STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias batrachus*) DI DESA CARAT KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR

LAPORAN SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh :

SEPTIAN RIZALDI KURNIAWAN

NIM. 115080400111011

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2015

repository.ub.ac.id

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias batrachus*) DI DESA CARAT KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR

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

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

Oleh :
SEPTIAN RIZALDI KURNIAWAN
NIM. 115080400111011

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias batrachus*) DI DESA CARAT DI KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR

Oleh :
SEPTIAN RIZALDI KURNIAWAN
NIM. 105080400111011

telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 8 Juni 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji 1	**Dosen Pembimbing 1**
ERLINDA INDRAYANI, S.Pi, M.Si	**Dr. Ir. AGUS TJAHJONO, MS**
NIP.19740220 200312 2 001	**NIP.19630820 198802 1 001**
Tanggal:	**Tanggal:**
Dosen Penguji 2	**Dosen Pembimbing 2**
ZAINAL ABIDIN, S.Pi MBA. MP	**Dr. Ir. MIMIT PRIMYASTANTO, MP**
NIP.19770221 200212 1 008	**NIP.19630511 198802 1 001**
Tanggal:	**Tanggal:**

Mengetahui,
Ketua Jurusan

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan skripsi yang saya tulis tentang "Strategi Pembesaran Ikan Lele (*Clarias batrachus*) di Desa Carat Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo Jawa Timur" adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

Malang, Mei 2015

Mahasiswa,

Septian Rizaldi Kurniawan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak kepada :

1. Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS, dan Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta waktu yang diberikan sehingga dapat terselesainya laporan ini.
2. Erlinda Indrayani, S.Pi, M.Si, dan Zainal Abidin, S.Pi, MBA, MP selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu.
3. Bapak Suwito selaku usaha pembesaran ikan lele yang telah memberikan informasi dan data.
4. Rekan – rekan AP 2011 yang membantu dan memberikan semangat dalam proses skripsi ini.
5. Sujud dan terima kasih yang dalam penulisan ini dipersembahkan kepada ibunda dan ayahanda tercinta, atas dorongan yang kuat, dan doa yang diberikan.

Malang, 6 Juni 2015

Penulis

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

SEPTIAN RIZALDI KURNIAWAN. Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias Batrachus*) Di Desa Carat Di Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.(di bawah bimbingan **Dr. Ir. AGUS TJAHJONO, MS,** dan **Dr. Ir. MIMIT PRIMYASTANTO, MP**)

Ikan lele merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang sangat digemari oleh masyarakat. Lele merupakan jenis ikan konsumsi yang telah dikenal oleh masyarakat sejak dulu. Daging lele yang lezat dan gurih membuatnya banyak digemari oleh masyarakat oleh masyarakat sebagai lauk. Kandungan gizinya yang tinggi, terutama protein, juga menjadi alasan jenis ikan catfish ini dikonsumsi sebagai sumber protein hewani.

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui dan menganalisis Studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansill jangka pendek dan jangka panjang pada pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. 2). Mengetahui dan menganalisis Strategi Pengembangan dengan analisis SWOT pada usaha Pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 3). Mengetahui dan menganalisis perencanaan bisnis (*Business Plan*) pengembangan usaha pembesaran ikan lele yang baik di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

Penelitian ini dilaksanakan pada 17 Pebruari 2015 Kecamatan Kauman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode pengambilan sampel menggunakan metode Studi kasus, untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability sampling*. Jenis sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kuesioner. Analisa data menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Aspek teknis yang dengan pengembangan usaha pembesaran ikan lele, Aspek teknis yang akan diteliti adalah dimulai dari sarana dan prasarana, budidaya, persiapan kolam (pembesian kolam, pengeringan dan pengisiian air), penebaran benih, pemeliharaan ikan (pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit) dan pemanenan ikan.

Aspek Pemasaran usaha pembesaran ikan sudah cukup baik hal ini ditinjau dari permintaan akan ikan lele konsumsi sangat tinggi pada usaha ini dan saluran pemasaran yang pendek sehingga margin pemasaran yang didapat pun rendah.

Aspek Manajemen ini memiliki sistem perencanaan yang dilakukan secara sederhana tidak membuat perencanaan secara spesifik, pergorganisasian masih sederhana yaitu pembagian tugas diberikan secara langsung oleh pemilik usaha. Pengarahan yang diberikanan oleh pemilik adalah dengan memeberikan pengarahan secara jelas dengan kata-kata yang baik saat karyawan melaksanakan tugasnya. Pengawasan yang dilakukan secara langsung oleh pemilik untuk menilai bagaimana pekerjaan karyawan serta sebagai bahan evaluasi usahanya.

Aspek finansial meliputi finansial jangka pendek dan jangka panjang. diperoleh hasil dari analisis finansial jangka pendek selama satu tahun dan finansial jangka panjang selama sepuluh tahun pada usaha pembesaran ikan lele diperoleh keuntungan sebesar Rp. 454.588.708, R/C 1,47, Rentabilitas 47%, BEP sales Rp. 98.588.708 dan BEP unit 6.627 kg. Untuk analisis finansial jangka panjang diperoleh NPV sebesar Rp.3.829.983.716 Net B/C 26,03, IRR 304% dan PP 0,34 tahun.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Hasil analisis SWOT yang didapatkan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat ini terletak pada kuadran 1 (strategi agresif) yang artinya bahwa kekuatan dan peluang lebih dominan. Untuk strategi SO (*stenghts opportunity*), adalah memanfaatkan sarana dan prasarana dengan baik dan memperluas daerah pemasaran akan kebutuhan ikan lele dan komunikasi yang baik dapat membuat hubungan antara konsumen dan produsen menjadi sangat baik.

Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo pada aspek pemasaran lebih meluas daerah pemasaran karena ada penambahan produksi, pada aspek manejemen lebih ditingkatkan lagi terutama pada adminitrasi atau pembukuan yang lebih baik dan pada aspek finansill ada penambahan 32 kolam terpal, 1 tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi selama 10 tahun kedepan.

Dapat diperoleh kesimpulan Studi kelayakan bisnis pada 1). aspek teknis usaha pembesaran ikan lele masih dilakukan secara sederhana dan dilakukan dengan baik. 2). aspek Pemasaran usaha pembesaran ikan sudah cukup baik hal ini ditinjau dari permintaan akan ikan lele konsumsi sangat tinggi pada usaha ini dan saluran pemasaran yang pendek sehingga margin pemasaran yang didapat pun rendah, 3). aspek Manajemen ini memiliki sistem perencanaan yang dilakukan secara sederhana tidak membuat perencanaan secara spesifik, pergorganisasian masih sederhana yaitu pembagian tugas diberikan secara langsung oleh pemilik usaha. Pengarahan yang diberikanan oleh pemilik adalah dengan memeberikan pengarahan masih sederhana hanya dari mulut tidak aturan tertentu 4). Aspek finansiil dari hasil finansiil jangka pendek dan jangka panjang dengan menggunakan kolam beton pada usaha pembesaran ikan lele sudah dikatakan layak dan menguntungkan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo pada aspek pemasaran, aspek manejemen aspek finansill ada penambahan 32 kolam terpal, 1 tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi selama 10 tahun kedepan.

Saran yang dapat disampaikan dalam pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo yang diberikan selaku peneliti sebagai berikut : 1). Pembudidaya harus lebih meningkatkan kemampuan/skill dengan belajar menggunakan teknologi budidaya dan menerapkan pada usahanya agar kegiatan budidaya dapat berjalan secara optimal. 2). Pemerintah harus lebih mengawasi dan memperhatikan kondisi budidaya perikanan darat agar potensi pada daerah tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut. 3).Masyarakat harus pandai dalam memanfaatkan peluang atau potensi yang ada pada daerah tersebut agar memiliki usaha sendiri dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga. 4).Peneliti harus lebih mengerti informasi dan data yang diperoleh agar apa yang disajikan dalam penelitihan dapat dimengerti dan bermanfaat bagi informasi peneliti selanjutnya.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyajikan laporan skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias Batrachus*) Di Desa Carat Di Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.

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

Malang, 6 Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN i
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN ix
1. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Kegunaan Penelitian 5

2. TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Klasifikasi Ikan Lele dan Morfologi 14
2.3 Aspek – Aspek Studi Kelayakan 15
2.3.1 Aspek Teknis 15
2.3.2 Aspek Pemasaran 17
2.3.3 Aspek Manajemen 19
2.3.4 Aspek Finansiil 21
2.6.2.1 Aspek Finansiil Jangka Pendek (Operasional) 21
2.6.2.2 Aspek Finansiil Jangka Panjang 27
2.4 Analisis SWOT 29
2.5 Perencanaan Strategi 33
2.6 Kerangka Berfikir 34

3. METODE PENELITIAN 35
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 35
3.2 Jenis Metode Penelitian 35
3.3 Teknik Penentuan Sampel 36
3.4 Sumber Data 37
3.4.1 Data Primer 37
3.4.2 Data Sekunder 37
3.5 Teknik Pengumpulan Data 38
3.6 Analisis Data 39

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN 50
4.1 Keadaan Lokasi Penelitian 50
4.2 Keadaan Penduduk Desa Carat 51
4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia 51
4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 51
4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarahian 53
4.3 Keadaaan Umum Perikanan.... 53
4.4 Karakteristik Responden 53
4.4.1 Gambaran Umum 53
4.4.2 Sejarah dan Perkembangan Usaha 54

5. HASIL DAN PEMBAHASAN 55

5.1 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Lele 55
5.1.1 Sarana Pembesaran Ikan Lele 56
5.1.2 Prasarana Usaha Pembesaran Ikan Lele 57
5.1.3 Proses Produksi 58
5.2 Aspek Pemasaran Pembesaran Ikan Lele 64
5.2.1 Permintaan dan Penawaran 65
5.2.2 Penetapan Harga 66
5.2.3 Saluran Pemasaran 66
5.2.4 Margin Pemasaran 67
5.3 Aspek Manajemen Pembesaran Ikan lele 68
5.3.1 Perencanaan 68
5.3.2 Pengorganisasian 69
5.3.3 Pergerakan 70
5.3.4 Pengawasan 71
5.4 Aspek Finansiil Pembesaran Ikan Lele 67
5.4.1 Analisis Finansiil Jangka Pendek (Operasional) 71
5.5 Analisis SWOT Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 72
5.5.1 Faktor Internal 73
5.5.2 Faktor Eksternal 75
5.5.3 Analisis Diagram SWOT 78
5.5.4 Analisis Matriks SWOT 80
5.6 Analisis Finansiil Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Lele 84
5.7 Perencanaan Bisinis Usaha Pembesaran Ikan Lele 89
5.7.1 Aspek Pemasaran 90
5.7.1.1 Permintaan dan Penawaran 90
5.7.1.2 Penetapan Harga 90
5.7.1.3 Saluran Pemasaran 90
5.7.1.4 Margin Pemasaran 91
5.7.2 Aspek Manajemen 91
5.7.2.1 Perencanaan 91
5.7.2.2 Pengorganisasiaan 91
5.7.2.3 Pergerakan 92
5.7.2.4 Pengawasan 92
5.7.3 Aspek Finansiil 92
5.7.3.1 Aspek Finansiil Jangka Pendek (Operasional) 92
5.7.3.2 Analisis Finansiil Jangka Panjang 95
6. KESIMPULAN DAN SARAN 101
6.1 Kesimpulan 101
6.2 Saran 102

DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN 105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik Penelitihan Terdahulu 11
Tabel 2. Matriks SWOT 30
Tabel 3. Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal 44
Tabel 4. Matriks SWOT 45
Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia 51
Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 52
Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian 53
Tabel 8. Peralatan dalam Usaha Pembesaran Ikan Lele 55
Tabel 9. Asumsi Biaya Naik 71% dan Benefit Turun 49% 75
Tabel 10. Asumsi Biaya Naik 38% dan Benefit Turun 27% 75
Tabel 11. Asumsi Biaya Naik 145% 76
Tabel 12. Asumsi Benefit Turun 69% 76
Tabel 13. Matriks IFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele 80
Tabel 14. Matriks EFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele 83
Tabel 15. Matriks SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele 87
Tabel 16. Asumsi Biaya Naik 80% dan Benefit Turun 57% 97
Tabel 17. Asumsi Biaya Naik 39% dan Benefit Turun 28% 97
Tabel 18. Asumsi Biaya Naik 141% 98
Tabel 19. Asumsi Benefit Turun 71% 98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ikan Lele 12
Gambar 2. Diagram Analisis SWOT..... 29
Gambar 3. Kerangka Berfikir 33
Gambar 4. Diagram Analisis SWOT..... 46
Gambar 5. Gambar Kolam Beton..... 55
Gambar 6. Gambar Pengeringan Kolam Beton..... 58
Gambar 7. Pakan Ikan Lele 60
Gambar 8. Gambar Pemanenan Ikan Lele..... 61
Gambar 9. Saluran Pemasaran 64
Gambar 10. Diagram Analisis SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele 85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian 104
Lampiran 2. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele 105
Lampiran 3. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele 105
Lampiran 4. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele 106
Lampiran 5. Biaya Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele 106
Lampiran 6. Biaya Tidak Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele 107
Lampiran 7. Biaya Produksi Usaha Pembesaran Ikan Lele 107
Lampiran 8. Produksi dan Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan lele n 107
Lampiran 9. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) Usaha Pembesaran Ikan Lele 107
Lampiran 10. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele 107
Lampiran 11. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele 108
Lampiran 12. *Break Even Point* (BEP) Usaha Pembesaran Ikan Lele 108
Lampiran 13. Analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Usaha Pembesaran Ikan Lele 109
Lampiran 14. Analisis Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Lele dalam Keadaan Normal 110
Lampiran 15. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 71% dan Benefit Turun 49% 111
Lampiran 16. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 38% dan Benefit Turun 27% 112
Lampiran 17. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 145% 113
Lampiran 18. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Benefit Turun 69% 114
Lampiran 19. Modal Tetap Perencanaan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Lele 115
Lampiran 20. Modal Lancar Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran ikan Lele 115
Lampiran 21. Modal Kerja Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 116
Lampiran 22. Biaya Tetap Perencanaan BIsnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 117
Lampiran 23. Biaya Tidak Tetap Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 117

Lampiran 24. Biaya Produksi Perencanaan Bisnis Pengembangan Pembesaran Ikan Lele 118
Lampiran 25. Produksi dan Penerimaan Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 118
Lampiran 26. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 118
Lampiran 27. Keuntungan Perencanaan Bisnis Pengembangan Pembesaran Ikan Lele 118
Lampiran 28. Rentabilitas Perencanaan BIsnis Pengembangan Pembesaran Ikan Lele 118
Lampiran 29. *Break Even Point* (BEP) Perencanaan Bisnis Pengembangan Pembesaran Ikan Lele 119
Lampiran 30. Analisis Penambahan Investasi (*Re-Investasi)* Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele 120
Lampiran 31. Analisis Jangka Panjang Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele dalam Keadaan Normal 121
Lampiran 32. Analisis Sensitivitas Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele dengan Asumsi Biaya Naik 80% dan Benefit Turun 57%.. 122
Lampiran 33. Analisis Sensitivitas Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele dengan Asumsi Biaya Naik 39% dan Benefit Turun 28%...123
Lampiran 34. Analisis Sensitivitas Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele dengan Asumsi Biaya Naik 141% 124
Lampiran 35. Analisis Sensitivitas Perencanaan Bisnis Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele dengan Asumsi Benefit turun 71% 125

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

"Maka hendaklah manusia memperhatikan dari apakah dia diciptakan. Dia diciptakan dari air yang terpancar, yang keluar dari antara tulang sulbi dan tulang dada. Sesunggunya Allah benar-benar kuasa untuk mengembalikannya (hidup sudah mati) pada hari dinampakan segala rahasia." (Q.S. At-Tariq Ayat 5-9:86).

Penyebaran ikan lele banyak ditemukan di benua Afrika dan Asia Tenggara. Komoditas perikanan ini terdapat di perairan umum yang berair tawar. Penyebaran lele di Asia, yaitu negara Indonesia, Thailand, Filipina, dan Cina. Ikan lele di beberapa negara, khususnya di Asia telah diternakkan dan dipelihara di kolam, seperti Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia, Laos, Filipina, Kamboja, Birma, dan India. Ikan lele di Indonesia secara alami di temukan di kepulauan sunda besar maupun kepulauan sunda kecil (Mahyudin, 2008).

Ikan lele secara umum memiliki tubuh yang licin, berlendir, tidak bersisik, dan lele juga memiliki empat pasang sungut yang terletak di sekitar mulut. Sepasang sungut hidung, sepasang sungut mendibular luar, sepasang sungut mandibular dalam, dan sepasang sungut maxilar. Mata lele berbentuk kecil dengan tepi orbital yang bebas. Badan ikan lele mempunyai bentuk tubuh memanjang, agak bulat dan tidak bersisik. Sirip ekor membulat dan tidak bergabung dengan sirip punggung dan sirip anal. Ikan lele juga mempunyai patil yang digunakan untuk melompat keluar dari air dan dapat berjalan di darat tanpa air cukup lama dan cukup jauh (Mahyudin, 2008).

Ikan lele merupakan salah satu jenis ikan air tawar yang sangat digemari oleh masyarakat. Menurut Hendrianan (2010), Lele merupakan jenis ikan konsumsi yang telah dikenal oleh masyarakat sejak dulu. Daging lele yang lezat

dan gurih membuatnya banyak digemari oleh masyarakat oleh masyarakat sebagai lauk. Kandungan gizinya yang tinggi, terutama protein, juga menjadi alasan jenis ikan catfish ini dikonsumsi sebagai sumber protein hewani.

Menurut Gunawan dan Harianto (2011), Budidaya perikanan termasuk lele memiliki tiga faktor penting yang mempengaruhi keberhasilannya, yaitu bibit, pakan, dan manajemen pemeliharaan. Selain itu, faktor lainnya adalah kualitas air. Faktor ini sering dilupakan oleh pembudidaya lele. Manajemen pembudidaya harus menghasilkan keuntungan yang sesuai dengan terget yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Darseno (2013), Keunggulan Memilih Usaha Budidaya lele bukan tanpa alasan seseorang berinvestasi dalam usaha budidaya lele. Ternyata, ada sejumlah keunggulan yang ditawarkan. Berikut beberapa keunggulan dari budidaya lele: a). Tahan Banting, b). Teknik pemeliharaan cukup sederhana, c). Masa pemeliharaan lebih singkat, d) Siklus keuangan cepat, e). Benih relatif lebih murah dan gampang diperoleh, f). Relatif tahan penyakit, dan g). Permintaan pasar terus meningkat.

Usaha budidaya ikan lele mudah untuk dilakukan dan tidak perlu biaya yang sangat mahal karena ikan lele tidak begitu sulit untuk dilakukan pembenihan maupun pembesaran ditempat yang sederhana. Menurut Mahyudin (2008), Usaha pembesaran secara insentif dilakukan dengan teknik yang modern dan memerlukan masukan (*input*) biaya yang besar. Ciri khas dari teknik budidaya lele secara intensif adalah padat penebaran benih sangat tinggi, yaitu 200-400 ekor/m^2. Pakan sepenuhnya tergantung dari pakan buatan pabrik (pelet). Ciri lain usaha pembesaran secara intensif adalah sering dilakukan pergantian air. Tujuannya agar air tetep bersih dan tidak kotor oleh sisa-sisa pakan dan kotoran (fases) lele.

Permintaan lele untuk benih maupun konsumsi cenderung terus meningkat. Implikasinya, usaha budidaya lele seperti tidak ada matinya. Permintaan lele untuk konsumsi umumnya diserap oleh segmen warung tenda atau populer dengan warung pecel lele. Sementara itu, supermarket, restoran, dan rumah makan juga membutuhkan pasokan lele konsumsi yang cukup tinggi. Lele yang dipasok umumnya lele untuk di konsumsi dengan ukuran 6-10 ekor/kg dan lele *fillet* dengan ukuran minimal 500 gram (Darseno, 2013).

Usaha atau bisnis ikan lele di Indonesia sudah menjamur karena hampir semua masyarakat dapat melakukan budidaya ikan lele. Menurut Mahyudin (2008), Pasar dan bisnis usaha lele memang luar biasa besar. Ikan lele sangat tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhan seperti konsumen rumah tangga, supermarket, restoran, atau rumah makan. Hal ini terlihat degan semakin menjamurnya menu utama pecel lele hampir semua kota besar. Ikan lele juga berpotensi masuk ke pasar internasional (ekspor) karena tekstur daging yang sangat baik dan tidak berserat sehingga dapat dijadikan olahan *fillet* beku dan segar.

Berdasarkan informasi diatas, maka perlu ada suatu penelitian tentang strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele dalam kaitannya untuk meningkatkan kualitas lele dan pendapatan masyarakat terutama di Desa Carat kabupaten Ponorogo selain itu untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk memenuhi permintaan ikan lele nasional maupun internasional. Agar peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang aspek yang ada dalam lokasi penelitihan tersebut seperti aspek teknis, , aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansill. strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele sehingga akan ditemukan bagaimana perencanaan strategi pengembangan usaha yang baik di Desa Carat Kabupaten Ponorogo agar keuntungan yang didapatkan dapat sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Suatu strategi pengembangan memiliki aspek-aspek yang mendukung dalam suatu usaha, meliputi aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansill. Analisis finansiil untuk melihat apakah usaha yang akan dijalankan dapat memberikan keuntungan secara ekonomi atau tidak secara ekonomi.

Ditinjau dari latar belakang, untuk itu perlu melakukan pemilihan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Usaha budidaya ikan lele ini sangat menguntungkan karena permintaan lele tinggi pada pasar, memungkinkan dikembangkan biasanya terdapat permasalahan diantaranya.

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansill jangka pendek dan jangka panjang pada pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan dengan analisis SWOT pada usaha Pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur?
3. Bagaimana perencanaan bisnis (*Business Plan*) pengembangan usaha pembesaran ikan lele yang baik di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mengetahui dan menganalisis studi kelayakan bisnis dilihat dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansill jangka pendek dan jangka panjang pada pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
2. Mengetahui dan menganalisis trategi Pengembangan dengan analisis SWOT pada usaha Pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
3. Mengetahui dan menganalisis perencanaan bisnis (*Business Plan*) pengembangan usaha pembesaran ikan lele yang baik di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur?

1.4 Kegunaan

Dari penelitian yang dilakukan ini, diharapkan memberikan manfaat kepada :

1. Akademisi atau Peneliti

   Mendapatkan pengetahuan dan wawasan dan informasi tentang strategi pengembangan usaha khususnya usaha pembesaran ikan lele dan penelitian lebih lanjut.
2. Pemerintah

   Sebagai rujukan dalam membuat sebuah kebijakan dan aturan – aturan untuk pelaku budidaya yang ada di tempat tersebut maupun tempat lainya yang memiliki potensi, khususnya perikanan air tawar.
3. Masyarakat

   Sebagai pengetahuan atau cara untuk memulai suatu usaha budidaya, khususnya pembesaran ikan lele.

