

**PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN UDANG VANNAMEI (*Litopenaeus
Vannamei*) DI TAMBAK “YASKUN” DESA KANDANG SEMANGKON
KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN JAWA TIMUR**

LAPORAN SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :

AKBAR MUHAMMAD HERONA

NIM. 105080407111004



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2014

**PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN UDANG VANNAMEI (*Litopenaeus
Vannamei*) DI TAMBAK “YASKUN” DESA KANDANG SEMANGKON
KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN JAWA TIMUR**

**LAPORAN 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 :

AKBAR MUHAMMAD HERONA

NIM. 105080407111004



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2014

SKRIPSI

PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN UDANG VANNAMEI (*Litopeneus Vannamei*) DI TAMBAK “YASKUN” DESA KANDANG SEMANGKON KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN JAWA TIMUR

Oleh :

Akbar Muhammad Herona

NIM. 105080407111004

telah dipertahankan didepan penguji

Pada tanggal 29 Desember 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui,

Dosen Penguji I

Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS

NIP. 19630820 198802 1 001

Tanggal:

Dosen Penguji II

Zainal Abidin, S.Pi, MBA, MP

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal:

Dosen Pembimbing I

Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal:

Dosen Pembimbing II

Wahyu Handayani, Spi, MBA, MP

NIP. 19750310 200501 2 001

Tanggal:

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal:

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Malang, 29 Desember 2014

Mahasiswa

Akbar Muhammad Herona



RINGKASAN

Akbar Muhammad Herona. 105080407111004. Skripsi tentang Pengembangan Usaha Pembesaran Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) di Tambak Bapak Yaskun Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. Dibimbing oleh Dr. Ir. Nuddin Harahap, Mp. Dan Wahyu Handayani, Spi. MBA, MP

Udang vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) merupakan udang asli perairan Amerika latin. Udang ini dibudidayakan mulai dari Pantai Barat Meksiko kearah selatan hingga daerah Peru. Sejak 4 tahun terakhir, budidaya udang ini mulai merebak dengan cepat di kawasan Asia , sperti Taiwan, Cina, dan Malaysia, bahkan kini di Indonesia. Pada tahun 1999, beberapa petambak di Indonesia mulai mencoba membudidayakan udang vannamei. Produk yang dicapai saat itu sungguh luar biasa. Apalagi, produk udang windu yang saat itu sedang berkembang mengalami penurunan karena seringnya terkena penyakit, terutama bercak putih (*white spot syndrome virus*). Dengan adanya udang vannamei ini Bapak Yaskun berinisiatif untuk budidaya pembesaran udang vannamei. Adanya pengembangan usaha pembesaran udang vannamei di daerah ini akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar, selain itu dapat membuka lapangan pekerjaan di daerah tersebut sehingga dapat menyerap tenaga kerja pada masyarakat sekitar dan untuk pengusaha pembenihan udang vannamei dapat melakukan dua jenis usaha, yaitu usaha pembenihan udang dan usaha pembesaran udang vannamei. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan dalam budidaya ini.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui dan menganalisis aspek teknis usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan Jawa Timur, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis aspek pemasaran usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan Jawa Timur, 3) Untuk mengetahui dan menganalisis aspek Manajemen usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan Jawa Timur, 4) Untuk mengetahui dan menganalisis aspek Finansiiil usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan Jawa Timur, 5) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan Jawa Timur,

Metode Pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yaitu dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif meliputi : Mengidentifikasi aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek manajemen. Deskriptif kuantitatif meliputi menganalisa aspek finansiiil yaitu jangka pendek dan jangka panjang, strategi pengembangan usaha pembesaran udang vannamei, dan Selanjutnya menggunakan analisis SWOT.

Pada aspek teknis usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini meliputi tahap persiapan kolam, penebaran benur, pengelolaan air, pemberian pakan, pemeliharaan kolam, pengendalian hama dan penyakit, dan pemanenan.

Aspek pemasaran pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari produk yang ditawarkan dalam keadaan segar, produk udang ini biasanya memiliki anggota badan yang lengkap, harga produk yang dijual tergantung pada standar udang yang dipasarkan, pemilihan tempat yang strategis sehingga mempermudah proses pemasaran produk, dan tidak melakukan promosi karena biasanya langsung dipasarkan kepada pedagang pengepul lalu pedagang pengepul menjual ke pedagang pasar besar, pedagang pasar besar mengecer ke pedagang pasar kecil dan kemudian pedagang pasar kecil menjual ke konsumen. Saluran pemasaran usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini biasanya langsung melakukan komunikasi dengan pedagang pengepul.

Aspek finansial pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini yang sudah dianalisis secara jangka pendek, dan jangka panjang. Hasil analisa jangka pendek meliputi penerimaan sebesar Rp.2.805.833.333,-, keuntungan sebesar Rp.652.643.333,-, R/C Ratio sebesar 1,30, rentabilitas sebesar 30%, BEP Sales sebesar 867.499.674, BEP Unit sebesar 13.346, dan REC sebesar 93,24%. Aspek finansial jangka panjang pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini yaitu NPV sebesar Rp.2.532.226.895,-, Net B/C Ratio sebesar 6,59%,- IRR sebesar 147% dan *payback period* sebesar 0,73 sehingga usaha ini dikatakan menguntungkan dan layak dikembangkan.

Pada aspek manajemen yang dilakukan pada budidaya pembesaran udang vannamei ini sistem perencanaan dilakukan dengan baik, pada sistem pengorganisasian usaha ini belum mempunyai struktur organisasi, sehingga pergerakan dan pengawasan biasanya dilakukan pemilik tambak dan anggota keluarga dari pemilik tambak ini.

Analisis SWOT meliputi faktor internal, faktor eksternal, analisis matriks SWOT dan strategi pengembangan. Dari hasil perhitungan analisis matriks SWOT berada pada kuadran *strengths opportunity* (SO) yang berarti usaha ini prospek dalam pengembangannya, karena usaha ini menggunakan strategi agresif dimana kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan matriks analisis SWOT maka alternatif strategi pengembangan yang diperoleh antara lain meliputi, memanfaatkan tersedianya lahan secara optimal karena meningkatnya permintaan udang vannamei, memanfaatkan harga udang vannamei yang stabil, dengan menambah jumlah produksi udang vannamei, Mengoptimalkan usaha ini lebih baik lagi dilihat dari aspek finansial yang layak, dan meningkatkan dan mengambil kerjasama untuk pengembangannya.

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei ini sebagai berikut : Pemilik tambak usaha budidaya udang vannamei harus memperbanyak pekerja dan memperluas area pemasaran udang vannamei, pemilik tambak usaha budidaya udang vannamei harus meningkatkan promosi pemasaran dan meningkatkan pengetahuan tentang teknologi budidaya pembesaran udang vannamei, pemilik tambak harus mencari alternatif benur udang vannamei yang SPF untuk kesuksesan pada usaha budidaya udang vannamei, dan sebaiknya menambah lahan untuk meningkatkan keuntungan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

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

1. Allah SWT Tuhan yang menguasai segala apa yang ada di langit dan di bumi, rasa syukur ini tiada cukup untuk menggambarkan nikmat yang telah Engkau limpahkan pada hambamu ini.
2. Orang tua (Bapak Zainul Kholis dan Ibu Siti Zaenab Tercinta) dan keluarga besar tersayang untuk do'a, fasilitas, dan dukungannya, serta pacarku Citra Resmi Oktavia yang dengan sabar setia menemani dan banyak sekali membantuku.
3. Bapak Dr. Ir. Nuddin Harahap, Mp dan Ibu Wahyu Handayani, Spi, MBA, MP selaku dosen pembimbing atas arahan, masukan, dan nasehatnya.
4. Bapak Dr.ir. Agus Tjahjono, MS dan bapak Zainal Abidin, Spi, MBA, MP selaku dosen penguji yang telah memberi masukan yang bermanfaat di laporan ini.
5. Seluruh Dosen FPIK khususnya kepada bapak Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP serta Dosen-dosen program studi Agrobisnis Perikanan atas ilmu dan pengetahuannya yang telah diajarkan selama saya menempuh studi.
6. Anggota D'kos Bantaran Barat (Valli, hilman, zakaria, dan ibnul), Serta kepada geng mpok yang sering memberikan informasi terkait penelitian dan semua teman-teman Sosek 2010. Canda tawa serta keceriaan kalian adalah motivasiku untuk selalu berkarya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, pengalaman dan doa yang telah diberikan.

Jazakumullah khairan katsiran. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah mereka lakukan kepada penulis dengan kebaikan yang sempurna. Penulisan skripsi ini tentunya juga jauh dari kesempurnaan dan masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Malang, 29 Desember 2014

Penulis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi'l'alam, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas segala berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis sanggup menyelesaikan Laporan skripsi yang berjudul Pengembangan Usaha Pembesaran Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) di Tambak Bapak Yaskun Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok pembahasan yang meliputi aspek teknis usaha budidaya udang vannamei di Tambak Bapak Yaskun, aspek pemasaran dari kegiatan perikanan tersebut, aspek manajemen, aspek Finansill, dan strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran udang vannamei di tambak Bapak Yaskun tersebut.

Laporan skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan sarjana S1 bagi seluruh mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerjakan sebaik mungkin, tapi masih dirasakan banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 29 Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
RINGKASAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Udang Vannamei.....	9
2.2.1 Klasifikasi Udang Vannamei.....	9
2.2.2 Fisiologi Udang Vannamei.....	10
2.2.3 Moulting.....	11
2.3 Aspek Teknis Budidaya Pembesaran Udang Vannamei.....	12
2.3.1 Persiapan Kolam Pembesaran Udang Vannamei.....	12
2.3.2 Penebaran Benur Udang Vannamei.....	13
2.3.3 Pengelolaan Air.....	14
2.3.4 Pemberian Pakan.....	14
2.3.5 Pemeliharaan Kolam.....	15
2.3.6 Pengendalian Hama dan Penyakit.....	15
2.3.7 Pemanenan.....	15
2.4 Aspek Pemasaran.....	17
2.4.1 Bauran Pemasaran.....	17
2.4.2 Saluran Pemasaran.....	19
2.5 Aspek Finansial.....	20
2.5.1 Analisis Jangka Pendek.....	20
2.5.1.1 Permodalan.....	20
2.5.1.2 Biaya Produksi.....	20
2.5.1.3 Penerimaan.....	21
2.5.1.4 <i>Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)</i>	21
2.5.1.5 Keuntungan.....	22
2.5.1.6 Rentabilitas.....	22
2.5.1.7 <i>Break Event Point (BEP)</i>	23
2.5.1.8 <i>Return to Equity Capital (REC)</i>	23
2.5.2 Analisis Jangka Panjang.....	24
2.5.2.1 <i>Net Present Value (NPV)</i>	24
2.5.2.2 <i>Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)</i>	24
2.5.2.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	24
2.5.2.4 <i>Payback Period (PP)</i>	24

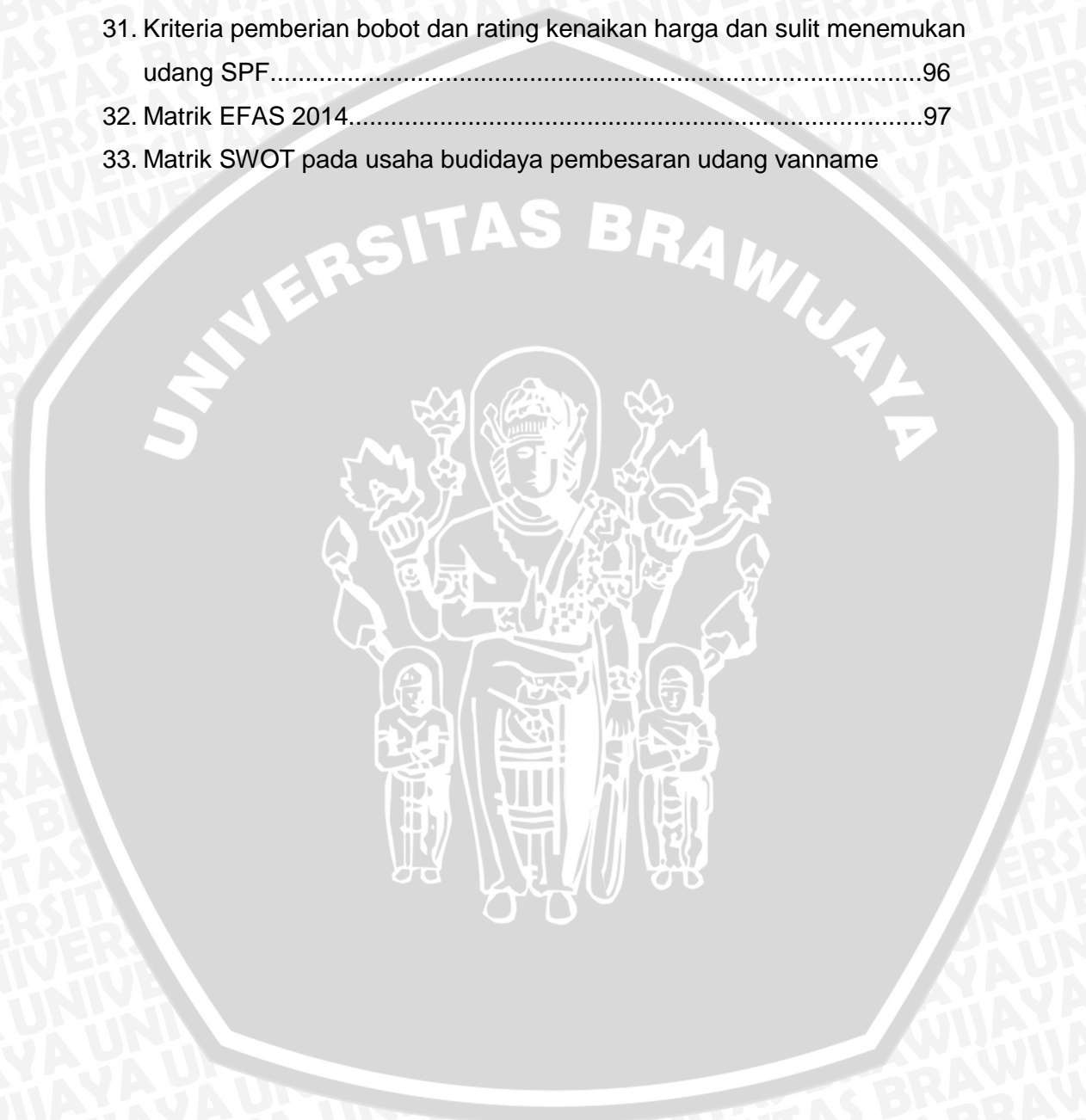
2.5.2.5 Analisis Sensitivitas	25
2.6 Aspek Manajemen.....	26
2.6.1 Perencanaan	26
2.6.2 Pengorganisasian.....	26
2.6.3 Penggerakan	27
2.6.4 Pengawasan.....	27
2.7 Analisis SWOT	28
2.7.1 Matriks Faktor Strategi Internal.....	28
2.7.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	29
2.7.3 Matriks SWOT	30
2.8 Kerangka Pemikiran	31
3. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1 Observasi	35
3.5.2 Wawancara	36
3.5.3 Kuesioner	36
3.5.4 Dokumentasi	36
3.6 Analisis Data	37
3.6.1 Deskriptif Kualitatif	37
3.6.2 Deskriptif Kualitatif	38
1. Analisis Jangka Pendek.....	38
2. Analisis Jangka Panjang	43
3.7 Analisis SWOT	45
4. Hasil dan Pembahasan	52
4.1 Keadaan umum lokasi penelitian.....	52
4.1.1 Keadaan Geografis dan keadaan Topografis.....	52
4.1.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia	53
4.1.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
4.1.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	55
4.1.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Agama.....	55
4.2 Keadaan Umum Usaha Perikanan Lamongan.....	55
4.3 Aspek Teknis Pembesaran Udang Vannamei	60
4.3.1 Tahap Persiapan	60
4.3.2 Pembersihan dan Pengeringan Kolam	63
4.3.3 Pengisian Air Kolam	64
4.3.4 Penebaran Benur Udang Vannamei	64
4.3.5 Pemeliharaan Udang Vannamei	65
4.3.6 Pemberian Pakan	65
4.3.7 Pencegahan Hama dan Penyakit	66
4.3.8 Pemanenan	67
4.4 Aspek Pemasaran	68
4.4.1 Bauran Pemasaran.....	68
4.4.2 Saluran Pemasaran.....	70
4.4.3 Cara Pembayaran	71

4.5 Aspek Finansil	72
4.5.1 Analisis Jangka Pendek	72
4.5.1.1 Permodalan	72
4.5.1.2 Pembiayaan	73
4.5.1.3 Penerimaan	73
4.5.1.4 <i>Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)</i>	74
4.5.1.5 Keuntungan	74
4.5.1.6 Rentabilitas	75
4.5.1.7 <i>Break Event Point (BEP)</i>	75
4.5.1.8 <i>Return to Equity Capital (REC)</i>	76
4.5.2 Analisis Jangka Panjang	76
4.5.2.1 <i>Net Present Value (NPV)</i>	76
4.5.2.2 <i>Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)</i>	77
4.5.2.3 <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	77
4.5.2.4 <i>Payback Period (PP)</i>	78
4.5.2.5 Analisis Sensivitas	78
4.6. Aspek Manajemen	81
4.6.1 Perencanaan	81
4.6.2 Pengorganisasian	82
4.6.3 Penggerakan	83
4.6.4 Pengawasan	83
4.7 Strategi Pengembangan Usaha dengan Analisis SWOT	84
4.7.1 Analisis Faktor Internal	84
4.7.2 Analisis Faktor Eksternal	90
4.7.3 Analisis Matrik SWOT	97
4.7.4 Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Udang Vannamei....	100
5. KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104

DAFTAR TABEL

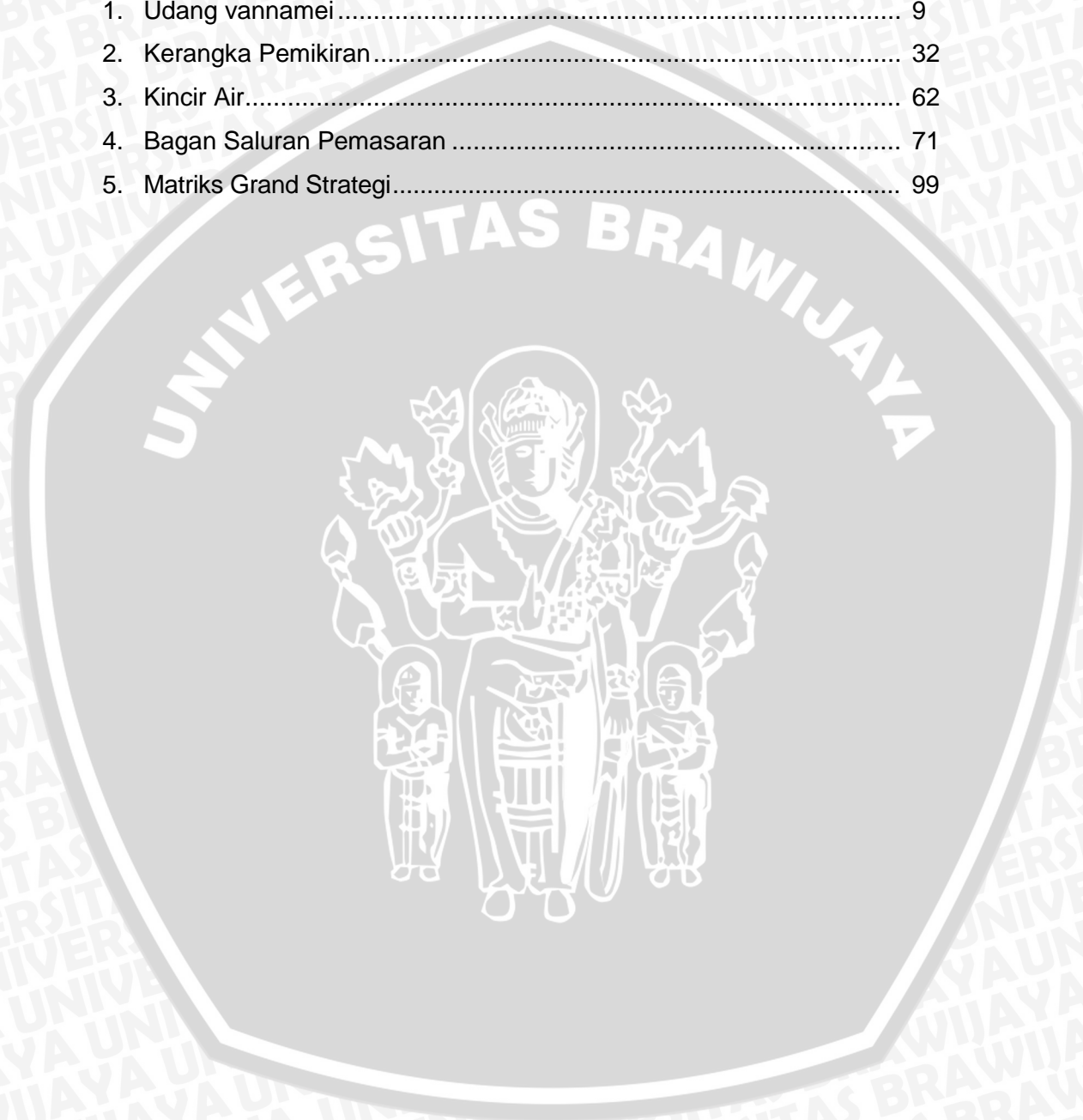
Tabel	Halaman
1. Analisis data deskriptif kualitatif.....	38
2. Contoh Tabel IFAS.....	47
3. Contoh Tabel EFAS.....	49
4. Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia.....	53
5. Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	54
6. Data Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	55
7. Data Penduduk Berdasarkan Agama.....	55
8. Produksi Penangkapan Ikan dan Perairan.....	56
9. Produksi perikanan budidaya menurut potensi sumberdaya alam.....	57
10. Rekapitulasi produksi budidaya ikan Kabupaten Lamongan.....	58
11. Pemberian pakan udang vannamei.....	66
12. Rincian total penerimaan hasil penjualan usaha udang vannamei.....	74
13. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 19%.....	79
14. Hasil analisis sensitivitas asumsi benefit turun 82%.....	80
15. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 25% dan benefit turun 4%.....	80
16. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 47% dan benefit turun 24%.....	81
17. Kriteria pemberian bobot dan rating tersedianya lahan.....	86
18. Kriteria pemberian bobot dan rating aspek finansil yang layak.....	87
19. Kriteria pemberian bobot dan rating sarana dan prasarana.....	87
20. Kriteria pemberian bobot dan rating dekat dengan mangrove.....	88
21. Kriteria pemberian bobot dan rating pemasaran yang kurang luas....	88
22. Kriteria pemberian bobot dan rating belum mempunyai struktur organisasi.....	89
23. Kriteria pemberian bobot dan rating kemampuan promosi.....	89
24. Matrik IFAS 2014.....	90
25. Kriteria pemberian bobot dan rating permintaan udang vannamei yang meningkat.....	93
26. Kriteria pemberian bobot dan rating harga udang vannamei yang stabil.....	93

27. Kriteria pemberian bobot dan rating adanya penawaran bantuan kerjasama.....	94
28. Kriteria pemberian bobot dan rating iklim.....	94
29. Kriteria pemberian bobot dan rating hama dan penyakit.....	95
30. Kriteria pemberian bobot dan rating umur lahan yang sudah tua.....	95
31. Kriteria pemberian bobot dan rating kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF.....	96
32. Matrik EFAS 2014.....	97
33. Matrik SWOT pada usaha budidaya pembesaran udang vanname	



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Udang vannamei.....	9
2. Kerangka Pemikiran.....	32
3. Kincir Air.....	62
4. Bagan Saluran Pemasaran.....	71
5. Matriks Grand Strategi.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian.....	107
2. Finansii.....	108
2.1. Modal tetap usaha budidaya pembesaran udang vannamei	108
2.2. Biaya tetap usaha budidaya pembesaran udang vannamei.....	109
2.3. Biaya Variabel usaha budidaya pembesaran udang vannamei.....	109
2.4. Biaya total usaha budidaya pembesaran udang vannamei.....	110
2.5. Analisis jangka pendek usaha budidaya pembesaran udang vannamei.....	111
2.6. Analisis penambahan investasi usaha budidaya pembesaran udang vannamei.....	115
2.7. Analisis Jangka panjang usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam keadaan normal.....	116
2.8. Analisis Jangka panjang usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam keadaan biaya naik 49,52%.....	117
2.9. Analisis Jangka panjang usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam keadaan benefit turun 32,05%.....	118
3.0. Analisis Jangka panjang usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam keadaan biaya naik 23,52% dan benefit turun 18%.....	119
3.1. Analisis Jangka panjang usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam keadaan biaya naik 19,6% dan benefit turun 18,3%.....	120



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negeri kepulauan, negeri bahari dengan 2,7 juta kilometer persegi Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE). Hampir 75% dari seluruh wilayah Indonesia merupakan perairan pesisir dan lautan. Terbentang di garis khatulistiwa, perairan laut nusantara menopang aneka kehidupan hayati. Luasnya wilayah perairan menjadikan Indonesia sebagai Negara kaya dan berlimpah potensi sumber daya laut yang bernilai tinggi. Namun memiliki juga tantangan yang besar dalam pengelolaannya, untuk dapat memperoleh manfaat ekonomi yang optimal (Dahuri R, 2003).

