

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN SIDAT (*Anguilla
bicolor*) PADA PT. 7 SIRIP EMAS DESA SUMBERPUCUNG KECAMATAN
SUMBERPUCUNG KABUPATEN MALANG, JAWA TIMUR**

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

Oleh :

**INDRIATY SIJABAT
NIM. 115080400111055**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN SIDAT (*Anguilla
bicolor*) PADA PT. 7 SIRIP EMAS DESA SUMBERPUCUNG KECAMATAN
SUMBERPUCUNG KABUPATEN MALANG, JAWA TIMUR**

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

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

Oleh :

**INDRIATY SIJABAT
NIM. 115080400111055**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015**

SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN SIDAT
(*Anguilla bicolor*) PADA PT. 7 SIRIP EMAS DESA SUMBERPUCUNG,
KECAMATAN SUMBERPUCUNG, KABUPATEN MALANG, JAWA
TIMUR

Oleh :
INDRIATY SIJABAT
NIM. 115080400111055

telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 14 Agustus 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Menyetujui,

Dosen Penguji I

Dosen Pembimbing I

Dr. Ir. Anthon Efani, MS
NIP. 19650717 199103 1 006
Tanggal:

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

Dosen Penguji II

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. Mimit Primyastanto
NIP.19630511 198802 1 001
Tanggal:

Tiwi Nuriannati Utami, S.Pi, MM
NIP.19750322 200604 2 002
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP
NIP. 19610417 199003 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Malang, 14 Agustus 2015

Mahasiswa,

INDRIATY SIJABAT
NIM. 115080400111055

RINGKASAN

INDRIATY SIJABAT. Penelitian Skripsi tentang Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat (*Anguilla bicolor*) pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur (Dibawah bimbingan **Dr. Ir. AGUS TJAHJONO, MS** dan **TIWI NURJANNATI UTAMI, S.Pi, MM**)

Salah satu jenis ikan yang berpeluang untuk dikembangkan dalam perikanan budidaya adalah ikan sidat. Di Indonesia terdapat 7 spesies ikan sidat dari 16 ikan sidat yang terdapat di dunia. Banyaknya jenis ikan sidat ini membuka peluang untuk dikembangkan lebih intensif mulai dari budidaya sampai ke pemasaran. Adapun budidaya ikan sidat di Indonesia belum mengalami perkembangan karena sedikitnya minat masyarakat mengkonsumsi serta membudidayakannya. Padahal ikan sidat memiliki nilai ekonomis yang tinggi dipasar Internasional. Budidaya ikan sidat di Indonesia dapat berkembang manakala ditunjang dengan penelitian tentang strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat dalam upaya meningkatkan pengalaman dan keterampilan para teknisi.

Tujuan dari Penelitian ini yaitu 1) untuk mengetahui dan menganalisis faktual usaha dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansil pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas; 2) untuk mengetahui dan menganalisis faktor *internal* dan faktor *eksternal* yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas; 3) untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2015.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan jenis metode pengambilan datanya menggunakan studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Pengambilan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif meliputi, aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan analisis SWOT. Sedangkan deskriptif kuantitatif meliputi, aspek finansil jangka pendek dan jangka panjang.

Profil PT. 7 Sirip Emas berdiri pada awal tahun 2014. Pemilik usaha membangun usaha sendiri di Desa Sumberpucung dengan luas lahan 5 Ha, yang didalamnya terdapat 33 buah kolam fiber bundar masing-masing 5 buah kolam berukuran kecil, 10 buah kolam berukuran sedang dan 18 kolam berukuran besar.

Aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ini meliputi, persiapan kolam, pemupukan, pengisian air, penebaran *glass eel*, kepadatan, pemberian pakan, pemanenan, pengemasan dan perawatan. Adapun aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas meliputi, produk (*product*), yaitu ikan sidat ukuran konsumsi berusia 7 bulan, harga (*price*), ikan sidat yang diekspor seharga Rp 275.000/kg, tempat (*place*), lokasi pemasaran dilakukan di PT. 7 Sirip Emas saja, promosi (*promotion*), promosi tidak dilakukan oleh pemilik usaha melalui media cetak atau pun media sosial, tetapi usaha pembesaran terdaftar pada Dinas Perikanan, saluran pemasaran, yaitu PT. 7 Sirip Emas termasuk dalam saluran pemasaran langsung dimana produsen langsung menjual ikan sidat kepada konsumen. Aspek manajemen usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas yaitu Perencanaan (*planning*), meliputi perencanaan benih ikan sidat dimana perencanaan ini sudah dilakukan

