.1 Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Dalam usaha ini perencanaan pemasaran yang dilakukan meliputi proses pengadaan bahan baku, pembuatan otak-otak bandeng, dan strategi pemasaran. Selain itu juga merencanakan target-target yang ingin dicapai untuk kedepannya, misalnya tujuan untuk meningkatkan pemesanan.

2.3.2 Organisasi (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan atau pekerjaan dalam unit. Tujuannya adalah supaya tertata dengan jelas antara

tugas, wewenang dan tanggungjawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Pada usaha ini pembagian kerja yang dilakukan masih sederhana. Struktur organisasi yang berlaku ialah struktur organisasi garis (struktur organisasi paling sederhana) dimana kekuasaan dan tanggung jawab terletak pada pimpinan. Pada usaha ini pemilik bertugas sebagai pemimpin, dan juga pengelola keuangan usaha.

2.3.3 Pelaksanaan (*Actuating*)

Setelah rencana ada dan juga telah diatur tentang segala sesuatunya, maka lalu digerakkan agar mereka mau dan suka bekerja dalam rangka menyelesaikan tugas demi tercapainya tujuan bersama. Dalam hal ini diusahakan, agar mereka jangan semata-mata menerima perintah saja dari atasan. Mereka harus tergerak hatinya untuk menyelesaikan tugasnya se-irama dengan keinsafan masing-masing petugas/karyawan (Soekarno, 1986).

Pada usaha ini pengarahan terlihat dari sikap pemilik yang baik kepada pegawainya, dengan memberi tahu dengan sopan apabila ada pekerjaan yang dilakukan tidak baik. Sehingga hubungan antara pimpinan dengan bawahannya terjalin dengan baik.

2.3.4 Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Fungsi pengawasan pada usaha otak-otak bandeng yang dilakukan meliputi pengawasan kegiatan teknis meliputi pengawasan selama proses pembuatan otak-otak bandeng, dan pengawasan terhadap kualitas hasil produksi. Pengawasan ini dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha sendiri.

2.4 Aspek Pemasaran

Pemasaran (Inggris: *Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia (Wikipedia, 2012).

2.4.1 Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan (Kasmir dan Jakfar, 2003).

2.4.2 Lokasi dan distribusi

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa (Kasmir dan Jakfar, 2003).

2.4.3 Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Kasmir dan Jakfar, 2003).

2.4.4 Saluran Pemasaran

Menurut Soetrisno (2003) dalam Suyono (2011), saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal tersebut tergantung pada macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Sistem pasar yang

monopoli memiliki saluran pemasaran yang relatif sederhana dibanding sistem pasar yang lain. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana.

2.5 Aspek Finansii

Aspek finansii yang dianalisis di penelitian ini meliputi jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek yang dianalisis meliputi permodalan, biaya produksi, keuntungan, rentabilitas, *R/C Ratio* dan *Break Even Point* (BEP). Sedangkan jangka panjang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP) serta analisis sensitivitas.

2.6 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan Kekuatan (*Strengths*) dan Peluang (*Oppprtunities*), 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. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strengths dan weaknesses serta lingkungan eksternal opportunities dan threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang

(opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) (Rangkuti, 2006). Diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini :



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

(Rangkuti, 2006).

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

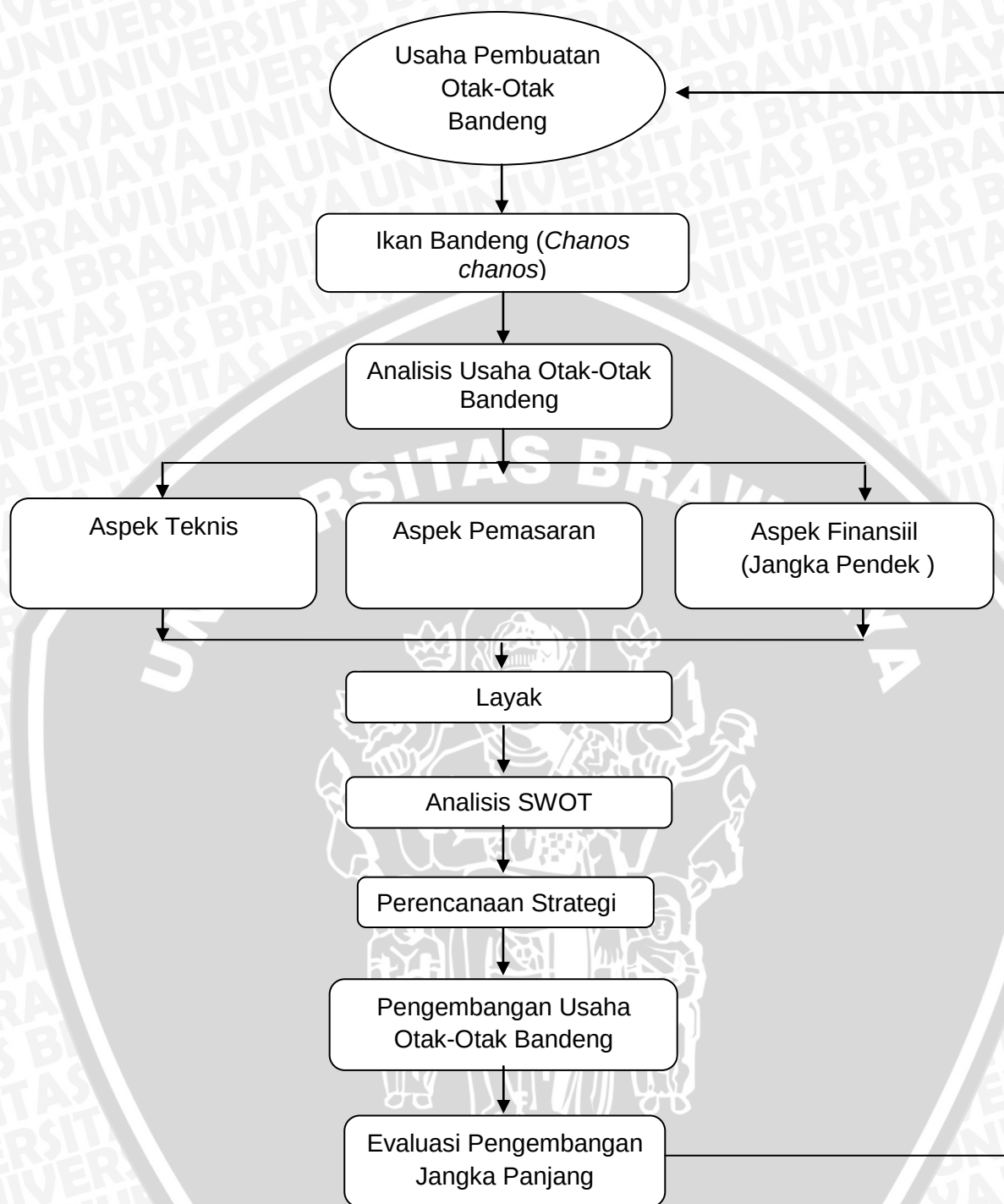
Kuadran 2 :Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 :Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, dia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan question mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

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

2.7 Kerangka Pemikiran

Ikan Bandeng merupakan ikan konsumsi. Ikan Bandeng ini bisa dimanfaatkan nilai ekonominya, yaitu dengan dilakukan pengolahan agar dapat lebih mudah dikonsumsi masyarakat dengan rasa khas. Salah satu dari hasil olahan ikan bandeng yaitu otak-otak bandeng. Olahan ini cukup dikenal dan sangat diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu usaha otak-otak bandeng ini haruslah dikembangkan lagi melihat dari segi teknis, pemasaran, manajemen, dan finansial agar dapat menguntungkan penghasil otak-otak bandeng ini. Kerangka Pemikiran dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Menurut Nazir (1998:51) *dalam* Sunarna (2010), penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat.

Dengan menggunakan penelitian deskriptif ini sehingga dapat menggambarkan aspek teknis, aspek pemasaran dan alternatif pengembangan usaha otak-otak bandeng.

3.1 Jenis Penelitian

Studi kasus adalah suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik (Rahardjo, dkk, 2011).

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah studi kasus dengan responden yaitu pemilik usaha otak-otak bandeng. Dalam penelitian ini, usaha yang diteliti berjumlah satu.

3.2 Responden Penelitian

Responden adalah orang yang dapat merespon, memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pemilik usaha otak-otak bandeng, Gresik, Jawa Timur untuk melengkapi data yang diperlukan untuk menjawab tujuan pertama dan kedua dari penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Menurut Hendri (2009) data primer merupakan informasi yang dikumpulkan terutama untuk tujuan investigasi yang sedang dilakukan. Pengambilan data primer dalam penelitian ini dilakukan secara langsung melalui observasi dan wawancara langsung.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan bukan untuk kepentingan studi yang sedang dilakukan saat ini tetapi untuk beberapa tujuan lain (Hendri, 2009). Pada skripsi ini, data sekunder yang dikumpulkan dari Instansi yang terkait, berupa letak geografis dan keadaan topografi, keadaan umum tempat penelitian, keadaan penduduk daerah tempat penelitian serta literatur yang berhubungan dengan penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara dan studi kepustakaan.

a. Observasi

Menurut Usman dan Akbar (2008), observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala – gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalannya (reliabilitas) dan validitasnya. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. Observasi yang dilakukan didalam penelitian ini meliputi pengamatan tentang semua aktifitas pembuatan kerupuk serta pemasarannya.

b. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden (Budiarto dan Anggraeni, 2003). Pengambilan data wawancara yang dilakukan pada penelitian ini dengan bentuk komunikasi langsung terhadap pihak-pihak yang terkait melalui kuisisioner.

c. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan suatu kegiatan penelusuran dan penelaahan literatur. Kegiatan ini sangat diperlukan dalam melakukan penelitian dan dianggap sebagai suatu bentuk survei terhadap data yang telah ada, tanpa memandang jenis metode penelitian yang dipilih (Wartono, dkk 2007).

3.5 Analisis Data

3.5.1 Deskriptif kualitatif

Menurut Basrowi dan Suwandi (2008), data kualitatif yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

Analisa data deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Mengidentifikasi teknis dari pembuatan otak-otak bandeng
2. Mengidentifikasi aspek manajemen dari usaha otak-otak bandeng
3. Mengidentifikasi aspek pemasaran dari usaha otak-otak bandeng
4. Mengidentifikasi kelayakan finansial dari usaha otak-otak bandeng
5. Menganalisis strategi pengembangan usaha otak-otak bandeng dengan menggunakan analisis SWOT

3.5.2 Deskriptif kuantitatif

Pendekatan kuantitatif digunakan bila data yang hendak dikumpulkan adalah data kuantitatif (data berbentuk angka). (Maryati dan Suryawati, 2001). Pada data kuantitatif meliputi analisis aspek finansil jangka pendek dan jangka panjang.

a. Aspek Finansil Jangka Pendek

Analisis jangka pendek yang dianalisis meliputi permodalan, biaya produksi, keuntungan, rentabilitas, *R/C Ratio* dan *Break Even Point* (BEP).

1. Modal

Berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan, modal dibagi kedalam modal kerja (jumlah keseluruhan aktiva lancar) dan modal tetap. Jumlah modal kerja dapat lebih mudah diperbesar atau diperkecil, sesuai dengan kebutuhan sedangkan modal tetap tidak dapat segera diperkecil sesuai dengan kebutuhan (Riyanto, 2001).

2. Biaya produksi dan Penerimaan

Menurut Riyanto (1995), biaya produksil adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek.

Penerimaan atau total revenue (TR) adalah pendapatan kotor usaha yang didefinisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (Primyastanto dan Istikharoh, 2006 *dalam* Primyastanto, 2011).

3. Keuntungan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap (Primyastanto dan Istikharoh, 2006 *dalam* Primyastanto, 2011). Perhitungan keuntungan dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

$$TC = VC + FC$$

Keterangan :

Π : Keuntungan (Rp/ tahun)

TR : Total revenue (pendapatan total) (Rp / tahun)

TC : Total Cost (biaya total) (Rp / tahun)

VC : Variable Cost (biaya variable) (Rp/ tahun)

FC : Fixed Cost (biaya tetap) (Rp/ tahun)

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

Analisa usaha Revenue Cost Ratio atau RC ratio, merupakan salah satu analisa untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Analisa RC ratio merupakan perbandingan antara pendapatan dengan total biaya dalam satuan produksi per satuan waktu. Dilihat dari hasil yang apabila RC ratio > 1 maka usaha tersebut akan mengalami keuntungan (Primyastanto, et al,2005).