4. Pelaku Usaha

   Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan tindakan pengembangan usaha yang telah ada untuk dikembangkan kedepannya pada pelaku usaha budidaya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Wibowo (2011), Mengkaji dan menganalisis mengenai permasalah pengembangan usaha ikan lele di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. Ikan lele sangkuriang memiliki beberapa keunggulan antara lain keunggulan pada pertumbuhannya yang cepat, daya tetas yang banyak, nilai FCR (Feed Convention Ratio) yang lebih baik, serta ketahanan terhadap penyakit. Kecamatan Ciampea merupakan salah satu sentra perikanan budidaya air tawar dikabupaten Bogor yang prospektif untuk pengembangan ikan konsumsi. Komoditas ikan lele sangkuriang menjadi berkembang seiring dengan perkembangan warung-warung dan rumah makan pecel lele di berbagai daerah, yaitu tidak hanya di kota Bogor semata tetapi telah berkembang di daerah lain seperti Jawa, Sumatra, Kalimantan dan daerah lainnya. Terbatasnya produksi perikanan terutama ikan lele dirasa kurang mencukupi dengan perkembangan industri makanan ikan konsumsi yang terus bertambah dengan tren yang terus meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha ikan lele di Kecamatan Ciampea (2) Merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh masyarakat Kecamatan Ciampea (3) Merumuskan prioritas strategi dalam pengembangan usaha oleh masyarakat Kecamatan Ciampea. Penelitian dilakukan pada budidaya pembesaran ikan lele, yang berlokasi di kecamatan Ciampea kabupaten Bogor Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pelaksanaan penelitian dan pengumpulan data di lapangan dimulai pada bulan Agustus sampai September 2010. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui

pengamatan langsung dan wawancara dengan pihak UKM lele, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, artikel, skripsi serta literatur lainnya yang sudah diterbitkan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE dan EFE, analisis IE, analisis SWOT serta QSPM. Dari tabel EFE diprelihatkan total bobot skor sebesar 2,470. Hal ini menunjukkan bahwa UKM budidaya ikan lele di kecamatan Ciampea merespon kurang baik peluang dan ancaman yang ada dalam industrinya. Sedangkan dari tabel IFE diketahui total bobot skor sebesar 2,754. Hal ini menunjukkan bahwa usaha memiliki posisi internal yang mampu menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan dengan baik. Gambaran posisi perusahaan saat ini dalam pemetaan matriks IE pada posisi perusahaan di sel V yaitu dengan strategi umum *Hold and Maintain* (pertahankan dan pelihara). Strategi yang tepat digunakan dalam kuadran ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dari Matriks SWOT diperoleh tiga strategi yaitu : meningkatkan produksi produk, memanfaatkan bantuan dari pemerintahan dan dinas terkait, mempertahankan produk berkualitas. Berdasarkan hasil analisis QSPM bahwa strategi terbaik yang harus dilakukan sekarang adalah : Meningkatkan produksi produk (total nilai Daya Tarik sebesar 6,843).

Berdasarkan penelitian Cecep (2010), tentang Strategi Pengambangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keragaan usaha pembenihan ikan lele di Kabupaten Boyolali, mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha pembenihan ikan lele dumbo, serta merumuskan alternatif strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha pembenihan ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali dengan menggunakan analisis SWOT.

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

Menurut Suryani dan Sumantadinata (2013) dalam penelitihan yang berjudul Usaha Pembesaran dan Pemasaran Ikan Lele sertaa Strategi Pengembangan di UD. Sumber Rezeki Parung, Jawa Barat bertujuan untuk mengerahui teknologi pembesaran dan pemasaran ikan lele serta mendapatkan terobosan baru dalam usaha ikan lele, kelayakan dan efisiensi usaha ikan lele, prospek pengembangan produk olahan ikan lele, mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usaha ikan lele dan menentukan strategi pengembangan usahanya di UD. Sumber Rezeki. Pengamatan teknologi proses produksi dilakukan melalui kegiatan budidaya ikan lele di UD Sumber Rezeki Parung, Jawa Barat dan kelayakan Usahanya. Data di analisis secara kualitatif, kuantitatif analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan *External Factor Evalution* (EFE) dan Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*). Usaha budidaya ikan lele di UD Sumber Rezeki parung, Jawa Barat layak dilaksanakan dengan Benefit/Cost (B/C) ratio 1,26. Break Event Point (BEP) produksi ikan lele Rp 9.631,76 per kg, NPV pada nilai Rp 38.140.156 IRR 17% dan PBP 3 tahun 9 Bulan. Efisiensi usaha pembesaran ikan lele di UD. Sumber Rezeki ditentukan oleh penggunaan air secara gravitasi, penggunaan probiotik untuk menghemat waktu, penggunaan pakan tenggelam dan pakan apung. Berdasarkan nilai IFE (2,83) dan EFE (2,81) maka posisi UD Sumber

Rezeki berada di fase pertumbuhan dan stabiitas serta berada di kuadran 5. Berdasarkan analisis SWOT dan matriks IE, strategi pengembangan untuk UD Sumber Rezeki, Parung, Jawa Barat adalah (1) penetrasi dan pengembangan pasar dan menjual langsung ke konsumen akhir, (2) melakukan diversifikasi produk olahan ikan lele, dan (3) meningkatkan kemampuan Sumber Daya Manusia.

Istikharoh, Surjatin, dan Primyastanto (2005), meneliti tentang Perencanaan Usaha Pengembangan Budidaya Ikan Gurami dan Ikan Nila di Kabupaten Nganjuk Propinsi Jawa Timur. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui 1) Kelayakan usaha budidaya ikan gurami dan ikan nila yang terdiri dari : aspek pasar, teknis, finansial, manajemen, kelembagaan yang terlibat, hukum, sosial ekonomi dan aspek lingkungan, 2) Pengembangan usaha budidaya ikan gurami dan ikan nila, dan 3) Rencana usaha budidaya ikan gurami dan ikan nila. Penelitian tersebut menggunakan metode survey, penentuan responden dilakukan secara *purposive sampling*.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aspek pasar cukup luas dilihat dari permintaan yang masih lebih besar dibandingkan penawaran dan tiap tahun permintaan selalu meningkat. Aspek teknis usaha budidaya gurami dan nila menggunakan sistem semi-intensif. Aspek finansial sudah layak dalam pelaksanaannya, baik jangka panjang maupun pendek dengan nilai REC masing-masing sebesar 64,03% dan 102,87% masih lebih besar dari suku bunga bank (8,71%); keuntungan masing-masing Rp 50.109.178,75 dan Rp 84.888.943,85; NPV masing-masing sebesar Rp 287.501.653 dan Rp 510.422.496; Net B/C rasio sebesar 5,91 dan 3,5; IRR masing-masing sebesar 125,71% dan 75,73%; *Payback Periode* masing-masing sebesar 2,17 tahun dan 4,25 tahun yang lebih kecil dari *Payback Periode* maksimum yaitu 6,25 tahun, sehingga usaha ini dikatakan layak. Penerapan aspek manajemen diterapkan

secara sederhana namun cukup baik. Dari segi hukum, usaha tersebut hanya mempunyai surat terdaftar dari kantor Sub-Dinas Perikanan. Aspek kelembagaan usaha cukup bagus karena peran lembaga penyedia sarana produksi, lembaga penyuluhan meskipun belum ada perhatian dari lembaga penyedia dana. Aspek sosial ekonomi cukup baik, dapat memberikan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran. Usaha ini memberikan dampak positif dari segi lingkungan karena tidak menghasilkan limbah berbahaya bagi lingkungan baik perairan maupun kesehatan masyarakat.

Tabel 1. Matrik penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wibowo. 2011	Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran lele Sangkuriang (*Clarias gariepinus)* di Kecamatan Ciampea Bogor	Hasil diperoleh meningkatkan produksi, memanfaatkan bantuan pemerintahan dan dinas terkait, mempertahankan produk berkualitas. Berdasarkan hasil analisis QSPM bahwa strategi terbaik yang harus dilakukan yaitu Meningkatkan produksi produk.
2.	Cecep. 2010	Strategi Pengambangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali	Hasil penelitian diketahui bahwa kekuatan utama pembenihan ikan lele yang berkualitas baik. Peluang permintaan semakin meningkat. Ancaman kenaikan harga pakan. Strategi yang diterapkan yaitu, mempertahankan dan meningkatkan kualitas benih ikan lele dumbo dan mempererat kemitraan dengan pelanggan dan meningkatkan daerah pemasaran.
3.	Suryani dan Sumantadinata. 2013	Pembesaran dan Pemasaran Ikan Lele sertaa Strategi Pengembangan di UD. Sumber Rezeki Parung, Jawa Barat	analisis SWOT dan matriks IE, strategi pengembangan untuk UD Sumber Rezeki, Parung, Jawa Barat adalah penetrasi dan pengembangan pasar dan menjual langsung ke konsumen akhir, melakukan diversifikasi produk olahan ikan lele, dan meningkatkan kemampuan SDM.
4.	Istikharoh, Surjatin, dan Primyastanto. 2005	Perencanaan Usaha Pengembangan Budidaya Ikan Gurami dan Ikan Nila di Kabupaten Nganjuk Propinsi Jawa Timur	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aspek pasar cukup luas dilihat dari permintaan yang masih lebih besar dibandingkan penawaran dan tiap tahun. Aspek teknis usaha menggunakan sistem semi-intensif. Aspek finansial sudah layak dalam pelaksanaannya, baik jangka panjang maupun pendek.

2.2 Klasifikasi Ikan Lele dan Morfologi

Menurut Hendriana (2010), Tata nama pada ikan dan jenis hewan lainnya didasarkan pada tubuh dan sifat-sifat yang dimilikinya. Bentuk tubuh lele yang bulat dan memanjang membuatnya dikelompokkan dalam golongan sebagai berikut:

Filum : Chordata

Kelas : Actinopterygii

Ordo : Ostariophsysi

Sobordo : Siluroidae

Famili : Clariidae

Genus : Clarias

Species : *Clarias sp.*

Nama asing : *African catfish*

Nama lokal : Ikan lele (P.Jawa), keli/keeling (P.Sulawesi), Pintat (P.Kalimantan), dan kalang (P.Sumatra).

Gambar 1. Ikan lele
(sumber: www.googleimage.com)

Jenis lele yang beredar di masyarakat cukup beragam, diantarannya lele lokal, lele dumbo, lele sangkuriang, lele phyton, dan lele paiton. Secara umum, lele memiliki tubuh bulat dan memanjang. Kulitnya licin, berlendir, tetapi tidak bersisik. Warna tubuhnya berbeda setiap jenis lele. Masing-masing memiliki warna khas yang membelah setengah dari lebar kepalanya. Ciri khas pada ikan

lele adalah adanya kumis yang berada di seketir mulutnya. Kumis inilah yang menyebabkan lele juga dikenal dengan nama *catfis.* Kumis ini berfungsi sebagai alat peraba saat bergerak atau saat mencari makan. Lele memiliki tiga buah sirip tunggal, yaitu sirip punggung, sirip ekor, dan sirip dubur. Lele juga memiliki dua buah sirip berpasangan, yaitu sirip dada dan sirip perut. Selain untuk berenang, sirip juga berfungsi menjaga keseimbangan tubuh saat diam (Hendriana, 2010).

2.3 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Subagyo (2007), Studi kelayakan merupakan salah satu terapan yang bersifat aplikatif. Terapan ini lahir karena diwakili oleh kebutuhan masyarakat akan bisnis dan pemerintah terhadap keamanan dana yang akan ditanamkan dalam sebuah proyek atau bisnis tertentu. Studi kelayakan dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi, baik pada sebuah proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Studi kelayakan dilakukan untuk menilai kelayakan sebuah proyek yang akan dijalankan disebut *studi kelayakan proyek*, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan usaha disebut *studi kelayakan bisnis*. Pada metode penyusunan studi kelayakan tidak ada yang tetap, tapi pada umumnya terdiri dari beberapa aspek, yaitu, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik produksi dan teknologis, aspek manajemen aspek legan dan perizinan, dan aspek keuangan.

2.3.1 Aspek Teknis

Aspek Teknis mempunyai tujuan yaitu agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat, agar perusahaan bisa menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi, agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya, agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang

paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya, agar perusahaan bisa menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang (Kasmir dan Jakfar, 2007).

a. Persiapan Kolam (Pembersian, pengeringan dan pengisiian air)

Menurut Mahyuddin (2010), sebelum digunakan untuk kegiatan pembesaran ikan lele, wadah atau kolam perlu dipersiapkan terlebih dahulu. Persiapan kolam bertujuan untuk menyediakan lingkungan hidup yang optimal bagi ikan lele. Pada usaha ini kolam yang digunakan adalah kolam beton, dalam melakukan persiapan kolam ada hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu yaitu :

- Pembersihan Kolam

Pembersihaan terjadi saat pasca panen telah selesai, cara ini dilakukan agar kolam tetap terjaga kebersihannya dari sisa – sisa kotoran seperti sisa pakan yang bisa menyebabkan racun pada air yang digunakan adapun lumut yang dapat menimbulkan bakteri atau hama. Pada usaha milik Pak Wito ini cara pembersihannya dengan cara disikat bagian dinding yang tertempel oleh lumut kemudian dibersikan dengan air sampai lumut tidak terlihat di kolam tersebut.

- Pengeringan Kolam

Setelah dilakukan pembersihan kolam kemudian dikeringan kolam dengan cara air yg terdapat di kolam dikeluarkan dari kolam melalui outlet tanpa ada air yang tersisa. Setelah kering lalu biarkan kolam itu terkena sinar matahari tanpa terisi air selama 2 – 3 hari agar bertujuan bakteri yang ada pada kolam beton tersebut dapan mati dengan suhu tinggi melalui sinar matahari.

- Pengisian Air Kolam

Setelah dilakukan pembersihan dan pengeringan kolam langka selanjutnya yaitu pengisian air kolam pada kolam tersebut. Cara awal yaitu isi air

dengan cara bertahap sekitar 20 – 30 cm hal ini dilakukan karena untuk pemberian obat dan di diamkan selama 2 hari. Hal ini bertujuan agar kolam ini benar – benar seteril dari bakteri dan hama.

b. Penebaran Benih Ikan Lele

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

c. Pemeliharaan Ikan Lele (Pemberian pakan, Pengolahan Air dan Pencegahan Penyakit)

Pemeliharaan yang dilakukan pada usaha ini dengan pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit hal ini dilakukan guna untuk menjaga kelangsungan hidup benih ikan lele sampai ikan ukuran konsumsi atau siap dijual dipasaran.

- Pemberian Pakan

Menurut Mahyuddin (2010), ikan lele akan tumbuh dengan baik apabila semua kebutuhan nutrisinya terpenuhi secara maksimal. Artinya, kebutuhan terhadap protein, karbohidrat, lemak, vitamin dan mineral harus tersedia dalam pakan dengan komposisi dan jumlah yang cukup. Usaha ini menggunakan pakan buatan pabrik (pelet), karena pakan buatan pabrik lebih terjamin kualitasnya serta kandungan nutrisinya yang lengkap.

- Pengolahan Air

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

- Pencegahan Penyakit

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

d. Pemanenan Ikan Lele

Pemanenan ikan lele ini adalah tahap final pada kegiatan pembesaran ikan lele karena ukuran lele sudah mencapai ukuran ikan konsumsi dan bobot ikan lele yang sesuai dengan permintaan pasar. Ikan lele berukuran konsumsi dengan lama produksi sekitar 2,5 – 3 bulan. Pemanenan yang dilakukan dengan cara yaitu dengan membuang air kolam pada saluran outlet sehingga kolam mencapai batas air maksimal 10 cm hal ini dilakukan untuk mempermudah pemanenan dengan cara diserok dengan jaring serok kemudian dimasukan dalam keranjang dan ditimbang lalu dimasukan tempat kotak pengiriman atau drum pada pembeli ikan tersebut.

Aspek teknis yang akan diteliti adalah dimulai dari sarana dan prasarana, persiapan kolam (pembersian kolam, pengeringan dan pengisiian air), penebaran benih, pemeliharaan ikan (pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit) dan pemanenan ikan.

2.3.2 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada

pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Shinta, 2011).

Pemasaran adalah mengatarkan barang dan jasa yang tepat, kepada orang yang tepat, di tempat yang tepat , pada waktu yang tepat, dengan harga yang tepat, serta dengan komunikasi dan promosi yang tepat (Subagyo, 2007).

a. permintaan dan penawaran

Dalam setiap pasar terdapat pembeli dan penjual dengan kebutuhan dan keinginannya masing-masing. Pengertian penawaran sejajar dengan pembicaraan tentang permintaan, tetapi dilihat dari segi penjual. Makin tinggi harga jual, maka makin banyak barang yang ditawarkan atau mau dijual. Penawaran ialah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu (Gilarso, 2003).

b. penetapan harga jual

Harga merupakan sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan dimana harga tersebut harus bisa menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk produksi ditambah dengan besarnya presentase laba yang diinginkan. Penentuan harga memiliki prinsip dimana menitikberatkan pada kemauan pembeli terhadap harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan sekaligus presentase laba yang diinginkan (Fuad, 2000).

c. saluran pemasaran

Saluran distribusi adalah suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi atau pemasaran memiliki fungsi sebagai alat

memperlancar keuangan perusahaan, alat komunikasi dan alat bantu penjualan (Shinta, 2011).

d. margin pemasaran

Margin pemasaran atau *marketing margin* ialah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Efisiensi sistem pemasaran dapat diukur dengan menggunakan tinggi rendahnya margin pemasaran, tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan. Semakin besar marjin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Panjangnya rantai pemasaran seringkali mengakibatkan pemasaran yang kurang efisien. Marjin pemasaran menjadi tinggi akibat bagian yang diterima petani produsen menjadi kecil sehingga mengakibatkan produsen tidak bergairah untuk berproduksi (Hanafie, 2010).

Rumus marjin pemasaran ialah :

$$Mp = \mathrm{Pr} - Pf$$

Dimana :

Mp : Margin Pemasaran (Rp/ekor)

Pr : Harga di Tingkat Konsumen (Rp/ekor)

Pf : Harga yang Diterima Produsen (Rp/ekor)

Aspek pemasaran yang akan diteliti adalah permintaan dan penawaran, pentapan harga jual, saluran pemasaran dan margin pemasaran yang diperoleh sehingga dapat diperoleh data yang digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha dan saluran pemasaran yang berada di desa Carat kabupaten Ponorogo.

2.3.3 Aspek Manajemen

Menurut Handoko (1984) *dalam* Primyastanto (2005) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-

usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap pertama bagi sebuah perusahaan khususnya team manajemen dalam menjalankan fungsinya. Menurut Johan (2011), perencanaan adalah suatu proses penetapan tujuan suatu perusahaan yang meliputi perencanaan bisnis mulai dari penentuan strategi, produksi, perencanaan anggaran keuangan, sampai dengan biaya-biaya produksi, penjualan dan administrasi guna mencapai tujuan perusahaan.

Perencanaan ialah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta menentukan apa saja yang harus dilakukan, kapan, dan bagaimana melakukannya juga dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan (Kasmir dan Jakfar, 2012).

b. Pengorganisasian

Organizing menyangkut pengorganisasian sumberdaya yang terarah sehingga tercipta sebuah organisasi yang harmonis guna mencapai tujuan yang diinginkan (Johan, 2011). Pengorganisasian adalah suatu tindakan yang dilakukan meliputi pengelompokan tugas dan pembagian pekerjaan kepada setiap karyawan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pengorganisasian ialah proses mengelompokkan kegiatan-kegiatan atau pekerjaan-pekerjaan dalam unit-unit dengan tujuan agar tertata dengan jelas antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing (Kasmir dan Jakfar, 2012).

c. Pengarahan

Pada tahap pengarahan *(leading),* manajemen mulai melakukan kegiatan implementasi sebuah usaha atau ide dimana kepemimpinan menjadi faktor

terpenting bagaimana memotivasi, mengarahkan dan menggerakkan semua faktor organisasi yang ada untuk mencapai sasaran yang diinginkan (Johan, 2011). Pengarahan perlu dilakukan dalam sebuah usaha untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan dan mencapai produktivitas yang optimal.

Menggerakkan atau melaksanakan ialah proses untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi. Para pimpinan atau manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) dalam menjalankan organisasi guna mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi (Kasmir dan Jakfar, 2012).

d. Pengawasan

Pengawasan adalah suatu cara yang dilakukan untuk memastikan dan menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai rencana awal yang ditetapkan atau tidak. Johan (2011) berpendapat, pelaksanaan harus selalu diikuti dengan pengawasan atau perbandingan ke dalam rencana awal karena pelaksanaan akan selalu menimbulkan hal-hal yang belum diperkirakan dalam perencanaan awal, yang mana bisa menimbulkan biaya-biaya tambahan maupun resiko-resiko tambahan.

Pengawasan ialah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana atau belum. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan (Kasmir dan Jakfar, 2012).

2.3.4 Aspek Finansiil

Menurut Arifin (2007), Aspek finansiil mempunyai peran strategis sebagai dasar pengambilan keputusan. Di samping itu ada suatu studi kelayakan proyek. Studi kelayakan proyek di bidang keuangan bertujuan melakukan serangkaian analisis dengan perhitungan – perhitungan secara tepat dan akurat dari suatu

investasi modal dengan membandingkan aliran biaya (*cost*) dengan kemanfaatan (*benefit*).

2.3.4.1 Aspek Finansiil Jangka Pendek

Analisis jangka pendek untuk mengukur suatu usaha dalam jangka waktu yang pendek. Adapun komponen yang di hitung dalam menganalisis jangka panjang *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C),*dan Payback Period* (PP).

a. Permodalan

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) modal diartikan sebagai kolektifitas dari barang – barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debit, sedangkan yang dimaksud dengan barang – barang modal ialah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan. Modal yang menunjukan bentuknya ialah modal aktif sedangkan modal yang menunjukan sumbernya atau asalnya ialah modal pasif.

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) berdasarkan lamanya modal memberikan jasa dalam proses produksi, modal dapat dibedakan menjadi modal lancar dan modal tetap. Modal lancar merupakan modal yang digunakan dalam jangka waktu yang lama tapi dalam jumlah yang tidak menentu, contohnya bahan baku. Sedangkan modal tetap merupakan modal untuk jangka waktu yang lama, contohnya tanah dan bangunan.

b. Biaya Produksi

Menurut Riyanto (1984) *dalam* Primyastanto (2011) biaya adalah satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk tercapainya suatu hasil produksi. Sedangkan biaya produksi perikanan merupakan modal yang harus dikeluarkan untuk membudidayakan ikan, dari persiapan sampai panen.

Biaya produksi dihitung tujuan untuk mengetahui besarnya biaya keseluruhan yang digunakan dalam suatu usaha. Biaya total atau *Total Cost* (TC). Biaya total dapat diperolah dari hasil penjumlahan biaya tetap dengan biaya variabel, dirumuskan sebagai berikut.

Total Cost (TC) = *Fixed Cost* (FC) + *Variabel Cost* (VC)

c. Penerimaan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap. *Total Revenue* (TR) atau penerimaan di dapat dari perkalian antar produk yang di hasilkan (Q) dengan harga penjualan (P) (Soekartawi, 2003).

Total penerimaan diperoleh dari hasil produksi usaha dikalihkan dengan harga tiap unit, penerimaan di rumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana: TR : *Total Revenue*

P : Harga Produk

Q : Jumlah Produk

d. *Revenue Cost Ratio* (RC ratio)

Analisis R/C Ratio dimaksudkan untuk mengetahui nilai perbandingan antara peniramaan dan biaya produksi yang digunakan. Semakin besar R/C Ratio maka akan semakain besar pula keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut dapat tercapai bila faktor produksi dialokasikan dengan lebih efesien (Soekartawi, 2003).

R/C ratio dapat dirumuskan:

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

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

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

Riyanto (1984) *dalam* Primyastanto (2011) keuntungan dihitung untuk mengatahui besarnya laba (*profit*) di dalam melaksanakan usaha. Keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dengan total baiaya. Total biaya terdiri dari baiaya tetap (*fixed cost)* dan biaya tidak tetap (*variabel cost).*

Dapat ditulis dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = TR - (FC + VC)$$

Dimana : π = Keuntungan

TR = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

f. Rentabilitas

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) rentabilitas ialah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, karena nilai rentabilitas menunjukkan perbandingan antara laba atau keuntungan dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

$$\textbf{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \textbf{ x } 100\%$$

Dimana :

L = Laba yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut

g. Break Even Point (BEP)

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) analisa break-even adalah teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Oleh dikarenakan analisa ini mempelajari hubungan antara biaya keuntungan hingga volume kegiatan, maka analisa tersebut biasa disebut "*Cost-Profit-Volume analysis*" (C.P.V. analysis). Adapun rumus dari perhitungan BEP adalah sebagai berikut :

- BEP atas dasar unit, dapat dirumuskan

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

Dimana :

P = Harga jual per unit

V = Biaya variabel per unit

FC = Biaya tetap

Q = jumal unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

- BEP atas dasar sales, dapat dirumuskan

$$\text{BEP}_{(\text{dalam rupiah})} = \frac{FC}{1-\frac{VC}{S}}$$

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

Break Even Point (BEP) adalah total biaya dapat dipakai sebagai ukuran impasnya biaya total itu sendiri. *Break Even Point* (BEP) termasuk ke dalam analisis finansiil jangka pendek, analisis finansiil diperlukan untuk merencanakan strategi bisnis, agar diperkirakan dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang direncanakan dalam jangka pendek.