Dalam menghadapi tantangan global dan kebutuhan nasional kedepan, serta untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat, pada tahun 2010 Kementerian Kelautan dan Perikanan mempunyai visi dan misi. Visi kedepan adalah mewujudkan Indonesia sebagai penghasil produk kelautan dan perikanan terbesar tahun 2015, sedangkan misinya adalah mensejahterakan masyarakat kelautan dan perikanan. Untuk mencapai visi sekaligus melaksanakan misi tersebut maka produksi perikanan harus meningkat. Memahami bahwa pengembangan perikanan tangkap sudah masuk pada tahap manajemen, maka peningkatan produksi perikanan akan bertumpu pada perikanan budidaya. Peningkatan produksi perikanan budidaya sangat dimungkinkan dengan landasan bahwa luas lahan yang tersedia untuk budidaya di air laut, payau dan tawar terhampar dalam jumlah yang besar, spesies yang telah berhasil dibudidayakan sudah cukup banyak, teknologi budidayanya telah dikuasai, sumberdaya manusia tersedia dan permintaan pasar produk perikanan baik untuk dalam negeri maupun ekspor terus meningkat. Peningkatan produksi perikanan budidaya diharapkan dapat mencapai 353 % dalam periode 2010-

2014, yaitu dari 5,26 juta ton menjadi 16,9 juta ton. Untuk mencapai peningkatan produksi yang besar tersebut, komoditas budidaya yang akan didorong dan dipicu pengembangannya terutama adalah rumput laut, lele, patin, bandeng dan kerapu (Muhammad, 2010).

Kehadiran udang vannamei diakui sebagai penyelamat dunia pertambakan udang di Indonesia. Petambak mulai bergairah kembali begitu juga dengan para operator pembenih udang. Operator mulai membenihkan udang vannamei untuk memenuhi kebutuhan petambak. Awal mula pembudidayaan udang vannamei dilakukan di Jawa Timur dan memperoleh keuntungan yang cukup memuaskan sehingga petambak di luar Jawa Timur sangat antusias untuk membudidayakan terhadap udang vannamei. Bahkan hampir 90% petambak mengganti komoditas udang windu menjadi udang vannamei. Hal ini dikarenakan produksi udang windu pada saat itu yang sedang berkembang mengalami penurunan karena serangan penyakit dan virus terutama bercak putih (White Syndrome Virus). Dengan semakin banyaknya petambak udang vannamei maka diperlukan prosedur dan proses budidaya yang benar bagi para *hatchery* baik dari guna memenuhi permintaan para petambak khususnya petambak udang vannamei.

Udang vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) merupakan udang asli perairan Amerika latin. Udang ini dibudidayakan mulai dari Pantai Barat Meksiko kearah selatan hingga daerah peru. Sejak 4 tahun terakhir, budidaya udang ini mulai merebak dengan cepat di kawasan Asia , seperti Taiwan, Cina, dan Malaysia, bahkan kini di Indonesia. Pada tahun 1999, beberapa petambak di Indonesia mulai mencoba membudidayakan udang vannamei. Produk yang dicapai saat itu sungguh luar biasa. Apalagi, produk udang windu yang saat itu sedang berkembang mengalami penurunan karena seringnya terkena penyakit, terutama bercak putih (*white spot syndrome virus*) (Haliman dan Adijaya, 2005).

Budidaya adalah usaha mendapatkan dari alam liar maupun sengaja dipelihara untungnya dikembangkan agar dapat terjaga kelestariannya. Salah satu komoditi perikanan darat yang sangat digemari oleh masyarakat adalah udang vannamei (*Litopaneus vannamei*). Udang vannamei (*Litopaneus vannamei*) merupakan salah satu komoditi unggulan perikanan darat saat ini, udang vannamei secara alami hidup di perairan umum, tetapi saat ini juga sudah dapat dibudidayakan secara intensif di tambak.

Pengembangan usaha berarti usaha yang akan dibangun merupakan bagian dari entitas usaha yang sudah ada sebelumnya. Pengembangan usaha bersifat vertikal ataupun horizontal. Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun unit bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya sedangkan pengembangan horizontal adalah pengembangan usaha baru yang bertujuan untuk memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan komparatif secara *line* produk tidak memiliki hubungan dengan *core* bisnisnya (Subagyo, 2007).

Pengembangan usaha udang vannamei dapat dilakukan mulai dari proses pembenihan sampai dengan pembesaran. Setiap segmen usahanya cukup menguntungkan. Permintaan udang vannamei sangat besar baik pasar lokal maupun internasional, karena memiliki keunggulan nilai gizi yang sangat tinggi serta memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi sehingga menyebabkan udang vannamei berkembang sangat pesat. Produksi udang vannamei di Indonesia selalu meningkat pada periode 2004-2007. Peningkatan produksi terbesar terjadi sejumlah 50.657 ton, yaitu dari 53.217 ton pada tahun 2004 menjadi 103.874 ton pada tahun 2005. Sudah jelas bahwa usaha budidaya udang putih atau udang vannamei sangat menjanjikan. Karena keunggulan-keunggulan udang vannamei itulah pemerintah secara resmi menjadikan udang vannamei sebagai varietas unggul pada 12 Juli 2001 melalui SK Menteri KP No.

41/2001. Sejak itulah budidaya udang vannamei meluas ke berbagai daerah di Indonesia (Komardi,2010).

Kabupaten Lamongan adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur dengan panjang pantai 47 km² yang merupakan penghasil perikanan air tawar, air payau dan air laut. Beberapa komoditi air laut yang terdapat di Kabupaten Lamongan yaitu kerapu, kakap, baronang, udang barong, rajungan, kerang, remis dan rumput laut. Sedangkan potensi luas lahan tambak 1.745,40 Ha dengan potensi produksi 10.472 ton/tahun. Beberapa komoditas air payau yaitu nila, mujair, bandeng, belanak, kerapu, kakap, ikan lain, udang windu, udang putih, udang api-api, udang vanamei, dan udang rebon. Sedangkan, potensi luas lahan untuk budidaya di sawah tambak yaitu 23.454,73 Ha dengan beberapa komoditi yaitu ikan Mas, Nila, Gurami, Mujair, Tawes, Lele, Sidat, bandeng, Udang Vannamei, Sepat siem, Tambakan, Gabus, belut, Nilem, Arengan, Wader pari, Sepat, Keting, Udang Putih, dan Udang Galah (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2011)

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu penghasil udang vannamei di Jawa Timur karena dilihat dari potensi perikanan yang cukup besar maka di daerah ini cocok untuk mengembangkan usaha pembesaran udang vannamei. Adanya pengembangan usaha pembesaran udang vannamei di daerah ini akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar, selain itu dapat membuka lapangan pekerjaan di daerah tersebut sehingga dapat menyerap tenaga kerja pada masyarakat sekitar dan untuk pengusaha pembenihan udang vannamei dapat melakukan dua jenis usaha, yaitu usaha pembenihan udang dan usaha pembesaran udang vannamei, jadi untuk pengusaha pembesaran udang vannamei tidak perlu bersusah payah untuk mendatangkan benih udang vannamei dari daerah lain melainkan dari hasil pembenihannya sendiri, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah pada

usahanya. Maka dengan adanya usaha pembesaran udang vannamei akan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Usaha pembesaran ini telah berkembang dengan baik, namun perkembangan tersebut mengalami kenaikan dan penurunan, sehingga usaha pembesaran tersebut perlu dikaji atau diteliti mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi usaha tersebut. Untuk itu hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian tentang Pengembangan Usaha Pembesaran Udang Vannamei (*Litopaneus vannamei*) Di Tambak “Yaskun” Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur .

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana aspek teknis usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur?
2. Bagaimana aspek pemasaran usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur?
3. Bagaimana kelayakan finansial usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur?
4. Bagaimana aspek manajemen usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur?

5. Strategi pengembangan usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang akan dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis aspek teknis usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis aspek pemasaran usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan finansial usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis aspek manajemen usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
5. Untuk mengetahui dan Menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran budidaya udang vannamei di Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.

1.4 Kegunaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Masyarakat

Sebagai bahan informasi untuk menjaga, memanfaatkan, dan melestarikan potensi sumber daya yang ada sehingga dapat

dikembangkan dan dipergunakan secara berkelanjutan untuk generasi penerus.

2. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan dan pengembangan potensi sumberdaya yang ada dengan melihat keseimbangan manfaat ekologi dan ekonomi, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat serta menambah pendapatan asli daerah.

3. Peneliti

Sebagai informasi keilmuan untuk menambah wawasan pengetahuan dan ketrampilan serta bahan informasi dan pedoman untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Wachidatus (2010), tentang Analisa Usaha Budidaya Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) dan Ikan Bandeng (*Chanos-chanos Sp*) di Desa Sidokumpul Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan Jawa timur. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan gambaran tentang usaha budidaya vannamei dan ikan bandeng, dan untuk mengetahui kelayakan usaha budidaya udang vannamei dan ikan bandeng sehingga bisa diketahui apakah usaha budidaya udang vannamei dan ikan bandeng layak dan menguntungkan untuk diusahakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha budidaya udang vannamei dan ikan bandeng layak dan menguntungkan untuk diusahakan. Usaha yang dilakukan pemilik tambak tergolong semi intensif ditinjau dari luas lahan dan pemberian pakan alami dan pakan buatan. Dari analisa ekonomi diperoleh hasil sebagai berikut : *Ratio cost* (R/C) rata-rata 1,7, Rentabilitas rata-rata 69,96% dan Analisa titik impas (BEP) sales : 2.868.427.

Berdasarkan penelitian Maulina, Asep, dan Indah (2012), tentang analisis Prospek Budidaya Tambak Udang. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji profil budidaya tambak, menganalisis prospek budidaya tambak di Kabupaten Garut berdasarkan komoditas budidaya dan teknologi budidaya serta menentukan strategi pengembangan budidaya tambak yang sesuai dengan potensi dan daya dukung lingkungan pertambakan di Kabupaten Garut. Data yang diperoleh dari penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Analisis data menggunakan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budidaya udang vannamei di Mekarsari Kabupaten Garut dilakukan secara intensif dengan nilai R/C sebesar 1,9 dan hasil dari perhitungan matriks strategi perusahaan sekarang berada pada kuadran 1 yang cenderung mendukung strategi agresif (S-O).

Pemaknaan strategi menghasilkan dua alternatif strategi yaitu peningkatan produksi melalui peningkatan teknologi secara intensif berwawasan lingkungan dan pengembangan produksi tambak dan usaha pembenihan sampai ke pembesaran.

2.2 Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*)

2.2.1 Klasifikasi Udang Vannamei

Udang vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) merupakan udang asli perairan Amerika latin. Udang ini dibudidayakan mulai dari Pantai Barat Meksiko kearah selatan hingga daerah peru. Sejak 4 tahun terakhir, budidaya udang ini mulai merebak dengan cepat di kawasan Asia , sperti Taiwan, Cina, dan Malaysia, bahkan kini di Indonesia. Pada tahun 1999, beberapa petambak di Indonesia mulai mencoba membudidayakan udang vannamei. Produk yang dicapai saat itu sungguh luar biasa. Apalagi, produk udang windu yang saat itu sedang berkembang mengalami penurunan karena seringnya terkena penyakit, terutama bercak putih (*white spot syndrome virus*) (Haliman dan Adijaya, 2005).

Gambar morfologi Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Udang Vannamei (*Litopenaeus Vannamei*)

2.2.2 Fisiologi Udang Vannamei

Hendrajat (2003) menyatakan bahwa Udang vannamei (*Litopenaeus vannamei*) semula digolongkan kedalam hewan pemakan segala macam bangkai (*omnivorus scavenger*) atau pemakan detritus. Usus udang menunjukkan bahwa udang ini adalah merupakan omnivora namun cenderung karnivora yang merupakan *crustacea* kecil dan *polychaeta*.

Adapun sifat yang dimiliki Udang vannamei (*Litopenaeus Vannamei*) menurut (Fergan,2001) adalah sebagai berikut :

A. Nocturnal

Secara alami udang vannamei merupakan hewan nocturnal yang aktif pada malam hari untuk mencari makan, sedangkan pada siang hari sebagian dari mereka bersembunyi di dalam substrat atau lumpur.

B. Kanibalisme

Udang putih suka menyerang sesamanya, udang sehat akan menyerang udang yang lemah terutama pada saat moulting atau udang sakit. Sifat kanibal akan muncul terutama bila udang tersebut dalam keadaan kekurangan pakan pada padat tebar tinggi.

C. Omnivora

Udang vannamei termasuk jenis hewan pemakan segala, baik dari jenis tumbuhan maupun hewan. Sehingga kandungan protein pakan yang diberikan lebih rendah dibandingkan dengan pakan untuk udang windu yang bersifat cenderung karnivora, sehingga biaya pakan relatif lebih murah.

D. Moulting (pergantian kulit)

Proses moulting ini menghasilkan peningkatan ukuran tubuh (pertumbuhan) secara berkala. Ketika moulting, tubuh udang menyerap air dan bertambah besar, kemudian terjadi pengerasan kulit. Setelah kulit luarnya keras, ukuran tubuh udang tetap sampai pada siklus moulting berikutnya.

E. Ammonothelic

Amonia dalam tubuh udang vannamei dikeluarkan lewat insang.

2.2.3 Moulting (Pergantian kulit)

Haliman dan Adijaya (2005) menjelaskan bahwa genus *pennaeid* mengalami pergantian kulit (*moulting*) secara periodik untuk tumbuh, termasuk udang putih. Proses *moulting* diakhiri dengan pelepasan kulit luar dari tubuh udang.

Fase moulting pada Udang vannamei (*Litopenaeus vannamei*)

Fase	Lama	Ciri – ciri
Postmoulting awal	6 – 9 jam	Kulit luar licin, lunak, dan membentuk semacam membran yang tipis dan transparan. Udang berada di dasar tambak dan diam. Lapisan kulit hanya terdiri dari <i>epikutila</i> dan <i>eksokutikula</i> . <i>Endoskutikula</i> belum terbentuk.
Postmoulting lanjutan	1 -1,5 hari	Epidermis mulai mensekresi endoskutula. Kulit luar, mulut, dan bagian tubuh lain tampak mulai mengeras. Udang mulai mau makan.
Intermoult (Moulting Premoult)	4 – 5 hari	Kulit luar mengeras permanen. Udang sangat aktif dan nafsu kembali normal.
Persiapan (Moulting Premoult)	8 – 10 hari	Kulit luar lama mulai memisah dengan epidermis dan terbentuk kulit luar baru, yaitu epitelkutikula dan eksokutikula baru dibawah lapisan kulit luar yang lama. Sel – sel epidermis membesar . pada tahap akhir, kulit luar mengembang seiring peningkatan volume cairan tubuh udang (<i>Haemolyp</i>) karena menyerap air.
Moulting (<i>ecdysis</i>)	30 – 40 detik	Terjadi pelepasan atau ganti kulit dan tubuh udang. Kulit udang yang lepas disebut <i>exuviae</i> .

2.3 Aspek teknis budidaya pembesaran Udang Vannamei

2.3.1 Persiapan kolam pembesaran Udang Vannamei

Dalam usaha pembesaran Udang vannamei, perlu dilakukan persiapan kolam yang akan digunakan dalam pembesaran Udang vannamei. Dalam persiapan kolam, dilakukan pengolahan media tanah sebagai syarat pengkondisian lingkungan yang cocok untuk kelangsungan hidup udang. Kegiatan persiapan kolam antara lain :

1. Pengeringan tanah

Pada pembesaran Udang vannamei, tanah sebagai dasar pada persiapan satu kali siklus dibiarkan dalam kondisi terjemur matahari. Dalam pengeringan ini, bertujuan untuk membunuh sisa-sisa bakteri pembusuk, sisa kotoran dan pakan pada siklus sebelumnya, menghilangkan air-air yang tergenang yang mengandung gas-gas beracun dan sisa plankton. Pengeringan dasar tambak dilakukan selama 7-14 hari sesuai dengan terik matahari hingga tanah menjadi kering. Diharapkan, setelah dilakukan pengeringan tanah tambak, sinar UV yang ada pada sinar matahari dapat membunuh bakteri pembusuk, menaikkan pH tanah, serta memudahkan dalam renovasi kolam agar tidak licin dan berlumpur.

2. Renovasi

Setelah proses pengeringan dasar tambak, dilakukan beberapa perbaikan di beberapa bagian tambak seperti tanggul, parit air, pintu air, menggali saluran pembuangan air, serta memperbaiki alat-alat yang akan digunakan dalam budidaya udang seperti kincir air, pompa dan alat operasional lainnya.

3. Pengapuran

Pengapuran dilakukan setelah dilakukan pengeringan tanah dasar. Pemberian kapur ini bertujuan untuk menaikkan pH tanah dan

mempertahkannya dalam kondisi yang stabil. Selain itu, diharapkan, setelah pemberian kapur tanah dasar menjadi subur, reaksi kimia yang terjadi didasar tanah menjadi baik, gas-gas beracun dapat terikat secara kimiawi. Pada umumnya, kapur yang digunakan dalam pengapuran untuk persiapan tambak adalah kapur gamping dan dolomite yang mengandung unsur magnesium.

4. Pemupukan

Pemupukan, dilakukan untuk mempersubur kondisi air yang digunakan untuk menumbuhkan pakan alami udang, seperti plankton. Pemupukan dilakukan dengan pemberian pupuk alami dan pupuk buatan. Pupuk alami yang digunakan biasanya dengan kotoran sapi yang telah diolah menjadi kompos dengan jumlah rata-rata 1000-3000 Kg/ha untuk sekali siklus pembesaran. Sedangkan pupuk buatan yaitu UREA masing-masing antara 75-100 Kg/ha/musim pemeliharaan.

2.3.2 Penebaran benur Udang vannamei

Benur merupakan bibit udang yang siap ditebar untuk usaha pembesaran. Jenis benur sangat menentukan kualitas dari benur seperti ketahanan terhadap penyakit dan virus. Pada Usaha pembesaran, benur yang digunakan diperoleh dari CPB Rembang. Digunakan benur SPF (*spesies pathogen free*) yang artinya yang terbebas dari virus dan bakteri. Sehingga kelangsungan hidup bisa dijaga tanpa adanya gangguan.

Menurut Soeseno (1993) benur yang baik selalu masih cerah warnanya dan langsing, padat berisi, tidak bengkok kusam. Diciduk dengan gayung bersama airnya dan dituang ketempat lain, selalu berusaha menempel didasar gayung, tidak mau hanyut begitu saja. Sungutnya jelas kembang kempis. Kalau sungut ini sudah tidak rapat lagi, tapi membentuk huruf V, itu tanda benur sudah payah dan sebaiknya tidak dibeli.

2.3.3. Pengelolaan Air

Air yang merupakan media hidup bagi Udang Vannamei, memiliki peranan yang sangat vital karena akan menentukan kelangsungan hidup udang yang akan dibudidayakan karena makhluk hidup memiliki ambang toleransi terhadap beberapa zat-zat sebagai kebutuhan hidup. Ada beberapa parameter yang selalu di jaga dan dikontrol dalam pelaksanaan pembesaran, diantaranya meliputi : salinitas, oksigen, dan pH air.