dengan baik dan juga perencanaan pakan alami ikan sidat. Pengorganisasian (*organizing*) terdiri dari 8 tenaga kerja dan rekan-rekan yang membantu dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Pergerakan (*actuating*) yaitu, memberitahu dengan sopan apabila ada pekerjaan yang tidak dilakukan dengan baik dan meningkatkan produktivitas tenaga kerja dengan cara memberikan THR kepada tenaga kerja. Pengawasan (*controlling*), meliputi pengawasan terhadap kegiatan teknis usaha. Kemudian aspek finansial dari usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas terbagi menjadi dua yaitu aspek finansial jangka pendek dan aspek finansial jangka panjang, aspek finansial jangka pendek meliputi permodalan, modal yang digunakan oleh PT. 7 Sirip Emas yaitu sebesar Rp 535.665.000, Biaya Total sebesar Rp 584.095.000, Penerimaan sebesar Rp 1.031.250.000, RC ratio 1,76, Keuntungan sebesar Rp 447.155.000, Rentabilitas 83,47%, BEP (*Break Event Point*) sales sebesar Rp 514.218.750 dan BEP (*Break Event Point*) unit 1410 kg. Adapun aspek finansial jangka panjang meliputi penambahan investasi (*re-invest*) 10 tahun ke depan dengan nilai kenaikan 1% yaitu sebesar Rp 522.869.600, NPV (*Net Present Value*) sebesar Rp 12.957.526.704, Net B/C (*Net Benefit Cost ratio*) 6,93, IRR (*Internal Rate of Return*) 299 % dan PP (*payback period*) 0,37 tahun.

Faktor *internal* yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan sidat yaitu kekuatan dan kelemahan. Adapun kekuatan dari usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas meliputi, lokasi usaha yang strategis, pelanggan tetap, usaha milik sendiri dan usaha layak dijalankan dari aspek finansial. Sedangkan kelemahannya meliputi, kurangnya pakan alami ikan sidat dan kurangnya promosi. Faktor *eksternal* yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan sidat yaitu peluang dan ancaman. Adapun peluang dari usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas meliputi, sumberdaya alam dan lingkungan yang mendukung, permintaan ikan sidat yang terus meningkat, sarana dan prasarana yang mendukung dan adanya bantuan dan kerjasama dengan Dinas Perikanan Kota Malang. Sedangkan ancaman meliputi, adanya penyakit yang menyerang ikan sidat, harga benih ikan sidat yang tidak menentu dan pengetahuan masyarakat yang masih rendah akan manfaat ikan sidat.

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas terletak di kuadran I yaitu menggunakan strategi *agresif* atau SO (*Strength Opportunities*), cara yang bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan yang harus dilakukan meliputi mengoptimalkan sumberdaya alam yang sudah ada, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan tetap, penyedia benih, pemerintah, menambah pelanggan dan menambah jumlah produksi pakan alami.

Saran agar usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas semakin berkembang yaitu 1) bagi pemilik usaha, memperluas daerah pemasaran dengan cara menambah pelanggan tetap, sehingga bisa meningkatkan penjualan ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ke negara-negara lainnya, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan tetap, penyedia benih ikan sidat dan Pemerintah, melakukan promosi agar permintaan ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas meningkat, menjaga sanitasi tempat usaha agar ikan sidat yang diekspor berkualitas, mencari solusi untuk mengatasi penyakit yang menyerang ikan sidat dengan mencari informasi tentang cara mengatasi penyakit ikan sidat kepada Dinas Perikanan atau ke Perguruan Tinggi serta memanfaatkan kolam-kolam yang masih kosong agar hasil pembesaran ikan sidat bertambah sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dari negara lain yang membutuhkan. 2) bagi Pemerintah, yaitu meningkatkan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah dalam pengelompokan species ikan sidat yang masih berukuran *glass eel*.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan dapat menyusun laporan Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat (*Anguilla bicolor*) pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang, Jawa Timur”.

Dengan selesainya Penelitian Skripsi ini, penyusun banyak menerima bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan yang selalu memberikan saya nafas sampai saat ini dan menjawab setiap doa-doa saya.
2. Kedua orangtua, kakak, adik-adik dan keluarga besar saya yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan laporan Skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tiwi Nurjannati Utami, S.Pi, MM selaku pembimbing II saya yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membimbing penyusunan laporan Penelitian saya sehingga dapat terselesaikan.
4. Bapak Dr. Ir. Anthon Efani, MP dan Bapak Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP selaku Dosen Penguji yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menguji hasil Penelitian saya serta memberikan masukan-masukan dalam laporan saya.
5. Ibu Hanna selaku direktur PT. 7 Sirip Emas yang telah memberikan ijin, bimbingan serta bantuan selama pelaksanaan Penelitian dilokasi Penelitian.

6. Teman-teman saya yang sangat special Ayu, Ulfa, Agatha Arni Fitriana, Fitri Handayani yang selalu mendukung saya dan memberi semangat kepada saya.
7. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, baik teman-teman saya di KMKK, dikos, di IKABTIM SEJATI, dan di Sumatera Utara yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
8. Kekasih saya Ariel Benjamin Sinaga yang selalu mendoakan dan memberikan saya motivasi yang membangun, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Penelitian ini dengan baik.