Dengan menghitung R/C ini kita dapat mengetahui perbandingan antara total penerimaan dan total biaya produksi sehingga dapat mengetahui usaha otak-otak bandeng ini dikatakan menguntungkan atau tidak. Rumus yang digunakan untuk menghitung analisa RC Ratio adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

TR : Pendapatan kotor usaha yang didefinisikan sebagai nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu (Rp/tahun).

TC : Pengeluaran total yang didefinisikan sebagai semua nilai masukan yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga (Rp/tahun).

Kriteria yang digunakan dalam penilaian R/C Ratio adalah sebagai berikut :

- RC Ratio > 1 : maka usaha tersebut dikatakan untung
- RC Ratio = 1 : maka usaha tersebut tidak untung dan tidak rugi
- RC Ratio < 1 : maka usaha tersebut mengalami kerugian

5. Rentabilitas

Menurut Riyanto (2001), rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, dan umumnya dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana,

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

M : Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, modal yang dimaksud adalah modal kerja

6. BEP (*Break Even Point*)

Menurut Riyanto (2001), analisa break-even adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Apabila suatu perusahaan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah break-even dalam perusahaan tersebut. Masalah break-even baru muncul apabila suatu perusahaan di samping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap.

b. Aspek Finansial Jangka Panjang

Metode yang bisa dipertimbangkan untuk dipakai dalam analisis finansial jangka panjang di antaranya : *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), *Net B/C Ratio*, dan Analisis Sensitivitas.

1. NPV (*Net Present Value*)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan *Net Present Value* (NPV) (Kasmir dan Jakfar, 2003).

2. *Profitabilitas Index* (*Net B/C Ratio*)

Menurut Husnan dan Suwarsono (2000) dalam Primyastanto (2011), *Profitability Index* atau *Benefit and Cost Ratio* (*BC Ratio*) merupakan metode menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan – penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Kalau *Profitability Index* (IP)-nya lebih besar dari satu, maka proyek dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dari satu maka dikatakan tidak menguntungkan. Sebagaimana metode NPV, maka metode ini perlu menentukan dulu tingkat bunga yang akan digunakan.

3. *Internal Rate of Return* (IRR)

Menurut Riyanto (2001), 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 dari pengeluaran modal (PV of capital outlays). Rumus yang digunakan dalam NPV adalah sebagai berikut:

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

dimana :

r = internal rate of return

$P1$ = tingkat bunga ke – 1

$P2$ = tingkat bunga ke – 2

$C1$ = NPV ke – 1

$C2$ = NPV ke – 2

4. Payback Period (PP)

Menurut Riyanto (2001), *payback period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan “proceeds” atau aliran kas neto (net cash flows). Dengan demikian *Payback period* dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut:

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

5. Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas ini diharapkan akan diketahui seberapa jauh tingkat kepekaan arus kas dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab, apabila suatu variabel tertentu berubah. Sedangkan variabel-variabel lainnya dianggap tetap atau tidak berubah. Setelah diadakan perhitungan pengaruh dari perubahan masing-masing variabel tersebut terhadap arus kas, akan dapat diketahui variabel-variabel mana yang pengaruhnya besar terhadap arus kas dan mana yang pengaruhnya relatif kecil. Makin kecil arus kas yang ditimbulkan dari suatu proyek karena adanya perubahan yang merugikan dari suatu variabel tertentu, hal tersebut jelas akan mengurangi NPV dari proyek tersebut yang berarti proyek tersebut makin kurang disukai (Riyanto, 1995).

3.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kekuatan, kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang akan dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.

Analisis SWOT bertujuan menciptakan berbagai alternatif pemecahan masalah dengan mempelajari faktor – faktor yang menjadi (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) bagi pengembangan usaha otak-otak bandeng di Kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Analisis SWOT ini merupakan dasar dari merumuskan konsep strategi pengembangan dalam usaha otak-otak bandeng.

Alat analisis data yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha otak-otak bandeng yaitu:

1. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Menurut Rangkuti (2006), sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

- a. Disusun dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- b. Diberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut memungkinkan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- c. Dihitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif

- (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d. Dikalikan 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. Digunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
 - f. Dijumlahkan skor pembobotannya (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. EFAS dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. EFAS

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Keterangan
1. Peluang				
a.				
2. Ancaman				
a.				
TOTAL	1,00			

2. Matrik Faktor Strategi Internal

Meurut Rangkuti (2006), setelah faktor-faktor strategis internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka strength and weakness perusahaan. Tahapannya adalah :

- a. Ditentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Diberi bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Dihitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) , berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semula var) iabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rta-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
- d. Dikalikan 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. Digunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Dijumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. IFAS dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. IFAS

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Keterangan
1. Kekuatan				
a.				
2. Kelemahan				
a.				
TOTAL	1,00			

3. Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2006), alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis 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. Matrik SWOT dapat dilihat pada Gambar 4 dibawah ini:

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan 5-10 Faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 Faktor-faktor kelemahan eksternal
OPPORTUNIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 Faktor-faktor peluang eksternal	Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 Faktor-faktor ancaman eksternal	Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 4. Matrik SWOT

a. Strategi SO

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

b. Strategi ST

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

c. Strategi WO

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

d. Strategi WT

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

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Keadaan Topografi Daerah Penelitian

4.1.1 Letak Geografis

Lokasi Kabupaten Gresik terletak di sebelah barat laut Kota Surabaya yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.191,25 km² yang terbagi dalam 18 Kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan. Secara geografis wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112° sampai 113° Bujur Timur dan 7° sampai 8° Lintang Selatan dan merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 sampai 12 meter diatas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 meter diatas permukaan air laut. Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean (Gresikkab, 2012)

Lokasi pada kegiatan penelitian adalah di Desa Pandu Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik membawahi 25 administrasi desa, 60 dusun, 350 RT dan 130 RW. Terletak di bagian selatan Kota Gresik, berjarak sekitar 20 KM dari alun-alun Gresik. Letak geografis sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Benjeng, sebelah timur Kecamatan Menganti dan Kecamatan Benowo Kota Surabaya, sebelah utara Kecamatan Dudusampeyan dan Kecamatan Kebomas, sebelah selatan Kecamatan Menganti dan Kecamatan Kedamean.

Ketinggian daerah dari kecamatan Cerme adalah ± 4 meter di atas permukaan laut. Letak geografis pada kecamatan Cerme sekitar terletak diantara 111,30° - 112,35° Bujur Timur dan 6,40° - 7,18° Lintang Selatan. Untuk lebih

jelasan Peta Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik dapat dilihat pada Lampiran

1. Batas-batas dari kecamatan Cerme meliputi :

- Sebelah Utara : Kecamatan Duduksampean dan Kecamatan Kebomas
- Sebelah Timur : Kecamatan Kebomas
- Sebelah Selatan : Kecamatan Menganti
- Sebelah Barat : Kecamatan Benjeng

4.1.2 Keadaan Topografi Desa

Luas wilayah Desa Pandu 2, 41 Km² dengan pembagian luas lahan Desa

Pandu yang dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Pembagian Luas Lahan Desa Pandu

No.	Penggunaan Lahan	Luas (Ha)
1.	Tanah Sawah	119,80
2.	Tanah Tambak	92,80
3.	Bang / Pekarangan	20,30
4.	Lain – lain	7,70
	Total	240,60

(Sumber : Kecamatan Cerme, 2013)

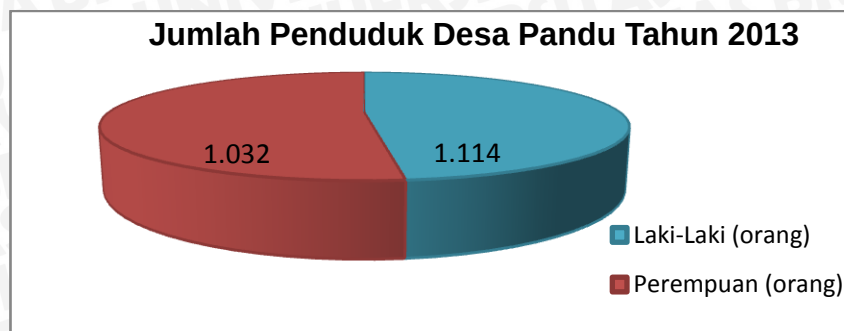
Dengan data tabel yang ada dapat disimpulkan dari pembagian luas lahan Desa Pandu yang dominan yaitu terdapat penggunaan lahan sawah seluas 119,80 Ha. Penggunaan Tanah Tambak seluas 92,80 Ha. Penggunaan lahan Bang / Pekarangan seluas 20,30 Ha. Penggunaan lahan lain-lain seluas 7,70 Ha.

4.2 Keadaan Penduduk

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Pandu menurut data dasar profil desa tahun 2013 berjumlah 2.146 orang. Berdasarkan jenis kelamin jumlah penduduk yang terdiri dari 1.032 orang laki-laki dan 1.114 orang perempuan dengan jumlah rumah tangga sebesar 439. Untuk mengetahui lebih jelas tentang keadaan penduduk

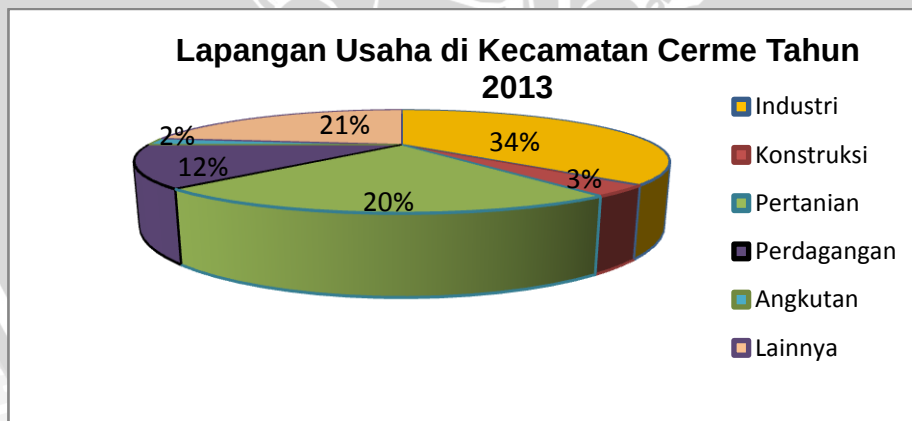
Desa Pandu berdasarkan jumlah penduduk di Desa pandu dapat dilihat pada Gambar 5 berikut ini :



Gambar 5. Jumlah Penduduk Desa Pandu

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Lapangan Usaha

Penduduk yang bekerja menurut Lapangan Usaha dari penduduk Kecamatan Cerme yang paling banyak adalah pada lapangan usaha industri sebanyak 34% orang, kemudian Pertanian sebesar 20%, Konstruksi sebesar 3%, perdagangan sebesar 12%, Angkutan sebesar 2%, dan Lainnya sebesar 21%. Gambar diagram batang berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada Gambar 6 dibawah ini :



Gambar 6. Lapangan Usaha di Kecamatan Cerme

4.3 Sejarah Berdirinya Usaha Otak-otak Bandeng

Usaha ini bertempat di Kabupaten Gresik, tepatnya di Kecamatan Cerme, desa Pandu. Usaha yang berdiri sejak tahun 2009 ini menghasilkan produk dari olahan ikan bandeng, yaitu otak-otak bandeng. Usaha ini masih dalam tingkatan

home industri. Karena usaha ini masih bercampur dengan rumah tangga, dan tempat produksinya pun masih minim.

Awal mula berdirinya usaha pembuatan otak-otak bandeng ini sejak tahun 2009. Usaha ini milik perseorangan, yaitu Ibu Suwartin. Awalnya Ibu Suwartin mencoba membuat produk otak-otak bandeng. Dan menawarkannya di daerah sekitar Kecamatan Cerme. Pemasaran dilakukan di sekolah-sekolah yang berada disekitar Kecamatan Cerme, hingga di perkumpulan warga sekitar tempat usaha. Produk otak-otak bandeng semakin lama mulai diminati konsumen karena cita rasanya yang khas. Produksi otak-otak bandeng ini hanya dilakukan bila ada pemesanan.