2.3.4.2 Aspek Finansiil Jangka Panjang

Analisis jangka panjang untuk mengukur suatu usaha dalam jangka waktu yang panjang. Adapun komponen yang di hitung dalam menganalisis jangka panjang *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C),*dan Payback Period* (PP).

a. *Net Present Value* (NPV)

Metode *Net Present Value* (NPV) merupakan salah satu metode perhitungan kelayakan investasi yang banyak digunakan karena mempertimbangkan nilai waktu uang. NPV menghitung selisih antara nilai investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih. Jika hasil perhitungan menunjukan angka yang positif, usulan investasi dapat dipertimbangkan diterima. Penelian kelayakan investasi dengan metode ini digunakan sebagi alat bantu dalam penelaian investasi dengan metode *Profitability Indek* (Arifin, 2007).

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut :

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

Dimana : Bt = benefit pada tahun ke-1

Ct = biaya tahun ke-1

N = umur ekonomis

I = tingkat suku bunga

Kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPV adalah sebagai berikut :

- Terima kalau NPV >0
- Tolak kalau NPV < 0
- Kemungkinan diterima kalau NPV = 0

NPV > berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash flow* dengan presentase lebih besar dibandingkan *opportunity cost* modal yang ditanamkan. Apabila NPV=0, proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash inflow* yang diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan. Jadi semangkin besar nilai NPV, semangkin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan (Rangkuti, 2006).

b. Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Arifin (2007), Internal Rate of Return (IRR) digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dihasilkan dari suatu aliran kas masuk atau *proceed* (laba+penyusutan) yang diharapkan akan diterima karena terjadi pengeluaran modal (Investasi). Bentuk penulisan fungsi sebagai berikut:

= IRR (values;guess)

Keterangan:

- Values = diisi dengan range yang menunjukan suatu aliran kas, baik aliran kas ke luar (investasi) maupun aliran kas masuk.
- Guess = tingkat bunga yang disyaratkan, jika diabaikan, dianggap sebesar 10%.

Dengan Rumus:

$$\text{IRR} = Ir + \frac{NPV\ Ir}{NPV\ Ir - NPV\ It}(It - Ir)$$

Dimana :

Ir = Bunga rendah

It = Bunga tinggi

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

Net benefit cost ratio adalah angka perbandingan antara jumlah present value yang positif (sebagai pembilang) dengan present value yang negatif (sebagai penyebut) atau perbandingan antara biaya dengan keuntungan. Apabila

NPV proyek sama dengan nol, maka hasil dari perhitungan Net B/C akan lebih dari satu sehingga proyek tersebut dapat dikatakan layak dan menguntungkan untuk diajalankan, apabila nilai Net B/C kurang dari satu maka proyek tersebut masih belum layak untuk dijalankan. Adapun rumus menurut Gray (1997) *dalam* Primyastanto (2011b), untuk menghitung Net B/C adalah sebagai berikut:

$$NetB/C = \frac{\sum_{i=1}^{n} N\overline{B_i}(+)}{\sum_{i=1}^{n} N\overline{B_i}(-)}$$

Indikator :

Net B/C > 1 (satu) berarti proyek (usaha) layak dikerjakan

Net B/C < 1 (satu) berarti proyek tidak layak dikerjakan

Net B/C = 1 (satu) berarti cash in flows = cash out flows (BEP)

d. *Payback Period* (PP)

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

Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Payback period} = \frac{Jumlah\ Investasi}{NPV\ setiap\ tahun}\ x\ 1\ tahun$$

e. Sensitivitas

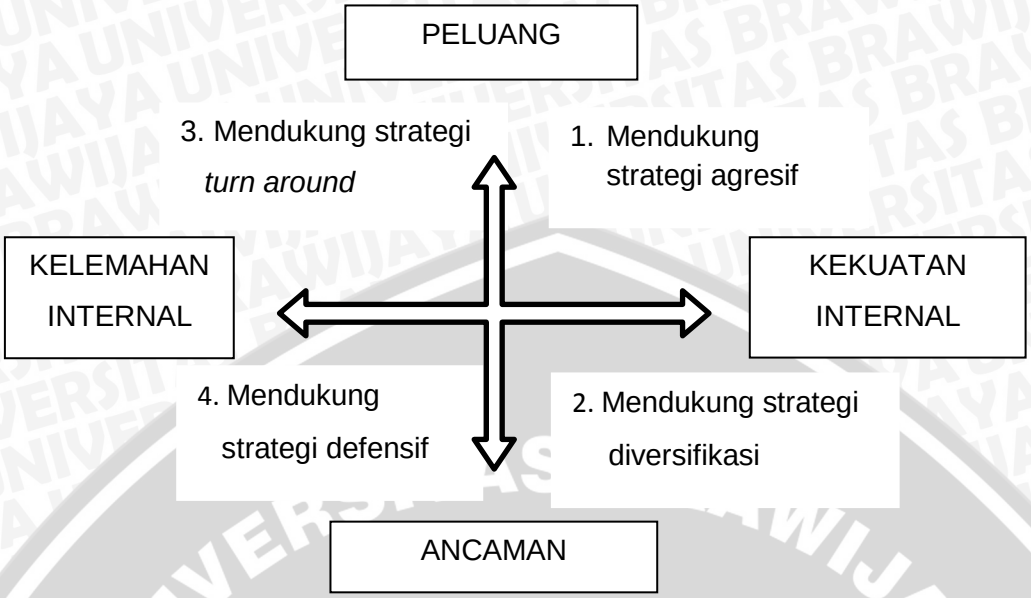
Menurut Sanusi (2000), Analisis sensitivitas pada perubahan harga output perlu dilakukan terutama bagi proyek-proyek dengan umur ekonomis yang panjang dan dalamukuran besar, karena kemungkinan besar bahwa dengan

adanya proyek penawaran (supply) produk tersebut di pasar akan bertambah dan harga akan relatif menjadi turun. Analisis sensitivitas dapat membentuk pengelola proyek (pimpinan proyek) dengan menunjukkan bagian-bagian yang peka yang membutuhkan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan akan menguntungkan perekonomian.

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

2.4 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2008), penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut haus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari Lingkungan *Internal Strenghts* 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 (*strenghts*) dan Kelemahan (*weaknesses*). Berikut ini terdapat penjelasan diagram Analisis SWOT.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1 : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

Kuadran4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi barbagai ancaman dan kelemahan internal.

Beberapa hal yang berhubungan dengan apa yang terjadi pada usaha pembesaran ikan lele ini didapatkan beberapa informasi yang dapat digunakan untuk mengindentifikasi untuk mengetahui faktor – faktor internal dan faktor – faktor eksternal. Matriks SWOT ialah matriks yang digunakan untuk penyusunan faktor-faktor strategis perusahaan, karena dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT ini berupa empat set kemungkinan alternatif strategis (Rangkuti, 2011).

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS EFAS	*Strengths* (S) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kekuatan internal	*Weakness* (W) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Berikut ini adalah cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) menurut Rangkuti (2011), antara lain :

a. Susunlah 5 – 10 peluang dan ancaman pada kolom 1.
b. Berikan bobot masing-masing faktor yang memiliki kemungkinan berdampak terhadap faktor strategis dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
c. Hitung rating untuk masing-masing faktor dalam kolom 3 dengan memberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberiam nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (semakin besar peluang maka diberi rating +4, sementara peluang yang kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman yaitu apabila ancaman sangat besar diberi rating 1, sementara ancaman yang kecil diberi rating 4.
d. Bobot pada kolom 2 dikali dengan rating pada kolom 3, kemudian diperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasil yang didapatkan berupa skor

pembobotan masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).

e. Kolom 5 digunakan untuk memberi komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

f. Skor pembobotan pada kolom 4 dijumlahkan, kemudian akan diperoleh total skor pembobotan yang menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor tersebut bisa digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tahapan untuk merumuskan dan menganalisis faktor-faktor strategis internal (IFAS), antara lain :

a. Tentukan faktor-faktor yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan pada kolom 1.

b. Berikan bobot pada faktor-faktor tersebut dengan dimulai dengan skala 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), yang didasarkan pada pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahan, dengan catatan semua bobot tersebut tidak boleh berjumlah lebih dari skor total 1,00.

c. Hitung rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberi skala dimulai dari 4 (*outstanding*) sampai 1 (*poor*), yang didasarkan pada pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahan yang bersangkutan. Semua variabel yang bersifat positif diberi nilai dari +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya.

d. Bobot pada kolom 2 dikalikan dengan rating pada kolom 3, kemudian diperoleh faktor pembobotan pada kolom 4 yang berupa skor pembobotan

masing-masing faktor dengan nilai bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai 1,0 (*poor*).

e. Berikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung pada kolom 5.

f. Skor pembobotan yang ada di kolom 4 dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan yang menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini bisa digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

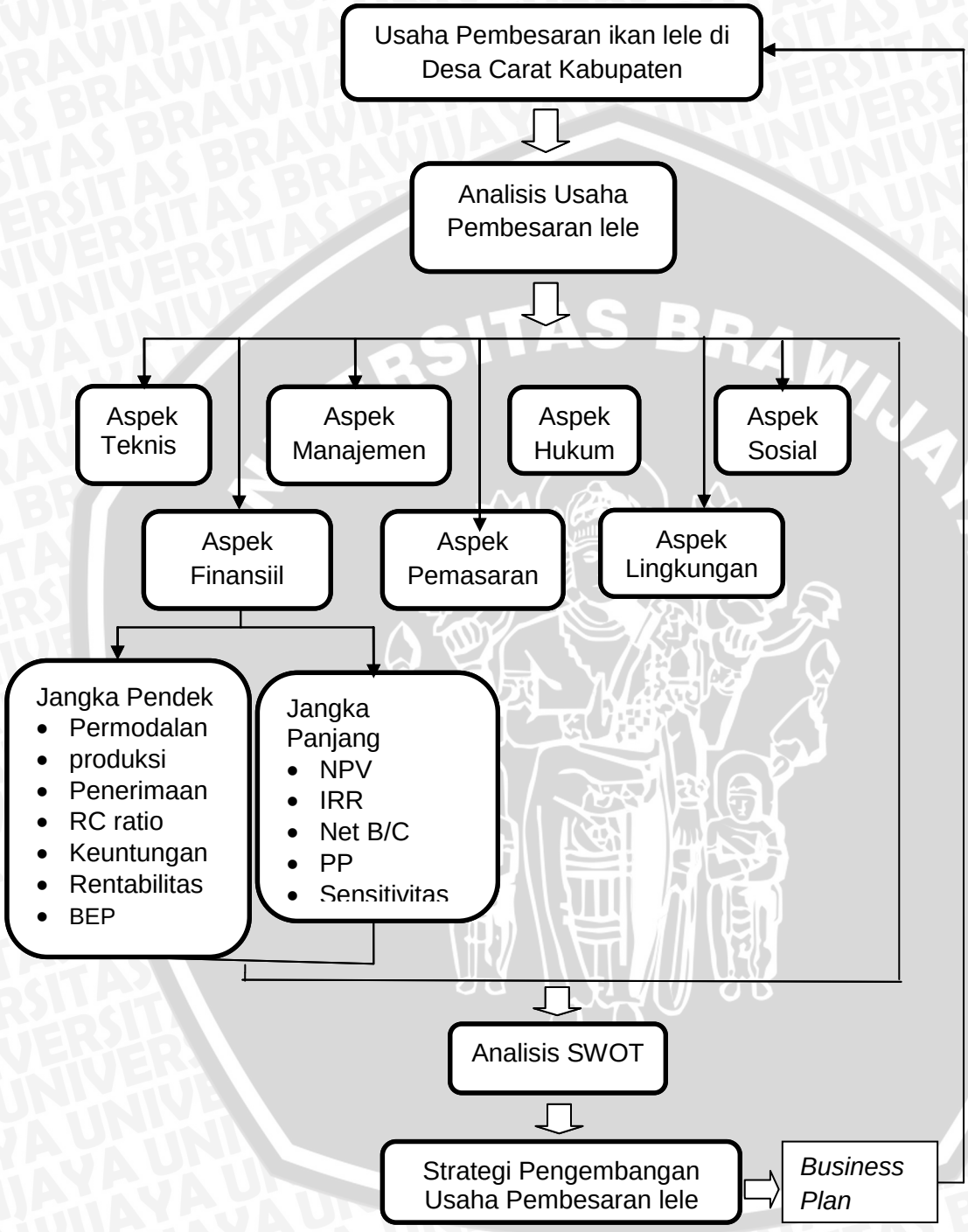
2.5 Perencanaan Strategi

Menurut Rangkuti (2008), strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan yang sudah direncanakan, dalam suatu teori, konsep mengenai strategi terus berkembang. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu juga dapat dikatakan suatu perencanaan strategis. Tujuan utama dari perencanaan strategis adalah supaya perusahaan dapat melihat dengan objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal yang disekitar perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal dan membuat rencana untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Menurut Primayastanto (2005), Rencana bisnis (*Bussines Plan*) adalah usaha menduga atau menganalisa suatu kegiatan yang teratur yang berupa usaha untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat sambil mencari keuntungan atau penghasilan dengan menekankan pada penelaahan dan pengkajian terhadap layak atau tidaknya usaha.

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir dapat dilihat berdasarkan gambar sebagai berikut :



Gambar 3. Kerangka Berfikir Usaha Pembesaran Lele

Kerangka berpikir penelitian yang berjudul strategi pengembangan usaha ikan lele (*Clarias baltrachus*) di Desa Carat Kabupaten Ponorogo Jawa Timur yang dilakukan adalah menganalisis aspek-aspek yang ada seperti aspek teknis,

manajemen, pemasaran dan aspek finansiil secara jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis strategi pengembangan usaha menggunakan SWOT. Data yang sudah diperoleh dari semua aspek kemudian akan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi apa yang akan digunakan dalam perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan lele tersebut.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang dipilih dalam pelaksanaan penelitan bertempat di Desa Carat Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Dilaksanakan pada bulan Pebruari sampai Maret 2015.

Alasan mengapa mengambil tempat penelitian di Desa Carat Kabupaten Ponogoro ini dikarenakan tempat ini hanya memiliki satu pengusaha pembesaran lele dengan jumlah kolam sebanyak 27 kolam. Permintaan pasar lele di masyarakat cukup tinggi dan mudah untuk melakukan budidaya ikan lele. Oleh karena itu perlu diadakan penelitian untuk pengembangan usaha pembesaran lele di Desa Carat Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

3.2 Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian deskriptif. Menurut Arikunto (2010), metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan lapang, kondisi yang dimana hasilnya dibentuk dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif bisa dikatakan penelitian yang paling sederhana daripada penelitian yang lain, karena pada penelitian deskriptif peneliti tidak mengubah, menambah atau memanipulasi penelitian yang sudah dilakukan. Dalam penelitan ini peneliti hanya memotret apa yang terjadi pada objek penelitian kemudian dituliskan dalam bentuk laporan yang hasilnya sesuai dengan apa yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian yang intensif, terintegrasi, dan mendalam sehingga menghasilkan gambaran peristiwa tertentu. Terdapat satu

unit atau satu kesatuan unit yang terbatas pada satu orang, satu keluarga, atau kelompok masyarakat pada satu lembaga, satu desa atau wilayah, atau satu kelompok objek lainnya yang cukup terbatas. Studi kasus bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam berkenaan dengan objek penelitian yang bersifat sebagai satu penelitian eksploratif. Penelitian studi kasus ini menghasilkan gambaran longitudinal dimana pengumpulan dan analisis data dalam satu jangka waktu tertentu. Umumnya studi kasus menggunakan teknik observasi langsung, observasi partisipasi, dan teknik wawancara bebas (Waluya, 2007).

Dari teori diatas didapatkan metode penetihan dan jenis penelitian untuk usaha pembesaran ikan lele di desa Carat Kabupaten Ponorogo yaitu, Metode penelitian deskriptif dan jenis penelitian studi kasus, dengan menggunakan ini maka mengetahui masalah dan solusi apa yang digunakan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut.

3.3 Teknik Penentuan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara skematis dibagi menjadi 2 yaitu *Probability sampling* dan *non Probability sampling* (Sugiyono, 2011).

Sampel yang dipilih untuk penelitian ini dengan menggunakan *non Probability sampling* ini pemilihan yang tidak memberikan peluang kepada semua unsur untuk dapat terpilih. Responden telah dipilih yaitu pemilik usaha di usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo Jawa Timur.

3.4 Sumber Data

Menurut Moleong (2013), Sumber data dalam Penelitian kualitatif meliputi kata – kata dan tindakan selain itu ada data tambahan seperti dokumen dan lain – lain. Selain itu pada jenis meliputi dokumen, foto dan statistik yang menggambarkan sebuah hal yang tertulis.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur ini meliputi data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari pengambilan data secara langsung dari sumber datanya melalui proses wawancara dan pengamatan peranserta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya (Moleong, 2013).

Adapun data primer yang dikumpulkan adalah sebagai berikut:

- Proses pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Sarana dan prasarana pada usaha pembesaran ikan Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Sejarah berdirinya Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Biaya operasional usaha pembesaran ikan lele Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Sistem pemasaran Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Faktor pendukung dan penghambat Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang didapatkan dari sumber lain, tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder didapatkan dari sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi (Moleong, 2013).

Adapun data sekunder yang akan dikumpulkan adalah sebagai berikut:

- Geografis dan topografi di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Keadaan penduduk di daerah penelitian dari Kantor Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.
- Keadaan umum perikanan Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di bagi menjadi 4 yaitu: observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Dapat dilihat sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan lainnya, observasi tidak terbatas pada orang saja tetapi objek – objek alam lainnya berbeda dengan wawancara dan kuesioner yang selalu berkomunikasi (Sugiyono, 2011).

Observasi yang dilakukan dalam kegiatan penelitian pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. kegiatan meliputi :

- Bentuk kolam, kontruksi bangunan dan peralatan-peralatan yang digunakan dalam kegiatan pemeliharaan ikan lele.
- Kegiatan usaha pembesaran ikan lele yang meliputi kegiatan pra panen, pasca panen serta pengangkutan hasil panen.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ada pada lapang, memperoleh informasi yang ingin diketahui secara mendalam dari responden dan jumlah respondenya kecil (Sugiyono, 2011).

Wawancara yang dilakukan dalam kegiatan penelitian usaha pembesaran lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. kegiatan meiputi:

- Sejarah berdirinya dan perkembangan usaha
- Permodalaan yang digunakan oleh pembudidaya
- Jumlah hasil panen dan harga jual
- Jumlah tenaga kerja dan upah tenaga kerja
- Sumber dana yang digunakan dalam usaha dan penerimaan yang diperoleh
- Daerah pemasaran ikan lele
- Jumlah dan kualitas benih ikan lele
- Lama waktu pemeliharaan ikan lele
- Kontribusi yang diberikan dari usaha pembesaran ikan lele terhadap kehidupan sosial, perekonomian dan lingkungan di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat efektif jika responden cukup besar dan wilayah penelitian sangat luas (Sugiyono, 2011).

3.6 Analisis Data

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memandang realitas ataugejala atau fenomena yang relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan

hubungan gejala bersifat sebab akibat. Analisa kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab tujuan dari peneliti yaitu deskriptif kualitatif dari aspek teknis, manajemen, pemasaran. Kemudian deskriptif kuantitatif dari aspek finansial jangka pendek maupun jangka panjang dan analisis SWOT. Adapun penjelasan dari analisis data yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Analisa Data Untuk Mencapai Tujuan Pertama

Tujuan pertama “Mengetahui stundi kelayakan bisnis dilihat dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansiil jangka pendek dan jangka panjang pada pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.” dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis usaha usaha pada aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansiil jangka pendek. Dari aspek usaha tersebut maka akan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif sedangkan untuk aspek finansiil (jangka pendek) menggunakan data kuantitatif.

- Aspek Teknis

Penelitian ini mengetahui aspek teknis yang dengan pengembangan usaha pembesaran ikan lele, Aspek teknis yang akan diteliti adalah dimulai dari sarana dan prasarana, budidaya, persiapan kolam (pembesian kolam, pengeringan dan pengisiian air), penebaran benih, pemeliharaan ikan (pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit) dan pemanenan ikan.

- Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran yang akan diteliti adalah permintaan dan penawaran, pentapan harga jual, saluran pemasaran dan margin pemasaran yang diperoleh sehingga dapat diperoleh data yang digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha dan saluran pemasaran yang berada di desa Carat kabupaten Ponorogo.

- Aspek Manajemen

Penelitian yang dilakukan pada perencanaan di Desa Carat Kaupaten Ponorogo adalah untuk menjelaskan tujuan yang ingin dicapai dengan menambah produksi untuk kedepannya, ketepatan pengiriman bahan baku, mengatur ketersediaan akan bahan baku (ikan, pakan, obat dll), dan mengetahui perkembangan kedepannya.

Penelitian yang dilakukan pada pengorganisasian di Desa Carat Kabupaten Ponorogo dilihat dari lokasi usaha meliputi pemilik usaha, istri dan pegawai. Pemilik usaha mengawasi semua proses produksi, pemasaran dan finansiil. Pemilik usaha memberikan arahan untuk dapat melakukan tugas dengan baik.

Penelitian yang dilakukan dalam pengawasan di Desa Carat Kabupaten Ponorogo dengan melihat bagaimana hasil kerja yang dilakukan oleh pegawai apa sudah sesuai dengan arahan yang dilakukan oleh pemilik usaha agar dapat memenuhi target yang dicapai.

Penelitian yang dilakukan pada pengawasan di Desa Carat Kabupaten Ponorogo dengan melihat sejauh mana pengawasan yang dilakukan terhadap hasil pekerjaan apakah sudah sesuai dengan target yang ingin dicapai, sejauh mana sistem pengawasan terhadap karyawan dan sejauh mana pengawasan terhadap pelaksanaan.

- Aspek Finansiil

Penelitian ini mengetahui aspek finansiil yang akan dilakukan dalam jangka pendek dan jangka panjang, menggunakan data deskriptif kuantitatif.