Akhir kata, Penulis sangat mengharapkan penyajian laporan ini dapat memberikan berbagai pengetahuan tambahan bagi para pembaca, namun penulis juga menyadari bahwa penyajian laporan ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk dijadikan pelajaran dalam penulisan-penulisan selanjutnya.

Malang, 14 Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Ikan Sidat	8
2.3 Aspek Teknis.....	10
2.4 Perencanaan Bisnis.....	10
2.5 Aspek-aspek Perencanaan Bisnis	11
2.5.1 Aspek Pemasaran	11
a. Produk (<i>product</i>)	12
b. Harga (<i>price</i>).....	12
c. Tempat (<i>place</i>).....	12
d. Promosi (<i>promotion</i>)	13
e. Saluran Pemasaran	13
2.5.2 Aspek Finansial	14
2.5.2.1 Aspek Finansial Jangka Pendek	14
a. Permodalan	14
b. Biaya Total.....	15
c. Penerimaan.....	15
d. RC ratio.....	16
e. Keuntungan	16
f. Rentabilitas	17
g. BEP (<i>Break Event Point</i>).....	17
2.5.2.2 Aspek Finansial Jangka Panjang	19
a. NPV (<i>Net Present Value</i>)	19
b. Net B/C (<i>Net Benefit Cost ratio</i>)	19
c. IRR (<i>Internal Rate Of Return</i>).....	20
d. PP (<i>Payback Period</i>).....	21
e. Analisis Sensitivitas	21
2.5.3 Aspek Manajemen.....	22

a. Perencanaan (<i>planning</i>).....	22
b. Pengorganisasian (<i>organizing</i>)	23
c. Pergerakan (<i>actuating</i>).....	23
d. Pengawasan (<i>controlling</i>)	24
2.6 Analisis SWOT.....	24
2.7 Kerangka Pemikiran	31

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2 Metode dan Jenis Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
a. Wawancara	34
b. Observasi	35
c. Kuesioner	35
d. Dokumentasi.....	35
e. Studi Pustaka	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Data Primer	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.4.1 Deskriptif Kualitatif.....	38
3.4.2 Deskriptif Kuantitatif.....	40

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Deskripsi Umum	
4.1.1 Letak Geografis dan Topografi Penelitian	42
4.1.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Wilayah.....	42
4.1.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	43
4.2 Kondisi Umum Usaha Perikanan.....	44
4.3 Sejarah Berdirinya Usaha.....	45

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Aspek Teknis.....	46
5.1.1 Sarana dan Prasarana Usaha.....	46
a. Sarana.....	46
b. Prasarana	53
5.1.2 Teknik Pembesaran Ikan Sidat	55
a. Persiapan Kolam	55
b. Pemupukan	56
c. Pengisian Air.....	57
d. Penebaran <i>glass eel</i>	57
e. Kepadatan	57
f. Pemberian Pakan	57
g. Pemanenan	58

h. Pengemasan	58
i. Perawatan.....	59
5.2 Aspek Pemasaran	59
a. Produk (<i>product</i>).....	60
b. Harga (<i>price</i>).....	60
c. Tempat (<i>place</i>).....	60
d. Promosi (<i>promotion</i>)	61
e. Saluran Pemasaran	61
5.3 Aspek Manajemen.....	62
a. Perencanaan (<i>planning</i>)	62
b. Pengorganisasian (<i>organizing</i>)	63
c. Pergerakan (<i>actuating</i>)	65
d. Pengawasan (<i>controlling</i>)	65
5.4 Aspek Finansial	66
5.4.1 Analisis Jangka Pendek.....	66
a. Permodalan	66
b. Biaya Total.....	67
c. Penerimaan	68
d. RC ratio (<i>Revenue Cost ratio</i>).....	68
e. Keuntungan	68
f. Rentabilitas.....	69
g. BEP (<i>Break Event Point</i>).....	69
5.4.2 Evaluasi Strategis Usaha.....	70
a. Penambahan investasi (<i>re-invest</i>).....	70
b. NPV (<i>Net Present Value</i>)	71
c. Net BC (<i>Net Benefit Cost ratio</i>)	71
d. IRR (<i>Internal Rate of Return</i>)	72
e. PP (<i>Payback Period</i>).....	72
5.5 Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat	73
5.5.1 Faktor Strategi Internal	73
5.5.2 Faktor Strategi Eksternal	79
5.5.3 Strategi Perencanaan Pengembangan	84
5.5.4 Strategi Pengembangan Berdasarkan Analisis SWOT...87	
5.5.5 Implikasi Kebijakan	89
6. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Lampiran	Halaman
1. Matriks Faktor Strategi Internal	26
2. Matriks Faktor Strategi Eksternal	28
3. Matriks SWOT	30
4. Analisis Data.....	38
5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Wilayah Desa Sumberpucung	43
6. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	44
7. Jumlah dan Ukuran Kolam.....	47
8. Peralatan yang Digunakan dalam Usaha Pembesaran	49
9. Matrik IFAS pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat	74
10. Matrik EFAS pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat.....	80
11. Matrik SWOT pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat.....	85
12. Strategi SO, WO, ST dan WT	90