5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan di usaha otak-otak bandeng kelurahan Pandu, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, didapatkan hasil kondisi terkini dari usaha dilihat dari aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran dan kelayakan finansial sebagai berikut:

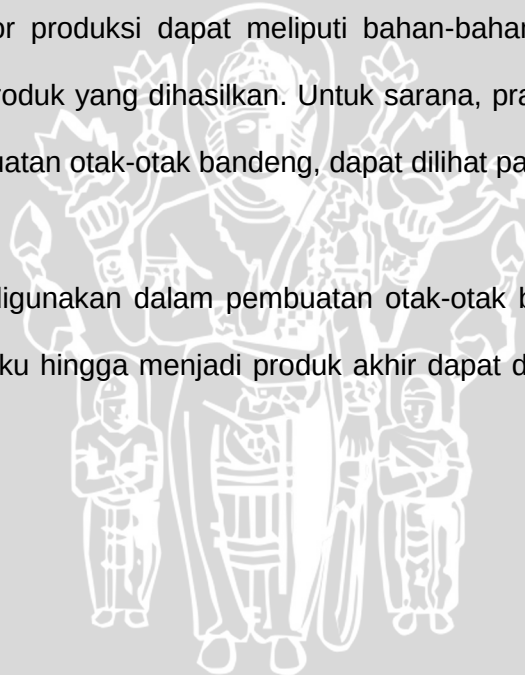
5.1 Aspek Teknis

5.1.1 Sarana, Prasarana dan Faktor Produksi

Dalam sebuah produksi, dibutuhkan sarana dan prasarana yang mendukung proses produksi. Selain itu juga dibutuhkan faktor produksi yang mendukungnya. Faktor produksi dapat meliputi bahan-bahan yang digunakan untuk memproduksi produk yang dihasilkan. Untuk sarana, prasarana dan faktor produksi dalam pembuatan otak-otak bandeng, dapat dilihat pada berikut:

a. Sarana Produksi

Sarana yang digunakan dalam pembuatan otak-otak bandeng dari awal penerimaan bahan baku hingga menjadi produk akhir dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:



Tabel 4. Sarana yang Digunakan Pada Proses Produksi

No	Peralatan	Kegunaan	Kelayakan Teknis (% layak pakai)
1	Baskom	Untuk wadah ikan bandeng pada saat proses produksi	50
2	Pisau	Untuk menyobek tubuh ikan bandeng pada saat proses mengeluarkan daging ikan bandeng	75
3	Telenan	Sebagai alas pada saat proses mengeluarkan daging ikan bandeng	70
4	Blender	Untuk menghaluskan bumbu-bumbu yang digunakan untuk otak-otak bandeng	85
5	Mangkok	Untuk wadah bumbu-bumbu yang telah dihaluskan	75
6	Gilingan daging	Untuk menghaluskan daging ikan bandeng	85
7	Cobek	Untuk menghaluskan daging ikan bandeng beserta bumbu.	85
8	Solet	Untuk membantu proses pencampuran adonan	70
9	Panci pengukus	Untuk mengukus ikan bandeng hingga matang	85
10	Wajan	Untuk menggoreng otak-otak bandeng	85
11	Sutil	Untuk membantu proses penggorengan otak-otak bandeng	75
12	Kompur	Untuk media proses penggorengan	85

b. Prasarana Produksi

- Kondisi Jalan**

Kondisi jalan termasuk prasarana yang sangat penting dalam menjalani suatu usaha karena mendukung keberhasilan dan kelancaran usaha. Letak dari usaha pembuatan otak-otak bandeng ini berjarak sekitar 100 meter dari jalan raya. Kondisi jalan setelah memasuki gang sudah cukup baik karena jalanan sudah di paving. Jalan menuju lokasi usaha otak-otak bandeng dapat dilalui mobil sehingga dapat mempermudah konsumen

untuk menuju lokasi usaha dengan mengendarai sepeda motor atau mobil.

- **Penyediaan Tenaga Listrik**

Usaha pembuatan otak-otak bandeng ini menggunakan sumber tenaga listrik yang berasal dari PLN. Sumber tenaga listrik tersebut digunakan untuk mesin blender pada saat menghaluskan bahan. Selain digunakan untuk proses produksi, listrik juga digunakan untuk kegiatan rumah tangga sehari-hari karena usaha ini masih bercampur dengan rumah tangga.

c. Faktor Produksi

- **Bahan Baku**

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan otak-otak bandeng yaitu ikan bandeng (*chanos chanos*) yang masih terlihat segar. Bahan baku yang masih segar yaitu bahan baku yang masih dalam keadaan bersih dan bebas dari bau busuk, bebas dari tanda-tanda yang menunjukkan penurunan mutu bahan baku seperti adanya perubahan warna dan bentuk fisik.

Bahan baku ikan bandeng diperoleh dari pasar tradisional terdekat. Namun jika sedang musim panen, bahan baku didapatkan dari tambak yang berada disekitar tempat usaha.



Gambar 7. Bahan Baku Ikan Bandeng

- **Bahan Tambahan**

Bahan tambahan merupakan bahan yang perlu ditambahkan dalam pembuatan suatu produk agar dapat menambah rasa, warna, serta merubah bentuk. Bahan tambahan yang digunakan dalam proses pembuatan otak-otak bandeng adalah bawang putih, bawang merah, merica, ketumbar, kemiri, kunyit, laos, jahe, daun jeruk purut, kencur, asem, garam, gula, penyedap rasa, telur, cabe besar, cabe kecil, jinten, dan kelapa.

5.1.2 Proses Pembuatan Otak-otak Bandeng

5.1.2.1 Proses Membersihkan Ikan Bandeng

Tahap pertama yang dilakukan yaitu dilakukan pencucian ikan bandeng yang akan diolah menjadi otak-otak bandeng. Langkah pertama bersihkan sisik dari tubuh ikan bandeng menggunakan pisau hingga sisiknya tidak tersisa dan terlihat bersih. Cuci ikan bandeng tersebut dengan menggunakan air mengalir untuk membersihkan sisa sisik yang masih menempel di tubuh ikan bandeng tersebut. Setelah itu ikan bandeng disobek pada bagian lehernya untuk mengeluarkan organ atau kotoran dalam ikan bandeng yang harus dibuang. Lalu dilakukan pencucian ulang pada ikan bandeng dengan menggunakan air mengalir.



Gambar 8. Ikan Bandeng Segar

5.1.2.2 Proses Mengeluarkan Daging Ikan Bandeng

Proses mengeluarkan daging ikan bandeng dilakukan secara perlahan berserta durinya dari tubuh ikan bandeng hingga terlihat bersih dan tidak tersisa sedikitpun. Tubuh ikan bandeng diusahakan tidak rusak, karena akan digunakan kembali. Selanjutnya duri ikan bandeng yang berukuran besar dipisahkan dengan dagingnya hingga hanya tersisa duri yang berukuran kecil.



Gambar 9. Proses Mengeluarkan Daging Ikan bandeng

5.1.2.3 Proses Menghaluskan Bumbu dan Daging Ikan Bandeng

a) Proses Menghaluskan Bumbu

Dalam proses menghaluskan bumbu, bahan-bahan yang akan digunakan yaitu: bawang putih, bawang merah, merica, ketumbar, kemiri, kunyit, laos, jahe, daun jeruk purut, kencur, asem, cabe besar, cabe kecil, dan jinten. Lalu semua bumbu dihaluskan dengan menggunakan blender hingga terlihat halus.



Gambar 10. Bumbu Otak-otak Bandeng

b) Proses Menghaluskan Daging Ikan Bandeng

Daging ikan bandeng yang telah dipisahkan dari durinya dihaluskan dengan menggunakan penggiling daging. Daging tersebut dihaluskan dengan jumlah yang sedikit secara bertahap. Proses bertahap dilakukan bertujuan agar daging dan duri ikan bandeng yang kecil dapat halus dengan maksimal. Proses ini dilakukan hingga semua daging ikan bandeng terlihat halus.



Gambar 11. Daging Ikan Bandeng yang Dihaluskan

5.1.2.4 Proses Membuat Adonan Otak-otak Bandeng

Dalam proses membuat adonan otak-otak bandeng, daging ikan bandeng yang telah dihaluskan, dicampurkan dengan adonan bumbu yang telah dihaluskan. Dengan ditambahkan telur ayam. Selanjutnya ditambahkan garam, gula, dan penyedap rasa. Adonan yang sudah dicampur tersebut diaduk-aduk hingga semua adonan tercampur dengan baik dan rata. Setelah semua adonan tercampur dengan rata, adonan tersebut dihaluskan dengan menggunakan cobek sedikit demi sedikit sampai adonan benar-benar halus. Hal ini dilakukan agar bumbu dan daging ikan bandeng dapat tercampur dengan maksimal.



Gambar 12. Adonan Otak-otak Bandeng

Selanjutnya adonan otak-otak bandeng yang telah halus dimasukkan ke dalam tubuh bandeng yang telah dibersihkan. Tahap ini dilakukan hingga tubuh ikan bandeng tersebut terlihat penuh dan berisi.



Gambar 13. Proses Memasukkan Adonan Otak-otak Bandeng

5.1.2.5 Proses Pengukusan Otak-otak Bandeng

Setelah ikan bandeng diisi dengan adonan otak-otak bandeng, selanjutnya ikan bandeng dibungkus dengan menggunakan daun pisang. Kemudian ikan bandeng tersebut dikukus sekitar 45 menit. Pengukusan dilakukan dengan menggunakan api yang sedang. Setelah otak-otak bandeng terlihat matang, lalu otak-otak bandeng tersebut didinginkan. Selanjutnya ikan bandeng yang telah matang, di celupkan kedalam adonan telur yang telah dikocok. Dan dimasukkan kedalam penggorengan. Setelah melewati proses penggorengan, lalu ikan bandeng ditiriskan hingga minyak terlihat tidak terlalu banyak. Untuk hasil akhir produk otak-otak bandeng ini sesuai permintaan konsumen, bisa dalam bentuk sudah digoreng ataupun dalam bentuk masih

berupa kukusan. Tahap terakhir yaitu memasukkan otak-otak bandeng ke dalam kemasan kardus.



Gambar 14. Proses Pengukusan dan Kemasan Otak-otak Bandeng

5.2 Aspek Manajemen

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

5.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana melakukannya serta dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Dalam usaha ini perencanaan yang dilakukan meliputi proses pengadaan bahan baku, pembuatan otak-otak bandeng, dan strategi pemasaran. Selain itu juga merencanakan target yang ingin dicapai untuk kedepannya, misalnya tujuan untuk meningkatkan pemesanan.

5.2.2 Organisasi (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan atau pekerjaan dalam unit. Tujuannya adalah supaya tertata dengan jelas antara tugas,

wewenang dan tanggungjawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Pada usaha ini pembagian kerja yang dilakukan masih sederhana. Struktur organisasi yang berlaku ialah struktur organisasi garis (struktur organisasi paling sederhana) dimana kekuasaan dan tanggung jawab terletak pada pimpinan. Pada usaha ini pemilik bertugas sebagai pemimpin, dan juga pengelola keuangan usaha.



Gambar 15. Struktur Organisasi

Fungsi dari masing-masing bagian pada gambar diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Pemimpin bertugas memberikan perintah dan mengawasi semua kegiatan yang berlangsung pada proses pembuatan otak-otak bandeng dan juga sebagai pemegang modal. Dalam usaha ini, pemimpin usaha juga sering ikut turun campur dalam proses produksi.
- Bendahara bertugas mengatur keuangan dalam usaha otak-otak bandeng. Dalam usaha ini, kegiatan bendahara dilakukan oleh pemilik usaha.
- Tenaga kerja bertugas dalam proses pembuatan otak-otak bandeng

5.2.3 Pergerakan (*Actuating*)

Setelah rencana ada dan juga telah diatur tentang segala sesuatunya, maka lalu digerakkan agar mereka mau dan suka bekerja dalam rangka menyelesaikan tugas demi tercapainya tujuan bersama. Dalam hal ini

diusahakan, agar mereka jangan semata-mata menerima perintah saja dari atasan. Mereka harus tergerak hatinya untuk menyelesaikan tugasnya se-irama dengan keinsafan masing-masing petugas/karyawan (Soekarno, 1986).

Pada usaha ini pengarahan terlihat dari sikap pemilik yang baik kepada pegawainya, dengan memberi tahu dengan sabar apabila ada pekerjaan yang dilakukan tidak baik. Sehingga hubungan antara pimpinan dengan bawahannya terjalin dengan baik.

5.2.4 Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan (Kasmir dan Jakfar, 2009).

Fungsi pengawasan pada usaha otak-otak bandeng yang dilakukan meliputi pengawasan kegiatan teknis meliputi pengawasan proses pembuatan otak-otak bandeng, dan pengawasan terhadap kualitas produk. Pengawasan ini dilakukan oleh pemilik usaha.