2.3.4 Pemberian Pakan

Pakan yang digunakan dalam usaha pembesaran ini yaitu pakan luxindo dan pakan alami yang terdiri dari plankton. Pakan buatan sangat diperlukan di tambak udang vannamei ini, karena dengan padat penebaran yang tinggi, pakan alami yang ada tidak akan cukup yang mengakibatkan pertumbuhan udang terhambat dan akan timbul sifat kanibalisme udang. Pelet udang dibedakan dengan penomoran yang berbeda sesuai dengan pertumbuhan udang yang normal antara lain:

- ✓ Umur 1-10 hari pakan 01
- ✓ Umur 11-15 hari campuran 01 dengan 02
- ✓ Umur 16-30 hari pakan 02
- ✓ Umur 30-35 campuran 02 dengan 03
- ✓ Umur 36-50 hari pakan 03
- ✓ Umur 51-55 campuran 03 dengan 04
- ✓ Umur 55 hingga panen 04 hingga panen

Untuk meningkatkan pertumbuhan udang, perlu penambahan nutrisi lengkap dalam pakan. Untuk itu, pakan harus dicampur dengan vitamin-vitamin yang mengandung mineral-mineral penting, protein, lemak dan vitamin dengan dosis 5cc/kg pakan untuk umur dibawah 60 hari dan setelah itu 10 cc/kg pakan hingga panen. Setelah pemberian pakan udang dilakukan para karyawan tambak

akan mengecek anco setiap petak apakah pakan tersebut termakan atau tidak, karena sampel anco akan menentukan pemberian pakan berikutnya.

2.3.5 Pemeliharaan Kolam

Selama kegiatan pembesaran udang vannamei dilakukan kegiatan yaitu pemeliharaan kolam, meliputi pemberian pakan, perawatan kolam, pengontrolan kualitas air, dan pengamatan kesehatan, untuk pemberian pakan harus sesuai dengan pengamatan anco, perawatan kolam dapat dilakukan dengan cara penyhipon yang dilakukan selama tiga hari sekali, untuk menjaga kualitas air maka dilakukan pengamatan mengenai salinitas, okesigen terlarut dan ph, yang paling penting adalah pengamatan kesehatan pada udang terhadap serangan hama dan penyakit.

2.3.6 Pengendalian Hama dan Penyakit

Virus dan penyakit merupakan masalah yang sangat perlu diperhatikan dalam budidaya Udang vannamei. Karena ketika udang telah terkena penyakit atau virus, biasanya akan menulari udang lain dalam satu tambak, bahkan menulari petak disebelahnya. Apabila terkena penyakit atau virus, 80% harus dipanen secara mendadak karena kemungkinan akan mati dan mengambang diatas permukaan laut. Pada sejarah budidaya udang di tambak ini biasanya disebabkan plankton *vibrio* atau *white spot*.

2.3.7 Pemanenan

Panen di tambak ini ada dua macam antara lain, panen parsial dan panen total. Panen parsial dilakukan 1 kali dalam satu siklus, panen parsial bertujuan untuk mengetahui fluktuasi agar oksigen berkecukupan dan menurunkan kepadatan udang ditambak. Panen total dilakukan setelah udang mencapai size

yang diinginkan atau pertumbuhan udang yang sudah tidak optimal sedangkan umur maksimal untuk pertumbuhan yang optimal 125 hari.

Panen dilakukan pada kisaran umur 110-130 hari. Karena pada umur tersebut pertumbuhan udang sudah sangat sedikit dan tidak dapat dimaksimalkan lagi. Kemudian pada umur tersebut diperkirakan akan mencapai size 40 ekor/kg yang jika dihitung untuk mencari nilai keuntungan sudah dicapai jika produksi bagus. Tetapi apabila populasi udang sudah terkena virus atau penyakit maka akan segera dilakukan pemanenan karena dikhawatirkan udang akan mati dan harga jual udang tersebut akan menurun dibandingkan kualitas udang yang tidak terkena penyakit.

Pemanenan dilakukan dengan alat serok yang pada istilah setempat disebut kegiatan *nyothok*. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mendorong alat berbentuk segitiga dan dilapisi dengan jaring yang berfungsi menangkap udang yang akan dipanen. Pada saat pemanenan 5 orang bertugas untuk *nyothok* dan 10 orang akan menunggu hingga udang terkumpul dalam sak yang telah disediakan dan akan dibawa ke tempat penyortiran dan pencucian hingga nanti ditimbang. Orang yang bertugas menyortir udang biasanya merupakan pekerja yang dibawa oleh pembeli atau pedagang yang telah menyepakati perjanjian jual-beli dengan pemilik.

Menurut Soeseno (1993) panen udang yang banyak dan amat berharga itu tidak mungkin dilakukan secara tradisional seperti bandeng yang bertele-tele. Harus cepat dan efisien agar tidak banyak yang rusak karena terlalu lama digiring dalam lumpur atau dibiarkan menunggu pengangkutan, pengangkutan mutlak dilakukan pada malam, karena udang sedang giat-giatnya mencari makan

2.4. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya (*A social and managerial proces whereby individuals and group obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with other*) (Kotler, 1995).

Pemasaran adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan produk atau jasa yang kemudian dinikmati atau dibeli oleh mereka yang membutuhkan melalui proses pertukaran penciptaan produk dan jasa tersebut didasarkan pada permintaan dan penawaran kelompok pasar tertentu. Kelompok pasar menurut Kasmir (2006) meliputi :

1. Pasar konsumen, pasar di mana individu dan rumah tangga dapat membeli barang atau jasa untuk dikonsumsi sendiri.
2. Pasar industri, pasar dimana pihak-pihak yang membeli barang atau jasa mempergunakannya kembali untuk menghasilkan barang/jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.
3. Pasar reseller, pasar yang terdiri atas unit-unit pemerintahan yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk melaksanakan fungsibutama pemerintah pusat dan daerah.
4. Pasar Internasional, produk atau jasa yang terdiri atas pasar antar negara atau pasar internasional (ekspor dan impor).

2.4.1 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (1995), bauran pemasaran dibagi menjadi 4 kelompok luas yaitu product, price, place dan promotion (4p). Pengkombinasikan bauran

produk, harga, lokasi, dan promosi, tersebut memegang peranan penting sebagai bagian dari bauran perusahaan dalam mewujudkan keputusan konsumen.

Menurut Kasmir (2006), adapun strategi bauran pemasaran terbagi menjadi 4 yaitu:

a. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan.

b. Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

c. Distribusi

Masalah distribusi sangat menentukan cepat tidaknya produk tiba di tangan konsumen. Bagaimana strategi perusahaan dalam mendistribusikan produknya, mulai dari pabrik atau produsen sampai di tangan konsumen atau pembeli. Distribusi adalah cara pengusaha menyalurkan produknya mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Dalam strategi distribusi ini yang perlu dipertimbangkan adalah berapa jalur atau rantai distribusi atau tingkat yang diperlukan dalam penyaluran produk. Semakin pendek rantai distribusi yang dilalui suatu produk akan semakin efisien dan efektif. Kelambatan dalam waktu penyaluran produk, maka kesempatan akan diambil oleh para pesaing. Untuk itu perusahaan harus mampu memilih strategi yang tepat dalam distribusi produk.

d. Promosi

Kegiatan promosi ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan (3p) sebelumnya. Setiap wirausaha berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Setidaknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan, yaitu :

- a) Periklanan (*advertising*), seperti pemasangan billboard, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, umbul-umbul, iklan melalui media cetak dan media elektronik.
- b) Promosi penjualan (*sales promotion*), untuk menarik pelanggan agar segera membeli produk/produk/jasa yang ditawarkan.
- c) Publisitas (*publicity*), kegiatan untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran dan bakti sosial. Lewat kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata para konsumennya.
- d) Penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh salesman atau salesgirl dengan cara door to door (dari pintu ke pintu).

2.4.2 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 Finansial

Aspek finansial yang akan dianalisis di penelitian ini meliputi jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek yang dianalisis meliputi permodalan, biaya produksi, penerimaan, *RC/ Ratio*, keuntungan, rentabilitas, *Break Event Point*, dan *REC.*. Sedangkan jangka panjang meliputi *Net present Value* (NPV), *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) dan analisis sensitivitas.

2.5.1 Analisis Jangka Pendek

2.5.1.1 Permodalan

Investasi yang dilakukan dalam berbagai bidang usaha, sudah tentu memerlukan sejumlah modal (uang) disamping keahlian lainnya. Modal yang digunakan untuk membiayai suatu bisnis, mulai dari biaya pra investasi, biaya investasi dalam aktiva tetap sampai dengan modal kerja / aktiva lancar. Untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Menurut Riyanto (2001), setiap usaha akan berjalan bila terdapat modal untuk memenuhi usaha tersebut. Berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan dibagi menjadi dua yaitu modal kerja dan modal tetap. Modal kerja dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel atau biaya tidak tetap. Sedangkan berdasarkan asalnya modal dibedakan menjadi modal sendiri, modal asing dan modal badan usaha. Biaya tetap merupakan biaya yang tahan lama yang tidak atau secara berangsur-angsur habis turut serta dalam produksi.

2.5.1.2 Biaya Produksi

Menurut Rahardi (1997), biaya adalah satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk tercapainya suatu hasil produksi. Biaya total

(TC) didapat dari penjumlahan dari biaya tetap dengan biaya variable. Biaya total

(TC) dirumuskan :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variabel Cost* (biaya variabel)

2.5.1.3 Penerimaan

Menurut Rahardi (1997), penerimaan (TR) didapat dari perkalian antara produk yang dihasilkan (Q) dengan harga satuan produk (P). Penerimaan dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = Total Revenue (penerimaan)

P = Harga satuan Produk

Q = Jumlah Produk yang terjual

2.5.1.4 Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Menurut Effendi dan Oktariza (2006), Analisis *RC Ratio* merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang di pakai dalam kegiatan tersebut.

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

Dengan asumsi apabila

R/C > 1 maka usaha dikatakan menguntungkan

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

R/C<1 maka usaha dikatakan mengalami kerugian

2.5.1.5 Keuntungan

Keuntungan atau laba adalah selisih antara penerimaan (TR) dengan total biaya (TC). Menurut Soekartawi (1995), keuntungan atau laba usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap. Keuntungan usaha ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

- π = Keuntungan
 TR = Total Revenue
 TC = Total cost

Kriterianya adalah :

- Apabila $TR > TC$, maka usaha tersebut untung atau laba.
- Apabila $TR = TC$, maka usaha tersebut impas
- Apabila $TR < TC$, maka usaha tersebut rugi

2.5.1.6 Rentabilitas

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

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

Dimana,

- L = Jumlah laba dalam periode tertentu
 M = Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut

2.5.1.7 Break Event Point (BEP)

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

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

1. BEP atas dasar unit

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

Dimana:

- P = Harga jual per unit
- V = Biaya variabel per unit
- FC = Biaya tetap
- Q = Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

2. BEP atas dasar sales

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

Dimana:

- FC = Biaya tetap
- VC = Biaya tidak tetap
- S = Volume penjualan

2.5.1.8 Return to Equity Capital (REC)

Return to Equity Capital (REC) adalah suatu ukuran untuk mengetahui nilai imbalan terhadap modal sendiri (Primsyastanto dan Istikharoh, 2006).

Analisa REC dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$REC = \frac{Laba\ Bersih - NKK}{Modal} \times 100\%$$

Dimana :

REC = Nilai imbalan terhadap modal (%)

Laba Bersih = Total pendapatan – total biaya (Rp/siklus produksi)

2.5.2 Analisis Jangka Panjang

2.5.2.1 Net Present Value (NPV)

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

2.5.2.2 Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)

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

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

2.5.2.3 Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Husna dan Suwarsono (2000), Metode *Internal Rate of Return* (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang

investasi dengan nilai sekarang penerimaan – penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang diisyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.

Menurut Riyanto (2009), *intenal 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*).

2.5.2.4 Payback Period (PP)

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

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

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

2.5.2.5 Analisis Sensitivitas

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

Analisis sensitivitas merupakan suatu analisis simulasi yang dilakukan

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

2.6 Aspek Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tertentu Hasibuan (2000) dalam Torang (2013).

Menurut Sarwoto (1994) dalam Torang (2013), Manajemen adalah proses memimpin dan melancarkan pekerjaan bagi orang-orang yang terorganisir secara formal sebagai kelompok untuk memperoleh tujuan yang diinginkan. Manajemen meliputi beberapa aspek, yaitu:

2.6.1 Perencanaan (*planning*)

Menurut Handoko (2009), perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan dan rencana harus diimplementasikan. Setiap saat selama proses implementasi dan pengawasan, rencana-rencana mungkin memerlukan modifikasi agar tetap berguna. Perencanaan kembali kadang-kadang dapat menjadi faktor kunci pencapaian sukses akhir. Oleh karena itu perencanaan harus mempertimbangkan kebutuhan fleksibilitas, agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin.

2.6.2 Pengorganisasian (*organizing*)

Menurut Manullang (1981) dalam Torang (2013), pengorganisasian adalah pengelompokan aktivitas yang akan dilakukan atau pendistribusian tugas dan

fungsi kepada setiap individu yang ada dalam organisasi. Disamping itu pengorganisasian juga dimaksudkan untuk menentukan dan menetapkan kedudukan serta sifat hubungan antar masing-masing unit.

2.6.3 Penggerak (actuating)

Menurut Terry (1985) dalam Torang (2013), actuating adalah tindakan, karena sesuatu tidak akan terjadi tanpa melalui tindakan. Apabila seseorang atau pimpinan hanya 'no action' but 'talk only', maka tidak ada sesuatu yang dapat dihasilkan. Dapat dikatakan bahwa: "the essence of leader is action" karena yang diharapkan dari seseorang pimpinan adalah 'action'nya atau cara meng-'directing or actuating' bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi.

2.6.4 Pengawasan (controlling)

Menurut Soekarno (1982) dalam Torang (2013), pengawasan adalah pengendalian atau kontrol yang dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian kompetensi yang dimiliki oleh seseorang dengan tugas yang diberikan padanya dan mengetahui kesesuaian waktu dengan hasil pekerjaan. Apabila dalam pelaksanaan pengawasan ditemukan kesalahan atau kekeliruan, segera dilakukan perbaikan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif, efisien, dan rasional.

2.7 Analisis SWOT

SWOT adalah sebuah cara yang mudah dipahami dalam mengidentifikasi, merumuskan, mengenali suatu masalah pengembangan pengelolaan di wilayah tersebut. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan penelitian, analisa swot dapat membantu dalam mengidentifikasi masalah-masalah di wilayah yang akan dilakukannya penelitian. 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).

Analisis SWOT adalah satu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan itu alternatif-alternatif strategik dapat disusun. Kegagalan menganalisisnya berarti gagal dalam mencari relasi dan titik temu antara faktor-faktor strategik dalam lingkungan eksternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan, dan sasaran organisasi; juga merupakan kegagalan dalam mempersiapkan suatu keputusan strategik yang baik. Pekerjaan ini tetap menjadi tugas pokok dari kelompok koalisi eselon atas dan belum bias didelegasikan kepada eselon bawah berperan dalam menyediakan data yang diperlukan untuk mempertajam analisis SWOT. Hanya dengan analisis SWOT, keputusan-keputusan strategik yang baik dapat dihasilkan (Salusu,1996).

2.7.1 Matriks Faktor Strategi Internal

Menurut Rangkuti (2006), faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi pada suatu tabel IFAS (*internal strategic Factors Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka strenght dan weaknes perusahaan. Cara menentukan faktor strategi internal adalah sebagai berikut:

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

3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor untuk memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai +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 di bandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor.
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan catatan atau komentar mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2.7.2 Matrik Faktor Strategi Eksternal

Menurut Rangkuti (2006), sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).

2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing 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 rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan 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.

2.7.3 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.

1. Strategi SO

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

2. Strategi ST

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

3. Strategi WO

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

4. Strategi WT

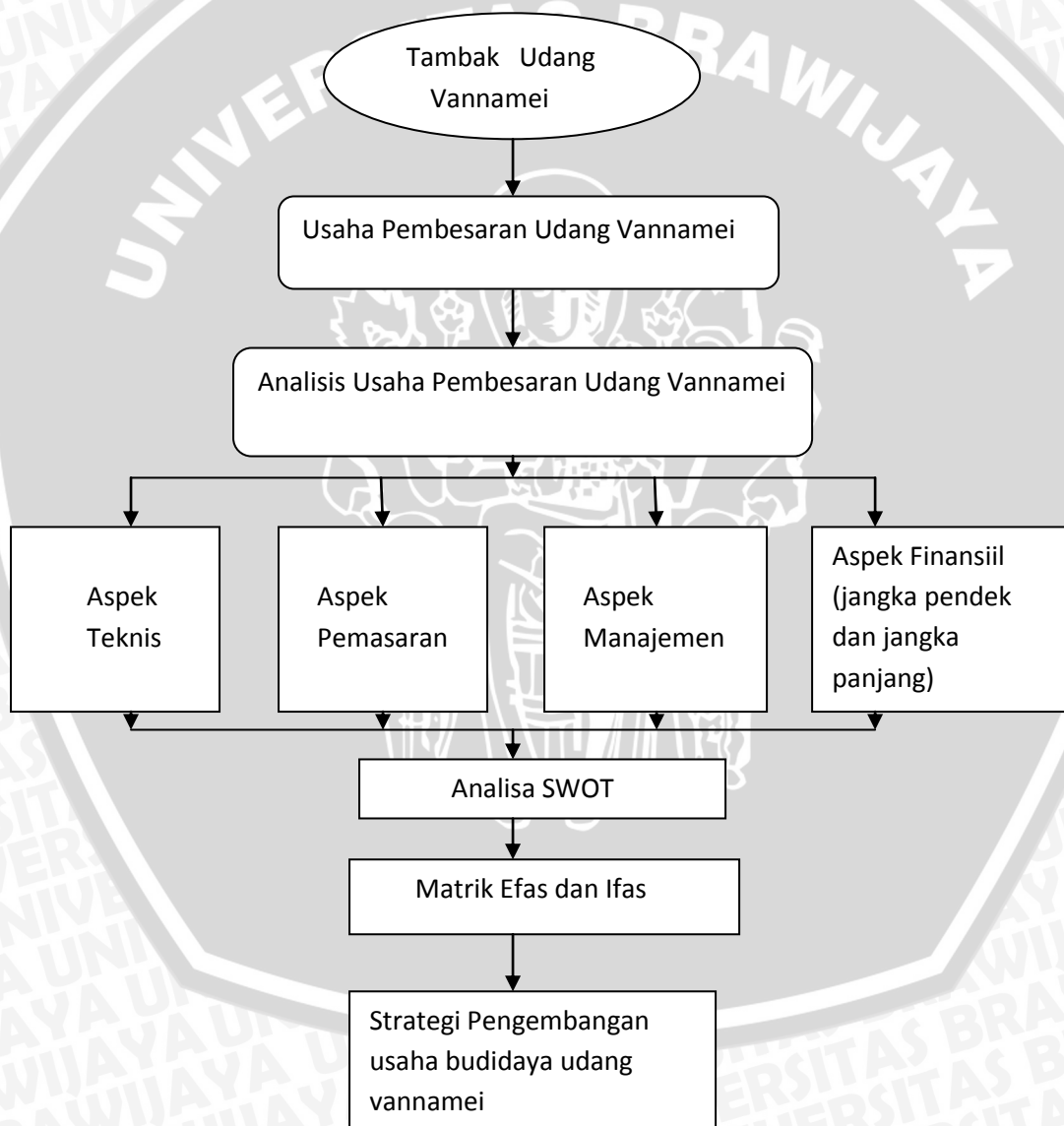
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan yang ada serta menghindari ancaman.

2.8 Kerangka Pemikiran

Udang vannamei merupakan spesies udang budidaya yang berasal dari perairan Amerika Tengah, tepatnya pada negara-negara Amerika Tengah dan Selatan seperti Ekuador, Venezuela, Panama, Brazil, dan Meksiko yang sudah lama membudidayakan jenis udang yang biasa disebut sebagai pacific white shrimp ini.

Udang vannamei sendiri mulai masuk ke Indonesia dan dibudidayakan pada awal 2000an. Dimana masuknya udang vannamei ini telah menggairahkan kembali pertambakan udang di Indonesia yang sempat mengalami kegagalan budidaya karena serangan hama penyakit. Sampai saat ini udang vannamei sudah menjadi alternatif para pengusaha tambak untuk meningkatkan

produktivitasnya. Udang vannamei merupakan komoditas unggulan saat ini, pengembangan usahanya dapat dilakukan mulai dari pembenihan sampai dengan konsumsi, selain untuk konsumsi pasar lokal udang vannamei juga telah diekspor dan permintaannya pun cukup besar sehingga udang vannamei memiliki potensi untuk dikembangkan. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Tambak “Yaskun” Desa Kandang Semangkon, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur pada bulan September 2014. Penelitian ini memilih di tambak ini, karena usaha ditambak ini dianggap lebih berkembang daripada dengan petambak yang lain di Desa tersebut.

3.2. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif (*deskriptive research*) dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual. Penelitian deskriptif dapat pula diartikan sebagai penelitian yang di maksudkan untuk memotret fenomena individual, situasi, atau kelompok tertentu yang terjadi baru-baru ini (sudarwan, 2002). Sehingga dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini dapat menggambarkan segala sesuatu yang ada di lapang secara faktual seperti aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan pengembangan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

3.3. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Umar (1998), *purposive sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai saut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Pengambilan data pada penelitian ini yaitu dengan *metode purposive sampling*. Tujuan dengan menggunakan *metode purposive sampling* ini untuk digunakan mengambil data yang melalui beberapa responden yang karakteristik tertentu dianggap mempunyai saut paut pada lokasi penelitian ini. Untuk mencari

informan yang diteliti secara umum yang akan dijadikan responden antara lain adalah pemilik tambak pembesaran budidaya udang vannamei, teknisi pembesaran udang vannamei, karyawan udang vannamei, pengepul udang vannamei, Kantor Balai Desa Kandang Semangkon, dan Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan. Disamping itu untuk menambah informasi agar didapatkan informasi secara valid diperlukan alat bantu seperti hp, kamera, dan lain-lain.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2011), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan, dan lain-lain.

Bila bisa dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011.)

3.4.1 Data Primer

Menurut Marzuki (1986), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh secara langsung dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari hasil survei, wawancara, observasi dan dokumentasi langsung kepada narasumber meliputi, pemilik tambak pembesaran udang vannamei, teknisi pembesaran udang vannamei, karyawan udang vannamei, tengkulak pembesaran udang vannamei yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang

aspek teknis, aspek pemasaran, dan pengembangan budidaya pembesaran udang vannamei.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang sudah tersedia yang mungkin berguna untuk tujuan survei tertentu. Data ini mungkin tersedia dari dalam (*internal*) atau dari luar (*eksternak*) (Jamli dan Winahjoe,1992). Pada penelitian skripsi ini, data sekunder yang dikumpulkan dari Kantor Desa Kandang Semangkon, keadaan umum tempat penelitian, sejarah usaha pembesaran udang vannamei, dan Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Nazir (2003) *dalam* Torang (2013), pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah riset yang dipecahkan. Masalah memberikan arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data. Banyak masalah yang dirumuskan tidak bisa terpecahkan karena metode untuk memperoleh data yang digunakan tidak memungkinkan, ataupun metode yang ada tidak dapat menghasilkan data seperti yang diinginkan.