1. Aspek Finansiil Jangka Pendek (Oprasional)

- Permodalan
- Biaya Produksi (*Total Cost*)

  Total Cost (TC) = *Fixed Cost* (FC) + *Variabel Cost* (VC)

- Penerimaan

  Total penerimaan diperoleh dari hasil produksi usaha dikalihkan dengan harga tiap unit, penerimaan di rumuskan sebagai berikut:

  TR = P x Q

Dimana: TR : *Total Revenue*

P : Harga Produk

Q : Jumlah Produk

- Revenue Cost Ratio (*RC ratio*)

  R/C ratio dapat dirumuskan:

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

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

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

- Keuntungan

  Dapat ditulis dengan rumus:

  π = TR – TC

  π = TR – (FC + VC)

Dimana : π = Keuntungan

TR = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

- Rentabilitas

$$\textbf{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \textbf{ x } 100\%$$

Dimana :

L = Laba yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut

- *Break Even Point* (BEP)

Adapun rumus dari perhitungan BEP adalah sebagai berikut :

BEP atas dasar unit, dapat dirumuskan :

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

Dimana :

P = Harga jual per unit

V = Biaya variabel per unit

FC = Biaya tetap

Q = jumal unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

BEP atas dasar sales, dapat dirumuskan :

$$\text{BEP}_{\text{(dalam rupiah)}} = \frac{\textbf{FC}}{1-\frac{\textbf{VC}}{\textbf{S}}}$$

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya variabel

S = Volume penjualan

2. Aspek Finansiil Jangka Panjang

- *Net Present Value* (NPV)

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut :

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

Dimana : Bt = benefit pada tahun ke-1

Ct = biaya tahun ke-1

N = umur ekonomis

I = tingkat suku bunga

Kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPV adalah sebagai berikut :

- ✓ Terima kalau NPV >0
- ✓ Tolak kalau NPV < 0
- ✓ Kemungkinan diterima kalau NPV = 0

➢ *Internal Rate of Return* (IRR)

$$IRR = Ir + \frac{NPV\ Ir}{NPV\ Ir - NPV\ It}(It - Ir)$$

Dimana :

Ir = Bunga rendah

It = Bunga tinggi

➢ *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C)

Indikator :

$$NetB/C = \frac{\sum_{i=1}^{n} N\overline{B_i}(+)}{\sum_{i=1}^{n} N\overline{B_i}(-)}$$

Net B/C > 1 (satu) berarti proyek (usaha) layak dikerjakan

Net B/C < 1 (satu) berarti proyek tidak layak dikerjakan

Net B/C = 1 (satu) berarti cash in flows = cash out flows (BEP)

➢ *Payback Peroid* (PP)

Adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Payback period} = \frac{Jumlah\ Investasi}{NPV\ setiap\ tahun}\ x\ 1\ tahun$$

- Analisis Sensitivitas

2. Analisa Data Untuk Mencapai Tujuan Kedua

Tujuan kedua "Mengetahui Strategi Pengembangan dengan analisis SWOT pada usaha Pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur." dalam penelitian untuk mengetahui dan menentukan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele dengan analisis SWOT. Penentuan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele mengunakan analisa data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Menurut Rangkuti (2008), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara berurutan untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini memiliki dasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strenghts*) dan peluang *(Opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Maka dari itu, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan dalam kondisi yang ada saat ini.

Tabel 3. Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor-faktor Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan 1..... 2..... 3.....			
Total Skor			
Kelemahan			

1..... 2..... 3.....			
Total Skor			
Peluang 1..... 2..... 3.....			
Total Skor			
Ancaman 1..... 2..... 3			
Total Skor			

Dimana :

Kolom 1 : Menentukan faktor-faktor apa saja yang terdapat pada perusahaan dan dibagi menurut jenis faktor yang ada.

Kolom 2 : Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebih skor total 1,00.

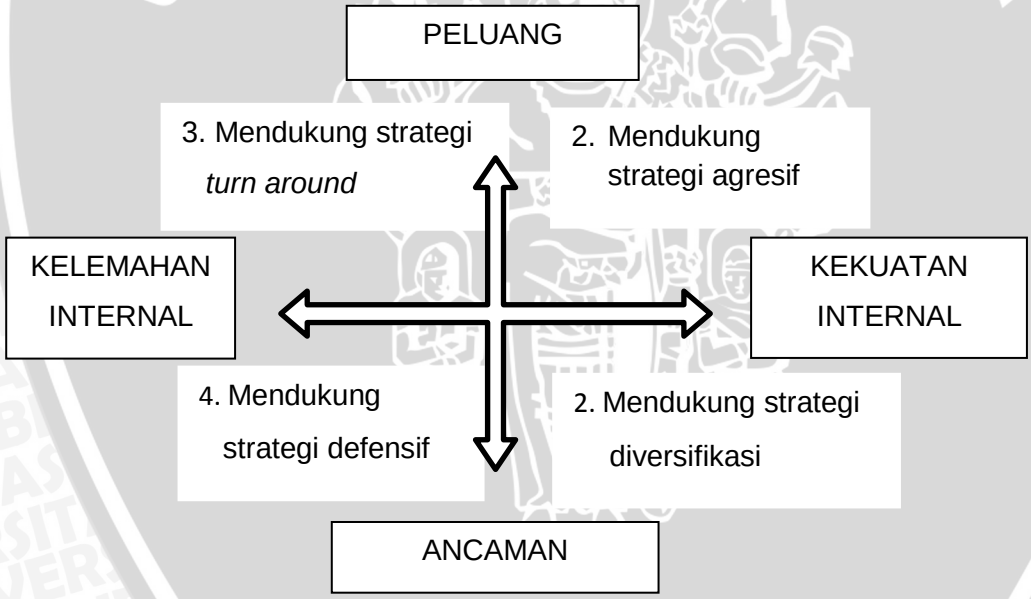
Kolom 3 : Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai 1 (poor), berdasarkan pengaruh terhadap perusahaan.

Kolom 4 : Diisi dari perkalian antara bobot dan rating yang didapatkan.

Setelah mengumpulkan semua infromasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam mdel-model kuantitatif perumusan strategi. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T)	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

Strategi SO : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus digunakan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

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

Strategi WO : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan.

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

3. Analisis Data untuk mencapai tujuan ketiga

Tujuan ketiga "Mengetahui perencanaan bisnis (*Business Plan*) pengembangan usaha pembesaran ikan lele yang baik di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur." dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan aspek finansiil jangka panjang pengembangan usaha pembesaran lele. Dari tujuan tersebut menggunakan analisa data deskriptif kuantitatif.

Pada tujuan ini yaitu untuk membandingkan pada data sebelumnya dan kemudian data yang akan datang yang digunakan untuk mengetahui informasi kedepan untuk membuat perencanaan dari yang sudah ada. Penilaian kelayakan dapat dihitung pada analisis jangka panjang ialah sebagai berikut :

a. *Net Present Value*
b. *Net Benefit Cost Ratio*
c. *Internal Rate of Return*
d. *Payback Period*
e. Analisis Sensitivitas

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Keadaan Lokasi Penelitian

Kecamatan kauman merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Ponorogo dengan luas 36.61 km². Kecamatan kauman terletak di ketinggian antara 150 meter sampai dengan 200 meter dipermukaan laut. Adapun batas – batas Kecamatan Kauman antara lain sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Sukorejo, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Balong, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Sampung dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Badegan. Kecamatan Kauman memiliki 16 desa dan memiliki 54 dusun, 117 Rukun Warga dan 303 Rukun Tetangga.

4.2 Keadaan Penduduk Desa Carat

Jumlah penduduk di Desa Carat, menurut data penduduk berjumlah 2.985 orang yang terdiri dari 1.730 penduduk laki – laki dan 1.255 penduduk perempuan.

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia

sebagian besar penduduk Desa Carat pada kelompok pendidikan berusia 19 tahun keatas yaitu sebanyak 1.636 orang atau sekitar 55%. Sedangkan pada kelompok tenaga kerja, sebagian besar berusia 41 – 56 tahun yaitu sebanyak 509 orang atau sekitar 36%. Dapat diketahui bahwa penduduk desa Carat sebagian besar masih terdapat pada kelompok pendidikan. Keadaan penduduk di Desa Carat jika ditinjau berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel 5. Adapun keadaan penduduk Desa Carat tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Data Pendudukan Berdasarkan Usia Desa Carat Tahun 2015

a. Kelompok Pendidikan

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	0 – 3 tahun	601	20
2.	4 – 6 tahun	130	4
3.	7 – 12 tahun	289	10
4.	13 – 15 tahun	159	5
5.	16 – 18 tahun	170	6
6.	19 – keatas	1.636	55
Total		**2.985**	**100**

(Sumber : Kantor Balai Desa Carat, 2015)

b. Kelompok Tenaga Kerja

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	10 – 14 tahun	-	-
2.	15 – 19 tahun	248	17
3.	20 – 26 tahun	266	19
4.	27 – 40 tahun	401	28
5.	41 – 56 tahun	509	36
Total		**1.424**	**100**

(Sumber : Kantor Balai Desa Carat, 2015)

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Keadaan penduduk Desa Carat berdasarkan tingkat pendidikan sudah relatif cukup tetapi tamatan sekolah dasar masih mendominasi, hal ini dapat dilihat dari jumlah penduduk yang tamat sekolah dasar mencapai 34% dari jumlah penduduk wilayah tersebut. Sedangkan tamatan SMP sebesar 19% tamatan SMA sebesar 24%, tamatan Akademi (D1 – D3) sebesar 3%, dan tamatan Sarjana (S1 – S3) sebesar 1%. Maka masih perlu adanya peningkatan SDM yang lebih tinggi, karena ketersediaan tenaga kerja yang mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat mempengaruhi perkembangan usaha pada sektor perikanan yang ada di wilayah tersebut.Keadaan penduduk Desa Carat berdasarkan tingkat pendidikannya terdapat pada tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Penduduk Di Desa Carat Tahun 2015

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase %
1.	TK	156	19
2.	SD	290	34
3.	SMP/ SLTP	159	19
4.	SMA/ SLTA	205	24
S5.	Akademi/ D1 – D3	21	3
6.	Sarjana (S1 – S3)	12	1
Jumlah		**843**	**100**

(Sumber : Kantor Balai Desa Carat, 2015)

4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Berdasarkan pekerjaan, penduduk Desa Carat sebagian besar bermata pencaharian sebagai karyawan swasta yaitu dengan presentase sebanyak 83% dari persentase jumlah penduduk yang bekerja. Wiraswata sebanyak 5%, jasa sebanyak 5%, PNS sebanyak 3%, pensiunan sebanyak 1,5%, ABRI sebanyak 1%, pertukangan sebanyak 0,5%, dan petani sebanyak 0,1%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Data Mata Pencaharian Penduduk Di Desa Carat

No.	Mata Pencaharian	Jumlah	Presentase %
1.	Karyawan PNS	70	3
2.	Karyawan ABRI	31	1
3.	Karyawan Swasta	1.823	83
4.	Wiraswasta/ Pedagang	114	5
5.	Petani	3	0,1
6.	Pertukangan	11	0,5
7.	Pensiunan	33	1,5
8.	Nelayan	-	-
9.	Jasa	105	5
Jumlah		**2.190**	**100**

(Sumber : Kantor Balai Desa Carat, 2015)

4.3 Keadaaan Umum Perikanan

Pengembangan perikanan pada Kabupaten ponorogo menunjukan hasil yang cukup baik Luas areal perikanan untuk perairan umurn 324,30 Ha dan dengan produksi 33,15 ton, senilai Rp. 431.630.000,00. Untuk areal kolam luas

areal 33,14 Ha produksinya mencapai 961,30 ton, senilai Rp. 10.958.820.000,00, jenis ikan yang dikembangkan mujair, katak, tawas, udang, lele, dan lain-lain. (RPJDM Kabupaten Ponorogo 2010-2015)

4.4 Karakteristik Responden

4.4.1 Gambaran Umum

Karakteristik responden ialah suatu gambaran umum untuk menilai karakteristik responden/narasumber yang ada di lapang. Responden dalam penelitian ini dilakukan oleh seorang pembesaran ikan lele, yaitu Pak Suwito. Responden ini diambil atas dasar memilih pembudidaya yang memiliki kolam terbanyak dan memiliki potensi untuk dikembangkan.

Bapak Suwito atau yang biasa dipanggil dengan sebutan Pak Wito ini merupakan warga Desa Carat dengan usia sekitar 60 tahun. Tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh Pak Suwtio adalah Sekolah Menengah Umum (SMU).

4.4.2 Sejarah dan Perkembangan Usaha

Pada awalnya Pak Suwito memulai usaha pada tahun 1982, usaha awal yang dilakukan adalah melakukan pembesaran lele lokal, disaat tahun 1982 minat ikan lele sangat tinggi dan tidak memiliki pesaing sehingga keuntungan yang didapatkan cukup tinggi. Pada tahun 1985 ikan lele dengan jenis dumbo mulai dibudidayakan sehingga menambah variasi pembesaran, tetapi pada tahun 1998 usaha milik Pak Suwito ini terkendala finansiil karena adanya krisis pada tahun 1998 sehingga sempat vakum 2 tahun. Pada tahun 200 usaha dimulai lagi tetapi lebih fokus pada sapi tetapi masih melakukan pembesaran ikan lele. Ternak sapi ini dilakukan selama 10 tahun sampai 2010, tapi pada tahun tersebut terjadi kenaikan harga daging sehingga membuat ternak sapi mengalami masalah sehingga tidak lagi melakukan ternak sapi. Pembesaran ikan lele lebih

di fokuskan pada tahun 2010 hingga 2015 mengalami peningkatan yang sangat pesat dan pada tahun 2015 ini menambah kolam terpal sebanyak 32 kolam.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Aspek Teknis Usaha Pembesaran Ikan Lele

Aspek Teknis mempunyai tujuan yaitu agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat, agar perusahaan bisa menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisiensi, agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya, agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya, agar perusahaan bisa menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang (Kasmir dan Jakfar, 2007)

Aspek teknis digunakan oleh perusahaan untuk menentukan letak dan lokasi *layout* yang tepat seperti tempat produksi, gudang, kantor pusat agar dapat mencapai efesiensi untuk mengetahui hal-hal yang diperlukan oleh perusahaan tersebut. Usaha pembesaran ikan lele yang dimiliki oleh Pak Suwito memeliki teknis seperti sarana dan prasarana, persiapan kolam, (pembersian kolam, pengeringan dan pengisiian air), penebaran benih, pemeliharaan ikan (pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit) dan pemanenan ikan.

5.1.1 Sarana Usaha Pembesaran Ikan Lele

Sarana meruapakan suatu fasilitas yang dapat digunakan sebagai alat utama atau alat bantu untuk menunjang kegiatan produksi Usaha Pembesaran Ikan Lele diantaranya kolam dan peralatan. Sarana Usaha Pembesaran Ikan Lele milik Pak Suwito adalah sebagai berikut :

- Kolam

Kolam merupakan media utama yang digunakan dalam melakukan pembesaran ikan lele. Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito ini mempunya 27 kolam beton dengan ukuran 3x6 meter. Jika sudah mencapai pada ukuran 4-6 cm maka akan dilakukan sortir dengan melakukan penukaran antar kolam sehingga pada 1 kolam terdapat ukuran yang sama. Untuk penebaran benih dengan ukuran 3-4 cm dengan padat penebaran 400ekor/m². Kolam ini memiliki saluran masuk (inlet) dan saluran keluar (outlet) untuk air.

Gambar 5. Gambar kolam beton

- Peralatan

Peralatan merupakan hal yang dibutuhkan dalam melakukan usaha pembesaran ikan lele. Peralatan yang digunakan dapat Pak Suwito dalam usaha ini dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Peralatan yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele

No	Alat	Fungsi
1.	Timbangan duduk	Untuk mengetahui bobot ikan setelah dipanen
2.	Bak Penampungan	Wadah benih sebelum masuk kolam pembesaran
3.	Pompa air	mengisi air pada kolam
4.	Jaring serok	untuk mengambil kotoran pada kolam dan menyerok ikan sebelum masuk keranjang
5.	Pipa paralon	Untuk menyalurkan air ke dalam kolam dan saluran pembuangan air
6.	Keranjang	Untuk tempat ikan dalam penimbangan
7.	Sikat	Untuk membersihkan kolam

8.	Ember	untuk wadah pakan ataupun obat
9.	Kalkulator	Untuk alat bantu finansiil

5.1.2 Prasarana Usaha Pembesaran Ikan Lele

Prasarana merupakan penunjang sarana yang tidak bergerak dalam melakukan usaha pembesaran ikan lele diantaranya akses jalan, sumber air, sumber listrik dan komunikasi. Prasarana usaha pembesaran ikan lele milik suwito adalah sebagai berikut:

- Akses Jalan

Akses jalan sudah baik karena sekitar 600 meter dekat dengan jalan utama kemudian kondisi jalan menuju usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat Kabupaten Ponorogo memiliki kondisi yang baik dan layak karena sudah berbentuk aspal. Akses jalan merupakan hal penting untuk mempermudah penjual benih untuk mengantarkan benihnya maupun pembeli yang mengambil ikan lele ukuran komsumsi. Hal ini dapat memberikan hubungan baik dengan para pembeli karena akses yang baik membuat promosi lebih muda.

- Sumber Air

Sumber air yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat Kabupaten Ponorogo sangat melimpah, bahkan menurut Pak Suwito tidak pernah kehabisan ataupun kekeringan air. Sumber didapat dari sumur bor untuk proses dan sirkulasi pembesaran ikan lele. Sumber bor yang ada berjumlah 4 sumur yang digunakan dalam proses produksi.

- Sumber Listrik

Listrik faktor yang juga sangat penting yang digunakan untuk penerangan, pompa air, dan beberapa alat yang menggunakan listrik. Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat Kabupaten Ponorogo ini juga memiliki

suplay listrik yang cukup baik hal ini karena kawasan usaha pembesaran dekat dengan gardu listrik.

- Alat Komunikasi

Komunikasi digunakan untuk proses pembelian benih dan penjualan ikan lele konsumsi hal ini digunakan Pak Suwito untuk mempermudah dalam usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo.

5.1.3 Proses Produksi

a. Persiapan Kolam (Pembersian kolam, pengeringan dan pengisiian air)

Sebelum melakukan usaha pembesaran ikan lele hal awal yang dilakukan dalam usaha adalah melakukan pembersian kolam. Pembersihaan terjadi saat pasca panen telah selesai, cara ini dilakukan agar kolam tetap terjaga kebersihannya dari sisa – sisa kotoran seperti sisa pakan yang bisa menyebabkan racun pada air yang digunakan adapun lumut yang dapat menimbulkan bakteri atau hama. Pada usaha milik Pak Wito ini cara pembersihannya dengan cara disikat bagian dinding yang tertempel oleh lumut kemudian dibersikan dengan air sampai lumut tidak terlihat di kolam tersebut.

Setelah dilakukan pembersihan kolam kemudian dikeringan kolam dengan cara air yg terdapat di kolam dikeluarkan dari kolam melalui outlet tanpa ada air yang tersisa. Setelah kering lalu biarkan kolam itu terkena sinar matahari tanpa terisi air selama 2 – 3 hari agar bertujuan bakteri yang ada pada kolam beton tersebut dapan mati dengan suhu tinggi melalui sinar matahari.

Setelah dilakukan pembersihan dan pengeringan kolam langka selanjutnya yaitu pengisian air kolam pada kolam tersebut. Cara awal yaitu isi air dengan cara bertahap sekitar 20 – 30 cm hal ini dilakukan karena untuk pemberian obat dan di diamkan selama 2 hari. Hal ini bertujuan agar kolam ini benar – benar seteril dari bakteri dan hama.

Gambar 6. Pengeringan Kolam

b. Penebaran Benih Ikan lele

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

Penebaran Ikan lele tidak asal jumlah ikan yang akan ditebar kedalam kolam melainkan harus melihat ukuran kolam terlebih dahulu agar tau berapa benih yang akan ditebar kedalam ukuran kolam hal ini dikarenakan agar mencegah kematian karena penebaran kepadatan benih ikan lele yang berlebihan. Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito memiliki ukuran tebar benih 3-4 cm dengan harga 200/ekor dan kepadatan 6000 ekor dengan ukuran kolam 3x6 m^2. Waktu yang tepat untuk melakukan penebaran benih yaitu pada pagi ataupun sore hal ini dikarenakan sinar matahari pada siang hari yang sangat tinggi dapat menyebabkan ikan stres dan kemudian menimbulkan kematian pada benih ikan lele.

Penebaran dilakukan dengan cara bertahap tidak dengan langsung dimasukan benih kedalam air kolam. Pertama benih yang berada dalam plastik dimasukkan kedalam air dengan keadaan plastik selama 15-20 menit dalam keadaan terikat hal ini dilakukan agar benih ikan lele dapat beradaptasi dengan

kolam tersebut. Penebaran benih tidak langsung pada 27 kolam melainkan secara berkala atau bertahap hal ini dilakukan untuk karna sambil menunggu pasca panen kolam membutuhkan waktu harus seteri.

c. Pemeliharaan (Pemberian pakan, Pengolahan air dan Pencegahan Penyakit)

Pemeliharaan yang dilakukan pada usaha ini dengan pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit hal ini dilakukan guna untuk menjaga kelangsungan hidup benih ikan lele sampai ikan ukuran konsumsi atau siap dijual dipasaran.

Pakan merupakan suatu kebutuhan penting dalam kegiatan budidaya, karena semua mahluk hidup membutuhkan makanan untuk pertumbuhan dan bertahan hidup. Pakan merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk pembesaran ikan lele. Ikan lele merupakan jenis ikan yang membutuhkan pakan yang cukup banyak untuk itu pemberian pakan pada ikan lele harus diberikan secara teratur karena mengingat ikan lele memiliki sifat kanibal dan daya saing memperoleh pakan yang tinggi, sehingga dalam pemberian pakan pada ikan lele diusahakan tidak boleh telat karena mereka dapat memakan ikan lele yang lain, akibatnya dapat mengurangi jumlah hasil panen. Dalam kegiatan pembesaran ikan lele ini pemberian pakan dilakukan 2-3 kali sehari dengan pakan pellet, yaitu pagi dan sore atau waktu gelap karena ikan lele merupakan hewan nokturnal yang aktif disaat gelap. Harga pakan/sak lp 1 sebesar Rp. 278.000,- dan harga pakan /sak lp 2 sebesar Rp. 268.000,-

Pada pembesaran ikan lele jenis pakan yang diberikan adalah pakan pellet buatan pabrik, karena pakan pellet buatan pabrik memiliki kandungan gizi yang baik untuk pertumbuhan ikan lele. Pemberian pakan harus disesuaikan dengan ukuran ikan lele. Untuk ukuran ikan lele yang baru ditebar jenis pakan pellet -1 yang memiliki ukuran butiran kecil agar memudahkan pakan dapat

masuk ke mulut ikan yang masih kecil. Jenis pakan ini memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi yang dapat mempercepat pertumbuhan ikan lele. Pemberian pakan jenis ini diberikan selama 15 hari dari mulai tebar, setelah ukuran ikan lele sudah cukup besar pakan pellet diganti dengan ukuran yang lebih besar yaitu jenis pakan pellet -2, pakan ini memiliki kandungan gizi yang lebih rendah dari pellet -1 hal ini dilakukan karena dirasa ikan lele sudah cukup kuat untuk bertahan hidup tanpa asupan gizi yang lebih tinggi seperti pellet -1, selain itu harga pakan pellet ini lebih murah dibandingkan pellet -1 sehingga dapat meminimalkan biaya pakan. Untuk pemberian pakan pada ikan lele pembudidaya tidak menggunakan perhitungan secara rumus tata cara pemberian pakan, tetapi mereka menggunakan takaran yang disesuaikan dengan jumah ikan yang ditebar dan nafsu makan ikan lele atau menggunakan perkiraan.

Gambar 7. Pakan ikan lele

Pergantian air dalam pembesaran ikan lele sangat penting, karena perlu adanya sirkulasi air secara teratur agar kualitas perairan kolam selalu terjaga dengan baik. Selain itu, pergantian air kolam bertujuan untuk menghilangkan kotoran dan sisa pakan yang mengendap di dasar kolam yang dapat menimbulkan penyakit yang menganggu ikan lele. Pergantian air pada pembesaran ikan lele tidak perlu terlalu sering atau setiap hari tetapi dilakukan

setiap 1 minggu sekali, karena ikan lele merupakan ikan yang cukup tahan terhadap kondisi perairan yang keruh.

Pecegahan penyakit yang dilakukan ini tergantung permasalahan terjadi biasanya dilakukan dengan mengidentifikasi ikan yang memiliki tingkah laku yang aneh atau ada warna dan bentuk yang berbeda dengan lainya biasanya ikan itu diambil dan ditempatkan pada tempat yang terpisah sehingga tidak tertular dengan ikan yang lain. Kemudian kolam tersebut diberi probiotik sehingga air pada kolam tersebut dapat kembali normal. Perawatan kolam sampai pencegahan penyakit diperoleh biaya Rp. 459.000,-/bulan/

d. Pemanenan Ikan Lele

Pemanenan ikan lele ini adalah tahap final pada kegiatan pembesaran ikan lele karena ukuran lele sudah mencapai ukuran ikan konsumsi dan bobot ikan lele yang sesuai dengan permintaan pasar. Ikan lele berukuran konsumsi dengan lama produksi sekitar 2,5 – 3 bulan dengan 1 kg isi 7-8 ikan lele. Pemanenan yang dilakukan dengan cara yaitu dengan membuang air kolam pada saluran outlet sehingga kolam mencapai batas air maksimal 10 cm hal ini dilakukan untuk mempermudah pemanenan dengan cara diserok dengan jaring serok kemudian dimasukan dalam keranjang dan ditimbang lalu dimasukan tempat kotak pengiriman atau drum pada pembeli ikan tersebut.