5.3 Aspek Pemasaran

Analisis aspek pemasaran dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemasaran otak-otak bandeng. Yang dianalisis dalam aspek pasar antara lain Penetapan harga, Lokasi distribusi, Promosi, dan Saluran pemasaran.

5.3.1 Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Penetapan harga pada penjualan otak-otak bandeng adalah berdasarkan per kilogram ikan bandeng. Harga satu kilogram otak-otak bandeng Rp 75.000.

5.3.2 Lokasi dan Distribusi

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Lokasi penjualan otak-otak bandeng yang dilakukan masih kurang luas, penjualan masih melalui pemesanan. Konsumen berasal dari daerah sekitar Kabupaten Gresik, perbatasan Gresik hingga Kota Surabaya.

5.3.3 Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Cara promosi dalam penjualan otak-otak bandeng masih sangat sederhana dan belum menggunakan media promosi yang besar hanya pemberitahuannya dari konsumen ke konsumen. Sehingga mengakibatkan masih belum yang mengetahui usaha ini.

5.3.4 Saluran Pemasaran

Menurut Soetrisno (2003) dalam Suyono (2011), saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal tersebut tergantung pada macam lembaga pemasaran dan sistem pasar.

Sistem pasar yang monopoli memiliki saluran pemasaran yang relatif sederhana dibanding sistem pasar yang lain. Barang yang lebih cepat ke tangan konsumen biasanya mempunyai saluran pemasaran yang relatif sederhana.

Saluran pemasaran otak-otak bandeng tersebut disalurkan dari produsen langsung ke konsumen. Melalui pemesanan yang dilakukan oleh konsumen langsung ke produsen otak-otak bandeng. Dan juga ada pedagang yang memesan produk, lalu menjualnya kembali. Saluran pemasaran yang diterapkan dalam penjualan otak-otak bandeng dapat dilihat pada Gambar berikut ini :



Gambar 16. Saluran pemasaran Otak-otak Bandeng

5.4 Aspek Finansial Jangka Pendek

Penilaian aspek finansial jangka pendek pada usaha otak-otak bandeng terdiri dari permodalan dan pembiayaan. Analisis jangka pendek meliputi penerimaan, keuntungan, *Revenue Cost Ratio* (RC Ratio), Rentabilitas, dan *Break Even Point* (BEP).

5.4.1 Permodalan

Berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan, modal dibagi kedalam modal kerja (jumlah keseluruhan aktiva lancar) dan modal tetap. Jumlah modal kerja dapat lebih mudah diperbesar atau diperkecil, sesuai dengan kebutuhan sedangkan modal tetap tidak dapat segera diperkecil sesuai dengan kebutuhan (Riyanto, 2001).

Modal usaha yang digunakan pada usaha otak-otak bandeng menggunakan modal sendiri. Modal usaha yang digunakan dalam usaha ini terdiri dari modal tetap dan modal lancar yaitu sebesar Rp. 17.115.400,-

Modal tetap yaitu modal yang tidak habis atau berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi, besar modal tetap dalam usaha ini sebesar Rp 4.107.000,-. Sedangkan modal lancar yaitu modal yang habis turut dalam serta dalam proses produksi, besar modal lancar dalam usaha ini sebesar Rp 13.008.400,-. Uraian secara rinci tentang modal usaha otak-otak bandeng dapat dilihat pada Lampiran 2.

5.4.2 Biaya produksi dan Penerimaan

Menurut Riyanto (1995), biaya produksil adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek.

Total penerimaan merupakan penerimaan total produsen yang diperoleh dari hasil penjualan outputnya. Total penerimaan diperoleh dengan memperhitungkan output dikalikan harga jualnya (Wahab, 2011).

Biaya yang digunakan dalam usaha otak-otak bandeng sebesar Rp. 17.087.567,- yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 4.393.667,- dan biaya variabel sebesar Rp. 12.693.900,-. Perincian biaya dapat dilihat pada lampiran 6. Sedangkan untuk penerimannya, didapatkan hasil sebesar Rp 28.125.000,- per tahun. Rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 7.

5.4.3 Keuntungan (π)

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap (Primyastanto dan Istikharoh, 2006 dalam Primyastanto, 2011). Keuntungan pada usaha otak-otak bandeng ini didapatkan hasil sebesar Rp. 11.037.433,- setiap tahunnya.

5.4.2 Revenue Cost Ratio (RC Ratio)

Analisa usaha Revenue Cost Ratio atau RC ratio, merupakan salah satu analisa untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum. Analisa RC ratio merupakan perbandingan antara pendapatan dengan total biaya dalam satuan produksi per satuan waktu. Dilihat dari hasil yang apabila RC ratio > 1 maka usaha tersebut akan mengalami keuntungan (Primyastanto, et al, 2005).

Dari hasil perhitungan nilai RC ratio selama 1 tahun mencapai 1,64 % dengan demikian nilai ratio lebih besar dari pada satu, sehingga usaha yang dilakukan telah mencapai keuntungan atau layak untuk dijalankan. Untuk lebih jelasnya perhitungan nilai RC ratio dapat dilihat pada lampiran 7.

5.4.3 Rentabilitas

Menurut Riyanto (2001), rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Besarnya nilai rentabilitas pada usaha otak-otak bandeng ini didapatkan hasil sebesar 65 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan modal sebesar Rp 100,- dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp 65,-. Rincian perhitungan rentabilitas dapat dilihat pada Lampiran 7.

5.5 Analisis SWOT

5.5.1 Analisis Faktor Internal

Beberapa faktor internal strategis baik berupa kekuatan maupun kelemahan yang terdapat dalam usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan sebagai berikut :

A. Kekuatan (*Strenghts*)

➤ Ketersediaan Bahan Baku

Bahan baku ikan bandeng sangatlah penting dalam usaha pembuatan otak-otak bandeng ini. Ikan bandeng sendiri mudah didapatkan dipasar. Selain itu lokasi usaha ini dekat dengan kawasan tambak. Sehingga untuk ketersediaan bahan baku, tidak pernah menjadi masalah dalam usaha pembuatan otak-otak bandeng ini. Kriteria bobot dan rating ketersediaan bahan baku dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Ketersediaan Bahan Baku

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika ketersediaan bahan baku kurang memenuhi kebutuhan produksi
2.	0,10 jika ketersediaan bahan baku mencukupi kebutuhan produksi
3.	0,15 jika ketersediaan bahan baku melebihi kebutuhan produksi
4.	0,20 jika ketersediaan bahan baku sangat lebih dari kebutuhan produksi
Rating	
1.	1 jika ketersediaan bahan baku tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha
2.	2 jika ketersediaan bahan baku cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha
3.	3 jika ketersediaan bahan baku berpengaruh terhadap kondisi usaha
4.	4 jika ketersediaan bahan baku sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha

➤ Mudah diproduksi (teknis pembuatan)

Otak-otak bandeng mudah diproduksi atau cara pembuatan otak-otak pun relatif mudah. Pada teknis pembuatannya relatif mudah. Mulai dari tahap persiapan bahan baku yaitu ikan bandeng, persiapan bahan-bahan tambahan seperti bumbu, hingga pembuatan otak-otak bandeng. Kriteria bobot dan rating mudah diproduksi (teknis pembuatan) dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Mudah diproduksi (teknis pembuatan)

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) merupakan faktor yang tidak terlalu penting dibandingkan dengan ketersediaan bahan baku pada usaha
2.	0,10 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) merupakan faktor penting dibandingkan dengan ketersediaan bahan baku pada usaha
3.	0,15 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) merupakan faktor lebih penting dibandingkan dengan ketersediaan bahan baku pada usaha
4.	0,20 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) merupakan faktor yang sangat penting dibandingkan dengan ketersediaan bahan baku pada usaha
Rating	
1.	1 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha
2.	2 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha
3.	3 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) berpengaruh terhadap kondisi usaha
4.	4 jika mudah diproduksi (teknis pembuatan) sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha

➤ Biaya Produksi Murah

Biaya yang dikeluarkan dalam produksi otak-otak bandeng termasuk murah sehingga sangatlah menguntungkan. Dilihat dari hasil perhitungan, biaya produksi yang dikeluarkan dalam usaha otak-otak bandeng ini termasuk murah. Sehingga menguntungkan dalam berusaha. Ini adalah kekuatan dalam menjalankan usaha, apabila biaya murah dan penerimaan banyak akan menguntungkan dan

usaha ini layak atau lanjut untuk dijalankan. Kriteria bobot dan rating biaya produksi murah dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Biaya Produksi Murah

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika biaya produksi murah merupakan faktor yang tidak terlalu penting jika dibandingkan dengan faktor mudah diproduksi (teknis pembuatan) pada usaha otak-otak bandeng
2.	0,10 jika biaya produksi murah merupakan faktor penting jika dibandingkan dengan faktor mudah diproduksi (teknis pembuatan) pada usaha otak-otak bandeng
3.	0,15 jika biaya produksi murah merupakan faktor lebih penting jika dibandingkan dengan faktor mudah diproduksi (teknis pembuatan) pada usaha otak-otak bandeng
4.	0,20 jika biaya produksi murah merupakan faktor sangat penting jika dibandingkan dengan faktor mudah diproduksi (teknis pembuatan) pada usaha otak-otak bandeng
Rating	
1.	1 jika biaya produksi murah tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha otak-otak bandeng
2.	2 jika biaya produksi murah cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha otak-otak bandeng
3.	3 jika biaya produksi murah berpengaruh terhadap kondisi usaha otak-otak bandeng
4.	4 jika biaya produksi murah sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha otak-otak bandeng

➤ Usaha Layak dijalankan

Usaha pembuatan otak-otak bandeng dikatakan layak secara aspek finansial. Dari hasil analisis jangka pendek dalam waktu satu tahun pada usaha otak-otak bandeng diperoleh permodalan sebesar Rp 17.115.400, penerimaan Rp 28.125.000, keuntungan Rp. 11.037.433, R/C Ratio 1,64 %, rentabilitas 65 %. Sedangkan analisis jangka panjang, *net present value* (NPV) sebesar Rp 47.328.360, *net benefit cost ratio* (Net B/C) sebesar 12,20 , *internal rate of return* (IRR) sebesar 205 % dan *payback period* (PP) waktu pengembalian modal sekitar 0,60 tahun. Kriteria bobot dan rating usaha layak dijalankan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Usaha Layak dijalankan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika usaha layak dijalankan merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi usaha di masa yang akan datang
2.	0,10 jika usaha layak dijalankan merupakan faktor penting bagi usaha di masa yang akan datang
3.	0,15 jika usaha layak dijalankan merupakan faktor lebih penting bagi usaha di masa yang akan datang
4.	0,20 jika c merupakan faktor yang sangat penting bagi usaha di masa yang akan datang
Rating	
1.	1 jika faktor usaha layak dijalankan tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha
2.	2 jika faktor usaha layak dijalankan cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha
3.	3 jika faktor usaha layak dijalankan berpengaruh terhadap kondisi usaha
4.	4 jika faktor usaha layak dijalankan sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha

Kelemahan (*Weakness*)

➤ Pemasaran yang kurang luas

Dalam pemasaran otak-otak bandeng sangatlah kurang, dapat dilihat dari daerah asal konsumen yang memesan, masih hanya di sekitar kabupaten Gresik, perbatasan daerah Gresik, dan luar kabupaten Gresik. Dilihat dari penjelasan di atas lokasi pemasaran otak-otak bandeng ini sangatlah kurang luas. Karena pemesanan belum sampai ke luar provinsi. Kriteria bobot dan rating pemasaran yang kurang luas dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Pemasaran yang Kurang Luas

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika pemasaran yang kurang luas merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi usaha otak-otak bandeng
2.	0,10 jika pemasaran yang kurang luas merupakan faktor penting bagi usaha otak-otak bandeng
3.	0,15 jika pemasaran yang kurang luas merupakan faktor lebih penting bagi usaha otak-otak bandeng
4.	0,20 jika pemasaran yang kurang luas merupakan faktor yang sangat penting bagi usaha otak-otak bandeng

Rating	
1.	1 jika faktor pemasaran yang kurang luas tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
2.	2 jika faktor pemasaran yang kurang luas cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
3.	3 jika faktor pemasaran yang kurang luas berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
4.	4 jika faktor pemasaran yang kurang luas sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang

➤ Kemampuan promosi

Promosi pada penjualan otak-otak bandeng ini sangatlah kurang, usaha ini belum menggunakan media promosi. Promosinya masih dilakukan dengan sangat sederhana dari orang ke orang. Pada cara promosi dalam penjualan otak-otak bandeng masih sangat sederhana dan belum menggunakan cara promosi media internet, brosur, maupun spanduk. Sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengetahui usaha otak-otak bandeng ini. Kriteria bobot dan rating kemampuan promosi dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kemampuan Promosi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika faktor kemampuan promosi merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi keberlangsungan usaha mendatang
2.	0,10 jika faktor kemampuan promosi merupakan faktor penting bagi keberlangsungan usaha mendatang
3.	0,15 jika faktor kemampuan promosi merupakan faktor lebih penting bagi keberlangsungan usaha mendatang
4.	0,20 jika faktor kemampuan promosi merupakan faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha mendatang
Rating	
1.	1 jika faktor pemasaran yang kurang luas tidak berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
2.	2 jika faktor pemasaran yang kurang luas cukup berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
3.	3 jika faktor pemasaran yang kurang luas berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang
4.	4 jika faktor pemasaran yang kurang luas sangat berpengaruh terhadap kondisi usaha mendatang

➤ Tenaga kerja kurang terampil

Tenaga kerja dalam usaha otak-otak bandeng ini masih terbatas dan kurang terampil untuk diberi kepercayaan penuh. Pemilik usaha masih ikut serta dalam proses produksi otak-otak bandeng. Dengan adanya tenaga kerja yang kurang terampil, pemilik usaha turut serta dalam mengerjakan pembuatan otak-otak bandeng mulai dari persiapan bahan baku hingga pembuatan otak-otak bandeng. Kriteria bobot dan rating tenaga kerja kurang terampil dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Tenaga Kerja Kurang Terampil

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika tenaga kerja kurang terampil merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi proses produksi usaha
2.	0,10 jika tenaga kerja kurang terampil merupakan faktor penting bagi proses produksi usaha
3.	0,15 jika tenaga kerja kurang terampil merupakan faktor lebih penting bagi proses produksi usaha
4.	0,20 jika tenaga kerja kurang terampil merupakan faktor yang sangat penting bagi proses produksi usaha
Rating	
1.	1 jika tenaga kerja kurang terampil tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
2.	2 jika tenaga kerja kurang terampil cukup berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
3.	3 jika tenaga kerja kurang terampil berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
4.	4 jika tenaga kerja kurang terampil sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

➤ Kurang adanya catatan pembukuan usaha

Usaha ini tidak terlalu menghitung semua biaya yang dikeluarkan secara terperinci dalam proses produksi. Menghitung semua biaya yang dikeluarkan sangatlah penting untuk menjalankan suatu usaha. Karena dari perhitungan tersebut, maka dapat diketahui usaha itu menguntungkan atau tidak. Kriteria bobot dan rating kurang adanya catatan pembukuan usaha dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kurang Adanya Catatan Pembukuan Usaha

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi keberhasilan usaha
2.	0,10 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha merupakan faktor penting bagi keberhasilan usaha
3.	0,15 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha merupakan faktor lebih penting bagi keberhasilan usaha
4.	0,20 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha merupakan faktor yang sangat penting bagi keberhasilan usaha
Rating	
1.	1 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha tidak berpengaruh untuk evaluasi keberhasilan usaha
2.	2 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha cukup berpengaruh untuk evaluasi keberhasilan usaha
3.	3 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha berpengaruh untuk evaluasi keberhasilan usaha
4.	4 jika kurang adanya catatan pembukuan usaha sangat berpengaruh untuk evaluasi keberhasilan usaha

Setelah mengetahui analisis faktor internal dari usaha otak-otak bandeng, data dimasukkan kedalam matrik IFAS. Untuk melihat matrik IFAS dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Matrik IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	BxR	Komentar
1.	Kekuatan : • Tersedianya Bahan Baku	0,20	4	0,80	Mempermudah usaha otak-otak bandeng
2	• Mudah diproduksi (teknis pembuatan)	0,15	3	0,45	Mempermudah usaha
3	• Biaya Produksi Murah	0,10	2	0,20	Membantu usaha
4	• Usaha Layak dijalankan	0,15	3	0,45	Membantu usaha
	Jumlah Nilai Kekuatan	0,60		1,9	
1	Kelemahan : • Pemasaran yang kurang luas	0,10	2	0,20	Mempengaruhi jumlah produsen
2	• Kurangnya Promosi	0,15	3	0,45	Mempengaruhi promosi
3	• Tenaga kerja kurang terampil	0,10	2	0,20	Kerja kurang efisien
4	• Kurang adanya catatan pembukuan biaya	0,05	2	0,10	Mempengaruhi usaha
	Jumlah Nilai Kelemahan	0,40	-	0,95	
	Total	1,00	-	2,85	

5.5.2 Analisis Faktor Eksternal

Beberapa faktor eksternal strategis baik berupa peluang maupun ancaman yang terdapat dalam usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan sebagai berikut :

A. Peluang (*Opportunity*)

➤ Pola konsumsi

Otak-otak bandeng mudah dikonsumsi dan harganya terjangkau, sehingga masyarakat senang mengonsumsi. Dan tingkat kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi ikan mulai mengalami peningkatan, dengan adanya diversifikasi produk perikanan seperti otak-otak bandeng, akan mempermudah masyarakat untuk mengonsumsi ikan tanpa harus susah memisahkan duri ikan bandeng. Jika masyarakat senang mengkonsumsinya maka permintaan pemesanan otak-otak bandeng sangatlah banyak. Kriteria bobot dan rating pelanggan pola konsumsi dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Pola Konsumsi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika faktor pola konsumsi merupakan faktor yang tidak terlalu penting bagi
2.	0,10 jika faktor pola konsumsi merupakan faktor penting bagi keberhasilan usaha
3.	0,15 jika faktor pola konsumsi merupakan faktor lebih penting bagi keberhasilan usaha
4.	0,20 jika faktor pola konsumsi merupakan faktor yang sangat penting bagi keberhasilan usaha
Rating	
1.	1 jika pola konsumsi tidak berpengaruh untuk berkembangnya usaha
2.	2 jika pola konsumsi cukup berpengaruh untuk berkembangnya usaha
3.	3 jika pola konsumsi berpengaruh untuk berkembangnya usaha
4.	4 jika pola konsumsi sangat berpengaruh untuk berkembangnya usaha

➤ Bahan baku mudah didapatkan

Bahan baku dari usaha otak-otak bandeng termasuk mudah didapatkan di wilayah kabupaten Gresik. Hal ini menjadi peluang untuk dapat mengembangkan usaha tersebut. Apabila bahan baku tidak mudah didapatkan, maka akan sulit dalam mengembangkan usaha otak-otak bandeng ini. Kriteria bobot dan rating bahan baku mudah didapatkan dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Bahan Baku Mudah didapatkan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika faktor bahan baku mudah didapatkan merupakan faktor yang tidak terlalu penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi
2.	0,10 jika faktor bahan baku mudah didapatkan merupakan faktor penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi
3.	0,15 jika faktor bahan baku mudah didapatkan merupakan faktor lebih penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi
4.	0,20 jika faktor bahan baku mudah didapatkan merupakan faktor yang sangat penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi
Rating	
1.	1 jika bahan baku mudah didapatkan tidak berpengaruh untuk jumlah produksi otak-otak bandeng
2.	2 jika bahan baku mudah didapatkan cukup berpengaruh untuk jumlah produksi otak-otak bandeng
3.	3 jika bahan baku mudah didapatkan berpengaruh untuk jumlah produksi otak-otak bandeng
4.	4 jika bahan baku mudah didapatkan sangat berpengaruh untuk jumlah produksi otak-otak bandeng

➤ Daya beli konsumen tinggi

Konsumen dari otak-otak bandeng ini termasuk konsumen tetap. Karena konsumen merasa cocok dengan rasa dan kualitas dari produk otak-otak bandeng ini. Walaupun otak-otak bandeng ini sempat mengalami kenaikan harga karena naiknya harga bahan baku, namun minat dari para konsumen tidak turun. Kriteria bobot dan rating daya beli konsumen tinggi dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Daya Beli Konsumen Tinggi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika daya beli konsumen tinggi merupakan faktor yang tidak terlalu penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi dan faktor bahan baku mudah didapatkan
2.	0,10 jika daya beli konsumen tinggi merupakan faktor penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi dan faktor bahan baku mudah didapatkan
3.	0,15 jika daya beli konsumen tinggi merupakan faktor lebih penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi dan faktor bahan baku mudah didapatkan
4.	0,20 jika daya beli konsumen tinggi merupakan faktor yang sangat penting dibandingkan dengan faktor pola konsumsi dan faktor bahan baku mudah didapatkan
Rating	
1.	1 jika daya beli konsumen tinggi tidak berpengaruh untuk meningkatnya jumlah pemesanan otak-otak bandeng
2.	2 jika daya beli konsumen tinggi cukup berpengaruh untuk meningkatnya jumlah pemesanan otak-otak bandeng
3.	3 jika daya beli konsumen tinggi untuk meningkatnya jumlah pemesanan otak-otak bandeng
4.	4 jika daya beli konsumen tinggi sangat berpengaruh untuk meningkatnya jumlah pemesanan otak-otak bandeng

B. Ancaman (*Threats*)

➤ Kenaikan Harga Bahan Baku

Harga bahan baku dalam suatu pembuatan produk sangatlah mempengaruhi suatu usaha. Termasuk dalam usaha pembuatan otak-otak bandeng ini. Jika harga bahan baku dipasar naik, maka secara otomatis harga dari otak-otak bandeng juga akan naik. Mengingat bahan baku dari usaha ini tidak sepenuhnya didapatkan dari pasar tradisional, karena tergantung musim panen dari tambak ikan bandeng disekitar lokasi usaha. Sehingga menjadi ancaman karena tidak semua konsumen dapat menerima kenaikan harga otak-otak bandeng apabila bahan baku mengalami kenaikan harga. Kriteria bobot dan rating kenaikan harga bahan baku dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17 . Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Kenaikan Harga Bahan Baku

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor yang tidak terlalu penting untuk keberhasilan usaha otak-otak bandeng
2.	0,10 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor penting untuk keberhasilan usaha otak-otak bandeng
3.	0,15 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor lebih penting untuk keberhasilan usaha otak-otak bandeng
4.	0,20 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor yang sangat penting untuk keberhasilan usaha otak-otak bandeng
Rating	
1.	1 jika faktor kenaikan harga bahan baku tidak berpengaruh terhadap perhitungan finansial usaha
2.	2 jika faktor kenaikan harga bahan baku cukup berpengaruh terhadap perhitungan finansial usaha
3.	3 jika faktor kenaikan harga bahan baku berpengaruh terhadap perhitungan finansial usaha
4.	4 jika faktor kenaikan harga bahan baku sangat berpengaruh terhadap perhitungan finansial usaha

- Tidak adanya identitas produk dalam kemasan

Identitas (lebel) dalam kemasan sebuah produk sangatlah penting dalam sebuah usaha. Karena identitas dari produk dapat membantu dalam hal pemasaran produk tersebut. Sehingga konsumen dapat mengenali produk. Otak-otak bandeng ini belum memiliki identitas pada kemasannya. Hal inilah yang dapat menjadi sebuah ancaman bagi usaha ini. Kriteria bobot dan rating tidak adanya identitas produk dalam kemasan dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Tidak Adanya Identitas Produk Dalam Kemasan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika tidak adanya identitas produk dalam kemasan merupakan faktor yang tidak terlalu penting dibandingkan dengan faktor kenaikan harga bahan baku
2.	0,10 jika tidak adanya identitas produk dalam kemasan merupakan faktor penting dibandingkan dengan faktor kenaikan harga bahan baku
3.	0,15 jika tidak adanya identitas produk dalam kemasan merupakan faktor lebih penting dibandingkan dengan faktor kenaikan harga bahan baku
4.	0,20 jika tidak adanya identitas produk dalam kemasan merupakan faktor yang sangat penting dibandingkan dengan faktor kenaikan harga bahan baku
Rating	
1.	1 jika faktor tidak adanya identitas produk dalam kemasan tidak berpengaruh untuk peningkatan produksi otak-otak bandeng
2.	2 jika faktor tidak adanya identitas produk dalam kemasan cukup berpengaruh untuk peningkatan produksi otak-otak bandeng
3.	3 jika faktor tidak adanya identitas produk dalam kemasan berpengaruh untuk peningkatan produksi otak-otak bandeng
4.	4 jika faktor tidak adanya identitas produk dalam kemasan sangat berpengaruh untuk peningkatan produksi otak-otak bandeng