3.5.1 Observasi

Dalam penelitian ini cara yang digunakan adalah melakukan pengamatan secara langsung di tempat yang akan diteliti. Sasaran observasi ini meliputi mencatat dan mengamati kegiatan yang dilakukan pada usaha pembesaran udang vannamei ini.

Menurut Marzuki (1986), observasi berarti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki tanpa mengajukan pertanyaan.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data. Wawancara juga merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam serta dapat digunakan dalam jumlah responden yang terbatas (Torang, 2013). Dalam penelitian ini wawancara ditujukan pada pihak-pihak yang terkait melalui komunikasi langsung dengan menggunakan kuesioner yang meliputi : aspek teknis budidaya udang vannamei, aspek pemasaran udang vannamei, aspek manajemen udang vannamei dan aspek finansial udang vannamei selama usaha tersebut.

3.5.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan apabila peneliti sudah mengetahui variabel yang akan diukur. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka (Torang, 2013). Pertanyaan yang diajukan kepada responden yaitu kepada pemilik usaha pembesaran udang vannamei melalui kuesioner tentang aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansial usaha pembesaran udang vannamei.

3.5.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah deskripsi data peristiwa masa lalu. Data tersebut bisa berbentuk yaitu tulisan, gambar, dan karya seni. Data yang bersumber dari dokumen merupakan data yang diperlukan dalam riset kualitatif sama seperti

observasi dan wawancara (Torang, 2013). Dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini adalah bentuk foto tentang usaha pembesaran udang vannamei.

3.6 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

3.6.1 Deskriptif Kualitatif

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

1. Mengidentifikasi aspek teknis dari usaha pembesaran udang vannamei.
2. Mengidentifikasi aspek pemasaran dari usaha pembesaran udang vannamei.
3. Mengidentifikasi aspek manajemen dari usaha pembesaran udang vannamei

Adapun tabel analisis data deskriptif kualitatif dapat dilihat pada tabel 1.

TABEL 1. Analisis data deskriptif kualitatif

NO	Aspek-aspek usaha pembesaran udang vannamei	Keterangan
1.	Aspek teknis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persiapan kolam pembesaran udang vannamei 2. Penebaran benur udang vannamei 3. Pengelolaan air 4. Pemberian pakan 5. Pemeliharaan kolam 6. Pengendalian hama dan penyakit 7. Pemanenan
2.	Aspek pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bauran pemasaran 2. Saluran pemasaran
3.	Aspek Manajemen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan 2. Pengorganisasian 3. Pergerakan 4. Pengawasan

3.6.2. Deskriptif Kuantitatif

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

Pada penelitian ini data yang diperoleh akan dianalisa secara deskriptif yang meliputi, aspek finansil jangka pendek, aspek finansil jangka panjang dan pemberian skor pembobotan pada matrik SWOT untuk menentukan faktor – faktor strategi usaha pembesaran udang vannamei.

1. Analisis Jangka Pendek

Analisis Jangka pendek yang dianalisis meliputi permodalan, biaya produksi, penerimaan, *R/C Ratio*, keuntungan, rentabilitas, *Break Event Point* (BEP), dan REC.

a) Permodalan

Investasi yang dilakukan dalam berbagai bidang usaha, sudah tentu memerlukan sejumlah modal (uang) disamping keahlian lainnya . Modal yang digunakan untuk membiayai suatu bisnis, mulai dari biaya pra investasi, biaya investasi dalam aktiva tetap sampai dengan modal kerja / aktiva lancar. Untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Menurut Riyanto (2001), setiap usaha akan berjalan bila terdapat modal untuk memenuhi usaha tersebut. Berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan dibagi menjadi dua yaitu modal kerja dan modal tetap. Modal kerja dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel atau biaya tidak tetap. Sedangkan berdasarkan asalnya modal dibedakan menjadi modal sendiri, modal asing dan modal badan usaha. Biaya tetap merupakan biaya yang tahan lama yang tidak atau secara berangsur-angsur habis turut serta dalam produksi.

b) Biaya Produksi

Menurut Rahardi (1997), biaya adalah satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk tercapainya suatu hasil produksi Biaya total (TC) didapat dari penjumlahan dari biaya tetap dengan biaya variable. Biaya total (TC) dirumuskan :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variabel Cost* (biaya variabel)

c) Penerimaan

Menurut Rahardi (1997), penerimaan (TR) didapat dari perkalian antara produk yang dihasilkan (Q) dengan harga satuan produk (P). Penerimaan dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = Total Revenue (penerimaan)

P = Harga satuan Produk

Q = Jumlah Produk yang terjual

d) Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Menurut Effendi dan Oktariza (2006), Analisis *RC Ratio* merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang di pakai dalam kegiatan tersebut.

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

Dengan asumsi apabila

R/C > 1 maka usaha dikatakan menguntungkan

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

R/C<1 maka usaha dikatakan mengalami kerugian

e) Keuntungan

Keuntungan atau laba adalah selisih antara penerimaan (TR) dengan total biaya (TC). Menurut Soekartawi (1995), keuntungan atau laba usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap.

Keuntungan usaha ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

π : Keuntungan

TR : Total Revenue

TC : Total cost

Kriterianya adalah :

- Apabila $TR > TC$, maka usaha tersebut untung atau laba.
- Apabila $TR = TC$, maka usaha tersebut impas
- Apabila $TR < TC$, maka usaha tersebut rugi

f) Rentabilitas

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

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

Dimana,

L : Jumlah laba dalam periode tertentu

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut

g) Break Event Point (BEP)

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

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

3. BEP atas dasar unit

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

Dimana:

- P = Harga jual per unit
- V = Biaya variabel per unit
- FC = Biaya tetap
- Q = Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

4. BEP atas dasar sales

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

Dimana:

- FC = Biaya tetap
- VC = Biaya tidak tetap
- S = Volume penjualan

h) Return to Equity Capital (REC)

Return to Equity Capital (REC) adalah suatu ukuran untuk mengetahui nilai imbalan terhadap modal sendiri (Primsyastanto dan Istikharoh, 2006). Analisa REC dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$REC = \frac{Laba Bersih - NKK}{Modal} \times 100\%$$

Dimana :

REC = Nilai imbalan terhadap modal (%)



Laba Bersih = Total pendapatan – total biaya(Rp/siklus produksi)

2. Aspek Finansial Jangka Panjang

Analisis jangka panjang yang dianalisis meliputi : *Net Present Value* (VPV), *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan analisis Sensivitas.

a. *Net Present Value* (NPV)

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

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

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

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

c. *Internal Rate of Return (IRR)*

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

Menurut Riyanto (2009), *intenal 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*).

d. *Payback Period (PP)*

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

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

$$PP = \text{Investasi} / (\text{Proceed 1 tahun}) \times 1 \text{ tahun}$$

e. *Analisis Sensitivitas*

Analisis sensitivitas atau sering pula disebut analisa kepekaan sebenarnya bukanlah teknik untuk mengukur resiko, tetapi merupakan suatu teknik untuk menilai dampak berbagai perubahan dalam masing-masing variabel

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

3.7 Analisis SWOT

SWOT adalah sebuah cara yang mudah dipahami dalam mengidentifikasi, merumuskan, mengenali suatu masalah pengembangan pengelolaan di wilayah tersebut. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan penelitian, analisa swot dapat membantu dalam mengidentifikasi masalah-masalah di wilayah yang akan dilakukannya penelitian. 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).

Analisis SWOT adalah satu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan itu alternatif-alternatif stratejik dapat disusun. Kegagalan menganalisisnya berarti gagal dalam mencari relasi dan titik temu antara faktor-faktor stratejik dalam lingkungan eksternal, sambil mencari hubungannya dengan misi, tujuan, dan sasaran organisasi; juga merupakan kegagalan dalam mempersiapkan suatu keputusan stratejik yang baik. Pekerjaan ini tetap menjadi tugas pokok dari kelompok koalisi eselon atas dan belum bias didelegasikan kepada eselon bawah berperan dalam menyediakan data yang diperlukan untuk

mempertajam analisis SWOT. Hanya dengan analisis SWOT, keputusan-keputusan stratejik yang baik dapat dihasilkan (Salusu,1996)

Alat analisis data yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha pembesaran udang vannamei di Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.

1. Matriks Faktor Strategi Internal

Menurut Rangkuti (2006), faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan diidentifikasi pada suatu tabel IFAS (*internal strategic Factors Analysis Summary*) untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka strenght dan weakness perusahaan. Cara menentukan faktor strategi internal adalah sebagai berikut:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot pada masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor untuk memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk dalam kategori kekuatan) diberi nilai +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 di bandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan

jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah

- 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor.
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan catatan atau komentar mengapa faktor-faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 2. Contoh Tabel IFAS

Faktor internal	stateegi	Bobot (B)	Rating (R)	Bobot x Rating	Keterangan
1. Kekuatan					
2. Kelemahan					
Total		1,00			

Catatan:

Bobot penentuam sebagai berikut :

0,20 : sangat kuat

0,15 : diatas rata-rata

0,10 : rata-rata

0,05 : dibawah rata-rata

Rating untuk kekuatan ditentukan sebagai berikut:

4 : sangat kuat

3 : diatas rata-rata

2 : rata-rata

1 : dibawa rata-rata

Rating untuk kelemahan ditentukan sebagai berikut:

1 : sangat kuat

2 : diatas rata-rata

3 : rata-rata

4 : dibawah rata-rata

2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Menurut Rangkuti (2006), sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetai jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan 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.

Tabel 3. Contoh Tabel EFAS

Faktor internal	strategi	Bobot (B)	Rating (R)	Bobot x Rating	Keterangan
3. Kekuatan					
4. Kelemahan					
Total		1,00			

Catatan:

Bobot penentuam sebagai berikut :

0,20 : sangat kuat

0,15 : diatas rata-rata

0,10 : rata-rata

0,05 : dibawah rata-rata

Rating untuk kekuatan ditentukan sebagai berikut:

4 : sangat kuat

3 : diatas rata-rata

2 : rata-rata

1 : dibawah rata-rata

Rating untuk kelemahan ditentukan sebagai berikut:

5 : sangat kuat

6 : diatas rata-rata

7 : rata-rata

8 : dibawah rata-rata

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.

1. Strategi SO

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

2. Strategi ST

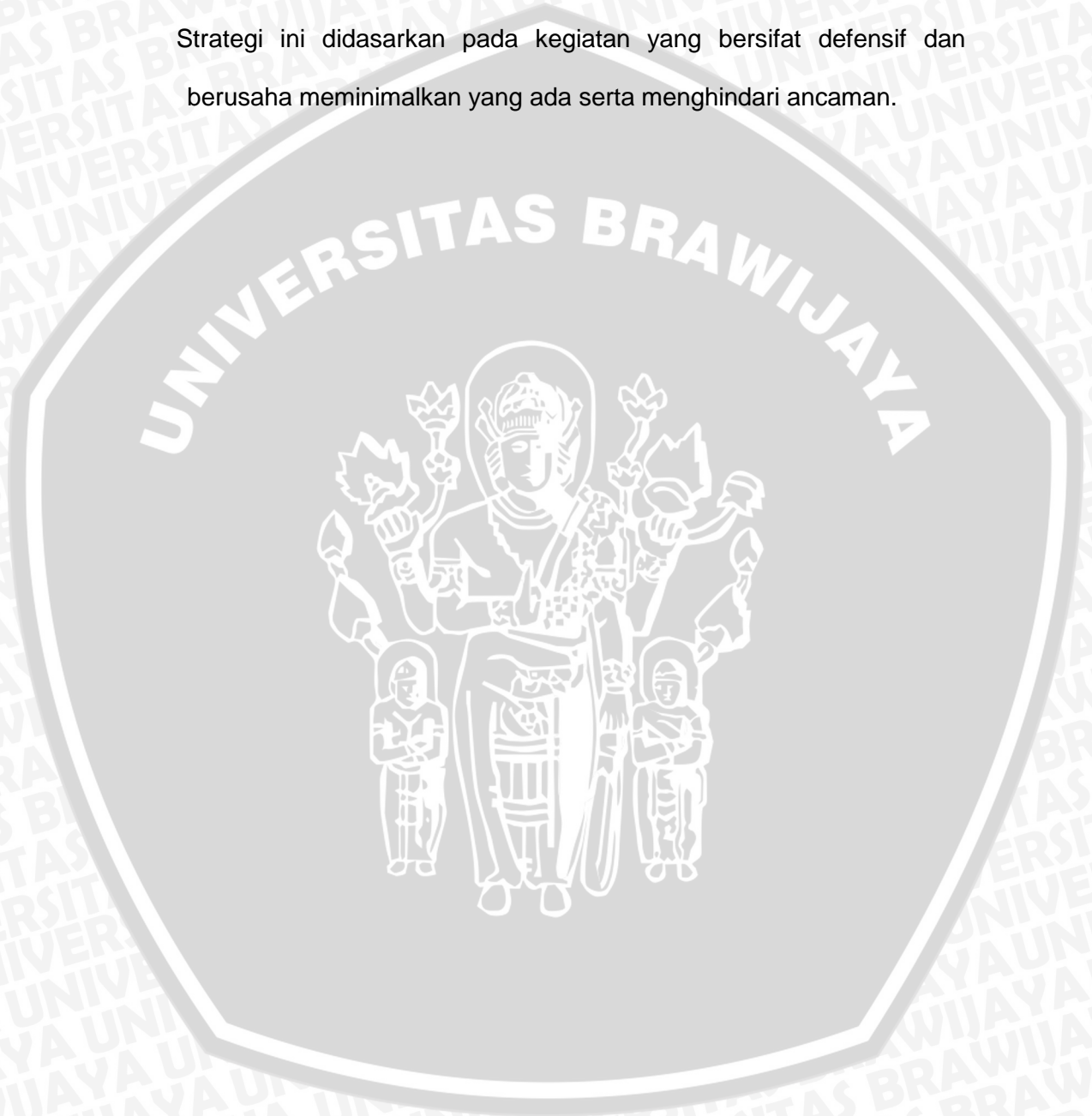
Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

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

4. Strategi WT

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



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis dan Keadaan Topografis

Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei ini terletak di kawasan Desa Kandang Semangkon Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. Desa Kandang Semangkon ini mempunyai luas 456.5680 Ha. (Untuk lebih jelasnya Peta Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan dapat dilihat pada lampiran 1). Batas-batas wilayah Desa Kandang Semangkon adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Selatan : Desa Dadapan Kecamatan Solokuro
- Sebelah Barat : Kelurahan Blimbing
- Sebelah Timur : Desa Paciran

Desa Kandang Semangkon merupakan salah satu desa di Kabupaten Lamongan yang berada di daerah pesisir. Desa ini tersebar dalam 2 desa yaitu Desa Dengok dan Desa Kandang Semangkon.

Berdasarkan keadaan topografinya, Desa Kandang Semangkon berada pada 50 sampai dengan 100 meter dari permukaan air laut sehingga wilayah ini termasuk dataran rendah. Iklim daerah tersebut dipengaruhi oleh musim penghujan dan musim kemarau dengan suhu maksimum atau minimum berkisar dari 20⁰ C-28⁰C dan dengan curah hujan 28-30 mm/tahun. Desa Kandang Semangkon merupakan daerah pantai, yaitu tepatnya Pantai Utara Jawa. Orbitasi atau jarak dari pusat pemerintahan Desa Kandang Semangkon dengan pusat pemerintahan Kecamatan Paciran sejauh 3 km. Dari Kabupaten Lamongan sejauh 37km dan jarak dari Propinsi Jawa Timur sejauh 250 km (Monografi Desa Kandang Semangkon, 2013).

4.1.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia

Penduduk Desa Kandang Semangkon berdasarkan tingkat usia dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yaitu kelompok pertama merupakan kelompok penduduk yang memiliki usia 0 sampai dengan 10 tahun berjumlah 205 orang, kelompok kedua merupakan kelompok penduduk yang memiliki usia 10 sampai dengan 20 tahun berjumlah 288 orang, kelompok ketiga merupakan kelompok penduduk yang memiliki usia 20 sampai dengan 30 tahun berjumlah 2.757 orang, kelompok keempat merupakan kelompok penduduk yang memiliki usia 30 sampai dengan 40 tahun berjumlah 1.381 orang, kelompok kelima merupakan kelompok penduduk yang memiliki usia 40 keatas berjumlah 793 orang

Tabel 4. Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia

No.	Tingkat Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	0 s.d 10	205	3,77
2.	10 s.d 20	288	5,30
3.	20 s.d 30	2.757	50,82
4.	30 s.d 40	1.381	25,46
5.	> 40	793	14,62
	TOTAL	5.424	100

Sumber : Monografi Desa Kandang Semangkon, 2013

Berdasarkan data tabel yang ada diatas dapat disimpulkan dimana pada umur 20 sampai dengan umur 30 sangat dominan. Hal ini menunjukkan bahwa umur yang dominan tersebut kebanyakan sudah bekerja.

4.1.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Penduduk Desa Kandang Semangkon berdasarkan tingkat pendidikan dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yaitu kelompok pertama merupakan kelompok penduduk yang tidak tamat SD/Sederajat berjumlah 462 orang, kelompok kedua merupakan kelompok penduduk yang tamat SD berjumlah 152 orang, kelompok ketiga merupakan kelompok penduduk yang tamat SMP berjumlah 381 orang, kelompok keempat merupakan kelompok

penduduk yang tamat SMA berjumlah 457 orang, dan kelompok kelima merupakan kelompok penduduk yang tamat perguruan tinggi berjumlah 38 orang. Sehingga melihat data diatas tingkat pendidikan di Desa ini kebanyakan tidak tamat SD, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di Desa ini masih rendah.

Tabel 5. Data Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Tidak tamat SD	462	31,00
2.	SD	152	10,20
3.	SMP	381	25,57
4.	SMA	457	30,67
5.	PT	38	2,55
	TOTAL	1.490	100

Sumber : Monografi Desa Kandang Semangkon, 2013

4.1.4 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Penduduk Desa Kandang Semangkon berdasarkan mata pencaharian dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yaitu kelompok pertama merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai Pegawai Negeri Sipil berjumlah 41 orang, kelompok kedua merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai wiraswasta berjumlah 522 orang, kelompok ketiga merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai petani berjumlah 1.000 orang, kelompok keempat merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai nelayan berjumlah 1.600, kelompok kelima merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai pertukangan berjumlah 62 orang, dan keenam merupakan kelompok penduduk yang memiliki mata pencaharian sebagai pekerja lain-lain berjumlah 257 orang. Sehingga melihat dari data diatas mata pencaharian dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian yang ditekuni

oleh masyarakat Desa Kandang Semangkon adalah nelayan, hal tersebut disebabkan adanya potensi perikanan yang sangat melimpah.

Tabel 6. Data Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	41	1,17
2	Wiraswasta	522	14,99
3	Petani	1.000	28,71
4	Nelayan	1.600	45,95
5	Pertukangan	62	1,78
6	Lain-lain	257	7,38
	JUMLAH	3.482	100

Sumber : Monografi Desa Kandang Semangkon, 2013

4.1.5 Keadaan Penduduk Berdasarkan Agama

Penduduk Desa Kandang Semangkon semuanya memeluk agama islam. kelompok penduduk yang beragama Islam berjumlah 5.424 orang. Dari data di atas menunjukkan bahwa agama islam di Desa ini menjadi satu-satunya agama yang di percaya oleh masyarakat disana.

Tabel 7. Data Penduduk Berdasarkan Agama

No	Uraian	Keterangan (orang)	Persentase (%)
1	Islam	5.424	5.424
	Jumlah	5.424	5.424

Sumber : Monografi Desa Kandang Semangkon, 2013

4.2 Keadaan Umum Usaha Perikanan Lamongan

Kabupaten Lamongan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang mempunyai wilayah perairan laut sepanjang 47 km yang meliputi Kecamatan Brondong dan Paciran. Dengan kondisi geografis tersebut, produksi perikanan laut di Kabupaten Lamongan cukup melimpah, melebihi kebutuhan

konsumsi ikan oleh masyarakat. Potensi hasil laut dan pengembangan kawasan pantai lainnya adalah budidaya tambak udang, pembenihan udang, tambak bandeng, Pengembangan dan pembibitan mangrove. Selain dari perairan laut, produksi ikan di Kabupaten Lamongan juga didukung dari hasil budidaya ikan dan udang di perairan darat seperti tambak, sawah tambak, kolam.

Keadaan umum perikanan di wilayah Kabupaten Lamongan meliputi penangkapan ikan, budidaya perikanan, pengolahan hasil perikanan, dan perdagangan ikan. Pada sektor perikanan tangkap, Kabupaten Lamongan memiliki beranekaragam potensi lestari, diantaranya sumberdaya perikanan demersal, yaitu : Ikan Layur, Kerapu, Kakap, Bawal, Sebelah, Bambang, dan lain-lain. Sedangkan sumberdaya perikanan pelagis besar, yaitu Ikan Tuna, Cakalang, Tongkol, Tengiri, dan Marlin. Sumberdaya perikanan pelagis kecil, yaitu: Selar dan Layang. Adapun tabel rekapitulasi produksi laut dan perairan umum Lamongan per kwartal tahun 2012 dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8. Produksi penangkapan ikan dan perairan

NO	Kwarta	Nilai produksi (Rp)		Total Nilai produksi (RP)
		Laut	Perairan Umum	
1.	I	156.072.425.000	6.443.860.000	162.516.285.000
2.	II	176.333.950.000	9.995.843.000	186.329.793.000
3.	III	237.480.600.000	10.403.960.000	247.884.561.000
4.	IV	236.495.273.000	1.732.373.500	241.419.245.100
JUMLAH		806.382.248.000	28.576.037.500	838.149.884.100

Sumber : Profil Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan 2013

Dari tabel produksi penangkapan ikan diatas dapat disimpulkan bahwa potensi perikanan di Kabupaten Lamongan khususnya penangkapan ikan sangat

berpotensi, karena produksinya mencapai total produksi sebesar 838,149,884,100.