Gambar 8. Pemanenan Ikan lele

5.2 Aspek Pemasaran Usaha Pembesaran Ikan Lele

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Shinta, 2011).

Aspek Pemasaran usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat diantaranya permintaan dan penawaran, penetepan harga, saluran pemasaran dan Margin Pemasaran.

5.2.1 Permintaan dan Penawaran

Permintaan atau *demand* ialah jumlah dari dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu dan dengan anggapan hal-hal yang lain tetap sama. Teori permintaan diturunkan dari Teori Konsumsi, dimana Konsuen mau “meminta” (dalam pengertian ekonomi) suatu barang pada harga tertentu karena barang tersebut dianggap berguna baginya. Semakin rendah harga suatu barang, maka konsumen cenderung akan membeli barang tersebut dalam jumlah yang lebih besar (Hanafie, 2010).

Permintaan akan ikan lele dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini disebabkan kebutuhan pokok akan harga daging cukup tinggi sehingga banyak masyarakat berpindah dari konsumsi daging ke ikan. Permintaan yang sering didapat oleh para bakul yang mengambil ikan dari Pak Suwito itu biasanya digunakan oleh bakul tersebut untuk mendistribusikan ke konsumen rumah tangga ataupun restorant.

Setiap pasar terdapat pembeli dan penjual dengan kebutuhan dan keinginannya masing-masing. Pengertian penawaran sejajar dengan

pembicaraan tentang permintaan, tetapi dilihat dari segi penjual. Makin tinggi harga jual, maka makin banyak barang yang ditawarkan atau mau dijual. Penawaran ialah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu (Gilarso, 2003).

Penawaran ikan lele yang dimiliki belum bisa memenuhi permintaan pasar karena minat konsumsi akan ikan lele juga cukup tinggi. Hal ini harus segera di atasi dengan meningkatkan produksi ikan lele sehingga penawaran dapat memenuhi permintaan ikan lele akan pasar.

5.2.2 Penetapan Harga

Harga merupakan sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan dimana harga tersebut harus bisa menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk produksi ditambah dengan besarnya presentase laba yang diinginkan. Penentuan harga memiliki prinsip dimana menitikberatkan pada kemauan pembeli terhadap harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan sekaligus presentase laba yang diinginkan (Fuad, 2000).

Penetapan harga yang digunakan ialah penetapan harga ysng lebih rendah dari pembudidaya lainya. Cara penetapan harga yang dilakukan melakukan survei pada pesaing, lalu diturunkan harga hingga di bawah harga yang telah ditetapkan para pesaing tersebut. Harga jual ikan lele dengan harga 13.800/kg.

Sistem pembayaran yang dilakukan ialah secara tunai, dimana pembeli membayar langsung dengan uang tunai di tempat budidaya setelah mencapai kesepakatan harga. Proses pemasaran ini tidak memakan biaya untuk

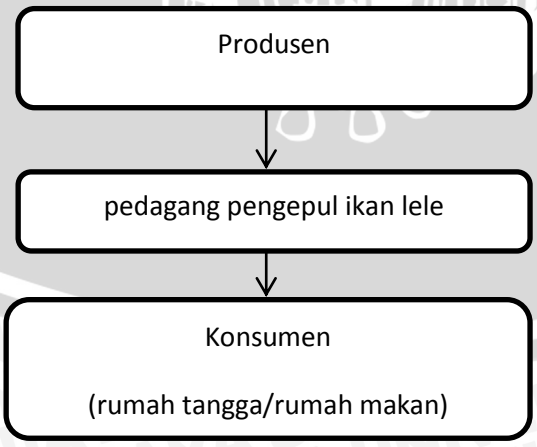
transportasi, karena pengangkutan pembesaran ikan lele yang terjual dilakukan oleh pengepul sendiri.

5.2.3 Saluran Pemasaran

Saluran distribusi adalah suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi atau pemasaran memiliki fungsi sebagai alat memperlancar keuangan perusahaan, alat komunikasi dan alat bantu penjualan (Shinta, 2011).

Saluran pemasaran sangat penting dalam mendirikan suatu usaha agar produk yang dihasilkan dapat terdistribusi ke pengepul dengan baik dan cepat. Biasanya konsumen sebelum panen ikan lele konsumsi sudah menghubungi Pak Suwito dan menanyakan tanggal berapa bisa diambil.

Pengepul yang sudah menjadi langganan Pak Suwito ini diantaranya Pak andi asal Wonogiri, Pak Anton asal Madiun, Pak Budi asal Ponorogo. Dari ketiga pengepul tersebut semuanya menjadi penyalur kepada konsumen daerah masing – masing biasanya pengepul ini menyalurkan ke restorant ataupun konsumen yang datang sendiri kepada 3 pengempul ini.



Gambar 9. Saluran Pemasaran

5.2.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran atau *marketing margin* ialah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Efisiensi sistem pemasaran dapat diukur dengan menggunakan tinggi rendahnya margin pemasaran, tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan. Semakin besar marjin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Panjangnya rantai pemasaran seringkali mengakibatkan pemasaran yang kurang efisien. Marjin pemasaran menjadi tinggi akibat bagian yang diterima petani produsen menjadi kecil sehingga mengakibatkan produsen tidak bergairah untuk berproduksi (Hanafie, 2010).

Saluran pemasaran yang pendek membentuk margin pemasaran yang rendah. Selisih harga di antara Pak Suwito sebagai produsen pembesaran ikan lele dengan hasil penjualan yang dihasilkan oleh pengepul tidak terlalu tinggi. Pak Suwito selaku produsen menjual kepada pengepul dengan harga Rp. 13.800 dan pengepul menjual kembali kepada komsumen didaerah masing – masing dengan harga sebesar Rp. 14.500 jadi selesi harga produsen ke pengepul yaitu Rp. 700,- hal ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jika ada kenaikan pada biaya tetap dan biaya variabel.

5.3 Aspek Manajemen Usaha Pembesaran Ikan Lele

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya – sumber daya organisasi lainya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 1984) *dalam* Primyastanto (2005).

Aspek Manajemen merupakan hal terpenting dalam suatu usaha karena manajemen untuk mengetahui hal-hal yang diperlukan dalam membuat

kemajuan dalam usaha. Manajemen usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat antara lain perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan

5.3.1 Perencanaan (*Planning)*

Menurut Johan (2011), perencanaan adalah suatu proses penetapan tujuan suatu perusahaan yang meliputi perencanaan bisnis mulai dari penentuan strategi, produksi, perencanaan anggaran keuangan, sampai dengan biaya-biaya produksi, penjualan dan administrasi guna mencapai tujuan perusahaan.

Pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito didapat perencanaan yang dilakukan berdasarkan pengalaman yang ada dan ditambah dengan belajar pada pembudidaya yang sudah maju. Perencanaan yang dilakukan berupa perencanaan modal, biaya, produksi sampai pemasaran. Tujuan dari perencanaan adalah untuk memberikan hasil yang diinginkan seperti ukuran panen ikan yang sama yang sesuai ukuran ikan konsumsi, dapat memenuhi target atau permintaan pasar dan memasarkan hasil usaha. Perencanaan dilakukan agar usaha pembesaran ikan lele dapat berjalan dengan baik yang akan datang.

5.3.2 Pengorganisasian (*Organizing*)

Organizing menyangkut pengorganisasian sumberdaya yang terarah sehingga tercipta sebuah organisasi yang harmonis guna mencapai tujuan yang diinginkan (Johan, 2011). Pengorganisasian adalah suatu tindakan yang dilakukan meliputi pengelompokan tugas dan pembagian pekerjaan kepada setiap karyawan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat didapat pengorganisasian dilakukan setelah melakukan penyusunan rencana kemudian menyusun organisasi untuk menjalankan usaha. Dalam usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat organisasi dilakukan tidak teratur karena pemilik usaha hampir mengelola semua bidang dari manajemen, produksi, dan

pemasaran. Pemilik usaha dibantu oleh istri sebagai manajemen keuangan dan satu tenaga kerja sebagai tenaga proses pembesaran.

5.3.3 Pergerakan (*Actuating*)

Pada tahap pengarahan *(leading),* manajemen mulai melakukan kegiatan implementasi sebuah usaha atau ide dimana kepemimpinan menjadi faktor terpenting bagaimana memotivasi, mengarahkan dan menggerakkan semua faktor organisasi yang ada untuk mencapai sasaran yang diinginkan (Johan, 2011).

Pada usaha Pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat didapat pergerakan bersifat seperti cara atau bentuk yang dipertunjukan oleh Pak Suwito dalam megelola pembesaran ikan lele seperti memberikan tugas kepada tenaga kerja dengan cara komunikasi yang baik, dengan memberikan reward kepada tenaga kerja jika hasil dicapai sesuai perencanaan dan memberikan komisi setelah melakukan panen Rp. 50.000,- sampai Rp. 100.000,- tergantung berapa jumlah panen. Pergerakan berfungsi untuk memberikan dampak positif pada usaha, disamping itu pergerakan oleh pemilik usaha dapat mengetahui tugas apa yang dilakukan oleh tenaga kerja.

5.3.4 Pengawasan (*Controlling*)

Johan (2011) berpendapat, pelaksanaan harus selalu diikuti dengan pengawasan atau perbandingan ke dalam rencana awal karena pelaksanaan akan selalu menimbulkan hal-hal yang belum diperkirakan dalam perencanaan awal, yang mana bisa menimbulkan biaya-biaya tambahan maupun resiko-resiko tambahan.

Pada usaha Pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat didapat pengawasan dilakukan oleh pemilik usaha tersebut, semua pengawasan dari manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran semua dilakukan oleh pemilik usaha. Fungsi pengawasan sendiri adalah bentuk dari pengecekan rutin yang

dilakukan agar usaha yang dilakukan dapat berjalan baik dan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya jika ada masalah atau pertimbangan lain.

5.4 Aspek Finansiil Pembesaran Ikan Lele

Aspek Finansiil untuk mengetahui kelayakan usaha dengan analisis jangka pendek maupun jangka panjang. Pada jangka pendek usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat dilakukan perhitungan dana selama setahun untuk mengetahui apakah usaha pembesaran ikan lele itu layak atau tidak untuk dijalankan dan dikembangkan. Jangka pendek meliputi Permodalan, Biaya Produksi, penerimaan,*Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), keuntungan, Rentabilitas, dan *Break Even Point* (BEP).

5.4.1 Analisis Finansiil Jangka Pendek (Operasional)

a. Permodalan

Modal diartikan sebagai kolektifitas dari barang – barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debit, sedangkan yang dimaksud dengan barang – barang modal ialah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan. Modal yang menunjukan bentuknya ialah modal aktif sedangkan modal yang menunjukan sumbernya atau asalnya ialah modal pasif (Riyanto, 1995) *dalam* Primyastanto (2006). Berikut adalah modal-modal yang didapat dari usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun sebagai berikut:

- Modal Tetap

Modal Tetap pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 153.022.000,- yang Meliputi Kolam beton, gudang, jaring, keranjang dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 2.

- Modal Lancar

Modal Lancar pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 938.238.000,- yang meliputi Benihm pakan, probiotik dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 3.

- Modal Kerja

Modal Tetap pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 972.002.000,- yang Meliputi penyusutan, pajak bumi dan bangunan, sewa lahan dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4. Dari 3 modal tersebut yaitu modal tetap, modal lancar dan modal kerja menggunakan modal sendiri yang dimiliki Pak Suwito sendiri.

b. Biaya Produksi

Menurut Primyastanto (2011), biaya adalah satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk tercapainya suatu hasil produksi. Sedangkan biaya produksi perikanan merupakan modal yang harus dikeluarkan untuk membudidayakan ikan, dari persiapan sampai panen.). Berikut adalah biaya-biaya yang didapat dari usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun sebagai berikut:

- Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 33.764.000,- yang meliputi penyusutan, PBB, perawaran dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 5.

- Biaya Tidak Tetap (Variable Cost)

Biaya tidak tetap yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 938.238.000,- yang meliputi benih, pakal dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 6.

Jadi total antara biaya tetap dan biaya tidak tetap Rp. 972.002.000,-. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 7.

c. Penerimaan

Keuntungan usaha atau pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi baik tetap maupun tidak tetap. *Total Revenue* (TR) atau penerimaan di dapat dari perkalian antar produk yang di hasilkan (Q) dengan harga penjualan (P) (Soekartawi, 2003).

Penerimaan yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 1.426.920.000,- yang Meliputi 25.850 kg dengan harga Rp. 13.800,- adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 8.

d. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Analisis R/C Ratio dimaksudkan untuk mengetahui nilai perbandingan antara peniramaan dan biaya produksi yang digunakan. Semakin besar R/C Ratio maka akan semakain besar pula keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut dapat tercapai bila faktor produksi dialokasikan dengan lebih efesien (Soekartawi, 2003). Kriteria yang digunakan dalam penilaian R/C ratio adalah sebagai berikut:

- 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

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar 1,47. Artinya usaha dikatakan mengutungkan dan layak karena berdasarkan peniliain

R/C Ratio, hasil yang diperoleh lebih dari 1 maka dikatakan layak untuk dijlankan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 9.

e. Keuntungan

Riyanto (1984) *dalam* Primyastanto (2011) keuntungan dihitung untuk mengatahui besarnya laba (*profit*) di dalam melaksanakan usaha. Keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dengan total baiaya. Total biaya terdiri dari baiaya tetap (*fixed cost)* dan biaya tidak tetap (*variabel cost).*

Keuntungan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 454.918.000,-. Diperoleh dari penerimaan sebesar Rp. 1.426.920.000 dikurangi biaya total sebesar Rp. 972.002.000,-. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 10.

f. Rentabilitas

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) rentabilitas ialah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, karena nilai rentabilitas menunjukkan perbandingan antara laba atau keuntungan dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut.

Rentabilitas yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar 47%. Cara menghitungnya yaitu jumlah keuntungan dibagi dengan jumlah modal kerja yang kemudian dikalikan 100%. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 11.

g. *Break Even Point* (BEP)

Menurut Riyanto (1995) *dalam* Primyastanto (2006) analisa break-even adalah teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Oleh dikarenakan analisa ini mempelajari hubungan antara biaya keuntungan hingga volume kegiatan, maka analisa tersebut biasa disebut "*Cost-Profit-Volume analysis*" (C.P.V. analysis).

Break Even Point (BEP) yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 98.588.708,- Pada usaha ini menggunakan BEP seles dan didapat 25.850 kg dengan harga jual Rp. 13.800,-/kg. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 12.

5.4.2 Analisis Finansiil Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Lele

Analisis jangka panjang beguna untuk melakukan perencanaan finansiil untuk 10 tahun ke depan. Aspek finansiil jangka panjang meliputi Penambahan Investasi (*Re-investasi*), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

a. Penambahan Investasi (*Re-investasi*)

Penambahan investasi suatu rencana untuk menginvestasikan sumber-sumber daya, baik proyek raksasa ataupun proyek kecil untuk memperoleh manfaat pada masa yang akan datang. Biaya yang didapatkan tergantung pada umur teknis yang didapat pada suatu peralatan yang sudah habis umur teknisnya dan diganti alat yang baru ya memiliki umur teknis yang sama.

Penambahan Investasi usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito selama 10 tahun sebesar Rp. 158.741.200,- Waktu sampai 10 tahun kedepan dimulai pada tahun 2016 sampai 2025 menggunakan kenaikan nilai peralatan 1% tiap tahun. Adapun Rincian dapat lilihat pada lampiran 13.

b. *Net Present Value* (NPV)

Metode *Net Present Value* (NPV) merupakan salah satu metode perhitungan kelayakan investasi yang banyak digunakan karena mempertimbangkan nilai waktu uang. NPV menghitung selisih antara nilai investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih. Jika hasil perhitungan menunjukan angka yang positif, usulan investasi dapat dipertimbangkan diterima.

Penelian kelayakan investasi dengan metode ini digunakan sebagi alat bantu dalam penelaian investasi dengan metode *Profitability Indek* (Arifin, 2007).

Analisis *Net Present Value* yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat untuk mengetahi usaha itu layak atau tidak sehingga dapat diketahui pada jangka panjang selama 10 tahun kedepan. Nilai NPV didapatkan sebesar Rp. 3.829.983.716,-. Jika hasil yang diperoleh pada nilai NPV lebih dari 0 maka usaha itu layak dijalankan. Adapun rincian dapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 14.

c. *Internal Rate of Return* (IRR)

Menurut Arifin (2007), Internal Rate of Return (IRR) digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dihasilkan dari suatu aliran kas masuk atau *proceed* (laba+penyusutan) yang diharapkan akan diterima karena terjadi pengeluaran modal (Investasi).

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat dengan menggunakan analisis IRR diperoleh hasil sebesar 304%. IRR digunakan untuk menghitung tingkat suku bunga yang dihasilkan dimana didapatkan nilai suku bunga yaitu 7,5% jadi dimana IRR dari usaha ini lebih besar dari suku bunga sehingga usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 14.

d. Net *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio).

Net benefit cost ratio adalah angka perbandingan antara jumlah present value yang positif (sebagai pembilang) dengan present value yang negatif (sebagai penyebut) atau perbandingan antara biaya dengan keuntungan. Apabila NPV proyek sama dengan nol, maka hasil dari perhitungan Net B/C akan lebih dari satu sehingga proyek tersebut dapat dikatakan layak dan menguntungkan untuk diajalankan, apabila nilai Net B/C kurang dari satu maka proyek tersebut masih belum layak untuk dijalankan (Gray, 1997) *dalam* Primyastanto (2011b).

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat dengan menggunakan analisis Net *Benefit Cost Ratio* diperoleh hasil sebesar 26,03. Hasil pada usaha ini diperoleh lebih dari 1 maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 14.

e. *Payback Period* (PP)

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

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat menggunakan analisis *Payback Period* diperoleh hasil sebesar 0,34. Dapat diketahui bahwa waktu yang dibutuhkan untuk modal pada usaha ini kembali yaitu 0,34 tahun. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 14.

f. Analisis Sensitivitas

Menurut Sanusi (2000), Analisis sensitivitas pada perubahan harga output perlu dilakukan terutama bagi proyek-proyek dengan umur ekonomis yang panjang dan dalamukuran besar, karena kemungkinan besar bahwa dengan adanya proyek penawaran (supply) produk tersebut di pasar akan bertambah dan harga akan relatif menjadi turun. Analisis sensitivitas dapat membentuk pengelola proyek (pimpinan proyek) dengan menunjukkan bagian-bagian yang

peka yang membutuhkan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan akan menguntungkan perekonomian.

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat menggunakan analisis sensitivita,digunakan dengan mengasumsikan biaya dan benefit dengan kombinasi antara naik dan turun. Hal ini didapatkan bahwa untuk dapat diketaui hal – hal yang terjadi kedepan. Dibawah ini analisis sensitivitas pada usaha pembesaran ikan lele :

- **Asumsi Biaya Naik 71% dan Benefit Turun 49%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 71% dan benefit turun 49% dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Asumsi Biaya Naik 71% dan Benefit Turun 49%

Sensitivitas	**Biaya naik 71% dan Benefit turun 49%**	NPV Net B/C IRR PP	-104.889.185 0,44 -7% 16,87

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 71% dan benefit turun 49%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -104.889.185. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,44 tidak lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar -7%. PP yang diperoleh ialah 16,87 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 71% dan benefit turun 49% dapat dilihat pada lampiran 15.

- **Asumsi Biaya Naik 38% dan Benefit Turun 27%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 38% dan benefit turun 27% dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Asumsi Biaya Naik 38% dan Benefit Turun 27%

Sensitivitas	**Biaya naik 38%**	NPV	-63.263.397

	dan Benefit turun 27%	Net B/C IRR PP	0,83 4% 9,62

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 38% dan benefit turun 27%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -63.263.397. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,83 tidak lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar 4%. PP yang diperoleh ialah 9,62 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 38% dan benefit turun 27% dapat dilihat pada lampiran 16.

- **Asumsi Biaya Naik 145%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 145% dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Asumsi Biaya Naik 145%

Sensitivitas	**Biaya naik 145%**	NPV Net B/C IRR PP	-63.263.397 0,83 4% 9,62

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 145% diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -63.263.397. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,83 tidak lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar 4%. PP yang diperoleh ialah 9,62 tahun. Maka pada asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 145% dapat dilihat pada lampiran 17.

- **Asumsi Benefit Turun 69%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 69% dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Asumsi Benefit Turun 69%

Sensitivitas	**Benefit turun 69%**	NPV	-83.568.079
		Net B/C	0,64
		IRR	-1%
		PP	12,17

Berdasarkan tabel tersebut, dengan menggunakan asumsi benefit turun 69%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -83.568.079. kemudian nilai Net B/C sebesar 0,64 dimana tidak lebih 1 dan nilai IRR sebesar 6%. PP yang diperoleh ialah 12,17 tahun. Maka pada asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 69% dapat dilihat pada lampiran 18.

5.5 Anlisis SWOT Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele

Analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam mengetahui kemungkinan yang terjadi pada suatu usaha dengan memberikan skor pada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Analisis SWOT ini dilakukan di Desa Carat milik Pak Suwito pada usaha pembesaran ikan lele ini.

5.5.1 Faktor Internal

Identifikasi faktor internal dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito yang berguna untuk menjadi bahan pertimbangan dalam merencanakan dan mengembangkan usaha ini.

a. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan suatu usaha atau modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk lebih menjalankan dan mengembangkan usaha. Kekuatan yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito adalah:

- Kualitas Benih Unggul

Kualitas benih menurut Pak Suwito cukup baik karena dari jarak, benih didapat tidak jauh dari lokasi usaha pembesaran ikan lele hal ini membuat kualitas benih ikan lele terjaga dengan baik dan ditambah indukan benih lele menurut Pak Suwito berdasarkan pengalamannya benih yang menjadi ikan konsumsi cukup cepat sekitar 2,5-3 bulan dengan ukuran benih 3-4 cm dengan biaya sebesar Rp. 200,-/ekor.

- Sarana dan prasarana yang mendukung

Sarana dan prasarana yang mendukung membuat usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo sudah cukup baik dilihat dari kolam yang cukup untuk melakukan pembesaran, peralatan yang memadai sehingga mempermudah dalam proses pembesaran ikan lele dan penunjang seperti akses jalan yang layak, sumber air dan listrik yang terpenuhi dan alat komunikasi yang mendukung.

- Pengalaman dan ilmu dalam usaha

Pengalaman dan ilmu dalam usaha sangat penting untuk mengembangkan usaha. Pak Suwito selaku pemilik usaha pembesaran ikan lele ini memiliki pengalaman usaha yang cukup lama dan cukup baik. Pak Suwito sudah merasakan jatuh bangun dalam menjalankan usaha, pada awalnya usaha lele pada tahun 1984 dengan pembesaran benih lele lokal dan kemudian pada tahuun 1997 usaha pembesaran ikan lele mulai jatuh dan tahun 2005 mulai berkembang sampai sekarang sedang membangun kolam terpal sebanyak 32 kolam terpal.

- Hubungan dengan konsumen dan produsen baik

Hubungan yang baik antara pembenih ikan lele dan pembeli ikan konsumsi cukup baik dikarenakan hubungan ini terjalin cukup lama hampir 10

tahun karena jika ada keluhan dari segi benih ataupun ikan lele konsumsi bisa diselesaikan dengan cara keluarga dengan melakukan komunikasi yang baik sehingga permasalahan dapat diatasi dan kesepakatan dapat disetujui oleh kedua pihak dengan melakukan komunikasi yang baik maka akan tercapai kesepakatan yang baik.