➤ Lokasi usaha sulit dijangkau

Lokasi usaha sangatlah penting dalam suatu usaha. Karena semakin mudah dijangkau, dan semakin terlihat lokasi usaha, maka akan mempermudah proses pemasaran dari usaha tersebut. Lokasi usaha otak-otak bandeng ini kurang terlihat oleh konsumen. Kriteria bobot dan rating lokasi usaha sulit dijangkau dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pada Lokasi Usaha Sulit dijangkau

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika lokasi usaha sulit dijangkau merupakan faktor yang tidak terlalu penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan yang lain
2.	0,10 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan yang lain
3.	0,15 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor lebih penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan yang lain
4.	0,20 jika faktor kenaikan harga bahan baku merupakan faktor yang sangat penting jika dibandingkan dengan faktor kelemahan yang lain

Rating	
1.	1 jika faktor lokasi usaha sulit dijangkau tidak berpengaruh terhadap kemajuan usaha dimasa yang akan datang
2.	2 jika faktor lokasi usaha sulit dijangkau cukup berpengaruh terhadap kemajuan usaha dimasa yang akan datang
3.	3 jika faktor lokasi usaha sulit dijangkau berpengaruh terhadap kemajuan usaha dimasa yang akan datang
4.	4 jika faktor lokasi usaha sulit dijangkau sangat berpengaruh terhadap kemajuan usaha dimasa yang akan datang

Setelah mengetahui analisis faktor eksternal dari usaha otak-otak bandeng, data dimasukkan kedalam matrik EFAS. Untuk melihat matrik EFAS dapat dilihat pada Tabel 20 dibawah ini :

Tabel 20. Matrik EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	BxR	Komentar
Peluang :					
1	• Pola Konsumsi	0,15	3	0,45	Membantu proses penjualan
2	• Bahan baku mudah didapatkan	0,20	3	0,60	Mempengaruhi proses produksi
3	• Daya beli konsumen tinggi	0,20	4	0,80	Membantu usaha otak-otak bandeng
	Jumlah Nilai Peluang	0,55		1,85	
Ancaman :					
1	• Kenaikan harga bahan baku	0,15	3	0,45	Mempengaruhi biaya produksi
2	• Tidak adanya identitas produk dalam kemasan	0,20	3	0,60	Mempengaruhi penjualan produk
3	• Lokasi usaha sulit dijangkau	0,10	3	0,30	Konsumen kurang mengetahui
	Jumlah Nilai Ancaman	0,45	-	1,35	
	Total	1,00	-	3,2	

5.5.3 Analisis Matrik SWOT

Setelah melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis matrik SWOT. Analisis SWOT digunakan sebagai penentu strategi optimalisasi kekuatan dan peluang selain itu untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman dari masing – masing. Matrik SWOT adalah analisis yang penting dalam menentukan dan

mengembangkan sebuah alternatif yang sangat tepat dalam penentuan strategi pengembangan usaha otak-otak Bandeng. Berikut analisis matrik SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 21 dibawah ini.

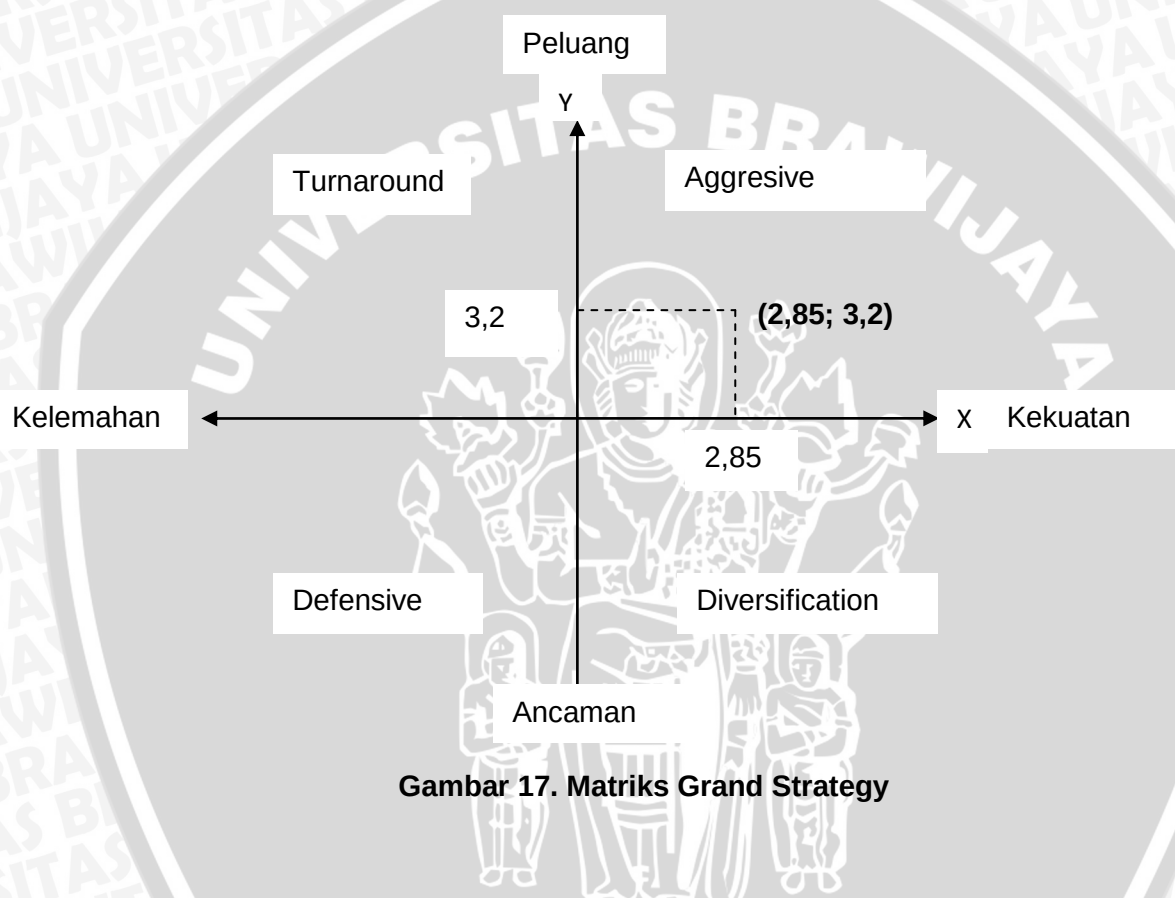
Tabel 21. Matrik SWOT pada Usaha Otak-otak Bandeng

IFAS (Faktor Internal) EFAS (Faktor Eksternal)	KEKUATAN (S) • Ketersediaan bahan baku • Mudah diproduksi (teknis pembuatan) • Biaya produksi murah • Usaha layak dijalankan	KELEMAHAN (W) • Pemasaran yang kurang luas • Kemampuan Promosi • SDM kurang tersedia • Kurang adanya catatan pembukuan biaya
	PELUANG (O) • Pola konsumsi • Bahan baku mudah didapatkan • Daya beli konsumen tinggi	STRATEGI SO • Meningkatkan kerjasama dalam pengembangan usaha • Meningkatkan produksi dan menambah daerah pemasaran
	STRATEGI WO • Mengoptimalkan penawaran untuk membantu perluasan pemasaran dan sarana guna untuk kelancaran usaha • Menambah jumlah tenaga kerja guna meningkatkan jumlah produksi	STRATEGI ST • Meningkatkan kerjasama dengan para petambak guna mengurangi resiko kenaikan harga • Meningkatkan teknologi pengemasan
	STRATEGI WT • Meningkatkan lokasi usaha guna pemasaran yang lebih luas. • Meningkatkan SDM guna membantu proses produksi	ANCAMAN (T) • Kenaikan harga bahan baku • Tidak adanya identitas produk dalam kemasan • Lokasi usaha sulit dijangkau

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan antara faktor internal dan faktor eksternal diperoleh masing – masing skor sebagai berikut :

- Total skor dari faktor kekuatan : 1,9
- Total skor dari faktor kelemahan : 0,95
- Total skor dari faktor peluang : 1,85
- Total skor dari faktor ancaman : 1,35

Dalam menentukan titik koordinasi, menggunakan perhitungan pengurangan dimana sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal diperoleh nilai koordinat x sebesar $(1,9-0,95) = 2,85$ sedangkan sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal diperoleh nilai sebesar $(1,85-1,35) = 3,2$. Hasil Matriks Grand Strategy dapat dilihat pada Gambar 17 dibawah ini :



Gambar 17. Matriks Grand Strategy

Analisis SWOT pada usaha otak-otak bandeng didapatkan bahwa hasil matrik grand strategy pada posisi (x,y) pada kuadran I yaitu strategi agresif. Hal ini disebabkan karena peluang (*opportunities*) dengan kekuatan (*strength*) berpengaruh dominan dibandingkan dengan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threat*). Sesuai dengan perhitungan pada analisis SWOT, dimana pada IFAS nilai kekuatan>kelemahan dan pada EFAS nilai peluang > ancaman.

5.6. Strategi Pengembangan Usaha

Dari hasil analisis SWOT di atas menunjukkan bahwa usaha otak-otak bandeng berada pada kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang untuk memperoleh keuntungan. Strategi yang harus digunakan dalam kondisi ini yaitu strategi agresif.

Berdasarkan hasil diatas, maka strategi pengembangan dari usaha otak-otak bandeng antara lain :

1. Meningkatkan kerjasama untuk pengembangan usaha lebih lanjut

Meningkatkan kerjasama sangat menguntungkan untuk pengembangan usaha kedepannya. Dikarenakan akan membantu dalam proses produksi serta perluasan usaha dan pemasaran otak-otak bandeng.

2. Meningkatkan pengemasan demi kemajuan usaha

Meningkatkan pengemasan dengan menambahkan identitas produk di kemasan otak-otak bandeng sangatlah penting. Agar konsumen lebih mudah mengenali produk, serta akan lebih membantu dalam hal pemasaran otak-otak bandeng.

5.7 Perencanaan Pengembangan Usaha

Perencanaan pengembangan finansial usaha pada usaha otak-otak bandeng meliputi jangka panjang:

5.7.1 Analisis Jangka Panjang

Analisis jangka panjang pada usaha otak-otak bandeng meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI) atau *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

5.7.1.1 Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan *Net Present Value* (NPV) (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Pada perhitungan NPV usaha otak-otak bandeng menggunakan nilai *discount rate* sebesar 18 %. Diperoleh nilai NPV sebesar 47.328.360. Dari hasil NPV maka menunjukkan usaha tersebut menguntungkan dan layak dijalankan karena nilai NPV yang diperoleh bernilai positif dan $NPV > 0$. Rincian hasil NPV dapat dilihat pada Lampiran.

5.7.1.2 Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)

Menurut Husnan dan Suwarsono (2000) dalam Primyastanto (2011), *Profitability Index* atau *Benefit and Cost Ratio* (BC Ratio) merupakan metode menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan – penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Kalau *Profitability Index* (IP)-nya lebih besar dari satu, maka proyek dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dari satu maka dikatakan tidak menguntungkan. Sebagaimana metode NPV, maka metode ini perlu menentukan dulu tingkat bunga yang akan digunakan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai Net B/C pada usaha otak-otak bandeng (pada kondisi normal) yaitu sebesar 12,20. maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan karena nilai Net B/C usaha ini lebih besar dari satu (>1). Rincian perhitungan analisis Net B/C pada usaha otak-otak bandeng dapat dilihat pada Lampiran.

5.7.1.3 Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Rianto (2001), 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 dari pengeluaran modal (PV of capital outlays).

Nilai IRR pada usaha otak-otak Bandeng pada kondisi normal yaitu sebesar 205%. Dengan demikian hasil analisis IRR lebih tinggi dari suku bunga deposito (nilai suku bunga yang telah diisyaratkan), sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Rincian perhitungan analisis IRR dapat dilihat pada Lampiran.

5.7.1.4 Payback Period (PP)

Menurut Riyanto (2001), payback period adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan "proceeds" atau aliran kas neto (net cash flows). Dengan demikian Payback period dari suatu investasi menggambarkan panjangnya waktu yang diperlukan agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya.

Hasil *Payback Period* (PP) dari usaha otak-otak bandeng yaitu sebesar 0,60 tahun. Sehingga jangka waktu pengembalian modal yang diinvestasikan sebesar 0,60 tahun atau selama 6 bulan. Rincian hasil perhitungan PP pada usaha otak-otak bandeng dapat dilihat pada lampiran.