Pada sektor budidaya, pengolahan usaha budidaya perikanan dilakukan melalui usaha budidaya air payau di tambak dan budidaya air tawar yang dilakukan di kolam. Wilayah Kabupaten Lamongan mempunyai panjang pantai seluas 37 km yang merupakan modal dasar untuk budidaya air payau. Kabupaten Lamongan mengembangkan udang vannamei, ikan bandeng, dan ikan lainnya. Adapun tabel produksi perikanan budidaya menurut potensi sumberdaya alam, luas, dan nilai produksi di Kabupaten Lamongan dan tabel rekapitulasi produksi budidaya ikan di Kabupaten Lamongan tahun 2012.

Tabel 9. Produksi perikanan budidaya menurut potensi sumberdaya alam, luas dan nilai produksi di Kabupaten Lamongan Tahun 2012

Potensi Sumberdaya alam	Luas (Ha)	Produksi (Kg)	Nilai Produksi (Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Budidaya			
1.1. Tambak	1.745,40	3.818.581	138.582.940.000
1.2. Sawah Tambak	23.454,73	32.263.463	525.515.490.000
1.3. Kolam	341,66	1.150.295	10.707.590.000
1.4. KJA	0,08	12.825	116.330.000
Sub Jumlah	25.541,87	37.245,17	674.922.350.000

Sumber : Profil Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan 2013

Tabel 10. Rekapitulasi Produksi Budidaya Ikan Kabupaten Lamongan

Jenis Ikan	Jumlah Total Produksi ikan (Ton)
Bandeng	13.348.893
Nila	4.247.807
Tombro	2.067.379
Tawes	2.084.567
Lele	1.527.324
Patin	286.620
Gabus	194.122
Gurami	4.682
Mujair	1.581.867
Kerapu	251.391
Ik lain	456.615
Udang vannamei	11.100.314
Udang windu	4.720
Udang lain	38.748
Kepiting	116
Jumlah	37.245.17

Sumber : Profil Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lamongan 2013

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa produksi perikanan budidaya tahun 2012 sebesar 37.245,17 ton dengan nilai sebesar 674,92,35 milyar yang diusahakan oleh 38,574 orang, pada sub sektor perikanan budidaya kegiatan diusahakan pada areal sekitar 25,541,87 hektar, meliputi tambak seluas 1.745.40 hektar, sawah tambak 23.454.73 hektar, kolam 341.66 dan KJA seluas 0,08 hektar. Hal ini menunjukkan bahwa potensi perikanan dan kelautan Kabupaten

Lamongan cukup besar. Untuk itu peluang usaha perikanan di Kabupaten Lamongan mempunyai prospek yang cukup bagus.

Di Kabupaten Lamongan potensi budidaya udang vannamei cukup berkembang, khususnya di Kecamatan Paciran. Dengan adanya potensi yang cukup bagus Bapak Yaskun memanfaatkan peluang yang ada dengan melakukan usaha budidaya pembesaran udang vannamei. pada tahun 2006 dengan modal yang digunakan berasal dari modal sendiri dimana dalam proses produksinya Bapak Yaskun sudah menyiapkan alat yang sudah modern. Selain itu pada awal mula melakukan usaha pembesaran udang vannamei tersebut tenaga kerja yang digunakan hanya dari kalangan keluarga sendiri, tetapi karena semakin berkembangnya usaha, maka jumlah tenaga kerja yang digunakan semakin meningkat, karena usaha pembesaran semakin meningkat maka segala sesuatu yang menjadi pendukung kemajuan usaha diupayakan secara maksimal. Hal ini dilakukan agar usaha tersebut dapat terus maju dan dapat bersaing dengan usaha-usaha lainnya.

Tujuan didirikannya usaha budidaya pembesaran udang vannamei adalah sebagai usaha dagang keluarga yang digunakan sebagai sumber mata pencaharian. Bapak Yaskun untuk meningkatkan pendapatan keluarga, khususnya pemilik sendiri dan bagi penduduk sekitar dapat digunakan untuk mata pencaharian yaitu untuk menyerap tenaga kerja.

Bapak Yaskun selain mengelola usaha pembesaran udang vannamei juga memiliki pekerjaan sampingan yaitu menyediakan kebutuhan nelayan dengan menjual solar, es, dan memiliki kapal. Pekerjaan tersebut juga cukup membantu pemasukan selain dari hasil usaha budidaya pembesaran udang vannamei. Lahan yang dipergunakan Bapak Yaskun dalam mengelola usaha pembesaran udang vannamei yaitu dengan menyewa tambak tersebut dari orang china seluas tiga hektar stengah yang terdiri dari enam petak.

4.3 Aspek Teknis Pembesaran Udang Vannamei

4.3.1 Tahap Persiapan

Pada aspek teknis usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan rumit untuk dijalankan. Mulai dari sarana dan prasarana, pembersihan dan pengeringan kolam, pengisian air kolam, penebaran benur, pemeliharaan, pemberian pakan, pencegahan dan penanggulangan penyakit, dan pemanenan. Tahap-tahap ini dapat dilihat dibawah ini.

A. Sarana Usaha Pembesaran Udang Vannamei

1. Benur

Benur yang digunakan dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini harus benar-benar berkualitas baik. Biasanya benur yang berkualitas baik yaitu benur SPF (*specific pathogen free*) atau SPR (*specific pathogen resistance*). Benur-benur ini sudah diuji mutunya sebelum bisa dibudidayakan oleh pembudidaya usaha pembesaran udang vannamei. Benur ini biasanya mempunyai ciri-ciri warna masih cerah, langsing, tidak bengkok kusam, jika diciduk dengan gayung bersama dengan airnya dan dituangkan ketempat lain biasanya udang tersebut selalu berusaha menempel didasar gayung, dan jika gayung tersebut diputar menggunakan tangan biasanya udang yang masih sehat berenang melawan arus.

2. Kolam

Kolam yang digunakan dalam usaha pembesaran udang vannamei milik Bapak Yaskun ini adalah kolam tradisional dengan sistem pengeluaran dan pemasukan air yang tertata rapi, Dan kolam yang digunakan untuk usaha pembesaran udang vannamei ini mempunyai luas 3,5 hektar yang dibagi menjadi 6 petak. Kolam yang digunakan pada usaha pembesaran udang vannamei ini sangat ideal, karena kolam ini mengandung tanah yang berlumpur, disamping kolam juga terdapat hutan mangrove, dan berdekatan dengan pantai.

3. Obat-obatan

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei milik Bapak Yaskun ini tidak lepas dari gangguan hama dan penyakit, sehingga menyebabkan tingkat kelangsungan hidup udang vannamei tersebut mengalami penurunan produktivitas, oleh karena itu sangat diperlukan obat-obatan yang bisa mengobati udang yang terserang penyakit. Obat-obatan yang biasanya digunakan pada usaha budidaya pembesaran ini antara lain super SP, Omega protein, Super NB, Bio solution yang berfungsi untuk meningkatkan daya tahan tubuh udang vannamei tersebut melawan serangan penyakit, memperbaiki tingkat pertumbuhan, dan menghilangkan stress selama dilakukannya proses sampling.

4. Peralatan

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini diperlukan alat-alat yang digunakan dalam menunjang kegiatan usaha ini yang meliputi, pompa air yang digunakan untuk mengangkat atau mengisi air kolam, kemudian set kincir yang berfungsi untuk meningkatkan kadar oksigen dalam air, pipa sebagai penghubung untuk mengisi air, timbangan yang berfungsi untuk menimbang pakan dan lain-lain. Dari beberapa alat yang digunakan dalam pembesaran udang vannamei ini, yang merupakan alat paling berpengaruh besar pada budidaya ini adalah kincir, karena kincir berfungsi sebagai meningkatkan kadar oksigen dalam air dan untuk meningkatkan kelangsungan hidup udang vannamei ini. Adapun salah satu gambar peralatan dalam usaha pembesaran udang vannamei ini yang dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Kincir

B. Prasarana Pembesaran

1. Sistem Pengairan

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini sistem pengairan berasal dari air tanah. Penggunaan air tanah tersebut dimaksudkan untuk menghindari pH dan salinitas air yang terlalu tinggi, sebab air yang diambil dari tanah tersebut sudah mendekati air payau karena berdekatan dengan laut. Air dan tanah juga kecil kemungkinan adanya kandungan bibit-bibit penyakit yang dapat mengganggu kesehatan udang tersebut. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam sistem pengairan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini antara lain :

➤ Kualitas Air

Dalam Usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini yang perlu diperhatikan pertama kali adalah kualitas air, dimana kualitas air adalah faktor yang sangat penting dalam baik dan buruknya kelangsungan hidup udang vannamei tersebut.

➤ **Suhu**

Dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini yang juga perlu diperhatikan adalah suhu, karena suhu berpengaruh terhadap pertumbuhan, nafsu makan udang vannamei, dan konsentrasi kelarutan oksigen. Suhu air di tambak ini biasanya berkisar antara 26-31°C

➤ **Derajat Keasaman**

Dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini biasanya ber-pH berkisar dibawah 7,0 – 8,0. pH ini sngat cocok dalam dalam pemeliharaan udang vannamei tersebut. jika pH dibawah 7,0 maka biasanya air akan dibuang keluar sedikit dan mngganti air tersebut dengan mengisinya lagi.

➤ **Oksigen Terlarut**

Dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini faktor tidak kalah pentingnya adalah oksigen terlarut, karena oksigen terlarut merupakan parameter perubah kualitas air yang paling kritis pada usaha budidaya udang vannamei. Udang vannamei memerlukan oksigen terlarut yang cukup untuk tingkat kelangsungan hidup dan pertumbuhannya.

4.3.2 Pembersihan dan Pengeringan Kolam

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini pembersihan kolam dilakukan dengan cara pengangkutan lumpur dan pengeringan. Pengangkutan lumpur dilakukan setelah beberapa hari setelah panen agar lumpur tidak terlalu basah. Pengangkutan lumpur dilakukan dalam kondisi tanah kering total, terbelah-belah sesehingga pada saat pengangkutan tidak sulit. Biasanya pengangkutan lumpur dilakukan bergantung pada kondisi alam dan target produksi. Setelah pembersihan tambak sudah selesai biasanya dilanjutkan dengan pengeringan. Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini, pengeringan tambak dilakukan selama 7-14 hari sesuai dengan cuaca.

Pengeringan ini bertujuan untuk membunuh sisa-sisa bakteri pembusuk, sisa kotoran dan pakan pada siklus sebelumnya.

4.3.3 Pengisian Air Kolam

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini, pengisian air kolam menggunakan pompa air. Air yang digunakan dalam proses ini menggunakan air tanah, air tersebut sudah payau karena berdekatan langsung dengan Laut. Air ini berkemungkinan sedikit mengandung bibit-bibit penyakit yang mengakibatkan kelangsungan hidup udang vannamei tersebut mengalami penurunan kesehatannya.

4.3.4 Penebaran Benur Udang Vannamei

Benur yang digunakan dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini harus benar-benar berkualitas baik. Biasanya benur yang berkualitas baik yaitu benur SPF (*specific pathogen free*) atau SPR (*specific pathogen resistance*). Benur-benur ini sudah diuji mutunya sebelum bisa dibudidayakan oleh pembudidaya usaha pembesaran udang vannamei. Benur ini biasanya mempunyai ciri-ciri warna masih cerah, langsing, tidak bengkok kusam, jika diciduk dengan gayung bersama dengan airnya dan dituangkan ketempat lain biasanya udang tersebut selalu berusaha menempel didasar gayung, dan jika gayung tersebut diputar menggunakan tangan biasanya udang yang masih sehat berenang melawan arus.

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini biasanya penebaran benur dilakukan pada pagi hari pukul 05.00-09.00. Prosedur kerja yang harus dilakukan penebaran benur antara lain, penebaran harus pada pagi hari, apungkan kantong plastik benur dalam kondisi tertutup selam 15 menit, jika waktu sudah 15 menit buka ikatan kantong plastik, kemudian masukkan air

tambak sedikit ke dalam plastik yang berisi benur tersebut, dan jika semua proses itu sudah semua, baru menebarkan benur-benur kedalam tambak.

4.3.5 Pemeliharaan Udang Vannamei

Selama kegiatan pembesaran udang vannamei dilakukan kegiatan yaitu pemeliharaan kolam, meliputi pemberian pakan, perawatan kolam, pengontrolan kualitas air, dan pengamatan kesehatan, untuk pemberian pakan harus sesuai dengan pengamatan anco, perawatan kolam dapat dilakukan dengan cara penyhipon yang dilakukan selama tiga hari sekali, untuk menjaga kualitas air maka dilakukan pengamatan mengenai salinitas, okesigen terlarut dan ph, yang paling penting adalah pengamatan kesehatan pada udang terhadap serangan hama dan penyakit.

4.3.6 Pemberian Pakan

Pakan yang digunakan dalam usaha pembesaran udang vannamei ini yaitu pakan luxindo dan pakan alami yang terdiri dari plankton. Pakan buatan sangat diperlukan di tambak udang vannamei ini, karena dengan padat penebaran yang tinggi, pakan alami yang ada tidak akan cukup yang mengakibatkan pertumbuhan udang terhambat dan akan timbul sifat kanibalisme udang. Pelet udang dibedakan dengan penomoran yang berbeda sesuai dengan pertumbuhan udang yang normal antara lain:

- ✓ Umur 1-10 hari pakan 01
- ✓ Umur 11-15 hari campuran 01 dengan 02
- ✓ Umur 16-30 hari pakan 02
- ✓ Umur 30-35 campuran 02 dengan 03
- ✓ Umur 36-50 hari pakan 03
- ✓ Umur 51-55 campuran 03 dengan 04
- ✓ Umur 55 hingga panen 04 hingga panen

Untuk meningkatkan pertumbuhan udang, perlu penambahan nutrisi lengkap dalam pakan. Untuk itu, pakan harus dicampur dengan vitamin-vitamin yang mengandung mineral-mineral penting, protein, lemak dan vitamin dengan dosis 5cc/kg pakan untuk umur dibawah 60 hari dan setelah itu 10 cc/kg pakan hingga panen. Setelah pemberian pakan udang dilakukan para karyawan tambak akan mengecek anco setiap petak apakah pakan tersebut termakan atau tidak, karena sampel anco akan menentukan pemberian pakan berikutnya. Adapun tabel pemberian pakan udang vannamei yang dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 11. Pemberian pakan udang vannamei

No	Umur	Bobot (gr)	Frekuensi pemberian (x)	Pengamatan pada anco (jam)
1	Bulan 1	>4	2	2-3
2	Bulan 2	5-10	3	2
3	Bulan 3	11-21	4	1,5-2
4	Bulan 4	22-33	4-5	1-1,5

4.3.7 Pencegahan Hama dan Penyakit

Virus dan penyakit merupakan masalah yang sangat perlu diperhatikan dalam budidaya Udang vannamei. Karena ketika udang telah terkena penyakit atau virus, biasanya akan menulari udang lain dalam satu tambak, bahkan menulari petak disebelahnya. Apabila terkena penyakit atau virus, 80% harus dipanen secara mendadak karena kemungkinan akan mati dan mengambang diatas permukaan laut. Pada sejarah budidaya udang di tambak ini hama yang menyerang antara lain biawak,dan kepiting. Penyakit biasanya disebabkan plankton *vibrio* atau *white spot*.

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini tidak lepas dari gangguan hama dan penyakit, sehingga menyebabkan tingkat kelangsungan

hidup udang vannamei tersebut mengalami penurunan produktivitas, oleh karena itu sangat diperlukan obat-obatan yang bisa mengobati udang yang terserang penyakit. Obat-obatan yang biasanya digunakan pada usaha budidaya pembesaran ini antara lain super SP, Omega protein, Super NB, Bio solution yang berfungsi untuk meningkatkan daya tahan tubuh udang vannamei tersebut melawan serangan penyakit, memperbaiki tingkat pertumbuhan, dan menghilangkan stress selama dilakukannya proses sampling.

4.3.8 Pemanenan

Panen di tambak ini ada dua macam antara lain, panen parsial dan panen total. Panen parsial dilakukan 1 kali dalam satu siklus, panen parsial bertujuan untuk mengetahui fluktuasi agar oksigen berkecukupan dan menurunkan kepadatan udang ditambak. Panen total dilakukan setelah udang mencapai size yang diinginkan atau pertumbuhan udang yang sudah tidak optimal sedangkan umur maksimal untuk pertumbuhannya yang optimal 125 hari.

Pemanenan dilakukan dengan alat serok yang pada istilah setempat disebut kegiatan *nyothok*. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mendorong alat berbentuk segitiga dan dilapisi dengan jaring yang berfungsi menangkap udang yang akan dipanen. Pada saat pemanenan 5 orang bertugas untuk *nyothok* dan 10 orang akan menunggu hingga udang terkumpul dalam sak yang telah disediakan dan akan dibawa ke tempat penyortiran dan pencucian hingga nanti ditimbang. Orang yang bertugas menyortir udang biasanya merupakan pekerja yang dibawa oleh pembeli atau pedagang yang telah menyepakati perjanjian jual-beli dengan pemilik.

4.4 Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemasaran hasil perikanan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini yang dianalisis dalam aspek pasar antara lain, bauran pemasaran, saluran pemasaran, dan sistem cara pembayaran yang telah dilakukan.

4.4.1 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran pada usaha budidaya udang vannamei ini tidak sesuai dengan literatur yang ada, karena pemasaran dilakukan di usaha budidaya ini hanya produk, harga, dan distribusi. Untuk tercapainya strategi pemasaran yang baik sebaiknya dengan teori yang ada. Menurut Kasmir (2006), adapun strategi bauran pemasaran terbagi menjadi 4 yaitu:

a) Produk

Produk yang dihasilkan pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini merupakan produk yang segar, produk udang ini biasanya memiliki anggota badan yang lengkap, seperti kaki, kepala, mata, dan badan. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan pelanggan.

b) Harga

Penetapan harga pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini adalah sesuai dengan harga Udang Vannamei yang berlaku secara umum. Harga yang diberikan oleh Bapak Yaskun tergantung pada standar udang yang akan dipasarkan. Standar udang yang dipasarkan ini biasanya memiliki kelengkapan anggota badan. Biasanya harga udang sudah disepakati terlebih dahulu dengan pedagang pengepul yang akan membeli udang vannamei ini.

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang

ditawarkan. Penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut.

c) Distribusi

Pemilihan tempat yang dilakukan di tambak ini yaitu berdekatan langsung dengan bahan baku yang mempermudah proses pengadaan bahan baku yang menjadi kebutuhan tambak. Alasan Yaskun memilih tempat yang berdekatan dengan konsumen atau terletak diantara bahan baku dan konsumen adalah karena pemasaran udang vannamei ini didistribusikan dari produsen lalu dijual ke pedagang pengepul dari pedagang pengepul tersebut dijual lagi ke pedagang pasar dan setelah itu dijual lagi ke konsumen.

Masalah distribusi sangat menentukan cepat tidaknya produk tiba di tangan konsumen. Bagaimana strategi perusahaan dalam mendistribusikan produknya, mulai dari pabrik atau produsen sampai di tangan konsumen atau pembeli. Distribusi adalah cara pengusaha menyalurkan produknya mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Dalam strategi distribusi ini yang perlu dipertimbangkan adalah berapa jalur atau rantai distribusi atau tingkat yang diperlukan dalam penyaluran produk. Semakin pendek rantai distribusi yang dilalui suatu produk akan semakin efisien dan efektif. Kelambatan dalam waktu penyaluran produk, maka kesempatan akan diambil oleh para pesaing. Untuk itu perusahaan harus mampu memilih strategi yang tepat dalam distribusi produk.

d) Promosi

Pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini tidak melakukan kegiatan promosi karena hasil panen pembesaran udang ini langsung dipasarkan kepada pedagang pengepul saja. Untuk berkembangnya suatu pemasaran

udang vannamei ini seharusnya harus melakukan kegiatan promosi agar menambah tingkat keuntungan udang vannamei tersebut.

Kegiatan promosi ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan (3p) sebelumnya. Setiap wirausaha berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Setidaknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan, yaitu :

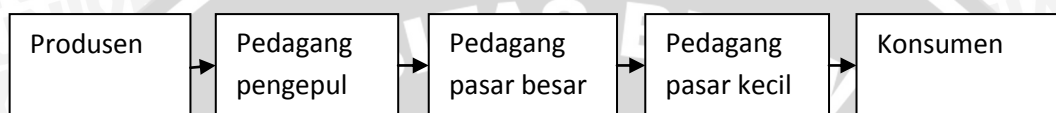
- e) Periklanan (*advertising*), seperti pemasangan billboard, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, umbul-umbul, iklan melalui media cetak dan media elektronik.
- f) Promosi penjualan (*sales promotion*), untuk menarik pelanggan agar segera membeli produk/jasa yang ditawarkan.
- g) Publisitas (*publicity*), kegiatan untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran dan bakti sosial. Lewat kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata para konsumennya.
- h) Penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh salesman atau salesgirl dengan cara door to door (dari pintu ke pintu).

4.4.2 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.

Saluran pemasaran yang ada dalam usaha pembesaran udang vannamei ini dilakukan dengan cara dari produsen ke pedagang pengepul tersebut menjual ke pedagang pasar besar, setelah itu pedagang pasar besar tersebut menjual lagi/ mengecor ke pedagang pasar kecil dan pedagang pasar kecil tersebut menjual ke konsumen. Dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Bagan Saluran Pemasaran

Proses penyaluran udang vannamei dapat dilakukan apabila udang vannamei sudah siap di panen, sebelum di panen selang dua hari sebelum pemanenan pemilik akan melakukan komunikasi dengan pedagang pengepul melalui alat komunikasi telfon genggam. Setelah dilakukan pemanenan maka transaksi tersebut dapat dilakukan pada saat panen selesai.

4.4.3 Cara Pembayaran

Pada proses ini biasanya pemilik tambak udang vannamei ini dan pedagang pengepul bernegosiasi terlebih dahulu pada 4 hari sebelum dilakukan pemanenan, jika harga sudah ditetapkan, maka langsung dilakukan pemanenan. Pada Sistem pembayaran yang dilakukan pada usaha pembesaran Udang vannamei ini adalah tergantung dari kesepakatan jual beli antara pemilik dengan pembeli. Biasanya yang terjadi adalah jika pembeli atau pengepul adalah pedagang kecil, pembayaran dilakukan dengan 50% dari pembayaran total yang seharusnya dibayarkan diberikan diawal. Setelah udang yang dibeli dari pemilik awal laku dijual oleh pedagang pengepul, pembayaran sisa akan segera

diberikan. Sebaliknya, jika pedagang pengepul merupakan pedagang besar dengan modal yang cukup besar, maka pembayaran segera dilakukan.