- Usaha layak secara finansiil

Usaha secara finansiil karena dilihat dari perhitungan jangka pendek atau operasional usaha ini memiliki Rentabilitas 1.47 sebesar dan BEP sebesar Rp. 98.588.708,- sudah dikatakan layak dan dapat dikembangkan.

b. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan dapat mempengaruhi atau menghalangi proses usaha pada suatu perusahaan dan dapat menyebabkan kerugihan. Kelemahan yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito adalah:

- Manajemen administrasi yang masih kurang baik

Manajemen administrasi yang kurang baik dilihat bagaimana Pak suwito selaku pemilik usaha pembesaran ikan lele sebagian besar semua dikelola oleh Pak Suwito dari produksi, pemasaran, dan manajemen dengan dibantu seorang istri dan satu tenaga kerja. Hal ini perlu penambahan tenaga kerja sehingga pada setiap aspek ada 1 orng pengolaha agar efisien dalam melakukan pekerjaan.

- Tenaga kerja kurang

Tenaga kerja yang kurang membuat Pak Suwito ikut terjun dalam proses produksi tetapi Pak Suwito berasumsi bahwa satu tenaga kerja dapat mengawasi 40-50 kolam jadi tidak ada penambahan tenaga kerja karena sudah dijalankan dari 10 tahun yang lalu.

- Adanya rangkap jabatan pada struktur organisasi

Adanya rangkap jabatan terjadi karena terbatasnya tenaga kerja produksi sehingga Pak Suwito selaku pemilik usaha mempunyai jabatan sebagai pemilik, produksi, manajemen dan pemasaran. Hal ini dilakukan karena Pak Suwito berpendapat bahwa usaha ini masih dapat dikelola dengan baik oleh Pak Suwito dibantu istri dan satu tenaga kerja.

- Tidak bisa melakukan pembenihan sendiri

Benih yang didapat diperoleh dari pembudidaya lainya sehingga membuatakan biaya tambahan yang membuat biaya tinggi, jika dilakukan pembenihan sendiri maka akan menghembat biaya sehingga memperoleh keuntungan tinggi.

- Tidak memiliki badan hukum

Pak Suwito tidak ingin memilik badan hukum karena pengurusan dan surat-surat terlalu rumit dan berurusan dengan pihak-pihak terkait. Pak Suwito lebih nyaman dengan skala *home Industry* disamping tidak ada keterkaitan dengan pihak-pihak tersebut, usaha ini bisa bisa berjalan dan berkembang dengan proses penambahan kolam terpal sebanyak 32 kolam terpal.

Faktor-faktor internal yang terdiri dari keuatan dan kelemahan yang telah diidentifikasi dan dianalisis, selanjutnya faktor-faktor tersebut dimasukkan ke dalam tabel 9 analisis faktor strategi internal (IFAS) dan kemudian diberikan skor. Matriks IFAS pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Matriks IFAS Usaha Pembesaran Ikan lele

Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Relative (R)	Rating (R)	R x R
Kekuatan				
1.Kualitas benih unggul	3	0,11	3	0,33
2.Sarana dan Prasarana yang mendukung	3	0,11	2	0,22
3. Ilmu dan Pengalaman usaha	4	0,14	3	0,42
4.Hubungan dengan bakul dan penjual benih baik	3	0,11	3	0,33
5.Usaha layak secara finansiil	3	0,11	3	0,33
Jumlah	16	0,57		1,63

Kelemahan				
1.Manajemen administrasi yang masih kurang baik	2	0,07	2	0,14
2.Tenaga kerja kurang	3	0,11	3	0,33
3.Adanya rangkap jabatan pada struktur organisasi	2	0,07	2	0,14
4.Tidak bisa melakukan pembenihan sendiri	3	0,11	3	0,33
5.Tidak memiliki badan hukum	2	0,07	2	0,14
Jumlah	12	0,43		1,08
Total	28	1.00		2,71

Ditinjau dari tabel 13 analisis internal, usaha pembesaran ikan lele memiliki skor faktor kekuatan sebesar 1,63 sedangkan skor faktor kelemahan ialah sebesar 1,08. disimpulkan bahwa hasil matrik analisis faktor strategi internal (IFAS) pada usaha pembesaran ikan lele lebih dipengaruhi oleh faktor kekuatan dibandingkan faktor kelemahan.

5.5.2 Faktor Eksternal

a. Peluang (Opportunies)

Peluang pada dasarnya adalah suatu celah yang didapat dari luar atau faktor lingkungan yang bersifat positif dapat meningkatkan usaha pembesaran ikan lele. Peluang yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito adalah :

- Permintaan akan ikan lele konsumsi tinggi

Permintaan akan ikan lele konsumsi dipasar sangat tinggi sehingga peluang ini harus dimanfaatkan dengan baik oleh Pak Suwito selaku pemilik usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, oleh sebab itu Pak Suwito menambah 32 kolam terpal yang sekarang masih dalam proses pembangunan.

- Letak usaha strategis

Letak usaha strategis ini ditinjau dari sekitar rumah masih dikelilingi oleh sawah sehingga limbah proses produksi terkadang disalurkan ke sawah saat

musim kemarau hal ini sangat mengutungkan oleh petani atau pemilik sawah agar tidak terjadi kekeringan disamping itu akses jalan yang dekat dengan jalan utama dan benih yang didapat dilingkungan sekitar.

- Lingkungan tidak padat penduduk

Lingkungan tidak padat penduduk ini sangat mengutungkan karena limba yang dihasilkan dari usaha pembesaran ikan lele berbau sehingga jika usaha ini dibangun dipemukiman padat dapat mengganggu penduduk sekitar hal ini dapat menghambat kelangsungan usaha pembesaran ikan lele.

- Lokasi pembenian tidak jauh dari lokasi usaha pembesaran

Lokasi pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha pembesaran ini sangat menguntungkan karena dapat mengurangi masa hidup benih ikan, karena jika jarak benih ikan ketika dilakukan pembesaran dilokasi yang cukup jauh dapat mengganggu kualitas benih tersebut.

- Sumber Daya Manusia yang mendukung

Sumber daya manusia yang mendukung dapat menajdi faktor atau peluang dalam mengembangkan usaha hal ini dikarenakan banyak anak muda yang disana sebagai pengangguran karena keterbatasan ekonomi yang dialami kebanyakan pemuda disana sehingga dengana adanya itu adakemungkinan pelatihan untuk memperkerjakan dalam proses produksi dan proses untuk mendukung pembesaran ikan lele.

b. Ancaman (Treaths)

Ancaman yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele adalah:

- Harga benih tidak menentu

Harga benih tidak menentu dapat mengancam kelangsungan usaha pembesaran ikan lele hal ini dapat berfikir ulang untuk melakukan pembenihan

sendiri sehingga tidak lagi terkendala oleh harga benih yang tidak menentu agar finansiil usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat kembali normal.

- Harga pakan tidak stabil

Harga pakan yang tidak setabil dapat mengancam kelangsungan usaha pembesaran ikan lele hal ini dapat berfikir untuk membuat pakan sendiri agar tidak lagi terkendala oleh harga pakan yang tidak stabil agar finansiil usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat kembali normal.

- Munculnya pesaing usaha

Munculnya budidaya lain dilingkungan ini dapat mengancam usaha pembesaran milik Pak Suwito tetapi usaha tersebut masih sekala kecil dengan kolam 3-5 kolam yang dianggap Pak Suwito sebagaian ingin mencoba bukan untuk melakukan usaha dengan sekala besar.

- Adanya hama penyakit yang menghambat

Adanya penyakit dapat menyerang pada ikan yang menyebabkan kematian satu ekor ikan ataupun secara menyeluruh. Hama penyakit ini dapat menyerang kapan saja jika kondisi air yang buruk dan tanpa perawatan yang kurang atau tidak cepat dalam mengatasi hama penyakit yang terjadi. Adapaun pemberian pakan yang terlalu insentif dapat menyebabkan hama karena pakan yang tidak termakan akan mengendap dibawah dan menjadi racun.

- Perubahan iklim dan cuaca

Perubahan cuaca secara tiba-tiba akan mempengaruhi kondisi tubuh ikan lele hal ini menyebabkan ikan lele mudah terserang ikan lele yang dapat mengakibatkan kematian pada ikan lele.

Faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang telah diidentifikasi dan dianalisis, selanjutnya faktor-faktor tersebut dimasukkan ke

dalam tabel 10 analisis faktor strategi eksternal (EFAS) dan kemudian diberikan skor. Matriks IFAS pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Matriks EFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele

Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Rating (R)	R x R
Peluang				
1.Permintaan akan ikan lele konsumsi tinggi	4	0,16	4	0,64
2.Letak usaha strategis	2	0,08	2	0,16
3.Lingkungan tidak padat penduduk	3	0,12	3	0,36
4.Lokasi pembeniaan tidak jauh dari lokasi usaha pembesaran	3	0,12	3	0,36
5. Sumber Daya Manusia yang mendukung	2	0,08	2	0,16
Jumlah	14	0,56		1,68
Ancaman				
1.Harga benih tidak menentu	2	0,08	2	0,16
2.Harga pakan tidak setabil	3	0,12	3	0.36
3.Munculnya pesaing usaha	2	0,08	2	0,16
4.Adanya hama penyakit yang menghambat	2	0,08	2	0,16
5.Perubahan iklim dan cuaca	2	0,08	2	0,16
Jumlah	11	0,44		1,00
Total	25	1,00		2,68

Ditinjau dari tabel 14 analisis eksternal, usaha pembesaran ikan lele memiliki skor faktor peluang sebesar 1,68 sedangkan skor faktor ancaman ialah sebesar 1,00. disimpulkan bahwa hasil matrik analisis faktor strategi eksternal (EFAS) pada usaha pembesaran ikan lele lebih dipengaruhi oleh faktor peluang dibandingkan faktor ancaman.

5.5.3 Analisis Diagram SWOT

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya menggunakan Analisis Diagram SWOT yaitu untuk menjelaskan tentang hasil atau skor yang diperoleh pada perhitungan faktor internal dan faktor eksternal untuk memperoleh strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha.

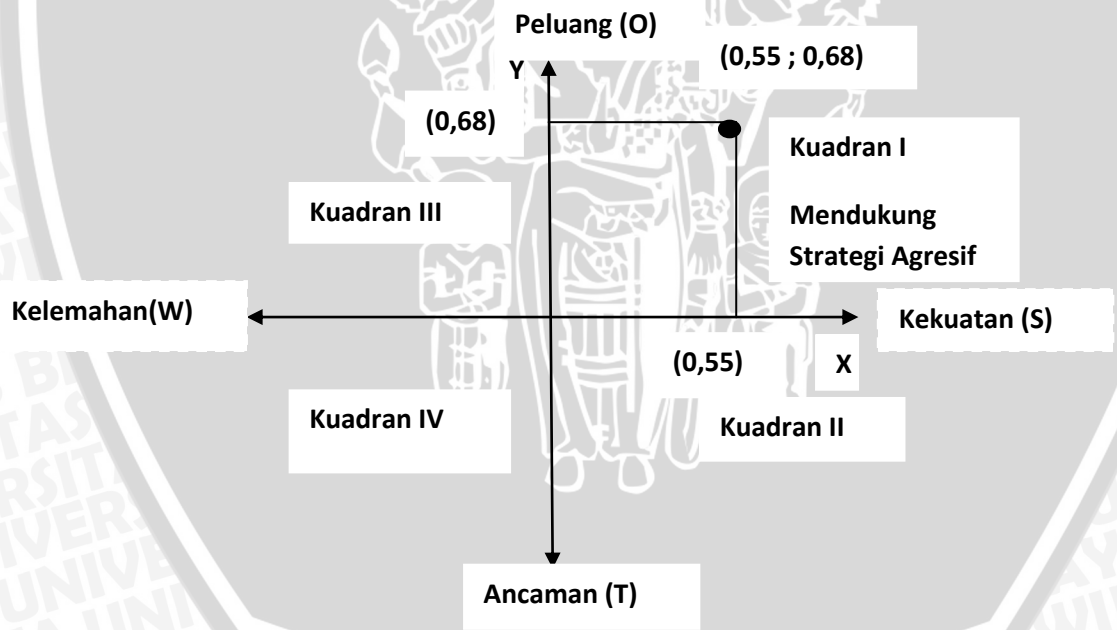
Nilai total dari faktor internal pada usaha pembesaran ikan lele sebesar 2,71 didapat dari nilai kekuatan sebesar 1,63 dan nilai kelemahan sebesar 1,08 sedangkan untuk nialai total eksternal pada usaha pembesaran ikan lele sebesar 2,68 didapat dari nilai peluang sebesar 1,68 dan nilai ancaman sebesar 1,00.

Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal.

Selanjutnya tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil nilai koordinat X = 1,63 – 1,08 = 0,55
- Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) didapatkan hasil nilai koordinat Y = 1,68 – 1,00 = 0,68

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X didapat nilai dan nilai sumbu Y. Diagram SWOT pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Diagram SWOT Pada Usaha Pembesaran ikan Lele

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu (X,Y) dengan cara melakukan pengurangan pada faktor internal antara kekuatan yang bernilai 1,63 dengan kelemahan yang bernilai 1,08 yang didapatkan hasil

sebesar 0,55 untuk sumbu X. Kemudian pengurangan pada faktor eksternal antara peluang yang bernilai 1,68 dengan ancaman yang bernilai 1,00 yang didapatkan hasil sebesar 0,68 untuk sumbu Y. Sehingga didapatkan dengan cara ditarik garis lurus maka diperoleh titik koordinat pada posisi (0,55 ; 0,68) yang berada pada posisi kuadran I. Kuadran I ialah situasi yang menguntungkan dimana usaha pembesaran ikan lele ini memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strength* Opportunities untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*.

5.5.4 Analisis Matrik SWOT

Setelah mengetahui hasil analisis diagram SWOT, usaha pembesaran ikan lele berada di posisi kuadran I dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan mempunyai kekuatan dan peluang dalam mengembangkan usahanya. Maka dari hasil faktor-faktor tersebut maka perlu menggunakan matriks SWOT sehingga diperoleh alternatif strategi yang terdiri dari strategi SO (*Strength Opportunities*), strategi WO (*Weakness Opportunities*), strategi ST (*Strength Threats*), dan strategi WT (*Weakness Threats*). Agar dapat diketahui strategi yang baik untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo tersebut. Dapat dilihat matriks SWOT pada tabel 15.

Tabel 15. Matriks SWOT Usaha Pembesaran Ikan Lele

Faktor Internal / Faktor Eksternal	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	1.Kualitas benih unggul 2.Sarana dan Prasarana yang mendukung 3. Pengalaman dan Ilmu usaha 4.Hubungan dengan bakul dan penjual benih baik 5.Usaha layak secara finansiil	1.Manajemen administrasi yang masih kurang baik 2.Tenaga kerja kurang 3.Adanya rangkap jabatan pada struktur organisasi 4.Tidak bisa melakukan pembenihan sendiri 5.Tidak memiliki badan hukum
Peluang (O) 1.Permintaan akan ikan lele konsumsi tinggi 2.Letak usaha strategis 3.Lingkungan tidak padat penduduk 4.Lokasi pembeniaan tidak jauh dari lokasi usaha pembesaran 5.Adanya Sumber Daya Manusia yang mendukung	**Strategi SO** • Memanfaatkan sarana dan prasarana dengan baik dan memperluas daerah pemasaran akan kebutuhan ikan lele • Komunikasi yang baik dapat membuat hubungan antara konsumen dan produsen menjadi sangat baik	**Strategi WO** • Memperbaiki dan meningkatkan adminitrasi menjadi lebih baik • Meningkatkan produksi agar permintaan akan lele dapat terprnuhi • Bisa melakukan pembenihan sendiri
Ancaman (T) 1.Harga benih tidak menentu 2.Harga pakan tidak setabil 3.Munculnya pesaing usaha 4.Adanya hama penyakit yang menghambat 5.Perubahan iklim dan cuaca	**Strategi ST** • Mencari pakan alternatif seperti makan buatan dan mencari benih yang baik dan murah • Melakukan perawatan kolam yang baik sehingga tidak ada kematian masal pada kolam	**Strategi WT** • Mempunyai badan hukum agar lebih diketahui oleh kalangan masyarakat luas • Meningkatkan kualitas produksi ikan lele

Setelah melakukan analisis matriks SWOT, untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele digunakan strategi SO (*Strength Opportunities*).

- Adapun yang didapat dari strategi SO (*Strength Opportunities*) :

- Memanfaatkan sarana dan prasarana dengan baik dan dan memperluas daerah pemasaran akan kebutuhan ikan lele. Hal ini untuk dapat menunjang produksi usaha pembesaran ikan lele dan dapat diketahui masyarakat luas agar pemasaran juga akan lebih mudah.
- Komunikasi yang baik dapat membuat hubungan antara konsumen dan produsen menjadi sangat baik hal ini dapat mengurangi hal – hal yang dapat merugikan usaha seperti menjatuhkan antara pengusaha/

➢ Adapun yang didapat dari Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

Strategi WO merupakan alternatif strategi yang memanfaatkan peluang serta mengatasi kelemahan yang dimiliki. Strategi alternatif yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Memperbaiki dan meningkatkan adminitrasi menjadi lebih baik agar usaha ini dapat mempunyai pembukuan yang baik sehingga dapat mempermudah adminitrasi dalam bentuk apapun.
- Meningkatkan produksi agar permintaan akan lele dapat terprnuhi oleh permintaan pasar sehingga keuntungan yang diperoleh lebih baik lagi.
- Bisa melakukan pembenihan sendiri sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

➢ Adapun yang didapat dari Strategi ST (*Strength Threats*)

Strategi ST merupakan alternatif strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi dan menghindari ancaman yang ada. Strategi ST yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Mencari pakan alternatif seperti makan buatan dan mencari benih yang baik dan murah hal ini dilakukan untuk mengurangi kerugiaan akan finansiil yang terjadi pada usaha pembesaran ikan lele.

- Melakukan perawatan kolam yang baik sehingga tidak ada kematian masal pada kolam, hal ini dilakukan karena perawatan dalam usaha pembesaran itu sangat penting karena jika 1 ikan saja terkena penyakit maka air dalam kolam itu akan tertular oleh hama penyakit ataupun bakteri.

➢ Strategi WT (*Weakness Threats*)

Strategi WT merupakan alternatif strategi dimana kelemahan yang dimiliki sebisa mungkin diminimalisir dan ancaman yang mungkin terjadi dihindari. Strategi alternatif yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Mempunyai badan hukum agar lebih diketahui oleh kalangan masyarakat luas, hal ini dapat mempermudah pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele ini. Badan hukum juga membantu kita jika inigin mengembangkan usaha seperti modal usaha dll.
- Meningkatkan kualitas produksi ikan lele, hal ini sangat penting dilakukan karena jika kualtias produksi akan lele menurun dapat membuat konsumen beralih ke budidaya lainya dan memunculkan pesaing baru yang mengetahui adanya peluang karena penurun kualitas pada pembesaran ikan lele milik Pak Suwito.

5.7 Perncanaan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Lele

Menurut Primayastanto (2005), Rencana bisnis (*Bussines Plan*) adalah usaha menduga atau menganalisa suatu kegiatan yang teratur yang berupa usaha untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat sambil mencari keuntungan atau penghasilan dengan menekankan pada penelaahan dan pengkajian terhadap layak atau tidaknya usaha. Perencanaan bisnis yang akan dilakukan dalam

mengembangkan usaha pembesaran ikan lele meliputi aspek pemasaran, aspek manajemen, dan aspek finansiil.

5.7.1 Aspek Pemasaran

Perencanaan bisnis dalam aspek pemasaran meliputi permintaan dan penawaran, penetapan harga, saluran pemasaran, dan margin pemasaran.

5.7.1.1 Permintaan dan Penawaran

Permintaan akan ikan konsumsi ikan lele adalah peluang bagi Pak Suwito selaku pengusaha pembesaran ikan lele. Dengan memanfaatkan peluang yang ada dipasar maka perencanaan bisnis yang dilakukan dengan menambah benih dan kolam pada usaha pembesaran ini agar produksi akan ikan lele meningkat dan dapat memenuhi permintaan pasar dari produksi sebelumnya.

5.7.1.2 Penetapan harga

Penetapan harga yang di lakukan Pak Suwito selaku pelaku usaha pembesaran ikan lele yaitu dilakukan dengan cara melakukan survei kepada pelaku usaha lainya atau pesaingnya. Di Desa Carat ini pelaku usaha paling besar adalah milik Pak Suwito jadi harga yang ditetapkan sudah termasuk harga yang relatif rendah karena semua tergantung oleh Pak Suwito. Pak suwito juga sering membeli ikan di pelaku usaha dalam sekala rumah tangga untuk memenuhi permintaan konsumennya.

5.7.1.3 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang terjadi pada usaha ini tidak terlalu panjang yaitu antara pelaku usaha dan pengepul. Pengepul sendiri mendistribusikan ke restorant atau rumah tangga. Salauran pemaran yang pendek sangat efisien karena lebih mudah dalam melakukan penetapan harga dan margin antara pelaku usaha dan pengepul tidak terlalu jauh.

Perencanaan bisnis yang dilakukan biasanya para pengepul memperoleh informasi dari para pengepul lainya jadi promosi yang dilakukan Pak Suwito

selaku pelaku usaha pembesaran lele ini hanya dari mulut ke mulut tapi permintaan ikan lele konsumsi milik Pak Suwito ini sangat tinggi sehingga kadang tidak dapat memenuhinya.

5.7.1.4 Margin Pemasaran

Harga dan saluran pemasaran yang tidak dirubah, maka dapat diketahui hasil yang diperoleh pada perencanaan bisnis sama dengan awal usaha. Pak Suwito selaku produsen menjual harga Rp. 13.800 dan dijual kembali kepada pengepul sebesar Rp. 14.500 jadi selesi harga produsen ke pengepul yaitu Rp. 700,- .

5.7.2 Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam perencanaan bisnis ini meliputi perencanaan pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan.

5.7.2.1 Perencanaan

Pada keadaan usaha milik Pak Suwito dengan 27 kolam terpal dikatakan layak dan sangat menguntungkan secara finansiil. Oleh karena itu dilakukan perencanaan bisnis pada manajemen perencanaan dengan menambah produksi yaitu dengan cara menambah kolam dan benih ikan hal ini dilakukan agar dapat memenuhi permintaan pasar. penambahan kolam dengan jenis terpal ini berjumlah 32 kolam terpal dengan ukuran yang sama dengan kolam beton yaitu 3x6 m^2 dengan perencanaan tebar benih disesuaikan dengan kolam beton yaitu 6000 benih ikan lele.

5.7.2.2 Pengorganisasian

Dengan adanya penambahan kolam dalam jumlah yang cukup besar maka perencanaan bisnis yang dilakukan dengan menambahkan 1 tenaga kerja jadi didapatkan pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito memiliki 2 pekerja tetap untuk membantu melakukan pekerjaan teknis. Pak Suwito selaku usaha juga ikut dalam melakukan teknis pembesan tapi dalam jam tertentu saja.

5.7.2.3 Pergerakan

Pergerakan yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele sudah cukup baik. Hal – hal yang dilakukan pada teknis yaitu persiapan kolam (pembesian kolam, pengeringan dan pengisiian air), penebaran benih, pemeliharaan ikan (pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit) dan pemanenan ikan dilakukan oleh Pak Suwito pelaku usaha dan dibantu oleh 2 tenaga kerja tetap. Untuk finansiil dibantu oleh istri dari Pak Suwito.

5.7.2.4 Pengawasan

Pengawasan yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele sudah cukup baik. Hal – hal yang dilakukan antaranya pengawasan teknis dari persiapan kolam sampai pada pemanenan ikan. Pada finansiil juga dilakukan pengawasan dengan mengecek tiap minggu dana yang masuk maupun keluar untuk dapat diketahui apa saja kekurangan yang terjadi pada usaha pembesaran.