5.7.1.5 Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas ini diharapkan akan diketahui seberapa jauh tingkat kepekaan arus kas dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab, apabila suatu variabel tertentu berubah, sedangkan variabel-variabel lainnya dianggap tetap atau tidak berubah. Analisis sensitivitas pada usaha otak-otak bandeng untuk mengetahui suatu keadaan dimana usaha tersebut tidak layak untuk dijalankan. Analisis ini dilakukan dengan beberapa asumsi, diantaranya biaya naik 20,12 %, benefit turun 28,60 %, biaya naik 13 % dan benefit turun 11,40 %, dan biaya naik 16,95 % dan benefit turun 18 %.

➤ **Asumsi Biaya Naik 20,12 %**

Hasil analisis sensitivitas pada usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan pada Tabel 22 berikut ini :

Tabel 22. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 20,12 %

Sensitivitas	Biaya Naik 20,12 %	NPV	56.678.632
		Net B/C	14,41
		IRR	151%
		PP	1,01

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada analisis sensitivitas biaya naik 20,12 % usaha otak-otak bandeng layak untuk dijalankan. Perhitungan lebih jelas dapat dilihat pada lampiran.

➤ **Asumsi Benefit Turun 28,60 %**

Hasil analisis sensitivitas pada usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan pada Tabel 23 berikut ini :

Tabel 23. Hasil analisis sensitivitas asumsi benefit turun 28,60 %

Sensitivitas	Benefit Turun 28,60 %	NPV	-495,706
		Net B/C	0,88
		IRR	16 %
		PP	15,64

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada analisis sensitivitas benefit turun 28,60% usaha otak-otak bandeng tidak layak untuk dijalankan. Perhitungan lebih jelas dapat dilihat pada lampiran.

➤ **Asumsi biaya naik 19 % dan benefit turun 17,40 %**

Hasil analisis sensitivitas pada usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan pada Tabel 24 berikut ini :

Tabel 24. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 19 % dan benefit turun 16,89 %

Sensitivitas	biaya naik 19 % dan benefit turun 17,40 %	NPV	-1.070.265
		Net B/C	0,75
		IRR	13 %
		PP	22,44

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada analisis sensitivitas biaya naik 13 % dan benefit turun 11,40 % usaha otak-otak bandeng tidak layak untuk dijalankan. Perhitungan lebih jelas dapat dilihat pada lampiran.

➤ **Asumsi biaya naik 16,95 % dan benefit turun 18 %**

Hasil analisis sensitivitas pada usaha otak-otak bandeng dapat dijelaskan pada Tabel 25 berikut ini :

Tabel 25. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 16,25 % dan benefit turun 19 %

sensitivitas	biaya naik 16,95 % dan benefit turun 18 %	NPV	9.110
		Net B/C	1,00
		IRR	18 %
		PP	12,35

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada analisis sensitivitas biaya naik 16,95 % dan benefit turun 18 % usaha otak-otak bandeng tidak layak untuk dijalankan. Perhitungan lebih jelas dapat dilihat pada lampiran.

5.7.2 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan dari hasil analisis SWOT, didapatkan hasil yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) dan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang diterapkan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan manfaat peluang yang ada. Usaha otak-otak bandeng ini memiliki faktor kelemahan dan faktor ancaman, maka perlu adanya impikasi kebijakan yang dirumuskan untuk pengembangan usaha lebih lanjut.

✓ **Strategi WO (*Weaknesses Opportunies*)**

Strategi ini memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki usaha. Maka strateginya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Meningkatkan kerjasama dalam pengembangan usaha. Dalam hal ini yang dimaksud dengan meningkatkan kerja sama seperti melakukan kerja sama dengan rumah makan atau pusat toko oleh-oleh. Dengan adanya kerja sama maka pemilik usaha dapat menjual otak-otak bandeng di rumah makan atau toko tersebut. Hal ini akan berpengaruh terhadap naiknya jumlah produksi, dan membantu proses pemasaran dari usaha otak-otak bandeng untuk pengembangan usaha kedepannya.
- Menambah daerah pemasaran dan meningkatkan produksi. Jika menambah daerah pemasaran maka akan dapat meningkatkan produksi otak-otak bandeng. Meningkatkan daerah pemasaran dapat dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran yang ada di Gresik, dan dapat dilakukan dengan lebih ditingkatkannya kegiatan promosi seperti memasang spanduk, mencetak brosur, mencetak identitas produk pada kemasan bahkan promosi pada media internet.

✓ **Strategi ST (*Strengths Treaths*)**

Strategi ini menggunakan faktor kekuatan untuk mengatasi ancaman.

Maka strateginya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Meningkatkan kerjasama dengan petambak bandeng guna mengurangi resiko kenaikan harga. Dengan adanya kerjasama dengan para petambak ikan bandeng, maka akan mempermudah dalam mendapatkan bahan baku, tentunya dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan harga ikan bandeng yang ada di pasar tradisional. Dengan demikian usah otak-otak bandeng ini akan mendapatkan keuntungan yang lebih.

- Meningkatkan teknologi pengemasan. Hal ini bisa dilakukan dengan mencetak kardus berisikan identitas produk otak-otak bandeng. Yang dimaksudkan dengan identitas produk dapat berupa gambar produk, nama produk, komposisi produk, alamat tempat usaha, bahkan nomer telepon pemilik usaha. Hal ini akan mempermudah konsumen untuk memesan produk.

✓ **Strategi WT (*Weaknesses Treathas*)**

Strategi ini meminimalkan faktor kelemahan yang ada serta menghindari faktor ancaman yang ada. Maka strateginya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Meningkatkan lokasi usaha guna pemasaran yang lebih luas. Dengan meningkatkan lokasi usaha, maka akan meningkatkan daerah pemasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka toko khusus tempat penjualan produk dari usaha ini dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.
- Meningkatkan mutu sumberdaya manusia guna membantu proses produksi. Mutu sumberdaya manusia atau tenaga kerja sangatlah penting didalam suatu usaha untuk menghasilkan produk yang terbaik serta mempermudah proses produksi dari usaha otak-otak bandeng ini. Peningkatan mutu tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan ketrampilan, atau mengikuti pelatihan membuat diversifikasi produk perikanan.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Aspek teknis dalam usaha pembuatan otak-otak bandeng ini sudah cukup baik dan bahan bakunya mudah didapatkan di pasar tradisional maupun petambak. Sehingga kebutuhan bahan baku selalu terpenuhi. Harga satu kilogram otak-otak bandeng Rp. 75.000,-. Lokasi penjualan otak-otak bandeng yang dilakukan masih kurang luas, penjualan masih melalui pemesanan. Hasil analisis finansial perhitungan jangka pendek meliputi permodalan sebesar Rp 17.115.400,- penerimaan Rp 28.125.000,-, keuntungan Rp. 11.037.433,-, RC Ratio 1,64 % , rentabilitas 65 %. Dengan demikian usaha otak-otak bandeng ini menguntungkan untuk dijalankan.
2. Hasil dari analisis SWOT, pada metrik SWOT didapatkan hasil bahwa grand strategy pada posisi (x,y) pada kuadran I yaitu strategi agresif. Hal ini disebabkan karena peluang (*opportunities*) dengan kekuatan (*strength*) berpengaruh dominan dibandingkan dengan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threat*).
3. Strategi pengembangan dari usaha otak-otak bandeng meliputi meningkatkan kerjasama untuk pengembangan usaha lebih lanjut, untuk pengembangan usaha kedepannya, karena akan membantu dalam proses produksi serta perluasan usaha dan pemasaran otak-otak bandeng. Strategi yang kedua yaitu meningkatkan pengemasan demi kemajuan usaha. Dengan menambahkan identitas produk di kemasan otak-otak bandeng sangatlah penting. Agar konsumen lebih mudah mengenali produk, serta akan lebih membantu dalam hal pemasaran otak-otak bandeng.

4. Perencanaan pengembangan finansil usaha otak-otak bandeng dengan menggunakan analisis finansil jangka panjang dengan penambahan investasi sebesar Rp. 3.273.410,- dengan *net present value* (NPV) sebesar Rp 47.328.360, *net benefit cost ratio* (Net B/C) sebesar 12,20 , *internal rate of return* (IRR) sebesar 205 % dan *payback period* (PP) waktu pengembalian modal sekitar 0,60 tahun dengan demikian usaha otak-otak bandeng ini menguntungkan untuk dijalankan

6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan usaha otak-otak bandeng sebagai berikut :

- Perlu adanya peningkatan teknologi yang digunakan dalam pembuatan otak-otak bandeng seperti peningkatan teknologi pengemasan dengan mencetak identitas produk di kardus, dan peningkatan alat yang digunakan dalam proses produksi.
- Perlu adanya perluasan tempat usaha dengan tidak bercampur dengan kegiatan rumah tangga, serta menambah tenaga kerja, agar dapat memproduksi otak-otak bandeng lebih banyak lagi dan diperlukan adanya kemasan baru yang dilengkapi dengan identitas produk, agar membantu kegiatan promosi.
- Pemilik usaha sebaiknya menjalin kerjasama dengan pihak lain, seperti menitipkan produk pada rumah makan, supermarket atau pusat oleh-oleh untuk dijualkan agar dapat membantu pengembangan usaha khususnya dalam hal pemasaran usaha otak-otak bandeng.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriono, Dani, Eva Dolorasa, Imelda. 2012. **Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya**. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. Volume 1, nomor 3, desember 2012, halaman 29-36. Fakultas Pertanian. Universitas Tanjungpura. Pontianak.
- Basrowi, dan Suwandi. 2008. **Memahami Penelitian Kualitatif**. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Budiarto, Eko, Dewi Anggraeni. 2003. **Pengantar Epidemiologi E/2**. Buku Kedokteran EGC. Jakarta
- Googleimage. 2014. Gambar Ikan Bandeng. www.google.com. Diakses pada tanggal 5 Februari 2014
- Gresikkab, 2012. Geografi. <http://gresikkab.go.id/profil/geografi>. diakses pada tanggal 7 Februari 2014.
- Handoko, T. Hani. 2003. **Manajemen**. Fakultas Ekonomi UGM. Yogyakarta.
- Hendri, 2009. **Riset Pemasaran**. Universitas Gunadarma.
- Murtidjo, Bambang Agus. 2002. **Budi Daya dan Pembenihan Bandeng**. Penerbit KANISIUS (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2009. **Studi Kelayakan Bisnis**. Kencana : Jakarta
- Kecamatan Cerme, 2013. **Data Penduduk Kecamatan Cerme**. Kabupaten Gresik
- Kompas. 2012. **Potensi Kelautan Indonesia**. <http://www.kompas.com/potensi/kelautanindonesia/09/2012/>. Diakses tanggal 9 Desember 2013.
- Kordi, M. Ghufuran. 2010. **Nikmat Rasanya, Nikmat Untungnya- Pintar Budi Daya Ikan di Tambak Secara Intensif**. Penerbit LILY PUBLISHER. Yogyakarta.
- Nunik, Istikharoh, Surjatin dan Mimit, Primystanto. 2012. **Perencanaan Usaha Pengembangan Ikan Gurami (*Osphronemus Gouramy*) dan Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Kabupaten Nganjuk Propinsi Jawa Timur**. <http://adf.ly/2403220/banner/http://arciacelestica.blogspot.com/2012/10/perencanaan-usaha-pengembangan-budidaya.html>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2014
- Primyastanto, Mimit., Agus Tjahjono, dan Erlinda. 2005. **Buku Panduan Evaluasi Proyek**. Universitas Brawijaya .Malang

- Primyastanto, Mimit. 2011. **Feasibility Study Usaha Perikanan** (Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan). Universitas Brawijaya Press. Malang
- Putra, Doddy Yuli. 2011. **Peran Sektor Perikanan dalam Perekonomian dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia: Analisis Input-Output**. Universitas Andalas Padang.
- Rahardjo, Susilo & Gudnanto. (2011). **Pemahaman Individu Teknik Non Tes**. Kudus: Nora Media Enterprise
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisa Kasus. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanto, Bambang. 2001. **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**. BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta
- Riyanto, 1995. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Gajah mada university press. Yogyakarta.
- Sutarjana, Julie. 2010. **Pusaka Kuliner Nyonya Rumah 1200 Resep Masakan & Kue Legendaris**. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama Anggota IKAPI, Jakarta.
- Sandy, 2011. **BauranPemasaran**. <http://daraadilasandy.wordpress.com/2011/05/28/bauran-pemasaran-marketing-mix/>. Diakses pada tanggal 28 Desember 2013.
- Santoso, Taufan Sukmo. 2008. Skripsi tentang **Analisis Finansial Usaha Kerupuk. (Studi Kasus: Kerupuk Suka Asih (SKS) di Pondok Labu, Jakarta Selatan**. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Soekarno, 1986. **Dasar – dasar Manajemen**. Jakarta Medio : Jakarta
- Sudioyono, A., 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Sunarna, A Ignasius Tri. 2010. Metode Penelitian. http://eprints.undip.ac.id/24051/3/Skripsi_BAB_III.pdf. Diakses pada tanggal 17 Februari 2014.
- Tohar,M. 2000. **Membuka Usaha Kecil**. Penerbit Kanisius (Anggota IKAPI). Yogyakarta
- Usman, Husaini dan Purnomo, Setiady Akbar. 2008. **Metodologi Penelitian Sosial**. PT.Bumi Aksara. Jakarta.
- Wahab, Abdul. 2011. **Ekonomi Biaya Produksi**. <http://www.share-pdf.com/a0a>

56370476f4271857b308f78f68afa/ekonomi__biaya_produksi.pdf. Diakses tanggal 13 Februari 2014.'