4.5 Aspek Finansial

Aspek finansial yang akan dianalisis di penelitian ini meliputi jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek meliputi permodalan, pembiayaan, penerimaan, *R/C Ratio*, keuntungan, rentabilitas, *Break Event Point* (BEP), dan REC. Sedangkan jangka panjang meliputi *Net present Value* (NPV), *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP) dan analisis sensitivitas. Pada aspek perhitungan analisis jangka pendek budidaya pembesaran udang vannamei ini pada 1 tahun dalam 2x siklus.

4.5.1 Analisis Jangka Pendek

4.5.1.1 Permodalan

Investasi yang dilakukan dalam berbagai bidang usaha, sudah tentu memerlukan sejumlah modal (uang) disamping keahlian lainnya. Modal yang digunakan untuk membiayai suatu bisnis, mulai dari biaya pra investasi, biaya investasi dalam aktiva tetap sampai dengan modal kerja / aktiva lancar. Untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Menurut Riyanto (2001), setiap usaha akan berjalan bila terdapat modal untuk memenuhi usaha tersebut. Berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan dibagi menjadi dua yaitu modal kerja dan modal tetap. Modal kerja dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel atau biaya tidak tetap. Sedangkan berdasarkan asalnya modal dibedakan menjadi modal sendiri, modal asing dan modal badan usaha. Biaya tetap merupakan biaya yang tahan lama yang tidak atau secara berangsur-angsur habis turut serta dalam produksi.

Dalam usaha budidaya pembesaran Udang vannamei ini terdapat modal investasi antara lain selang, genset, pompa air, spiral, motor dan lain sebagainya. Modal investasi tersebut masing-masing mempunyai penyusutan dalam 1 tahun sesuai dengan umur teknisnya, semua modal tersebut bersumber dari pemilik usaha sendiri. Adapun perincian mengenai modal investasi di lihat pada lampiran 2.

4.5.1.2 Pembiayaan

Menurut Rahardi (1997), biaya adalah satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk tercapainya suatu hasil produksi Biaya total (TC) didapat dari penjumlahan dari biaya tetap dengan biaya variable

Biaya yang digunakan dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini sebesar Rp.2.153.190.000,- yang diperoleh dari biaya tetap sebesar Rp.292.090.000,- dan biaya variabel sebesar Rp.1.861.100.000,- Sedangkan biaya penambahan investasi dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini sebesar Rp.406.825.000,- dan biaya perawatan sebesar Rp.18.000.000,-. Perincian biaya dapat dilihat pada lampiran 2.

4.5.1.3 Penerimaan

Penerimaan total merupakan jumlah uang yang diperoleh dari penjualan sejumlah produk yang dihasilkan dalam periode tertentu (Riyanto,2001). Pada kegiatan Usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dalam 2 siklus selama 1 tahun sebesar Rp.2.805.833.333,- dengan total produksi sebesar Rp.43.167/kg dan harga perunit sebesar Rp.65.000,-. Perincian total penerimaan hasil penjualan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rincian Total Penerimaan Hasil Penjualan Usaha Udang Vannamei

Penerimaan	Keterangan
Total produksi dalam 1 siklus panen	21.583 kg
Harga rata-rata udang per kg	Rp.65.000
Total penerimaan dalam 1 siklus	Rp.1.402.916.667
Total penerimaan dalam setahun (2x siklus perpanen)	Rp.2.805.833.333

4.5.1.4 Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Menurut Effendi dan Oktariza (2006), Analisis RC Ratio merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relatif suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang di pakai dalam kegiatan tersebut.

Dari hasil perhitungan nilai R/C Ratio per 2 siklus panen atau selama setahun mencapai 1,30 dengan demikian nilai ratio lebih besar daripada satu, sehingga usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini menguntungkan. Untuk lebih jelasnya perhitungan nilai R/C Ratio dapat dilihat pada lampiran 2.

4.5.1.5 Keuntungan

Keuntungan atau laba adalah selisih antara penerimaan (TR) dengan total biaya (TC). Menurut Soekartawi (1995), keuntungan atau laba usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap.

Keuntungan yang diperoleh pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei dalam 1 tahun (2 siklus) sebesar Rp.652.643.333,-. Total dari keuntungan diperoleh dari selisih antara hasil total penerimaan dan total biaya yang digunakan dalam 1 tahun (2 siklus produksi). Adapun perincian hasil

keuntungan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dapat dilihat pada lampiran 2.

4.5.1.6 Rentabilitas

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

Dari hasil perhitungan nilai rentabilitas pada usaha budidaya udang vannamei ini memperoleh nilai 30%. Dilihat dari nilai rentabilitasnya, usaha pembesaran udang vannamei ini dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan nilai rentabilitas dari usaha ini lebih besar dari suku bunga pinjaman bank pada saat penelitian sebesar 7,50%. Nilai rentabilitas sebesar 30% ini bisa digunakan sebagai pertimbangan bank apabila akan memberikan pinjaman modal, karena dengan nilai rentabilitas sebesar 30%, usaha ini masih mampu membayar bunga pinjaman bank beserta pokoknya apabila menggunakan modal pinjaman dari bank dengan tingkat suku bunga pinjaman sebesar 7,50% per tahunnya. Rincian perhitungan nilai rentabilitas bisa dilihat pada lampiran 2.

4.5.1.7 Break Event Point (BEP)

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

Dari hasil perhitungan nilai BEP pada usaha budidaya udang vannamei ini memperoleh nilai BEP Sales sebesar Rp.867.499.674. Nilai BEP sales menunjukkan bahwa usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini

mengalami titik impas yang diperoleh sama dengan 0 pada saat nilai penerimaan sebesar Rp.867.499.674. Adapun nilai BEP Unit sebesar 10.147,74/lkg. Agar usaha pembesaran udang vannamei ini tidak mengalami kerugian, usaha ini sudah mampu memperoleh penjualan lebih dari Nilai BEP sales dan BEP unit. Fakta ini dapat dilihat pada perhitungan nilai rentabilitas pada lampiran 2.

4.5.1.8 Return to Equity Capital (REC)

Return to Equity Capital (REC) adalah suatu ukuran untuk mengetahui nilai imbalan terhadap modal sendiri (Primsyastanto dan Istikharoh, 2006). Analisa REC dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$REC = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Dimana :

REC = Nilai imbalan terhadap modal (%)

Laba Bersih = Total pendapatan – total biaya (Rp/siklus produksi)

Nilai REC pada usaha pembesaran udang vannamei ini sebesar 93,24% dimana setiap Rp.100,- dari total modal menghasilkan Rp.93,24%. Hal ini berarti bahwa usaha pembesaran udang vannamei ini menguntungkan. Adapun perincian perhitungan nilai REC dapat dilihat pada lampiran 2.

4.5.2 Analisis Jangka Panjang

Analisis jangka panjang yang dianalisis meliputi : *Net Present Value (VPV)*, *Net B/C Ratio*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PP)*, dan analisis Sensivitas.

4.5.2.1 Net Present Value (NPV)

Menurut Arifin (2007), *Net Present Value* adalah alat analisis yang digunakan untuk mengitung selisish nilai investasi sekarang (aliran kas

keluar/cash out) dengan nilai penerimaan sekarang (aliran kas masuk/cash in) di waktu yang akan datang, jika hasil menunjukkan angka positif, maka usulan investasi dapat dipertimbangkan, karena layak untuk dilakukan. Sebaliknya jika, hasil menunjukkan angka negatif maka usulan investasi sebaiknya ditolak karena investasi tidak layak untuk dilakukan.

Dari hasil penelitian NPV usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini menggunakan *discount rate* sebesar 12%. Nilai NPV diperoleh sebesar Rp.2.532.226.895,-. Dari hasil NPV ini maka menunjukkan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang diperoleh bernilai positif. Untuk lebih jelasnya perhitungan NPV ini dapat dilihat pada lampiran 2.7.

4.5.2.2 Profitabilitas Index (Net B/C Ratio)

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

Dari hasil penelitian perhitungan *profitabilitas indeks* usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini memperoleh nilai 6,59% ,sehingga disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan,karena kriteria kelayakan *profitabilitas indeks* adalah lebih besar dari satu. Untuk lebih jelasnya nilai perhitungan *profitabilitas indeks* dapat dilihat pada lampiran 2.7.

4.5.2.3 Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Riyanto (2009), *intenal 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 dari hasil penelitian perhitungan IRR pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini memperoleh nilai 147%, nilai ini dikatakan normal karena nilai IRR lebih tinggi dari suku bunga deposito, sehingga usaha ini dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan. Untuk lebih jelasnya tentang perhitungan IRR dapat dilihat pada lampiran 2.7.

4.5.2.4 *Payback Period* (PP)

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

Dari hasil penelitian nilai PP dari usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini memperoleh nilai PP yaitu 0,73 tahun. Sehingga jangka waktu pengendalian modal yang diinvestasikan sebesar 0,73 tahun. Untuk lebih jelasnya perhitungan nilai PP dapat dilihat pada lampiran 2.7.

4.5.2.5 Analisis Sensitivitas

Menurut Riyanto (2009), Analisis sensitivitas atau sering pula disebut analisa kepekaan sebenarnya bukanlah teknik untuk mengukur resiko, tetapi merupakan suatu teknik untuk menilai dampak berbagai perubahan dalam masing-masing variabel penting terhadap hasil yang mungkin terjadi (possible outcomes). Analisis sensitivitas merupakan suatu analisis simulasi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak variabel yang berubah-ubah terhadap hasil yang diharapkan. Dengan analisis sensitivitas ini diharapkan

perusahaan dapat mengetahui sampai seberapa jauh tingkat kepekaan terhadap arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab.

Analisis sensitivitas diharapkan akan diketahui seberapa jauh tingkat kepekaan arus kas dipengaruhi oleh berbagai perubahan masing-masing variabel penyebab, apabila variabel tertentu berubah, sedangkan variabel lainnya dianggap tetap atau tidak berubah. Analisis sensitivitas pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini untuk mengetahui suatu keadaan tidak layak dijalankan. Analisis ini dilakukan dengan beberapa asumsi, diantaranya asumsi biaya naik 19%, benefit turun 82%, biaya naik 25% dan benefit turun 4%, dan biaya naik 47% dan benefit turun 24%.

a) Asumsi biaya naik 19%

Hasil analisis sensitivitas pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei dapat dijelaskan pada tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 19%

Sensitivitas	Biaya naik 19 %	NPV	-35.495.856
		Net B/C	0,92
		IRR	13,51%
		PP	0,73

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 19% Usaha budidaya pembesaran udang vannamei tidak layak untuk dijalankan. Uraian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.8

b) Asumsi benefit turun 82%

Hasil analisis sensitivitas pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei dapat dijelaskan pada tabel 14 berikut ini.

Tabel 14. Hasil analisis sensitivitas asumsi benefit turun 82%

Sensitivitas	Benefit Turun 82%	NPV	-292.176.440
		Net B/C	0,35
		IRR	30,45%
		PP	0,73

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 82% Usaha budidaya pembesaran udang vannamei tidak layak untuk dijalankan. Uraian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 2.9

c) Asumsi biaya naik 25% dan benefit turun 4%.

Hasil analisis sensitivitas pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei dapat dijelaskan pada tabel 15 berikut ini:

Tabel 15. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 25% dan benefit turun 4%

Sensitivitas	Biaya naik 25% dan benefit turun 4%	NPV	-389.350.223
		Net B/C	0,14
		IRR	41,82%
		PP	0,76

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 25% dan benefit turun 4% Usaha budidaya pembesaran udang vannamei tidak layak untuk dijalankan. Uraian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.0

d) Asumsi biaya naik 47% dan benefit 24%

Hasil analisis sensitivitas pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei dapat dijelaskan pada tabel 16 berikut ini:

Tabel 16. Hasil analisis sensitivitas asumsi biaya naik 47% dan benefit turun 24%

Sensitivitas	Biaya naik 47% dan benefit turun 24%	NPV	-250.293.230
		Net B/C	0,45
		IRR	22,62%
		PP	0,76

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 47% dan benefit turun 24% Usaha budidaya pembesaran udang vannamei tidak layak untuk dijalankan. Uraian lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 3.1

4.6 Aspek Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tertentu Hasibuan (2000) dalam Torang (2013).

Menurut Sarwoto (1994) dalam Torang (2013), Manajemen adalah proses memimpin dan melancarkan pekerjaan bagi orang-orang yang teroganisir secara formal sebagai kelompok untuk memperoleh tujuan yang diinginkan. Manajemen meliputi beberapa aspek, yaitu:

4.6.1 Perencanaan (*planning*)

Menurut Handoko (2009), perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan dan rencana harus diimplementasikan. Setiap saat selama proses implementasi dan pengawasan,

rencana-rencana mungkin memerlukan modifikasi agar tetap berguna. Perencanaan kembali kadang-kadang dapat menjadi faktor kunci pencapaian sukses akhir. Oleh karena itu perencanaan harus mempertimbangkan kebutuhan fleksibilitas, agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin.

Perencanaan merupakan suatu fungsi manager yang mencakup pemilihan kegiatan yang akan dijalankan, bagaimana menjalankan dan kapan dimulai dan selesainya pekerjaan itu, untuk membantu tercapainya tujuan organisasi. Perencanaan yang dilakukan Yaskun pada usaha pembesaran udang vannamei meliputi persiapan modal, pemilihan benur spf, pakan yang berkualitas, obat-obatan, dan lain-lain sebagainya. Berdasarkan keterangan diatas perencanaan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini berjalan dengan baik, karena sudah disiapkan mulai dari awal sampai akhir. Sehingga nilai keuntungan cukup besar sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan.

4.6.2 Pengorganisasian (*organizing*)

Menurut Manullang (1981) dalam Torang (2013), pengorganisasian adalah pengelompokan aktivitas yang akan dilakukan atau pendistribusian tugas dan fungsi kepada setiap individu yang ada dalam organisasi. Disamping itu pengorganisasian juga dimaksudkan untuk menentukan dan menetapkan kedudukan serta sifat hubungan antar masing-masing unit.

Sistem pengorganisasian usaha pembesaran udang vannamei ini belum mempunyai struktur organisai. Sehingga Pada usaha pembesaran udang vannamei ini tugas dan kewajiban para staf dan karyawan masing-masing belum bisa bekerja dengan maksimal. Untuk itu perlu adanya struktur organisasi untuk membantu dalam proses organisasi yang benar. Karena struktur organisasi

sangat penting dari suatu usaha, karena bisa menunjukkan keterkaitan antar anggota dengan anggota lain.

4.6.3 Penggerak (actuating)

Menurut Terry (1985) dalam Torang (2013), actuating adalah tindakan, karena sesuatu tidak akan terjadi tanpa melalui tindakan. Apabila seseorang atau pimpinan hanya *'no action but talk only'*, maka tidak ada sesuatu yang dapat dihasilkan. Dapat dikatakan bahwa: *"the essence of leader is action"* karena yang diharapkan dari seseorang pimpinan adalah *'action'nya* atau cara meng-*'directing or actuating'* bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi.

Sistem penggerak dalam usaha pembesaran udang vannamei ini belum berjalan dengan baik. Karena belum mempunyai struktur organisasi, sehingga Tugas dan tanggung jawab pada masing-masing yang telah di bebaskan kepada para karyawan belum di laksanakan dengan maksimal. Untuk itu perlu adanya struktur organisasi yang benar untuk memaksimalkan tugas dan kewajiban pada masing-masing karyawan.

4.6.4 Pengawasan (controlling)

Menurut Soekarno (1982) dalam Torang (2013), pengawasan adalah pengendalian atau kontrol yang dimaksudkan untuk mengetahui kesuaian kompetensi yang dimiliki oleh seseorang dengan tugas yang diberikan padanya dan mengetahui kesesuaian waktu dengan hasil pekerjaan. Apabila dalam pelaksanaan pengawasan ditemukan kesalahan atau kekeliruan, segera dilakukan perbaikan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif, efisien, dan rasional.

Pengawasan dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini biasanya meliputi pengontrolan air, melihat apakah udang terkena serangan penyakit, pengawasan aspek pemasaran, dan pengawasan terhadap tenaga

kerja apakah sudah menjalankan tugas yang sudah diberikan. Pada pengawasan ini biasanya pemilik dan anggota keluarga dari pemilik ikut melakukan pengawasan, karena pada usaha ini belum mempunyai struktur organisasi, sehingga para anggota keluarga tersebut belum mengetahui tugas dan kewajiban yang harus dilakukan. Untuk itu perlu adanya struktur organisasi agar usaha yang dijalankan bisa berjalan dengan baik dengan mengetahui tugas dan kewajiban masing-masing.

4.7 Strategi Pengembangan Usaha Budidaya pembesaran Udang Vannamei dengan Analisis SWOT

Untuk mengetahui sasaran strategi dalam pengembangan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini, maka perlu diketahui analisis faktor internal, analisis faktor eksternal, dan matriks SWOT. Pada analisis SWOT, lingkungan internal terdapat unsur kekuatan (*strenghts / S*) dan unsur kelemahan (*weakness / W*). Sedangkan untuk lingkungan eksternal terdapat dua unsur yaitu peluang (*opportunities / O*) dan ancaman (*threaths / T*).

4.7.1 Analisis Faktor Internal

Dalam penelitian pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini mempunyai beberapa faktor internal baik berupa kekuatan dan kelemahan yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

A. Kekuatan (*Strenghts*)

- ✓ Tersedianya lahan

Lahan sangat penting dalam proses usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini, oleh karena itu tersedianya lahan ini membantu dalam sukses tidaknya usaha yang telah dijalankan oleh Bapak Yaskun ini, dan lahan yang digunakan pada usaha ini sangat baik karena berdekatan langsung dengan laut.

✓ Aspek finansial yang layak

Aspek finansial yang layak yang telah diperhitungkan dengan analisis jangka pendek dan jangka panjang yang memperoleh hasil layak dan menguntungkan. Sehingga aspek ini bisa digunakan sebagai kekuatan pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

✓ Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan sudah memenuhi syarat dalam menjalankan proses budidaya, sehingga dapat memacu keberhasilan usaha tersebut.

✓ Dekat dengan mangrove

Tempat usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan menguntungkan, karena berdekatan langsung dengan kawasan mangrove. Kita tahu bahwa mangrove sebagai penahan gelombang, sumber organik, dan sebagai oksigen alami. Oleh karena itu dengan adanya mangrove ini bisa dijadikan faktor pendukung dalam usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

B. Kelemahan (*Weakness*)

✓ Pemasaran yang kurang luas

Dalam proses pemasaran usaha budidaya udang vannamei ini belum luas. Karena hanya mengandalkan satu pedagang pengepul saja. Hal ini yang menyebabkan harga udang vannamei tidak bisa di naikkan lagi, karena tidak bisa mengetahui harga selisih antara pedagang pengepul yang satu dengan yang lain. Untuk itu perlu diharapkan pemasaran udang vannamei ini bisa diperluas ke pedagang pengepul di luar kota.

✓ Belum mempunyai struktur organisasi

Suatu usaha yang akan dijalankan harus mempunyai struktur organisasi, yang bertujuan untuk memaksimalkan kinerja dan untuk memaksimalkan proses usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini. Pada usaha pembesaran udang vannamei ini belum mempunyai struktur organisasi, sehingga tugas dan kewajiban karyawan masing-masing belum bisa bekerja secara maksimal.

✓ Kurangnya promosi

Promosi pada penjualan udang vannamei ini sangat kurang, karena disana belum menggunakan media promosi. Promosi disana masih sangat sederhana dengan berbicara dari orang ke orang. Diharapkan pada proses penjualan udang ini bisa dimanfaatkan dari brosur atau internet yang bisa dijadikan harga udang tersebut bisa mahal daripada dari pedagang pengepul biasanya tersebut.

Adapun tabel-tabel data kriteria dan pemberian bobot dan rating matrik

IFAS sebagai berikut:

Tabel 17. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tersedianya Lahan

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika Tersedianya lahan tidak mendukung
2.	0,10 jika Tersedianya lahan yang ada sebagian mendukung
3.	0,15 jika Tersedianya lahan hampir mendukung
4.	0,20 jika Tersedianya lahan yang sudah mendukung lebih
Rating	
1.	1 jika pengaruh tidak mendukung pada kondisi usaha
2.	2 jika pengaruh Tersedianya lahan pada kondisi usaha
3.	3 jika pengaruh Tersedianya lahan pada kondisi usaha
4.	4 jika pengaruh baik Tersedianya lahan pada kondisi usaha

Tabel 18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating aspek finansial yang layak

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika aspek finansial yang layak tidak mendukung
2.	0,10 jika aspek finansial yang layak yang ada sebagian mendukung
3.	0,15 jika aspek finansial yang layak hampir mendukung
4.	0,20 jika aspek finansial yang layak yang sudah mendukung lebih
Rating	
1.	1 jika pengaruh aspek finansial yang layak tidak mendukung pada kondisi usaha
2.	2 jika pengaruh aspek finansial yang layak sedikit mendukung pada kondisi usaha
3.	3 jika pengaruh aspek finansial yang layak mendukung pada kondisi usaha
4.	4 jika pengaruh aspek finansial yang layak sangat mendukung pada kondisi usaha

Tabel 19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Sarana dan Prasarana

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika sarana dan prasarana tidak mendukung
2.	0,10 jika sarana dan prasarana yang ada sebagian mendukung
3.	0,15 jika sarana dan prasarana hampir mendukung
4.	0,20 jika sarana dan prasarana yang sudah mendukung lebih
Rating	
1.	1 jika pengaruh tidak mendukung pada kondisi usaha
2.	2 jika pengaruh belum sarana dan prasarana pada kondisi usaha
3.	3 jika pengaruh sebagian sarana dan prasarana pada kondisi usaha
4.	4 jika pengaruh baik sarana dan prasarana pada kondisi usaha

Tabel 20. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Dekat Dengan Mangrove

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika lokasi dekat dengan mangrove penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika lokasi dekat dengan mangrove cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika lokasi dekat dengan mangrove penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika lokasi dekat dengan mangrove sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika lokasi dekat dengan mangrove tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika lokasi dekat dengan mangrove cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika lokasi dekat dengan mangrove berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika lokasi dekat dengan mangrove sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 21. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pemasaran yang Kurang Luas

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika Pemasaran yang kurang luas tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika Pemasaran yang kurang luas cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika Pemasaran yang kurang luas penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika Pemasaran yang kurang luas sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika Pemasaran yang kurang luas tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika Pemasaran yang kurang luas cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika Pemasaran yang kurang luas berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika Pemasaran yang kurang luas sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 22. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating belum mempunyai struktur organisasi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika belum mempunyai struktur organisasi tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika belum mempunyai struktur organisasi cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika belum mempunyai struktur organisasi penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika belum mempunyai struktur organisasi sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika belum mempunyai struktur organisasi tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika belum mempunyai struktur organisasi cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika belum mempunyai struktur organisasi berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika belum mempunyai struktur organisasi sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 23. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kemampuan Promosi

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika kemampuan promosi tersedia tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika kemampuan promosi cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika kemampuan promosi penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika kemampuan promosi sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika kemampuan promosi tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika kemampuan promosi cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika kemampuan promosi berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika kemampuan promosi sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Setelah mengetahui analisis faktor internal dari usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini, data langsung dimasukkan kedalam tabel matrik IFAS. Untuk melihat matriks IFAS dapat dilihat pada tabel 24 dibawah ini :

Tabel 24. Matrik IFAS, 2014

No	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating ®	BxR
1.	Kekuatan :	0,20	4	0,80
	• Tersedianya lahan			
	• Aspek finansil yang layak	0,15	3	0,45
	• Sarana dan prasarana	0,15	3	0,45
	• Dekat dengan mangrove	0,15	3	0,45
	Jumlah nilai kekuatan	0,55		2,50
2.	Kelemahan :	0,15	3	0,45
	• Pemasaran yang kurang luas			
	• Belum mempunyai struktur organisasi	0,15	3	0,45
	• Kemampuan promosi	0,15	3	0,45
	Jumlah Nilai Kelemahan	0,45		1,35
	Total	1,00		3,85

4.7.2 Analisis Faktor Eksternal

Analisis Faktor eksternal strategis baik berupa peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

A. Peluang (*Opportunity*)

- ✓ Permintaan udang vannamei meningkat

Semakin meningkatnya permintaan udang vannamei konsumsi di pasar menjadikan peluang usaha budidaya pembesaran udang vannamei sangat layak untuk dijalankan. Dilihat dari permintaan udang vannamei di pasar sekarang ini, pemilik udang vannamei yakni Bapak Yaskun harus

memanfaatkan peluang tersebut dengan baik, dengan memproduksinya secara besar lagi.