5.7.3 Aspek Finansiil Jangka Pendek (Operasioonal)

Aspek finansiil dalam perencanaan bisnis ini meliputi permodalan, biaya produksi, analisis jangka pendek (operasional), dan analisis jangka panjang. Analisis jangka pendek meliputi penerimaan, *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), Keuntungan, Rentabilitas, dan *Break Even Point* (BEP). Analisis jangka panjang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

a. Permodalan

Modal dalam perencanaan bisnis pembesaran ikan lele ini terdiri dari modal tetap, modal lancar dan modal kerja.

- Modal Tetap

Modal Tetap pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 156.056.000,- yang mendapatkan tambahan kolam terpal, jaring serok, pipa paralon dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 19.

- Modal Lancar

Modal Tetap pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 1.919.806.000,- yang meliputi Benih pakan, probiotik dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 20.

- Modal Kerja

Modal Tetap pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 1.976.448.200,- yang Meliputi penyusutan, pajak bumi dan bangunan, sewa lahan dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 21. Dari 3 modal tersebut yaitu modal tetap, modal lancar dan modal kerja menggunakan modal sendiri yang dimiliki Pak Suwito sendiri.

b. Biaya Produksi

- Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap yang digunakan dalam perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 56.642.000,- yang meliputi penyusutan, PBB, perawaran dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 22.

- Biaya Tidak Tetap (Variable Cost)

Biaya tidak tetap yang digunakan dalam perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 938.238.000,- yang meliputi benih, pakal dll. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 6. Jadi total antara biaya tetap dan biaya tidak tetap Rp. 1.919.806.000,-. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 23.

c. Penerimaan

Penerimaan yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp 2.789.640.000,- yang Meliputi 25.850 kg dengan harga Rp. 13.800,- adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 24.

d. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar 1,42. Artinya usaha dikatakan mengutungkan dan layak karena berdasarkan peniliain R/C Ratio, hasil yang diperoleh lebih dari 1 maka dikatakan layak untuk dijlankan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 26.

e. Keuntungan

Keuntungan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 822.191.800,-. Diperoleh dari penerimaan sebesar Rp 2.798.640.000,- dikurangi biaya total sebesar Rp 1.976.448.800,-. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 27.

f. Rentabilitas.

Rentabilitas yang didapat pada perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar 42%. Cara menghitungnya yaitu jumlah keuntungan dibagi dengan jumlah modal kerja

yang kemudian dikalikan 100%. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 28.

g. *Break Even Point* (BEP)

Break Even Point (BEP) yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat selama setahun adalah sebesar Rp. 177.192.151,- Pada usaha ini menggunakan BEP seles dan didapat 50.700 kg dengan harga jual Rp. 13.800,-/kg. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 29.

5.7.4 Analisis Finansiil Jangka Panjang

a. Penambahan Investasi (*Re-investasi*)

Penambahan Investasi perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito selama 10 tahun sebesar Rp. 152.369.940,- Waktu sampai 10 tahun kedepan dimulai pada tahun 2015 sampai 2025 menggunakan kenaikan nilai peralatan 1% tiap tahun. Adapun Rincian dapat lilihat pada lampiran 30.

b. *Net Present Value* (NPV)

Analisis *Net Present Value* yang digunakan pada perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat untuk mengetahi usaha itu layak atau tidak sehingga dapat diketahui pada jangka panjang selama 10 tahun kedepan. Nilai NPV didapatkan sebesar Rp. 7.020.795.355,-. Jika hasil yang diperoleh pada nilai NPV lebih dari 0 maka usaha itu layak dijalankan. Adapun rincian dapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 31.

c. *Internal Rate of Return* (IRR)

Perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat dengan menggunakan analisis IRR diperoleh hasil sebesar 370%. IRR digunakan untuk menghitung tingkat suku bunga yang dihasilkan dimana didapatkan nilai suku bunga yaitu 7,5% jadi dimana IRR dari usaha ini lebih

besar dari suku bunga sehingga usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 32.

d. Net *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio).

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat dengan menggunakan analisis Net *Benefit Cost Ratio* diperoleh hasil sebesar 32,00. Hasil pada usaha ini diperoleh lebih dari 1 maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 32.

e. *Payback Period* (PP)

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat menggunakan analisis *Payback Period* diperoleh hasil sebesar 0,28. Dapat diketahui bahwa waktu yang dibutuhkan untuk modal pada usaha ini kembali yaitu 0,34 tahun. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 32.

f. Analisis Sensitivitas

Menurut Sanusi (2000), Analisis sensitivitas pada perubahan harga output perlu dilakukan terutama bagi proyek-proyek dengan umur ekonomis yang panjang dan dalamukuran besar, karena kemungkinan besar bahwa dengan adanya proyek penawaran (supply) produk tersebut di pasar akan bertambah dan harga akan relatif menjadi turun. Analisis sensitivitas dapat membentuk pengelola proyek (pimpinan proyek) dengan menunjukkan bagian-bagian yang peka yang membutuhkan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hasil yang diharapkan akan menguntungkan perekonomian.

Usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito di Desa Carat menggunakan analisis sensitivita,digunakan dengan mengasumsikan biaya dan benefit dengan kombinasi antara naik dan turun. Hal ini didapatkan bahwa untuk

dapat diketaui hal – hal yang terjadi kedepan. Dibawah ini analisis sensitivitas pada usaha pembesaran ikan lele :

- **Asumsi Biaya Naik 80% dan Benefit Turun 57%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 80% dan benefit turun 57% dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Asumsi Biaya Naik 80% dan Benefit Turun 57%

Sensitivitas	**Biaya naik 80% dan Benefit turun 57%**	NPV Net B/C IRR PP	-128.700.721 0,66 1% 16,10

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 80% dan benefit turun 57%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -128.700.721. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,66 tidak lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar 1%. PP yang diperoleh ialah 16,10 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 80% dan benefit turun 57% dapat dilihat pada lampiran 32.

- **Asumsi Biaya Naik 39% dan Benefit Turun 28%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 39% dan benefit turun 28% dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Asumsi Biaya Naik 39% dan Benefit Turun 28%

Sensitivitas	**Biaya naik 39% dan Benefit turun 28%**	NPV Net B/C IRR PP	-136.383.614 0,61 0% 17,69

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 39% dan benefit turun 28%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -136.383.614. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,61 tidak

lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar 0%. PP yang diperoleh ialah 17,69 tahun. Maka pada kombinasi asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 39% dan benefit turun 28% dapat dilihat pada lampiran 16.

- **Asumsi Biaya Naik 141%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 141% dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Asumsi Biaya Naik 141%

Sensitivitas	**Biaya naik 141%**	NPV	-142.206.582
		Net B/C	0,58
		IRR	-1%
		PP	19,11

Berdasarkan tabel di atas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 141% diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -142.206.582. Kemudian nilai Net B/C sebesar 0,58 tidak lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar -1%. PP yang diperoleh ialah 19,11 tahun. Maka pada asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 141% dapat dilihat pada lampiran 34.

- **Asumsi Benefit Turun 71%**

Usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat milik Pak Suwito pada analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 71% dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Asumsi Benefit Turun 71%

Sensitivitas	**Benefit turun 71%**	NPV	-149.889.475
		Net B/C	0,53
		IRR	-2%
		PP	21,39

Berdasarkan tabel tersebut, dengan menggunakan asumsi benefit turun 71%, diperoleh hasil NPV yang bersifat negatif yang kurang dari 1, yaitu sebesar -149.889.475. kemudian nilai Net B/C sebesar 0,53 dimana tidak lebih 1 dan nilai

IRR sebesar -2%. PP yang diperoleh ialah 21,39 tahun. Maka pada asumsi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan tidak layak. Adapun rincian perhitungan analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 71% dapat dilihat pada lampiran 35.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada penelitihan tentang usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Studi kelayakan bisnis pada 1). aspek teknis usaha pembesaran ikan lele masih dilakukan secara sederhana dan dilakukan dengan baik. 2). aspek Pemasaran usaha pembesaran ikan sudah cukup baik hal ini ditinjau dari permintaan akan ikan lele konsumsi sangat tinggi pada usaha ini dan saluran pemasaran yang pendek sehingga margin pemasaran yang didapat pun rendah, 3). aspek Manajemen untuk aspek manajemen ini memiliki sistem perencanaan yang dilakukan secara sederhana tidak membuat perencanaan secara spesifik, pergorganisasian masih sederhana yaitu pembagian tugas diberikan secara langsung oleh pemilik usaha. Pengarahan yang diberikanan oleh pemilik adalah dengan memeberikan pengarahan secara jelas dengan kata-kata yang baik saat karyawan melaksanakan tugasnya. Pengawasan yang dilakukan secara langsung oleh pemilik untuk menilai bagaimana pekerjaan karyawan serta sebagai bahan evaluasi usahanya dan 4). Aspek finansiil dari hasil finansiil jangka pendek dan jangka panjang dengan menggunakan kolam beton pada usaha pembesaran ikan lele sudah dikatakan layak dan menguntungkan untuk dikembangkan lebih lanjut.
- Hasil analisis SWOT yang didapatkan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat ini terletak pada kuadran 1 (strategi agresif) yang artinya bahwa kekuatan dan peluang lebih dominan. Untuk strategi SO (*stenghts opportunity*), adalah memanfaatkan sarana dan prasarana dengan baik dan memperluas daerah pemasaran akan kebutuhan ikan lele dan komunikasi

yang baik dapat membuat hubungan antara konsumen dan produsen menjadi baik.

- Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo pada aspek pemasaran lebih diperluas daerah pemasaran, pada aspek manejemen lebih ditingkatkan lagi terutama pada adminitrasi atau pembukuan yang lebih baik dan pada aspek finansill ada penambahan 32 kolam terpal, 1 tenaga kerja yang dapat meningkatkan produksi selama 10 tahun kedepan.

6.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam pembesaran ikan lele di Desa Carat Kabupaten Ponorogo yang diberikan selaku peneliti sebagai berikut :

1. Pembudidaya harus lebih meningkatkan kemampuan/skill dengan belajar menggunakan teknologi budidaya dan menerapkan pada usahanya agar kegiatan budidaya dapat berjalan secara optimal.
2. Pemerintah

   Pemerintah harus lebih mengawasi dan memperhatikan kondisi budidaya perikanan darat agar potensi pada daerah tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut.
3. Masyarakat

   Masyarakat harus pandai dalam memanfaatkan peluang atau potensi yang ada pada daerah tersebut agar memiliki usaha sendiri dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga.
4. Peneliti harus lebih mengerti informasi dan data yang diperoleh agar apa yang disajikan dalam penelitihan dapat dimengerti dan bermanfaat bagi informasi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin Johar. 2007. **Aplikasi Exel Untuk Perencanaan Bisnis (Business Plan)**. PT. Elex Media Kompitindo. Jakarta.

Darseno, 2013. **Budidaya Lele.** Jakarta. AgroMedia.

Fuad, M. 2000. **Pengantar Bisnis**. Gramedia. Jakarta.

Gilarso, T. 2003. **Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro**. Kanisius. Yogyakarta.

Gunawan dan Bagus Harianto**. 2011. Dongkrak produksi lele dan probiotik organik.** Jakarta : AgroMedia Pustaka.

Gray, Clive, dkk. 1997**. Pengantar Evaluasi Proyek Edisi Kedua Jilid 1**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Handoko, Hani, T. 1984**. Manajemen Edisi 2.** Yogyakarta. BPFE- Yogyakarta.

Hanafie, R. 2010. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Hendriana, Andri. 2010. **Pembesaran Ikan Lele di Kolam Terpal**. Bogor- Depok

Istikharoh, Surjatin, dan Primyastanto. 2005. **Perencanaan Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Gurami dan Ikan Nila Di Kabupaten Nganjuk Propinsi Jawa Timur**. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya. Malang.

Jaja, Suryani, A., dan Sumantadinata, 2013. "**Usaha Pembesaran dan Pemasaran Ikan Lele serta Strategi Pengembangannya di UD Sumber Rezeki Parung"**.pdf. Di akses pada tanggal 11 Februari 2015 pukul 08.00 WIB.

Johan, Suwinto. 2011. **Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis**. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Kasmir & Jakfar, 2008. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenada Media Group. Jakarta.

Kasmir dan Jakfar. 2012. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenanda Media Group. Jakarta.

Mahyudin, Kholis. 2008. **Panduan Lengkap Agribisnis Lele. Penebar Swadaya**. Jakarta.

Maryati dan Suryawati. 2006. **Sosiologi untuk SMA dan MA Kelas XII**. Esis. Jakarta.

Moleong, Lexy J. 2013. **Metodelogi Penelitihan Kualitatif**. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Primyastanto, Mimit. 2005**. Perencanaan Usaha (*Bussines Plan)* Sebagai Aplikasi Ekonomi Perikanan**. Malang. Bahatera Press.

_____. 2009. **Buku Ajar Evaluasi Proyek Usaha edisi 2009/2010. Laboratorium Terpadu Sosial Ekonomi Perikanan Universitas Brawijaya**. Malang.

_____. 2011. **Feasibility Study Usaha Perikanan Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan**. Universitas Brawijaya.

Rangkuti, Freddy. 1997. **Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Penrhitungan Bobot, Rating dan OCAI**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

_____, 2008. **Analisis SWOT Teknik Memebedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Riyanto, Bambang. 1995. **"Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan".** Yogyakarta. BPFE- Yogyakarta.

Rohman, Fathur. 2012. **Teknik Analisis Manajemen SWOT**. AFJ Mobicons, Malang

Sanusi, B. 2000. **Pengantar Evaluasi Proyek**. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok.

Subagyo, Ahmad. 2007. **Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi**. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Alfabeta. Bandung.

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

Suhardedi, Cecep. 2010. **Strategi Pengembangan Usaha Pembenihan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali**. http: //eprints .ac.id/7251/1/122693007201 009151.pdf. Diakses pada tanggal 10 Februari 2015 pukul 19.00 WIB.

Soekartawi, 1995. **Agribisnis Teori dan Aplikasnya**. Universitas Brawijaya. Malang.

Shinta, Agustina. 2011. **Manajemen Pemasaran**. UB Press. Malang

Waluya, B. 2007. **Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat**. Setia Purna Inves. Bandung.

Wibowo, Afrilyadi Eko. 2011. **Strategi pengembangan usaha Pembesaran Ikan Lele Sangkuriang (*Clarias gariepinus*) di Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor**. http://www.pdfooz.com/preview/26796356.pdf. Diakses pada tanggal 10 Februari 2015 pukul 20.00 WIB.

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitihan

Lokasi Penelitian

Lampiran 2. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Jenis Modal Investasi	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (tahun)	Penyusutan per tahun (Rp)
1	Kolam Beton (3x6)	27	5.000.000	135.000.000	10	13.500.000
2	Gudang (3x6)	1	7.500.000	7.500.000	10	750.000
3	Jaring Serok	2	40.000	80.000	2	40.000
4	Timbangan Duduk	1	800.000	800.000	5	160.000
5	Pipa Paralon (4m)	54	32.000	2.624.000	5	524.800
6	Pompa Air	4	870.000	3.480.000	8	435.000
7	Bak Penampung (2 x4)	2	1.200.000	2.400.000	10	240.000
8	Keranjang	4	52.000	208.000	2	104.000
9	Kalkulator	1	60.000	60.000	3	20.000
10	Handphone	1	800.000	800.000	4	200.000
11	Sikat	4	5.000	20.000	2	10.000
12	Ember	5	10.000	50.000	2	25.000
				153.022.000		16.008.800

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 3. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Modal Lancar	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total
1.	Benih ikan lele	162000	200	4	129.600.000
2.	Pakan (sak) lp 1	189	278.000	4	210.168.000
3.	Pakan (sak) lp 2	540	268.000	4	578.880.000
4.	probiotik	135	28.000	4	15.120.000
5.	Listrik		300.000	12	3.600.000
6.	Kapur	67,5	1.000	4	270.000
7.	Pulsa Handphone	1	50.000	12	600.000
	Total				938.238.000

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 4. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Modal Kerja	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total
1.	Penyusutan		16.008.800		16.008.800
2.	Pajak Bumi Bangunan		325.200		325.200
3.	Sewa lahan		2.000.000		2.000.000
4.	Perawatan		430.000		430.000
5.	Gaji Tenaga Kerja	1	1.250.000	12	15000000
6.	Benih ikan lele	162000	200	4	129.600.000
7.	Pakan (sak) lp 1	189	278.000	4	210168000
8..	pakan (sak) lp 2	540	268.000	4	578880000
9.	Probiotik	135	28.000	4	15120000
10.	Kapur	67,5	1.000	4	270000
11.	Listrik		300.000	12	3600000
12.	Pulsa Handphone	1	50.000	12	600000
	total		20.939.200		972.002.000

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 5. Biaya Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele

No.	Jenis biaya tetap	Biaya tetap/tahun
1.	Penyusutan	16.008.800
2.	Pajak Bumi Bangunan	325.200
3.	Sewa lahan	2.000.000
4.	Perawatan	430.000
5.	Gaji Tenaga Kerja	15.000.000
	Jumlah	33.764.000

Lampiran 6. Biaya Tidak Tetap Usaha Pembesaran Ikan Lele per tahun

No.	Jenis biaya variabel	Nilai per tahun (Rp)
1.	Benih ikan lele	129.600.000
2.	Pakan (sak) lp 1	210.168.000
3.	Pakan (sak) lp 2	578.880.000
4.	probiotik	15.120.000
5.	Listrik	3.600.000
6.	Kapur	270.000
7.	Pulsa Handphone	600.000
	Jumlah	938.238.000

Lampiran 7. Biaya Produksi Usaha Pembesaran Ikan Lele per tahun

Biaya Total / *Total Cost* (TC) = Total Biaya Tetap (FC) + Total Biaya Variabel (

= Rp. 33.764.000,- + Rp. 938.238.000,-

= Rp. 972.002.000,-

Lampiran 8. Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Lele

Total penerimaan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat dalam setahun ialah sebesar Rp 1.426.920.000,-

Penerimaan yang didapat tidak dari 27 kolam secara bersama – sama melainkan dengan setiap kolam dilakukan pembesaran secara bergilir hal ini agar proses produksi terus berjalan.

Lampiran 9. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) Usaha Pembesaran Ikan Lele

$$\text{R/C Ratio} = \frac{Total\ Revenue}{Total\ Cost}$$

$$= \frac{Rp\ 1.426.920.000,-}{Rp\ 972.002.000,-}$$

= 1,47

R/C Ratio diperoleh nilai sebesar 1,47. Nilai tersebut lebih dari 1, maka usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Lampiran 10. Keuntungan Usaha Pembesaran Ikan Lele

Keuntungan (π) = Total Penerimaan (TR) – Biaya Total (TC)

= Rp 1.426.920.000,- – Rp 972.002.000,-

= Rp 454.918.000,-

Lampiran 11. Rentabilitas Usaha Pembesaran Ikan Lele

Rentabilitas = $\frac{Keuntungan}{Modal\ Kerja}\ x\ 100\%$

= $\frac{Rp\ 454.918.000,-}{Rp\ 972.002.000,-}\ x\ 100\%$

= 47%

Lampiran 12. Break Even Point (BEP) Usaha Pembesaran Ikan Lele

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

= $\frac{Rp\ 33.764.000,-}{1-\frac{Rp\ 888.288.000,-}{Rp\ 1.426.920.000,-}}$

= Rp. 98.588.708,-

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

= $\frac{33.764.000}{13.800-9.074}$

= 6627 unit

Lampiran 13. Analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Usaha Pembesaran Ikan Lele

No	Jenis Modal Investasi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan per Tahun	Nilai Kenaikan	Re-Invest Tahun Ke										Sisa Umur Teknis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)
							1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Kolam Beton (3x6)	27	5.000.000	135.000.000	10	13.500.000	1350000										136350000	9	121500000
2	Gudang (3x6)	1	7.500.000	7.500.000	10	750.000	75000										7575000	9	6750000
3	Jaring Serok	2	40.000	80.000	2	40.000	800		81.600		83.200		84.800		86.400			1	40000
4	Timbangan Duduk	1	800.000	800.000	5	160.000	8000					840000					880000	4	640000
5	Pipa Paralon (4m)	54	32.000	2.624.000	5	524.800	26240					2755200					2886400	4	2099200
6	Pompa Air	4	870.000	3.480.000	8	435.000	34800								3758400			7	3045000
7	Bak Penampungan (2 x4)	2	1.200.000	2.400.000	10	240.000	24000											9	2160000
8	Keranjang	4	52.000	208.000	2	104.000	2080		212160		216320		220480		224640		228800	1	104000
9	Kalkulator	1	60.000	60.000	3	20.000	600			61800			63600			65400		2	40000
10	Handphone	1	800.000	800.000	4	200.000	8000				832000				864.000			3	600000
11	Sikat	4	5.000	20.000	2	10.000	200		20400		20800		21200		21600		22000	1	10000
12	Ember	5	10.000	50.000	2	25.000	500		51000		52000		53000		54000		55000	1	25000
				153.022.000		16.008.800	1530220		365160	61800	1204320	3595200	443080		5009040	65400	147997200		137013200

Lampiran 14. Analisis Jangka Panjang Pembesaran Ikan lele dalam keadaan normal

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		1.426.920.000	1.528.944.780	1.630.969.560	1.732.994.340	1.835.019.120	1.937.043.900	2.039.068.680	2.141.093.460	2.243.118.240	2.345.143.020
	Nilai Sisa											137.013.200
	Gross Benefit(A)		1.426.920.000	1.528.944.780	1.630.969.560	1.732.994.340	1.835.019.120	1.937.043.900	2.039.068.680	2.141.093.460	2.243.118.240	2.482.156.220
	PVGB		1327367442	1323045780	1312866186	1297667080	1278198409	1255129907	1229058640	1200515885	1169973402	1204327127
	Jumlah PVGB											12598149857
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	153.022.000										
	Penambahan Investasi		0	365.160	61.800	1.204.320	3.595.200	443.080	0	5.009.040	65.400	147.997.200
	Biaya Operasional		972.002.000	1.041.500.143	1.110.998.286	1.180.496.429	1.249.994.572	1.319.492.715	1.388.990.858	1.458.489.001	1.527.987.144	1.597.485.287
	Gross Cost (B)	153.022.000	972.002.000	1.041.865.303	1.111.060.086	1.181.700.749	1.253.589.772	1.319.935.795	1.388.990.858	1.463.498.041	1.528.052.544	1.745.482.487
	PVGC	153022000	904187907	901560024,2	894359559,6	884858146,9	873198777,1	855267602	837221047	820586620,2	797006952,7	846897504,6
	Jumlah PVGC											8768166141
	Net Benefit (A-B)	-153.022.000	454.918.000	487.079.477	519.909.474	551.293.591	581.429.348	617.108.105	650.077.822	677.595.419	715.065.696	736.673.733
	PVNB	-153.022.000	423.179.535	421.485.756	418.506.626	412.808.933	404.999.631	399.862.305	391.837.593	379.929.265	372.966.449	357.429.622
iii	NPV	3.829.983.716	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	26,03	> 1 (layak)									
v	IRR	304%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	0,34	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 15. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 71% dan Benefit Turun 49%

	Biaya naik	71% **dari**	972.002.000 **menjadi**	**690.121.420**	
	Benefit Turun	49% **dari**	1.426.920.000 **menjadi**	**699.190.800**	

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		699.190.800	749.182.942	799.175.084	849.167.227	899.159.369	949.151.511	999.143.653	1.049.135.795	1.099.127.938	1.149.120.080
	Nilai Sisa											137.013.200
	Gross Benefit(A)		699.190.800	749.182.942	799.175.084	849.167.227	899.159.369	949.151.511	999.143.653	1.049.135.795	1.099.127.938	1.286.133.280
	PVGB		650410046,5	648292432,4	643304431,1	635856869,1	626317220,2	615013654,3	602238733,7	588252783,6	573286966,9	624024058,3
	Jumlah PVGB											6206997196
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	153.022.000										
	Penambahan Investasi		0	365.160	61.800	1.204.320	3.595.200	443.080	0	5.009.040	65.400	147.997.200
	Biaya Operasional		690.121.420	739.465.102	788.808.783	838.152.465	887.496.146	936.839.828	986.183.509	1.035.527.191	1.084.870.872	1.134.214.554
	Gross Cost (B)	153.022.000	690.121.420	739.830.262	788.870.583	839.356.785	891.091.346	937.282.908	986.183.509	1.040.536.231	1.084.936.272	1.282.211.754
	PVGC	153022000	641973414	640199252,8	635009713,8	628510805	620697369,4	607323256,1	594426943,3	583430988,5	565884828,8	622121357,7
	Jumlah PVGC											6292599929
	Net Benefit (A-B)	-153.022.000	9.069.380	9.352.681	10.304.501	9.810.442	8.068.023	11.868.603	12.960.144	8.599.565	14.191.665	3.921.526
	PVNB	-153.022.000	8.436.633	8.093.180	8.294.717	7.346.064	5.619.851	7.690.398	7.811.790	4.821.795	7.402.138	1.902.701
iii	NPV	-104.899.185	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,44	> 1 (layak)									
v	IRR	-7%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	16,87	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 16. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 38% dan Benefit Turun 27%