Wartono, dkk. 2007. **Sosiologi**. Suatu Kajian Kehidupan Masyarakat. Tim Sosiologi. Ghalia Indonesia.

Yuyun A, 2010. **Kursus Wirausaha Menjadi Pengusaha Lauk Berbumbu Siap Saji dalam Kemasan**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta



Lampiran 2. Rincian Investasi Modal Tetap dan Penyusutan pada Usaha Otak-Otak Bandeng

No.	Jenis	Jumlah	Harga (Rp/unit)	Harga Total (Rp)	UT (Tahun)	Penyusutan (Tahun)	Sumber Modal
1	Lahan	1	3.000.000	3.000.000	-	-	Sendiri
2	Pisau	2	5.000	10.000	1	10.000	Sendiri
3	Baskom	2	5.000	10.000	1	10.000	Sendiri
4	Kompor	1	250.000	250.000	2	125.000	Sendiri
5	Wajan	2	30.000	60.000	2	30.000	Sendiri
6	Sutil	2	15.000	30.000	1	30.000	Sendiri
7	Mangkok	2	7.000	14.000	1	14.000	Sendiri
8	Telenan	1	5.000	5.000	1	5.000	Sendiri
9	Blender	1	210.000	210.000	3	70.000	Sendiri
10	Solet	2	1.500	3.000	1	3.000	Sendiri
11	Panci Pengukus	1	250.000	250.000	3	83.333	Sendiri
12	Cobek	1	15.000	15.000	1	15.000	Sendiri
13	Gilingan Daging	1	250.000	250.000	3	83.333	Sendiri
13	Tabung Gas	1	120.000	120.000	1	120.000	Sendiri
	Total			4.227.000		598.667	

Lampiran 3. Rincian Modal Lancar pada Usaha Otak-otak Bandeng dalam 1 Tahun Produksi

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)
1	Ikan Bandeng	360 kg	17.500	6.300.000
2	Bawang Merah	36 kg	16.000	576.000
3	Bawang Putih	18 kg	9.750	175.500
4	Merica	24 ons	8.000	192.000
5	Ketumbar	18 ons	750	13.500
6	Kemiri	72 ons	3.000	216.000
7	Kunyit	36 buah	200	7.200
8	Laos	36 buah	500	36.000
9	Jahe	72 buah	750	54.000
10	daun Jeruk Purut	1440 lembar	25	36.000
11	Kencur	72 ruas	1.000	72.000
12	Asam	641 ons	500	320.500
13	Garam	144 sdm	300	43.200
14	Gula	432 sdm	500	216.000
15	Penyedap Rasa	24 sachet	1.500	36.000
16	Telur	288 butir	1.250	360.000
17	Cabe Besar	36 kg	12.000	432.000
18	Cabe Kecil	18 kg	11.250	202.500
19	Jinten	72 sdt	1000	72.000
20	Kelapa	144 buah	5.000	720.000
21	Minyak Goreng	72 liter	12.000	864.000
22	Kardus	1440 kardus	1.000	1.440.000
23	Gas LPG	24 tabung	15.000	360.000
24	Air		144.000	144.000
25	Listrik		120.000	120.000
	Total			13.008.400

Investasi Awal = Modal tetap + Modal Lancar

= Rp 4.107.000,- + Rp 13.008.400,-

= Rp 17.115.400,-

,

Lampiran 4. Rincian Modal Kerja pada Usaha Otak-otak Bandeng dalam 1 Tahun produksi

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)
Modal Kerja Variabel				
1	Ikan Bandeng	360 kg	17.500	6.300.000
2	Bawang Merah	36 kg	16.000	576.000
3	Bawang Putih	18 kg	9.750	175.500
4	Merica	24 ons	8.000	192.000
5	Ketumbar	18 ons	750	13.500
6	Kemiri	72 ons	3.000	216.000
7	Kunyit	36 buah	200	7.200
8	Laos	36 buah	500	36.000
9	Jahe	72 buah	750	54.000
10	daun Jeruk Purut	1440 lembar	25	36.000
11	Kencur	72 ruas	1.000	72.000
12	Asam	641 ons	500	320.500
13	Garam	144 sdm	300	43.200
14	Gula	432 sdm	500	216.000
15	Penyedap Rasa	24 sachet	1.500	36.000
16	Telur	288 butir	1.250	360.000
17	Cabe Besar	36 kg	12.000	432.000
18	Cabe Kecil	18 kg	11.250	202.500
19	Jinten	72 sdt	1000	72.000
20	Kelapa	144 buah	5.000	720.000
21	Minyak Goreng	72 liter	12.000	864.000
22	Kardus	1440 kardus	1.000	1.440.000
23	Isi Ulang LPG	24 tabung	15.000	360.000
24	Air		144.000	144.000
25	Listrik		120.000	120.000
Total				12.693.900
Modal Kerja Permanen				
1	Penyusutan/Tahun		598.667	598.667
2	PBB		75.000	75.000
3	Sewa Tanah		3.000.000	3.000.000
4	Tenaga Kerja		720.000	720.000
Total				4.393.667

Total Modal Kerja = Total Modal Kerja Variabel + Total Modal Kerja Permanen

= Rp 12.693.900,- + Rp 4.393.667,-

= Rp 17.087.567,

Lampiran 5. Rincian Biaya Tetap (Fixed Cost) pada Usaha Otak-Otak
Bandeng dalam 1 Tahun produksi

No	Komponen Biaya Tetap	Nilai (Rp)
1	Penyusutan/Tahun	598.667
2	Sewa Tanah	3.000.000
3	PBB	75.000
4	Tenaga Kerja	720.000
	Jumlah	4.393.667

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**Lampiran 6. Rincian Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost) pada Usaha Otak-
Otak Bandeng dalam 1 Tahun produksi**

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Unit/Rp)	Harga Total (Rp)
1	Ikan Bandeng	360 kg	17.500	6.300.000
2	Bawang Merah	36 kg	16.000	576.000
3	Bawang Putih	18 kg	9.750	175.500
4	Merica	24 ons	8.000	192.000
5	Ketumbar	18 ons	750	13.500
6	Kemiri	72 ons	3.000	216.000
7	Kunyit	36 buah	200	7.200
8	Laos	36 buah	500	36.000
9	Jahe	72 buah	750	54.000
10	Daun Jeruk Purut	1440 lembar	25	36.000
11	Kencur	72 ruas	1.000	72.000
12	Asam	641 ons	500	6.000
13	Garam	144 sdm	300	43.200
14	Gula	432 sdm	500	216.000
15	Penyedap Rasa	24 sachet	1.500	36.000
16	Telur	288 butir	1.250	360.000
17	Cabe Besar	36 kg	12.000	432.000
18	Cabe Kecil	18 kg	11.250	202.500
19	Jinten	72 sdt	1000	72.000
20	Kelapa	144 buah	5.000	720.000
21	Minyak Goreng	72 liter	12.000	864.000
22	Kardus	1440 kardus	1.000	1.440.000
23	Gas LPG	24 tabung	15.000	360.000
24	Air		144.000	144.000
25	Listrik		120.000	120.000
	Jumlah			12.693.900

Biaya Total = Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel
 = Rp 4.393.667,- + Rp 12.693.900,-
 = **Rp 17.087.567,-**

Lampiran 7. Analisa Finansiiil Jangka Pendek

- **Biaya Produksi**

$$\begin{aligned}\text{Biaya Total (TC)} &= \text{Total Biaya Tetap (TFC)} + \text{Total Biaya Variabel (TVC)} \\ &= \text{Rp } 4.393.667,- + \text{Rp } \mathbf{12.693.900,-} \\ &= \text{Rp } \mathbf{17.087.567,-}\end{aligned}$$

- **Produksi dan Penerimaan**

Total Produksi Otak-Otak Bandeng dalam 1 tahun berjumlah 375 kg.

Dengan harga Rp 75.000,- per kg.

$$\begin{aligned}\text{Total Penerimaan} &= \text{Rp } 75.000,- \times 375 \text{ kg bandeng} \\ &= \text{Rp } \mathbf{28.125.000,-}\end{aligned}$$

- **Keuntungan / Laba**

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan} &= \text{Total Penerimaan (TR)} - \text{Total Biaya (TC)} \\ &= \text{Rp } 28.125.000,- - \text{Rp } 17.087.567,- \\ &= \text{Rp } \mathbf{11.037.433,-}\end{aligned}$$

- **Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)**

$$\begin{aligned}\text{Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)} &= \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}} \\ &= \frac{\text{Rp } 28.125.000,-}{\text{Rp } 17.087.567,-} \\ &= \mathbf{1,64}\end{aligned}$$

R/C Ratio menunjukkan 1,64. Jadi, R/C Ratio > 1 berarti usaha otak-otak bandeng dikatakan menguntungkan

- **Rentabilitas**

$$\text{Rentabilitas} = \frac{\text{Laba}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}\text{Rentabilitas} &= \frac{\text{Rp } 11.037.433,-}{\text{Rp } 17.087.567,-} \times 100\% \\ &= 65 \%\end{aligned}$$

Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Hasil perhitungan rentabilitas didapatkan sebesar 65%, artinya setiap penambahan modal sebesar Rp 100,- dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp 65,-

- **BEP**

$$\begin{aligned}\text{BEP (Q)} &= \frac{\text{FC}}{\text{P}-\text{V}} \\ &= \frac{\text{Rp } 4.393.667}{\text{Rp } 75.000 - \text{Rp } 33.850} \\ &= \frac{\text{Rp } 4.393.667}{\text{Rp } 41.150} \\ &= 109 \text{ kg}\end{aligned}$$

		Benefit Turun	28,60%	Dari	28.125.000	Menjadi	20.081.250					
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,18	Df (18%)	1,00	0,85	0,72	0,61	0,52	0,44	0,37	0,31	0,27	0,23	0,19
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		20.081.250	21.756.026	23.570.479	25.536.257	27.665.981	29.973.323	32.473.099	35.181.355	38.115.480	41.294.311
	Penyusutan		598.667	598.667	598.667	598.667	598.667	598.667	598.667	598.667	598.667	598.667
	Gross Benefit(A)		20.679.917	22.354.693	24.169.146	26.134.923	28.264.647	30.571.990	33.071.765	35.780.022	38.714.147	41.892.978
	PVGB		17.525.353	16.054.792	14.710.088	13.480.103	12.354.738	11.324.829	10.382.055	9.518.851	8.728.339	8.004.259
	Jumlah PVGB											122.083.409
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	4.227.000										
	Penambahan Investasi		3.273.410	3.622.020	4.069.530	3.693.040	3.403.050	4.518.780	3.467.870	4.075.080	4.083.140	3.906.100
	Biaya Operasional		17.087.567	18.512.670	20.056.626	21.729.349	23.541.577	25.504.944	27.632.057	29.936.570	32.433.280	35.138.216
	Gross Cost (B)	4.227.000	20.360.977	22.134.690	24.126.156	25.422.389	26.944.627	30.023.724	31.099.927	34.011.650	36.516.420	39.044.316
	PVGC	4.227.000	17.255.065	15.896.790	14.683.924	13.112.585	11.777.745	11.121.734	9.763.045	9.048.397	8.232.849	7.459.981
	Jumlah PVGC											122.579.115
	Net Benefit (A-B)	-4.227.000	318.940	220.003	42.989	712.534	1.320.021	548.266	1.971.839	1.768.372	2.197.727	2.848.662
	PVNB	-4.227.000	270.288	158.003	26.165	367.517	576.993	203.095	619.010	470.454	495.491	544.278
iii	NPV	-495.706	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,88	> 1 (layak)									
v	IRR	16%	> 18% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	15,64	lama waktu pengembalian Investasi									

[illegible]