- ✓ Harga udang vannamei yang stabil

Harga udang vannamei yang stabil bisa dijadikan peluang usaha budidaya vannamei ini, dengan harga yang stabil bisa menjadikan acuan untuk memproduksi udang vannamei dengan skala besar lagi atau mengembangkan usahanya lagi. Dilihat dari harga jual, udang vannamei tidak pernah mengalami penurunan harga yang cukup drastis. Di era sekarang ini harga udang masih stabil dibandingkan harga ikan.

- ✓ Adanya penawaran bantuan kerjasama

Didalam usaha udang vannamei ini adanya penawaran bantuan kerjasama sehingga ini menjadi peluang yang cukup bagus. Bantuan kerjasama itu seperti dari kementerian DKP Kabupaten Lamongan. Namun Bapak Yaskun tidak mau menerimanya, karena dirasa usaha budidaya udang vannamei ini bisa berjalan dengan sendiri tanpa bantuan dari kerjasama itu.

B. Ancaman (*Threats*)

- ✓ Cuaca yang tidak menentu

Iklim atau cuaca sangat mempengaruhi suatu usaha, lokasi usaha budidaya pembesaran udang vannamei milik Bapak Yaskun ini terletak dipantai utara pulau Jawa, cuaca tersebut bisa tiba-tiba berubah, sehingga mempengaruhi daya tahan tubuh udang vannamei mengalami penurunan, yang dapat menyebabkan udang vannamei mudah terserang penyakit.

- ✓ Hama dan penyakit

Virus dan penyakit merupakan masalah yang sangat perlu diperhatikan dalam budidaya udang vannamei. Krena ketika udang telah terkena penyakit, biasanya akan menulari udang lain dalam satu tambak, bahkan

menulari petak sebelahnya. Apabila terkena penyakit 80%, seharusnya langsung dilakukan proses pemanenan, karena jika tidak dilakukannya pemanenan akan mengakibatkan tertularnya udang di samping petak tersebut. Biasanya penyakit yang sering terjadi pada udang vannamei milik Bapak Yaskun ini disebabkan plankton *vibrio* atau white spot, dan hama pengganggu biasanya kepiting, dan biawak.

✓ Umur lahan yang sudah tua

Lahan yang digunakan pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei milik Bapak Yaskun ini sudah sangat tua, sehingga lahan yang digunakan ini sering terkena penyakit. Oleh karena itu salah satu faktor penghambat dan rentan penyakit di usaha budidaya ini diakibatkan umur lahan. Biasanya di usaha ini proses pengeringan hanya 2 minggu sehingga proses penyuburan tanah tidak maksimal yang berfungsi menumbuhkan plankton alami. Teori ini didapat dari hasil wawancara kepada pemilik dan para staf-stafnya.

✓ Kenaikan dan sulit menemukan benur SPF

Kenaikan harga dan sulit menemukan benur SPF menyebabkan pembudidaya kesulitan dalam menjalankan usaha udang vannamei. Kenaikan harga dan benur SPF udang vannamei juga bisa menjadi faktor pendukung yang bisa menjadi patokan sukses tidaknya budidaya udang vannamei ini. Jika benur udang vannamei tersebut bagus maka tingkat ketahanan tubuh udang tersebut sehat dan tidak mudah terkena serangan penyakit.

Adapun tabel-tabel data kriteria dan pemberian bobot dan rating matrik

EFAS sebagai berikut:

Analisis Data Pemberian Bobot dan Rating matrik EFAS

Tabel 25. Pemberian Bobot dan Rating Permintaan udang vannamei yang meningkat

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika Permintaan udang vannamei yang meningkat sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 26. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating harga udang vannamei yang stabil

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika harga udang vannamei yang stabil tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika harga udang vannamei yang stabil cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika harga udang vannamei yang stabil penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika harga udang vannamei yang stabil sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika harga udang vannamei yang stabil tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika harga udang vannamei yang stabil cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika harga udang vannamei yang stabil berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika harga udang vannamei yang stabil sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 27. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Adanya Penawaran Bantuan

Kerjasama

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika adanya penawaran bantuan kerjasama tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika adanya penawaran bantuan kerjasama yang meningkat sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 28. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Iklim

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika usaha pembesaran udang vannamei tidak dapat diatasi karena perubahan iklim
2.	0,10 jika usaha pembesaran udang vannamei masih dapat diatasi karena perubahan iklim
3.	0,15 jika usaha pembesaran udang vannamei bisa diatasi karena perubahan iklim
4.	0,20 jika perubahan iklim dan cuaca sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika perubahan iklim tidak berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika perubahan iklim cukup berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika perubahan iklim berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika perubahan iklim sangat berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 29. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Hama dan Penyakit

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika serangan hama dan penyakit tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika serangan hama dan penyakit cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika serangan hama dan penyakit penting bagi pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika serangan hama dan penyakit sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika serangan hama dan penyakit tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika serangan hama dan penyakit cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika serangan hama dan penyakit berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika serangan hama dan penyakit sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 30. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Umur Lahan yang Sudah

Tua

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika lahan yang sudah tua tidak penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika lahan yang sudah tua cukup penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika lahan yang sudah tua penting bagi pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika lahan yang sudah tua sangat penting bagi usaha pembesaran udang vannamei
Rating	
1.	1 jika lahan yang sudah tua tidak berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika lahan yang sudah tua cukup berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika lahan yang sudah tua berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika lahan yang sudah tua sangat berpengaruh pada usaha pembesaran udang vannamei

Tabel 31. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kenaikan Harga dan sulit menemukan udang SPF

No.	Kriteria
Bobot	
1.	0,05 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF tidak penting terhadap usaha pembesaran udang vannamei
2.	0,10 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF cukup penting terhadap usaha pembesaran udang vannamei
3.	0,15 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF penting terhadap usaha pembesaran udang vannamei
4.	0,20 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF sangat penting terhadap usaha udang vannamei
Rating	
1.	1 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF tidak berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
2.	2 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF cukup berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
3.	3 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei
4.	4 jika kenaikan harga dan sulit menemukan udang SPF sangat berpengaruh terhadap usaha pembesaran udang vannamei



Setelah faktor eksternal pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini diidentifikasi, selanjutnya dimasukkan pada tabel analisis matrik EFAS. Untuk melihat matrik EFAS dapat dilihat pada tabel 32.

Tabel 32. Matrik EFAS, 2014

No	Faktor Eksternal	Strategi	Bobot (B)	Rating (R)	BxR
1.	Peluang :				
	• Permintaan vannamei yang meningkat	udang yang	0,20	4	0,80
	• Harga udang vannamei yang stabil		0,20	4	0,80
	• Adanya penawaran kerjasama		0,15	3	0,45
	Jumlah Nilai Peluang		0,55		2,05
2.	Ancaman :				
	• Iklim		0,10	2	0,20
	• Hama dan penyakit		0,10	2	0,20
	• Umur lahan yang sudah tua		0,15	3	0,45
	• Kenaikan Harga dan sulit menemukan udang SPF		0,10	2	0,20
	Jumlah Nilai Ancaman		0,45		1,05
	Total		1,00		3,10

4.7.3 Analisis Matrik SWOT

Setelah melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis matriks SWOT. Analisis SWOT ini digunakan untuk menentukan strategi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari masing-masing. Analisis SWOT adalah analisis yang penting dalam menentukan mengembangkan sebuah alternatif yang mampu menentukan strategi pengembangan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

Berikut analisis matrik SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 33.

Tabel 33. Matrik SWOT pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei

<p>IFAS (Faktor Internal)</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya lahan • Aspek finansial yg layak • Sarana dan prasarana • Dekat dengan mangrove 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran yang kurang luas • Belum mempunyai struktur organisasi • Kemampuan promosi
<p>EFAS (Faktor Eksternal)</p> <p>PELUANG (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permintaan udang vannamei yang meningkat • Harga udang vannamei yang stabil • Adanya penawaran bantuan kerjasama 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan tersedianya lahan secara optimal karena meningkatnya permintaan udang vannamei • Memanfaatkan harga udang vannamei yang stabil, dengan menambah jumlah produksi udang vannamei. • Meningkatkan dan mengambil kerjasama untuk pengembangannya • Mengoptimalkan usaha ini lebih baik lagi dilihat dari aspek finansial yang layak 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbaiki aspek manajemen agar tertata dengan rapi • Mengoptimalkan kawasan lokasi usaha budidaya udang vannamei, untuk memperluas pemasaran • Mengoptimalkan kerjasama membantu proses perluasan pemasaran dan kegiatan promosi
<p>ANCAMAN (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iklim • Hama dan penyakit • Umur lahan yang sudah tua • Kenaikan Harga dan sulit menemukan udang SPF 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mencari alternatif benur udang vannamei yang SPF • Saling bertukar pendapat dengan pembudidaya lain yang bertujuan mengelola budidaya udang vannamei yang baik 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperbanyak pekerja dan memperluas area pemasaran udang vannamei • Serta meningkatkan promosi pemasaran udang vannamei dan meningkatkan pengetahuan tentang teknologi budidaya untuk mengatasi penyakit dan alternatif menemukan benur udang yang SPF

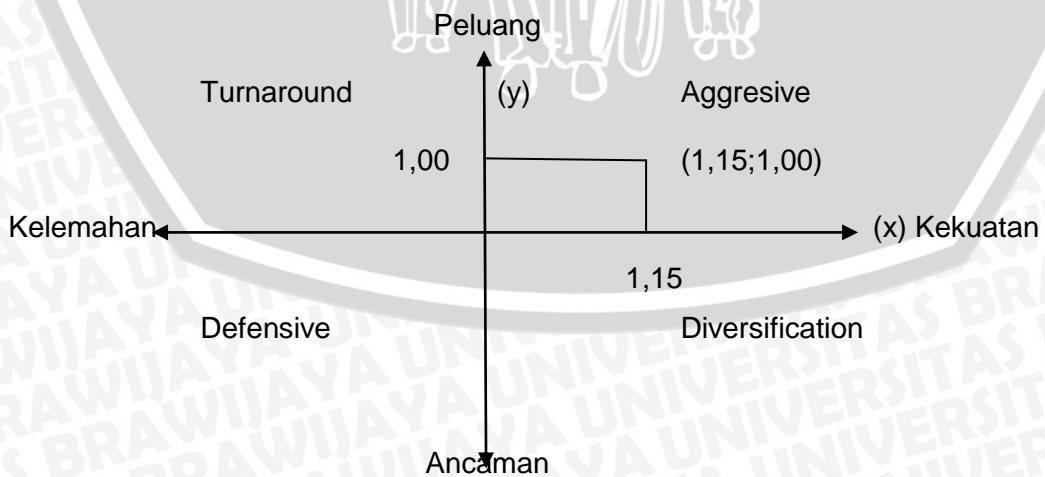
Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan antara faktor internal dan faktor eksternal menghasilkan beberapa skor masing-masing antara lain :

1. Total skor dari faktor kekuatan :2,50
2. Total skor dari faktor kelemahan :1,35
3. Total skor dari faktor peluang :2,05
4. Total skor dari faktor ancaman :1,05

Dari menentukan titik koordinasi, setelah diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya untuk mengetahui posisi pengembangan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini akan dilakukan perhitungan terhadap faktor internal dan eksternal.

- Sumbu horizontal (X) adalah sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) diperoleh dari nilai koordinat $X = 2,50 - 1,35 = 1,15$
- Sumbu vertikal (Y) adalah sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) diperoleh dari nilai koordinat $Y = 2,05 - 1,05 = 1,00$

Hasil perhotungan yang diperoleh dari titik koordinasi bernilai positif, yaitu sumbu X diperoleh nilai 1,15 dan nilai sumbu Y adalah sebesar 1,00. Diagram SWOT pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dapat dilihat pada gambar 5 dibawah ini :



Gambar 5. Matriks Grand Strategy

Pada gambar 5 didapatkan bahwa hasil matriks grand strategi pada posisi (x,y) pada kuadran *Strengths Opportunity* (SO) yaitu strategi agresif. Situasi ini merupakan situasi yang menguntungkan bagi usaha budidaya pembesaran udang vannamei karena memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman.

4.7.4 Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Udang Vannamei

Dari hasil perhitungan analisis SWOT pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini berada pada kuadran *Strengths Opportunity* (SO) yang berarti usaha ini mempunyai prospek dalam pengembangannya, karena usaha ini menggunakan strategi agresif dimana kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan matriks analisis SWOT, maka alternatif strategi pengembangan yang diperoleh antara lain :

1. Memanfaatkan tersedianya lahan secara optimal karena meningkatnya permintaan udang vannamei

Lahan yang digunakan pada usaha pembesaran udang vannamei ini langsung berdekatan dengan laut, yang mudah mendapatkan air payau, dengan mengebor sumur didekat kawasan usaha ini, air payau berpengaruh karena udang vannamei hidup di air payau, yang bisa mempermudah dalam menjalankan kegiatan usaha pembesaran udang vannamei ini, dengan adanya lahan ini bisa menjadi salah satu faktor keberhasilan udang vannamei ini. Dengan Memanfaatkan lahan secara optimal bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan jumlah produksinya, karena meningkatnya akan permintaan udang vannamei dikalangan pasar. Faktor ini yang harus bisa di manfaatkan oleh Bapak Yaskun, peluang dengan meningkatkan jumlah produksi udang vannamei

karena saat ini permintaan akan udang vannamei di pasar lokal maupun pasar mancanegara meningkat.

2. Memanfaatkan harga udang vannamei yang stabil, dengan menambah jumlah produksi udang vannamei.

Harga udang vannamei di masa sekarang ini masih stabil, sehingga pemilik tambak ini harus Memaksimalkan harga udang vannamei dipasaran yang stabil, karena dengan memanfaatkan harga udang vannamei yang stabil, pemilik tambak udang vannamei ini bisa meningkatkan produksinya agar memperoleh keuntungan yang lebih lagi.

3. Meningkatkan dan mengambil kerjasama untuk pengembangannya

Meningkatkan penawaran kerjasama sangat menguntungkan untuk pengembangan usaha pembesaran udang vannamei ini. Hal ini dikarenakan agar membantu proses-proses dalam berjalannya usaha budidaya pembesaran udang vannamei. Untuk itu pemilik tambak bisa memanfaatkan dengan adanya kerjasama dari luar, tetapi juga pemilik harus mempertimbangkan kerjasama itu apakah menguntungkan atau tidak.

4. Mengoptimalkan usaha ini lebih baik lagi dilihat dari aspek finansial yang layak

Mengoptimalkan usaha ini lebih baik lagi karena dilihat dari aspek finansial yang telah dihitung di analisa jangka pendek dan jangka panjang memiliki prospek yang layak untuk dijalankan karena menguntungkan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada aspek teknis usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini meliputi tahap persiapan kolam, penebaran benur, pengelolaan air, pemberian pakan, pemeliharaan kolam, pengendalian hama dan penyakit, dan pemanenan.
2. Aspek pemasaran pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari produk yang ditawarkan dalam keadaan segar, produk udang ini biasanya memiliki anggota badan yang lengkap, harga produk yang dijual tergantung pada standar udang yang dipasarkan, pemilihan tempat yang strategis sehingga mempermudah proses pemasaran produk, dan tidak melakukan promosi karena biasanya langsung dipasarkan kepada pedagang pengepul lalu pedagang pengepul menjual ke pedagang pasar besar, pedagang pasar besar mengecer ke pedagang pasar kecil dan kemudian pedagang pasar kecil menjual ke konsumen. Saluran pemasaran usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini biasanya langsung melakukan komunikasi dengan pedagang pengepul.
3. Hasil dari analisis finansial jangka pendek maupun jangka panjang pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut lagi.
4. Pada aspek manajemen yang dilakukan pada budidaya pembesaran udang vannamei ini sistem perencanaan dilakukan dengan baik, pada sistem pengorganisasian usaha ini belum mempunyai struktur organisasi, sehingga pergerakan dan pengawasan biasanya dilakukan pemilik tambak dan anggota keluarga dari pemilik tambak ini.

5. Analisis SWOT meliputi faktor internal, faktor eksternal, analisis matriks SWOT dan strategi pengembangan. Dari hasil perhitungan analisis matriks SWOT berada pada kuadran *Strenghts Opportunity* (SO), yaitu: Memanfaatkan tersedianya lahan secara optimal karena meningkatnya permintaan udang vannamei, Memanfaatkan harga udang vannamei yang stabil, dengan menambah jumlah produksi udang vannamei, Mengoptimalkan usaha ini lebih baik lagi dilihat dari aspek finansil yang layak, dan Meningkatkan dan mengambil kerjasama untuk pengembangannya.

5.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk pengembangan Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei ini sebagai berikut :

1. Pemilik tambak usaha budidaya udang vannamei harus memperbanyak pekerja dan memperluas area pemasaran udang vannamei.
2. Pemilik tambak usaha budidaya udang vannamei harus meningkatkan promosi pemasaran dan meningkatkan pengetahuan tentang teknologi budidaya pembesaran udang vannamei.
3. Pemilik tambak harus mencari alternatif benur udang vannamei yang SPF untuk kesuksesan pada usaha budidaya udang vannamei.
4. Sebaiknya menambah lahan untuk meningkatkan keuntungan usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. 2007. **Aplikasi exel dalam studi kelayakan bisnis**. Elex media komputindo. Jakarta.
- Dahuri, R. 2003. **Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia**. Gramedia. Jakarta
- Danim, Sudarwan. 2003. **Riset Keperawatan: Sejarah dan Metodologi**. Buku Kedokteran EGC. Jakarta.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Pemda Kab. Lamongan. 2011. **Safari Pelatihan Budidaya Sistem Polikultur di Sawah Tambak bagi Pembudidaya di Kabupaten Lamongan**. http://lamongankab.go.id/instansi/dinas_perikanan_peternakan_dan_kelautan/index.php?option.com. Diakses tanggal 10 Juli 2013.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Lamongan. 2013. **Profil Perikanan dan Kelautan**. Lamongan
- Effendi, Irzal dan Oktariza, W. 2006. **Manajemen Agribisnis Perikanan**. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Fegan, DF. 2003. **Budidaya Udang Vannamei (Litopenaeus vannamei) di Asia Gold Coin Indonesia Specialities**. Jakarta.
- Haliman dan Adijaya. 2005. **Pembudidayaan dan Prospek Pasar Udang Putih yang Tahan Penyakit**. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Handoko, T Hani. 2009. **Manajemen**. BPFE:Yogyakarta.
- Hendrajat, Erfan A. 2003. **Budidaya Udang Vannamei (Litopenaeus Vannamei) Pola Tradisional Plus di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan**. Jurnal Riset Akukultur Vol. 2 No. 1 BRPBAP Maros. Maros.
- Husnan, S dan Suwarsono. 2000. **Studi Kelayakan Proyek**. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Jakfar dan Kasmir. 2003. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenada Media Kencana. Jakarta.
- Jamli dan Winahjoe. 1992. **Dasar-Dasar Riset Pemasaran**. Media Widya Mandala. Yogyakarta

- Kasmir, 2006. **Kewirausahaan**. PT. Radjagrafindo Persada. Jakarta.
- Kecamatan Paciran, 2013. **Profil Kecamatan Paciran 2013**. Kecamatan Paciran. Lamongan
- Komardi, Ahmad. 2010. **Potensi Usaha Budidaya Udang Putih (*Litopenaeus Vannamei Bonne*) Di Wilayah Pesisir Pantai Timur Kabupaten Tulang Bawang Lampung dan Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan**.
www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdfprosiding2/fmipa201056.pdf. Diakses pada tanggal 13 September 2014.
- Kotler, Philip. 1995. **Marketing Management; Analysis, Planing and Control New Jersey** :Printice Hall,Inc.
- Mahyuddin, Kholis. 2012. **Pembesaran Lele Berbagai Wadah Pemeliharaan**. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Marzuki, 1995. **Metodologi Riset**. Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Maulina, Ine, Asep, Agus Handika dan Indah, Riyanti. 2010. **Analisis Prospek Budidaya Tambak Udang di Kabupaten Garut**. Jurnal Akuatika Vol.III No 1/Maret 2012 (49-62). <http://fpik.unpad.ac.id/wp-content/uploadads.pdf>. Diakses pada tanggal 1 september 2014.
- Muhammad, F, 2010. **Sambutan Menteri Kelautan dan Perikanan**. Kementrian Kelautan dan Perikanan. Surabaya.
- Primyastanto, Mimit. 2011. **Manajemen Agribisnis antara teori dan aplikasinya**. UB Press:Malang.
- Rahardi, F. 1997. **Agribisnis Tanaman Hias**. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanto, Bambang. 2009. **Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan**. BPFE-Yogyakarta.
- Riyanto, Bambang. 2001. **Dasar-dasar Pembelian Perusahaan**. BPFE: Yogyakarta.
- Sa'adah, Wachidatus. 2010. **Analisa Usaha Udang Vannamei dan Ikan Bandeng di Desa Sidokumpul Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan**.<http://journal.unisla.ac.id/pdf/17112010/4.pdf>. Diakses pada tanggal 1 September 2014.