	Biaya naik	38%	**dari**	972.002.000	**menjadi**	**369.360.760**
	Benefit Turun	27%	**dari**	1.426.920.000	**menjadi**	**385.268.400**

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		385.268.400	412.815.091	440.361.781	467.908.472	495.455.162	523.001.853	550.548.544	578.095.234	605.641.925	633.188.615
	Nilai Sisa											137.013.200
	Gross Benefit(A)		385.268.400	412.815.091	440.361.781	467.908.472	495.455.162	523.001.853	550.548.544	578.095.234	605.641.925	770.201.815
	PVGB		358389209,3	357222360,7	354473870,2	350370111,6	345113570,3	338885074,8	331845832,8	324139288,9	315892818,5	373697244,4
	Jumlah PVGB											3450029382
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	153.022.000										
	Penambahan Investasi		0	365.160	61.800	1.204.320	3.595.200	443.080	0	5.009.040	65.400	147.997.200
	Biaya Operasional		369.360.760	395.770.054	422.179.349	448.588.643	474.997.937	501.407.232	527.816.526	554.225.820	580.635.115	607.044.409
	Gross Cost (B)	153.022.000	369.360.760	396.135.214	422.241.149	449.792.963	478.593.137	501.850.312	527.816.526	559.234.860	580.700.515	755.041.609
	PVGC	153022000	343591404,7	342788719,8	339887475,5	336805209	333368181,2	325179690	318143997,8	313564235,2	302883791,2	366341604,3
	Jumlah PVGC											3475576309
	Net Benefit (A-B)	-153.022.000	15.907.640	16.679.876	18.120.633	18.115.509	16.862.025	21.151.541	22.732.018	18.860.374	24.941.410	15.160.206
	PVNB	-153.022.000	14.797.805	14.433.641	14.586.395	13.564.903	11.745.389	13.705.385	13.701.835	10.575.054	13.009.027	7.355.640
iii	NPV	-63.263.397	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,83	> 1 (layak)									
v	IRR	4%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	9,62	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 17. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 145%

	Biaya Naik	145%	Dari	972.002.000			Menjadi	1409402900				
No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		1.426.920.000	1.528.944.780	1.630.969.560	1.732.994.340	1.835.019.120	1.937.043.900	2.039.068.680	2.141.093.460	2.243.118.240	2.345.143.020
	Nilai Sisa											137.013.200
	Gross Benefit(A)		1.426.920.000	1.528.944.780	1.630.969.560	1.732.994.340	1.835.019.120	1.937.043.900	2.039.068.680	2.141.093.460	2.243.118.240	2.482.156.220
	PVGB		1327367442	1323045780	1312866186	1297667080	1278198409	1255129907	1229058640	1200515885	1169973402	1204327127
	Jumlah PVGB											12598149857
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	153.022.000										
	Penambahan Investasi		0	365.160	61.800	1.204.320	3.595.200	443.080	0	5.009.040	65.400	147.997.200
	Biaya Operasional		1.409.402.900	1.510.175.207	1.610.947.515	1.711.719.822	1.812.492.129	1.913.264.437	2.014.036.744	2.114.809.051	2.215.581.359	2.316.353.666
	Gross Cost (B)	153.022.000	1.409.402.900	1.510.540.367	1.611.009.315	1.712.924.142	1.816.087.329	1.913.707.517	2.014.036.744	2.119.818.091	2.215.646.759	2.464.350.866
	PVGC	153022000	1311072465	1307119842	1296798975	1282638505	1265011306	1240008828	1213970518	1188586738	1155644731	1195688077
	Jumlah PVGC											12609561987
	Net Benefit (A-B)	-153.022.000	17.517.100	18.404.413	19.960.245	20.070.198	18.931.791	23.336.383	25.031.936	21.275.369	27.471.481	17.805.354
	PVNB	-153.022.000	16.294.977	15.925.938	16.067.210	15.028.575	13.187.102	15.121.078	15.088.122	11.929.147	14.328.671	8.639.050
iii	NPV	-53.463.955	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,93	> 1 (layak)									
v	IRR	6%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	8,74	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 18. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Benefit Turun 69%

Benefit Turun	69%	Dari	1.426.920.000	Menjadi	984574800

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		984.574.800	1.054.971.898	1.125.368.996	1.195.766.095	1.266.163.193	1.336.560.291	1.406.957.389	1.477.354.487	1.547.751.586	1.618.148.684
	Nilai Sisa											137.013.200
	Gross Benefit(A)		984.574.800	1.054.971.898	1.125.368.996	1.195.766.095	1.266.163.193	1.336.560.291	1.406.957.389	1.477.354.487	1.547.751.586	1.755.161.884
	PVGB		915883534,9	912901588,5	905877668,3	895390285,1	881956901,9	866039635,7	848050461,7	828355960,6	807281647,2	851593889,2
	Jumlah PVGB											8713331573
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	153.022.000										
	Penambahan Investasi		0	365.160	61.800	1.204.320	3.595.200	443.080	0	5.009.040	65.400	147.997.200
	Biaya Operasional		972.002.000	1.041.500.143	1.110.998.286	1.180.496.429	1.249.994.572	1.319.492.715	1.388.990.858	1.458.489.001	1.527.987.144	1.597.485.287
	Gross Cost (B)	153.022.000	972.002.000	1.041.865.303	1.111.060.086	1.181.700.749	1.253.589.772	1.319.935.795	1.388.990.858	1.463.498.041	1.528.052.544	1.745.482.487
	PVGC	153022000	904187907	901560024,2	894359559,6	884858146,9	873198777,1	855267602	837221047	820586620,2	797006952,7	846897504,6
	Jumlah PVGC											8768166141
	Net Benefit (A-B)	-153.022.000	12.572.800	13.106.595	14.308.910	14.065.346	12.573.421	16.624.496	17.966.531	13.856.446	19.699.042	9.679.397
	PVNB	-153.022.000	11.695.628	11.341.564	11.518.109	10.532.138	8.758.125	10.772.034	10.829.415	7.769.340	10.274.695	4.696.385
iii	NPV	-83.568.079	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,64	> 1 (layak)									
v	IRR	-1%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	12,17	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 19. Modal Tetap Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

No.	Jenis Modal Investasi	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (tahun)	Penyusutan per tahun (Rp)
1	Kolam Beton (3x6)	27	5.000.000	135.000.000	10	13.500.000
2	Gudang (3x6)	1	7.500.000	7.500.000	10	750.000
3	Jaring Serok	4	40.000	160.000	2	80.000
4	Timbangan Duduk	1	800.000	800.000	5	160.000
5	Pipa Paralon (4m)	110	32.000	3.520.000	5	704.000
6	Pompa Air	6	870.000	5.220.000	8	435.000
7	Bak Penampungan (2 x4)	2	1.200.000	2.400.000	10	240.000
8	Keranjang	8	52.000	416.000	2	208.000
9	Kalkulator	2	60.000	120.000	3	40.000
10	Handphone	1	800.000	800.000	4	200.000
11	Sikat	4	5.000	20.000	2	10.000
12	Ember	10	10.000	100.000	2	50.000
13	Kolam Terpal (3x6)	32	2.200.000	70400000	10	7040000
	Total			156.056.000		23.417.000

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 20. Modal Lancar Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

No.	Modal Lancar	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklı	Jumlah Siklus/Ta	Harga Total
1	Benih ikan lele	354000	200	4	283.200.000
2	Pakan (sak) lp 1	413	278.000	4	459.256.000
3	Pakan (sak) lp 2	1080	268.000	4	1.157.760.000
4	probiotik	135	28.000	4	15.120.000
5	Listrik		300.000	12	3.600.000
6	Kapur	67,5	1.000	4	270.000
7	Pulsa Handphone	1	50.000	12	600.000
	Total				1.919.806.000

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 21. Modal Kerja Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

No.	Modal Kerja	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/siklu	Jumlah Siklus/Ta	Harga Total
1	Penyusutan		16.008.800		23.417.000
2	Pajak Bumi Bangunan		325.200		325.200
3	Sewa lahan		2.000.000		2.000.000
4	Perawatan		900.000		900.000
5	Gaji Tenaga Kerja	2	1.250.000	12	30000000
6	Benih ikan lele	354000	200	4	283.200.000
7	Pakan (sak) lp 1	413	278.000	4	459.256.000
8	pakan (sak) lp 2	1080	268.000	4	1.157.760.000
9	Probiotik	135	28.000	4	15120000
10	Kapur	67,5	1.000	4	270000
11	Listrik		300.000	12	3600000
12	Pulsa Handphone	1	50.000	12	600000
	total		21.409.200		1.976.448.200

Keterangan : Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat adalah modal sendiri

Lampiran 22. Biaya Tetap Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

No	Jenis biaya tetap	Biaya tetap/tahun
1	Penyusutan	23.417.000
2	Pajak Bumi Bangunan	325.200
3	Sewa lahan	2.000.000
4	Perawatan	900.000
5	Gaji Tenaga Kerja	30.000.000
	Jumlah	56.642.200

Lampiran 23. Biaya Tidak Tetap Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

No	Jenis biaya variabel	Nilai per tahun (Rp)
1	Benih ikan lele	283.200.000
2	Pakan (sak) lp 1	459.256.000
3	Pakan (sak) lp 2	1.157.760.000
4	probiotik	15.120.000
5	Listrik	3.600.000
6	Kapur	270.000
7	Pulsa Handphone	600.000
	Jumlah	1.919.806.000

Lampiran 24. Biaya Produksi Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

Biaya Total / *Total Cost* (TC) = Total Biaya Tetap (FC) + Total Biaya Variabel (

= Rp. 56.642.000,- + Rp. 1.919.806.000,-

= Rp. 1.976.448.200,-

Lampiran 25. Penerimaan Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

Total penerimaan pada usaha pembesaran ikan lele di Desa Carat dalam setahun ialah sebesar Rp 2.789.640.000,-

Lampiran 26. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

R/C Ratio = $\frac{Total\ Revenue}{Total\ Cost}$

= $\frac{Rp\ 2.798.640.000,-}{Rp\ 1.976.448.000,-}$

= 1,42

R/C Ratio diperoleh nilai sebesar 1,42. Nilai tersebut lebih dari 1, maka usaha pembesaran ikan lele milik Pak Suwito dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Lampiran 27. Keuntungan Perencanaan bisnis Usaha Pembesaran Ikan Lele

Keuntungan (π) = Total Penerimaan (TR) – Biaya Total (TC)

= Rp 2.798.640.000,- – Rp 1.976.448.800,-

= Rp. 822.191.800,-

Lampiran 28. Rentabilitas Perencanaan Bisnis Usaha Pembesan Ikan lele

Rentabilitas = $\frac{Keuntungan}{Modal\ Kerja}\ x\ 100\%$

= $\frac{Rp\ 822.191.800,-}{Rp\ 1.976.448.200,-}\ x\ 100\%$

= 42%

Lampiran 29. Break Even Point (BEP)

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

= $\frac{Rp\ 55.642.200,-}{1-\frac{Rp\ 1.919.806.000,-}{Rp\ 2.798.640.000,-}}$

= Rp. 177.192.151,-

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

= $\frac{55.642.200}{13.800-9.466}$

= 5434 Unit

Lampiran 30. analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Perencanaan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Lele

Re-investasi

No	Jenis Modal Investasi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan per Tahun	Nilai Kenaikan	Re-Invest Tahun Ke										Sisa Umur Teknis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)
							1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Kolam Beton (3x6)	27	5.000.000	135.000.000	10	13.500.000	1350000										136350000	9	121500000
2	Gudang (3x6)	1	7.500.000	7.500.000	10	750.000	75000										7575000	9	6750000
3	Jaring Serok	4	40.000	160.000	2	80.000	1600		83.200		86.400		89.600		92.800		96000	1	80000
4	Timbangan Duduk	1	800.000	800.000	5	160.000	8000					840000					880000	4	640000
5	Pipa Paralon (4m)	110	32.000	2.624.000	5	524.800	26240					656000					787200	4	2099200
6	Pompa Air	6	870.000	5.220.000	8	652.500	52200								1174500			7	4567500
7	Bak Penampungan (2 x4)	2	1.200.000	2.400.000	10	240.000	24000										264000	9	2160000
8	Keranjang	8	52.000	416.000	2	208.000	4160		216320		220480		224640		228800		249600	1	208000
9	Kalkulator	2	60.000	120.000	3	40.000	1200			43600			47200			50800		2	80000
10	Handphone	1	800.000	800.000	4	200.000	8000				832000				864.000			3	600000
11	Sikat	4	5.000	20.000	2	10.000	200		20400		20800		21200		21600		22000	1	10000
12	Ember	10	10.000	100.000	2	50.000	1000		52000		54000		55000		58000		60000	1	50000
13	Kolam terpal (3x6)	32	2.200.000	70400000	10	7040000	704000										77440000	10	70400000
				225.560.000		23.455.300	2255600		371920	61800	1213680	1496000	437640		2439700	65400	146283800		209144700
													1536899 40						

Lampiran 31. Analisis Jangka Panjang Perencanaan Bisnis Pembesaran Ikan lele dalam keadaan normal

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.798.640.000	2.998.742.760	3.198.845.520	3.398.948.280	3.599.051.040	3.799.153.800	3.999.256.560	4.199.359.320	4.399.462.080	4.599.564.840
	Nilai Sisa											209.144.700
	Gross Benefit(A)		2.798.640.000	2.998.742.760	3.198.845.520	3.398.948.280	3.599.051.040	3.799.153.800	3.999.256.560	4.199.359.320	4.399.462.080	4.808.709.540
	PVGB		2603386047	2594909906	2574944512	2545134273	2506950070	2461705465	2410571491	2354590150	2294686711	2333156672
	Jumlah PVGB											24680035296
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	226.450.000										
	Penambahan Investasi		0	371920	61800	1213680	1496000	437640	0	2439700	65400	146283800
	Biaya Operasional		1.976.448.200	2.117.764.246	2.259.080.293	2.400.396.339	2.541.712.385	2.683.028.432	2.824.344.478	2.965.660.524	3.106.976.570	3.248.292.617
	Gross Cost (B)	226.450.000	1.976.448.200	2.118.136.166	2.259.142.093	2.401.610.019	2.543.208.385	2.683.466.072	2.824.344.478	2.968.100.224	3.107.041.970	3.394.576.417
	PVGC	226450000	1838556465	1832892302	1818520305	1798326854	1771493755	1738782750	1702387476	1664220425	1620581741	1647027867
	Jumlah PVGC											17659239940
	Net Benefit (A-B)	-226.450.000	822.191.800	880.606.594	939.703.427	997.338.261	1.055.842.655	1.115.687.729	1.174.912.082	1.231.259.096	1.292.420.110	1.414.133.123
	PVNB	-226.450.000	764.829.581	762.017.604	756.424.206	746.807.418	735.456.316	722.922.715	708.184.016	690.369.725	674.104.969	686.128.805
iii	NPV	7.020.795.355	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	32,00	> 1 (layak)									
v	IRR	370%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	0,28	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 32. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 80% dan Benefit Turun 57%

	Biaya naik	80% **dari**	1.976.448.200 **menjadi**	**1.581.158.560**
	Benefit Turun	57% **dari**	2.798.640.000 **menjadi**	**1.595.224.800**

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		1.595.224.800	1.709.283.373	1.823.341.946	1.937.400.520	2.051.459.093	2.165.517.666	2.279.576.239	2.393.634.812	2.507.693.386	2.621.751.959
	Nilai Sisa											209.144.700
	Gross Benefit(A)		1.595.224.800	1.709.283.373	1.823.341.946	1.937.400.520	2.051.459.093	2.165.517.666	2.279.576.239	2.393.634.812	2.507.693.386	2.830.896.659
	PVGB		1483930047	1479098646	1467718372	1450726535	1428961540	1403172115	1374025750	1342116385	1307971425	1373533870
	Jumlah PVGB											14111254686
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	226.450.000										
	Penambahan Investasi		0	371920	61800	1213680	1496000	437640	0	2439700	65400	146283800
	Biaya Operasional		1.581.158.560	1.694.211.397	1.807.264.234	1.920.317.071	2.033.369.908	2.146.422.745	2.259.475.582	2.372.528.419	2.485.581.256	2.598.634.093
	Gross Cost (B)	226.450.000	1.581.158.560	1.694.583.317	1.807.326.034	1.921.530.751	2.034.865.908	2.146.860.385	2.259.475.582	2.374.968.119	2.485.646.656	2.744.917.893
	PVGC	226450000	1470845172	1466378208	1454826194	1438843244	1417403414	1391082915	1361909981	1331649929	1296472215	1331817496
	Jumlah PVGC											14187678768
	Net Benefit (A-B)	-226.450.000	14.066.240	14.700.056	16.015.912	15.869.768	16.593.185	18.657.281	20.100.657	18.666.693	22.046.729	85.978.765
	PVNB	-226.450.000	13.084.874	12.720.438	12.892.178	11.883.291	11.558.126	12.089.200	12.115.769	10.466.457	11.499.210	41.716.375
iii	NPV	-128.700.721	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,66	> 1 (layak)									
v	IRR	1%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	16,10	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 33. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 39% dan Benefit Turun 28%

	Biaya naik	39%	**dari**	1.976.448.200	**menjadi**	**770.814.798**						
	Benefit Turun	28%	**dari**	2.798.640.000	**menjadi**	**783.619.200**						

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		783.619.200	839.647.973	895.676.746	951.705.518	1.007.734.291	1.063.763.064	1.119.791.837	1.175.820.610	1.231.849.382	1.287.878.155
	Nilai Sisa											209.144.700
	Gross Benefit(A)		783.619.200	839.647.973	895.676.746	951.705.518	1.007.734.291	1.063.763.064	1.119.791.837	1.175.820.610	1.231.849.382	1.497.022.855
	PVGB		728948093	726574773,7	720984463,2	712637596,4	701946019,7	689277530,2	674960017,6	659285241,9	642512279	726346399,9
	Jumlah PVGB											6983472415
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	226.450.000										
	Penambahan Investasi		0	371920	61800	1213680	1496000	437640	0	2439700	65400	146283800
	Biaya Operasional		770.814.798	825.928.056	881.041.314	936.154.572	991.267.830	1.046.381.088	1.101.494.346	1.156.607.604	1.211.720.862	1.266.834.121
	Gross Cost (B)	226.450.000	770.814.798	826.299.976	881.103.114	937.368.252	992.763.830	1.046.818.728	1.101.494.346	1.159.047.304	1.211.786.262	1.413.117.921
	PVGC	226450000	717037021,4	715024316,8	709253264,5	701901843,8	691518215,8	678298252,7	663931115,6	649880412,2	632047687,2	685636235
	Jumlah PVGC											7070978365
	Net Benefit (A-B)	-226.450.000	12.804.402	13.347.997	14.573.631	14.337.266	14.970.461	16.944.336	18.297.490	16.773.305	20.063.120	83.904.935
	PVNB	-226.450.000	11.911.072	11.550.457	11.731.199	10.735.753	10.427.804	10.979.277	11.028.902	9.404.830	10.464.592	40.710.165
iii	NPV	-136.383.614	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,61	> 1 (layak)									
v	IRR	0%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	17,69	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 34. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 141%

Biaya Naik	141%	Dari	1.976.448.200	Menjadi	2786791962

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		2.798.640.000	2.998.742.760	3.198.845.520	3.398.948.280	3.599.051.040	3.799.153.800	3.999.256.560	4.199.359.320	4.399.462.080	4.599.564.840
	Nilai Sisa											209.144.700
	Gross Benefit(A)		2.798.640.000	2.998.742.760	3.198.845.520	3.398.948.280	3.599.051.040	3.799.153.800	3.999.256.560	4.199.359.320	4.399.462.080	4.808.709.540
	PVGB		2603386047	2594909906	2574944512	2545134273	2506950070	2461705465	2410571491	2354590150	2294686711	2333156672
	Jumlah PVGB											24680035296
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	226.450.000										
	Penambahan Investasi		0	371920	61800	1213680	1496000	437640	0	2439700	65400	146283800
	Biaya Operasional		2.786.791.962	2.986.047.587	3.185.303.213	3.384.558.838	3.583.814.463	3.783.070.088	3.982.325.714	4.181.581.339	4.380.836.964	4.580.092.590
	Gross Cost (B)	226.450.000	2.786.791.962	2.986.419.507	3.185.365.013	3.385.772.518	3.585.310.463	3.783.507.728	3.982.325.714	4.184.021.039	4.380.902.364	4.726.376.390
	PVGC	226450000	2592364616	2584246193	2564093235	2535268255	2497378953	2451567413	2400366341	2345989941	2285006270	2293209127
	Jumlah PVGC											24775940343
	Net Benefit (A-B)	-226.450.000	11.848.038	12.323.253	13.480.507	13.175.762	13.740.577	15.646.072	16.930.846	15.338.281	18.559.716	82.333.150
	PVNB	-226.450.000	11.021.431	10.663.712	10.851.277	9.866.018	9.571.117	10.138.052	10.205.151	8.600.208	9.680.441	39.947.545
iii	NPV	-142.206.582	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,58	> 1 (layak)									
v	IRR	-1%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	19,11	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 35. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Benefit Turun 71%

Benefit Turun	71%	Dari	2.798.640.000	Menjadi	1987034400

No	Uraian	Tahun Ke										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		1.987.034.400	2.129.107.360	2.271.180.319	2.413.253.279	2.555.326.238	2.697.399.198	2.839.472.158	2.981.545.117	3.123.618.077	3.265.691.036
	Nilai Sisa											209.144.700
	Gross Benefit(A)		1.987.034.400	2.129.107.360	2.271.180.319	2.413.253.279	2.555.326.238	2.697.399.198	2.839.472.158	2.981.545.117	3.123.618.077	3.474.835.736
	PVGB		1848404093	1842386033	1828210603	1807045334	1779934550	1747810880	1711505759	1671759006	1629227565	1685969201
	Jumlah PVGB											17552253024
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	226.450.000										
	Penambahan Investasi		0	371920	61800	1213680	1496000	437640	0	2439700	65400	146283800
	Biaya Operasional		1.976.448.200	2.117.764.246	2.259.080.293	2.400.396.339	2.541.712.385	2.683.028.432	2.824.344.478	2.965.660.524	3.106.976.570	3.248.292.617
	Gross Cost (B)	226.450.000	1.976.448.200	2.118.136.166	2.259.142.093	2.401.610.019	2.543.208.385	2.683.466.072	2.824.344.478	2.968.100.224	3.107.041.970	3.394.576.417
	PVGC	226450000	1838556465	1832892302	1818520305	1798326854	1771493755	1738782750	1702387476	1664220425	1620581741	1647027867
	Jumlah PVGC											17659239940
	Net Benefit (A-B)	-226.450.000	10.586.200	10.971.193	12.038.227	11.643.260	12.117.853	13.933.126	15.127.680	13.444.893	16.576.106	80.259.320
	PVNB	-226.450.000	9.847.628	9.493.731	9.690.298	8.718.479	8.440.795	9.028.130	9.118.283	7.538.582	8.645.823	38.941.335
iii	NPV	-149.889.475	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,53	> 1 (layak)									
v	IRR	-2%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	21,39	lama waktu pengembalian Investasi									