- Salusu, J. 1996. **Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi nonprofit**. Penerbit Grasindo. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. **Teori Ekonomi Produksi**. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Subagyo, Ahmad. 2007. **Studi Kelayakan**. PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia. Jakarta
- Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. ALFABETA, cv. Bandung.
- Suyono, Imam. 2011. **Saluran Pemasaran**. <http://id.shvoong.com>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2014.
- Torang, Syamsir. 2013. **Organisasi dan Manajemen**. Alfabeta. Bandung.
- Umar, Husein. 1997. **Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Van Horne dan Wachowicz. 2007. **Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan**. Salemba Empat. Jakarta.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta lokasi penelitian



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Lampiran 2. Finansii

Lampiran 2.1. Modal tetap usaha budidaya pembesaran udang vannamei

No	Modal Tetap	Jumlah (unit)	Harga (/unit)	Harga total	Umur teknis (tahun)	penyusutan per tahun	Sumber modal
1	Pipa air	6	Rp 350.000	Rp 2.100.000	10	Rp 210.000	Sendiri
2	Gudang pakan	4	Rp 7.000.000	Rp 28.000.000	10	Rp 2.800.000	Sendiri
3	Pompa air	2	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000	10	Rp 400.000	Sendiri
4	Genset	1	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	10	Rp 5.000.000	Sendiri
5	Timbangan Digital	1	Rp 250.000	Rp 250.000	10	Rp 25.000	Sendiri
6	Set Kincir	24	Rp 12.000.000	Rp 288.000.000	10	Rp 28.800.000	Sendiri
7	Jala Sampling	3	Rp 450.000	Rp 1.350.000	3	Rp 450.000	Sendiri
8	Seser	6	Rp 150.000	Rp 900.000	2	Rp 450.000	Sendiri
9	Motor	6	Rp 13.000.000	Rp 78.000.000	10	Rp 7.800.000	Sendiri
10	Ember	12	Rp 20.000	Rp 240.000	3	Rp 80.000	Sendiri
Jumlah Total				Rp 452.840.000		Rp 46.015.000	

Lampiran 2.2 Biaya Tetap Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)

No	Jenis biaya tetap	Biaya tetap/tahun (Rp)
1	Penyusutan	46.015.000
2	PBB	75.000
3	Perawatan	Rp 18.000.000
4	Tenaga kerja tetap (6 karyawan)	Rp 108.000.000
5	Sewa Tambak (1 tahun)	Rp 120.000.000
	Jumlah	292.090.000

Lampiran 2.3. Biaya Variabel Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)

No	Jenis biaya variabel	Jumlah (satuan)	Harga unit	Harga total	Nilai per tahun
1	Benur Udang vannamei (ekor)	1.850.000	Rp 33	Rp 61.050.000	Rp 122.100.000
2	Pakan (sak)	1.600	Rp 340.000	Rp 544.000.000	Rp 1.088.000.000
3	obat-obatan	-	Rp 6.000.000	Rp 36.000.000	Rp 72.000.000
4	Listrik (per bulan)	12	Rp 23.000.000	Rp 276.000.000	Rp 552.000.000
5	Tenaga kerja panen	90	Rp 150.000	Rp 2.250.000	Rp 27.000.000
	jumlah			Rp 930.550.000	Rp 1.861.100.000

Lampiran 2.4. Biaya Total Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dala 1 tahun 2 siklus

BIAYA	Nilai per Tahun (Rp)
BIAYA TETAP (FC)	292.090.000
BIAYA VARIABEL (VC)	1.861.100.000
JUMLAH	2.153.190.000

Total cost = Biaya Tetap + Biaya Variabel
292.090.000,- + 1.861.100.000,-
=2.153.190.000,- / tahun.

Lampiran 2.5. Analisis Jangka Pendek Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)

ANALISA JANGKA PENDEK	
URAIAN	JUMLAH
MODAL tetap	452.840.000
BIAYA TETAP (FC)	292.090.000
BIAYA VARIABEL (VC)	1.861.100.000
BIAYA TOTAL (TC)	2.153.190.000
PENERIMAAN (TR)	2.805.833.333
KEUNTUNGAN	652.643.333
R/C Ratio	1,30
Rentabilitas	30%
BEP SALES	867.499.674
BEP UNIT	13.346
BIAYA VARIABEL/UNIT	43.114

• **Penerimaan Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)**

Uraian	Jumlah produk (kg)	Jumlah produksi pertahun	Harga produk/unit (kg)	Nilai per siklus (Rp)	Nilai Per tahun (RP)
Total Penerimaan (TR)	21.583	43.167	65.000	1.402.916.667	2.805.833.333
Biaya Total (TC)				1.076.595.000	2.153.190.000
Biaya variabel/unit					43.114

Total produksi dalam dua siklus panen/ 1 tahun (Q) = 43,167/kg

Harga per kilo gram udang vannamei (P) = Rp.65.000,-

Total penerimaan (TR) = Q x P

= 43,167/kg x 65.000,-

= Rp. 2.805.833.333,- / tahun

- **Keuntungan Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)**

Uraian	Nilai per siklus (Rp)	Nilai per tahun (Rp)
Penerimaan (TR)	1.402.916.667	2.805.833.333
Biaya Total (TC)	1.076.595.000	2.153.190.000
Jumlah keuntungan/laba	326.321.667	652.643.333

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan } (\pi) &= \text{Total Penerimaan (TR)} - \text{Total Biaya (TC)} \\ &= \text{Rp. } 2.805.833.333,- - \text{Rp. } 2.153.190.000,- \\ &= \text{R.p. } 652.643.333,-\end{aligned}$$

- **Revenue Cost Ratio (RC Ratio) Usaha Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)**

$$\begin{aligned}\text{Revenue Cost Ratio (RC Ratio)} &= \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}} \\ &= \frac{2.805.833.333}{2.153.190.000} \\ &= 1,30\end{aligned}$$

Nilai dari RC Ratio sebesar 1,30, jika nilai tersebut >1 maka usaha budidaya pembesaran udang vannamei ini dikatakan menguntungkan.

- **Rentabilitas Usaha Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)**

$$\begin{aligned}\text{Rentabilitas} &= \frac{L}{M} \times 100 \% \\ &= \frac{652.643.333}{2.153.190.000} \times 100 \% \\ &= 30\%\end{aligned}$$

Rentabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan sebesar 30% dalam 1 tahun 2 siklus.

- **Break Event Point (BEP) Usaha Pembesaran Udang Vannamei dalam 1 tahun (2 siklus)**

$$\begin{aligned} \bullet \text{ BEP Sales} &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{292.090.000}{1 - \frac{1.861.100.000}{2.805.833.333}} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. 867.499.674}$$

$$\begin{aligned} \bullet \text{ BEP Unit} &= \frac{FC}{P - V} \\ &= \frac{292.090.000}{65.000 - 43.114} \\ &= \text{13.346/kg} \end{aligned}$$

- **Return to Equity Capital (REC)**

$$\text{REC} = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{NKK}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Dalam usaha pembesaran udang vannamei ini ada 4 orang anggota keluarga di dalamnya, jadi, NKK = jam kerja x hari kerja x upah per jam x 4 orang

$$= 8 \text{ jam} \times 360 \text{ hari} \times \text{Rp. 80.000,-}$$

$$= \text{Rp. 230.400.000,-}$$

$$\text{REC} = \frac{(\text{Total penerimaan} - \text{total biaya}) - \text{NKK}}{\text{Modal kerja}} \times 100\%$$

$$\text{REC} = \frac{(2.805.833.333 - 2.153.190.000) - 230.400.000}{452.840.000} \times 100\%$$

$$\text{REC} = \frac{652.643.333 - 230.400.000}{452.840.000} \times 100$$

$$\text{REC} = 93,24 \%$$

Nilai REC pada usaha pembesaran udang vannamei dalam jangka waktu 360 hari dalam 2 siklus mendapatkan nilai REC sebesar 93,24% dimana setiap Rp.100,- dari total modal menghasilkan Rp.93,24%. Hal ini berarti bahwa usaha pembesaran udang vannamei ini layak untuk dikembangkan.



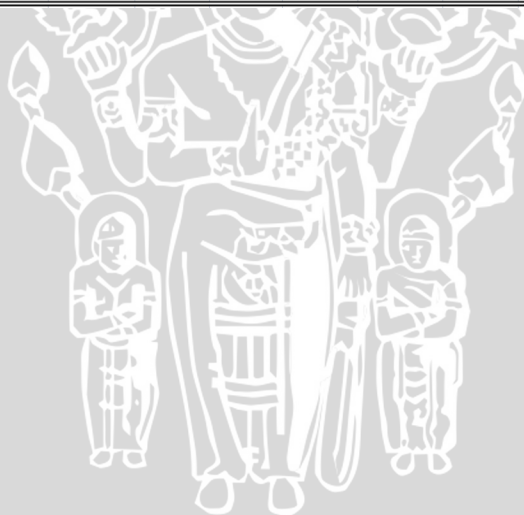
Lampiran 2.6. Analisis penambahan investasi (Re-investasi) pada usaha budidaya pembesaran udang vannamei

No.	Basis Modal investasi	jumlah/unit	harga/unit	Harga total	Umur Tahun	Nilai Kembalikan	Re-investasi tahun ke										Sisa Umur	Nilai Sisa			
							1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9			10	Teknis (Th)	(Rp)
1	Pipa air	6	350.000	2.100.000	10	21.000												2.310.000	9	1.890.000	
2	Gudang pakan	4	7.000.000	28.000.000	10	280.000												30.800.000	9	25.200.000	
3	Pompa air	2	2.000.000	4.000.000	10	40.000												6.800.000	9	3.600.000	
4	Genset	1	50.000.000	50.000.000	10	500.000												55.000.000	9	45.000.000	
5	Timbangan Digital	1	250.000	250.000	10	2.500												275.000	9	225.000	
6	Set Kincir	24	12.000.000	288.000.000	10	2.880.000												316.800.000	9	259.200.000	
7	Jala Sampling	3	450.000	1.350.000	3	13.500				1.390.500			1.431.000			1.471.500			2	900.000	
8	Seser	6	150.000	900.000	2	9.000			918.000		936.000		954.000		972.000		990.000	1	450.000		
9	Motor	6	13.000.000	78.000.000	10	780.000												85.800.000	9	70.200.000	
10	Ember	12	20.000	240.000	3	2.400				247.200			254.400				240.000		2	160.000	
							0	918.000	1.637.700	936.000	0	2.639.400	0	972.000	1.711.500	498.775.000					406.825.000



Lampiran 2.7. Analisis Jangka Panjang Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam keadaan normal

6	No	Uraian	Tahun Ke													
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
7																
8	0.1	Df (12%)	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	0,51	0,45	0,40	0,36	0,32			
9	i	Inflow (Benefit)														
10		Hasil Penjualan		2.805.833.333	2.918.066.667	3.034.789.333	3.151.512.000	3.268.234.667	3.384.957.333	3.501.680.000	3.618.402.667	3.735.125.333	3.851.848.000			
11		Penyusutan		46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000			
12		Nilai Sisa														406.825.000
13		Gross Benefit(A)		2.851.848.333	2.964.081.667	3.080.804.333	3.197.527.000	3.314.249.667	3.430.972.333	3.547.695.000	3.664.417.667	3.781.140.333	3.897.863.000			
14		PVGB		2546293155	2362947757	2192855672	2032086215	1880594267	1738237360	1604797050	1479996836	1363517110	1250000000			
15		Jumlah PVGB														18587319749
16	ii	Outflow(Cost)														
17		Investasi Tetap	452.840.000													
18		Penambahan Investasi		0	918.000	1.637.700	936.000	0	2.639.400	0	972.000	1.711.500	498.775.000			
19		Biaya Operasional		2.153.190.000	2.314.679.250	2.476.168.500	2.637.657.750	2.799.147.000	2.960.636.250	3.122.125.500	3.283.614.750	3.445.104.000	3.606.593.250			
20		Gross Cost (B)	452.840.000	2.153.190.000	2.315.597.250	2.477.806.200	2.638.593.750	2.799.147.000	2.963.275.650	3.122.125.500	3.284.586.750	3.446.815.500	3.608.186.500			
21		PVGC	452840000	1922491071	1845979951	1763653511	1676874030	1588311181	1501287665	1412291020	1326589499	1242956224	116055092854			
22		Jumlah PVGC														16055092854
23		Net Benefit (A-B)	-452.840.000	698.658.333	648.484.417	602.998.133	558.933.250	515.102.667	467.696.683	425.569.500	379.830.917	334.324.833	288.819.750			
24		PVNB	-452.840.000	623.802.083	516.967.807	429.202.161	355.212.185	292.283.087	236.949.695	192.506.029	153.407.337	120.560.887	87.175.625			
25	iii	NPV	2.532.226.895													
26	iv	Net B/C	6,59													
27	v	IRR	147%													
28	vi	PP	0,73													



Lampiran 2.8. Analisis Jangka Panjang Usaha Budidaya Pembesaran Udang Vannamei dalam keadaan biaya naik 118%

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,1	Df (12%)	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	0,51	0,45	0,40	0,36	0,32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.805.833.333	2.918.066.667	3.034.789.333	3.151.512.000	3.268.234.667	3.384.957.333	3.501.680.000	3.618.402.667	3.735.125.333	3.851.848.000
	Penyusutan		46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000
	Nilai Sisa											406.825.000
	Gross Benefit(A)		2.851.848.333	2.964.081.667	3.080.804.333	3.197.527.000	3.314.249.667	3.430.972.333	3.547.695.000	3.664.417.667	3.781.140.333	4.304.688.000
	PVGB		2546293155	2362947757	2192855672	2032086215	1880594267	1738237360	1604797050	1479996836	1363517110	1385994328
	Jumlah PVGB											18587319749
ii	Outflow (Cost)											
	Investasi Tetap	452.840.000										
	Penambahan Investasi		0	918.000	1.637.700	936.000	0	2.639.400	0	972.000	1.711.500	498.775.000
	Biaya Operasional		2.153.190.000	2.754.468.308	2.946.640.515	3.138.812.723	3.330.984.930	3.523.157.138	3.715.329.345	3.907.501.553	4.099.673.760	4.291.845.968
	Gross Cost (B)	452.840.000	2.153.190.000	2.755.386.308	2.948.278.215	3.139.748.723	3.330.984.930	3.525.796.538	3.715.329.345	3.908.473.553	4.101.385.260	4.790.620.968
	PVGC	452840000	1922491071	2196577095	2098526198	1995367075	1890090305	1786278253	1680626314	1578566915	1479000641	1542451738
	Jumlah PVGC											18622815605
	Net Benefit (A-B)	-452.840.000	698.658.333	208.695.359	132.526.118	57.778.277	-16.735.263	-94.824.204	-167.634.345	-244.055.886	-320.244.927	-485.932.968
	PVNB	-452.840.000	623.802.083	166.370.663	94.329.473	36.719.140	-9.496.038	-48.040.893	-75.829.264	-98.570.079	-115.483.531	-156.457.410
iii	NPV	-35.495.856										
iv	Net B/C	0,92										
v	IRR	13,51%										
vi	PP	0,73										



**Lampiran 2.9. Analisis Jangka Panjang Usaha Budidaya Pembesaran
Udang Vannamei dalam keadaan benefit turun 82%**

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,1	Df (12%)	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	0,51	0,45	0,40	0,36	0,32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.805.833.333	2.392.814.667	2.488.527.253	2.584.239.840	2.679.952.427	2.775.665.013	2.871.377.600	2.967.090.187	3.062.802.773	3.158.515.360
	Penyusutan		46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000	46.015.000
	Nilai Sisa											406.825.000
	Gross Benefit(A)		2.851.848.333	2.438.829.667	2.534.542.253	2.630.254.840	2.725.967.427	2.821.680.013	2.917.392.600	3.013.105.187	3.108.817.773	3.611.355.360
	PVGB		2546298155	1944220079	1804037113	1671574502	1546787126	1429550909	1319680253	1216942649	1121070855	1162759774
	Jumlah PVGB											15762916414
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Tetap	452.840.000										
	Penambahan Investasi		0	918.000	1.637.700	936.000	0	2.639.400	0	972.000	1.711.500	498.775.000
	Biaya Operasional		2.153.190.000	2.314.679.250	2.476.168.500	2.637.657.750	2.799.147.000	2.960.636.250	3.122.125.500	3.283.614.750	3.445.104.000	3.606.593.250
	Gross Cost (B)	452.840.000	2.153.190.000	2.315.597.250	2.477.806.200	2.638.593.750	2.799.147.000	2.963.275.650	3.122.125.500	3.284.586.750	3.446.815.500	4.105.368.250
	PVGC	452840000	1922491071	1845979951	1763653511	1676874030	1588311181	1501287665	1412291020	1326589499	1242956224	1321818703
	Jumlah PVGC											16055092854
	Net Benefit (A-B)	-452.840.000	698.658.333	123.232.417	56.736.053	-8.338.910	-73.179.573	-141.595.637	-204.732.900	-271.481.563	-337.997.727	-494.012.890
	PVNB	-452.840.000	623.802.083	98.240.128	40.383.602	-5.299.528	-41.524.055	-71.736.756	-92.610.767	-109.646.850	-121.885.369	-159.058.929
iii	NPV	-292.176.440										
iv	Net B/C	0,35										
v	IRR	30,45%										
vi	PP	0,73										



**Lampiran 3.0. Analisis Jangka Panjang Usaha Budidaya Pembesaran
Udang Vannamei dalam keadaan biaya naik 125% dan benefit turun 104%**

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,1	DF (12%)	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	0,51	0,45	0,40	0,36	0,32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.805.833.333	3.034.789.333	3.156.180.907	3.277.572.480	3.398.964.053	3.520.355.627	3.641.747.200	3.763.138.773	3.884.530.347	4.005.921.920
	Penyusutan		11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000
	Nilai Sisa											58.790.000
	Gross Benefit(A)		2.817.043.333	3.045.999.333	3.167.390.907	3.288.782.480	3.410.174.053	3.531.565.627	3.652.957.200	3.774.348.773	3.895.740.347	4.017.921.920
	PVGB		2515217262	2428252020	2254486284	20950080722	1935024341	1789201053	1652412323	1524396166	1404843024	1312337773
	Jumlah PVGB											18906250967
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Tetap	452.840.000										
	Penambahan Investasi		0	0	0	0	20.475.000	5.830.000	0	0	0	39.710.000
	Biaya Operasional		2.153.190.000	2.893.349.063	3.095.210.625	3.297.072.188	3.498.933.750	3.700.795.313	3.902.656.875	4.104.518.438	4.306.380.000	4.508.241.563
	Gross Cost (B)	452.840.000	2.153.190.000	2.893.349.063	3.095.210.625	3.297.072.188	3.519.408.750	3.706.625.313	3.902.656.875	4.104.518.438	4.306.380.000	4.547.951.563
	PVGC	452840000	1922491071	2305660158	2203109786	2095348981	1997007041	1877891738	1765363775	1657746156	1552923799	1464318684
	Jumlah PVGC											19295601190
	Net Benefit (A-B)	-452.840.000	663.853.333	152.650.271	72.180.282	-8.289.708	-109.234.697	-175.059.686	-249.699.675	-330.169.664	-410.639.653	-472.029.643
	PVNB	-452.840.000	592.726.190	121.691.861	51.376.499	-5.268.259	-61.982.700	-88.690.685	-112.951.452	-133.349.990	-148.080.776	-151.980.912
iii	NPV	-389.350.223										
iv	Net B/C	0,14										
v	IRR	41,82%										
vi	PP	0,76										



**Lampiran 3.1. Analisis Jangka Panjang Usaha Budidaya Pembesaran
Udang Vannamei dalam keadaan biaya naik 147% dan benefit turun 124%**

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,1	Df (12%)	1,00	0,89	0,80	0,71	0,64	0,57	0,51	0,45	0,40	0,36	0,32
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.805.833.333	3.618.402.667	3.763.138.773	3.907.874.880	4.052.610.987	4.197.347.093	4.342.083.200	4.486.819.307	4.631.555.413	4.776.291.520
	Penyusutan		11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000	11.210.000
	Nilai Sisa											406.825.000
	Gross Benefit(A)		2.817.043.333	3.629.612.667	3.774.348.773	3.919.084.880	4.063.820.987	4.208.557.093	4.353.293.200	4.498.029.307	4.642.765.413	5.194.326.520
	PVGB		2515217262	2893504996	2686506905	2490649292	2305921165	2132185999	1969208763	1816678596	1674227752	1672434122
	Jumlah PVGB											22156534851
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Tetap	452.840.000										
	Penambahan Investasi		0	918.000	1.637.700	936.000	0	2.639.400	0	972.000	1.711.500	498.775.000
	Biaya Operasional		2.153.190.000	3.402.578.498	3.639.967.695	3.877.356.893	4.114.746.090	4.352.135.288	4.589.524.485	4.826.913.683	5.064.302.880	5.301.692.078
	Gross Cost (B)	452.840.000	2.153.190.000	3.403.496.498	3.641.605.395	3.878.292.893	4.114.746.090	4.354.774.688	4.589.524.485	4.827.885.683	5.066.014.380	5.800.467.078
	PVGC	452840000	1922491071	2713246570	2592022790	2464725247	2334817436	2206264382	2076067800	1949902054	1826855572	1867595159
	Jumlah PVGC											22406828081
	Net Benefit (A-B)	-452.840.000	663.853.333	226.116.169	132.743.378	40.791.987	-50.925.103	-146.217.594	-236.231.285	-329.856.376	-423.248.967	-606.140.558
	PVNB	-452.840.000	592.726.190	180.258.426	94.484.115	25.924.046	-28.896.271	-74.078.384	-106.859.036	-133.223.458	-152.627.820	-195.161.037
iii	NPV	-250.293.230										
iv	Net B/C	0,45										
v	IRR	22,62%										
vi	PP	0,76										



DOKUMENTASI SKRIPSI