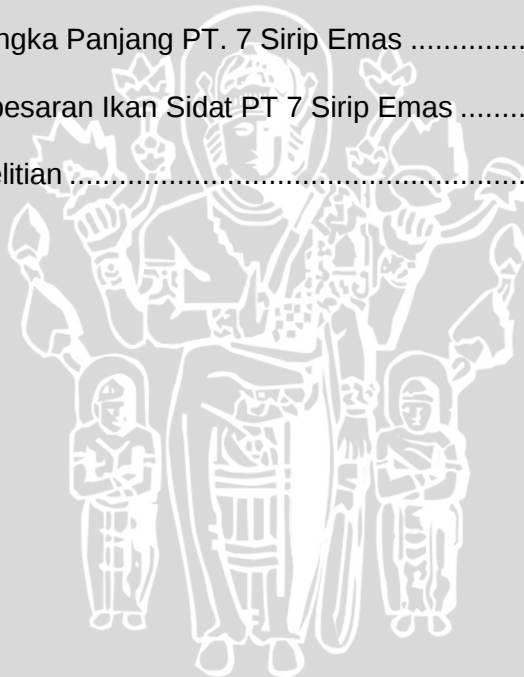
DAFTAR GAMBAR

Lampiran	Halaman
1. Ikan Sidat.....	9
2. Matrik Grand Strategi.....	25
3. Kerangka Pemikiran.....	32
4. Kolam Pembesaran	48
5. Pompa air	54
6. Alat Komunikasi.....	55
7. Struktur Organisasi PT. 7 Sirip Emas.....	64
8. Matrik Grand Strategy (MGS) Usaha Pembesaran	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Desa Sumberpucung	96
2. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas	97
3. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas.....	98
4. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas	99
5. Biaya Total Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas	100
6. Analisis Finansil Jangka Pendek PT. 7 Sirip Emas	101
7. Analisi Penambahan investasi (re-invest) PT. 7 Sirip Emas.....	103
8. Analisis Finansil Jangka Panjang PT. 7 Sirip Emas	104
9. Layout Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT 7 Sirip Emas	105
10. Dokumentasi Penelitian	106



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Potensi produksi perikanan Indonesia sebesar 65 juta ton per tahun. Dari potensi tersebut hingga saat ini dimanfaatkan sebesar 9 juta ton. Namun, potensi tersebut sebagian besar berada pada perikanan budidaya yang mencapai 57,7 juta ton per tahun dan baru dimanfaatkan 2,08%. Sedangkan potensi perikanan tangkap (laut dan perairan umum) hanya sebesar 7,3 ton per tahun dan telah dimanfaatkan sebesar 65,75% (Putra, 2011).

Di daerah Jawa Timur dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi seharusnya lebih menekankan pada potensi-potensi yang ada diberbagai daerah khususnya pada sektor perikanan. Persentase peningkatan produksi perikanan tangkap tahun 2013 sebesar 1,09% atau mencapai 54,50% dari target yang ditetapkan yaitu 2,00%. Jumlah produksi perikanan tangkap tahun 2013 sebesar 399.372,20 ton yaitu meningkat 1,09% bila dibandingkan produksi pada tahun 2012 yaitu sebesar 395.046,80 ton. Sedangkan Persentase peningkatan produksi perikanan budidaya tahun 2013 sebesar 4,51% atau mencapai 67,27% dari target yang ditetapkan yaitu 6,66%. Jumlah produksi perikanan budidaya tahun 2014 sebesar 1.040.848,8 ton telah mengalami peningkatan 4,51% bila dibandingkan produksi pada tahun 2011 yaitu sebesar 995.962,26 ton. Dalam hal ini menyangkut peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pendapatan petani nelayan melalui upaya optimalisasi pemanfaatan sumber daya ikan dengan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi berwawasan lingkungan serta peningkatan nilai tambah hasil-hasil perikanan (Rukyani, 2013).

Salah satu jenis ikan yang berpeluang untuk dikembangkan dalam perikanan budidaya adalah ikan sidat. Menurut Robin (2012), ikan sidat merupakan ikan yang penyebarannya sangat luas yakni di daerah tropis dan sub

tropis sehingga dikenal adanya sidat tropis dan sidat sub tropis. Di Indonesia terdapat 7 spesies ikan sidat dari 16 ikan sidat yang terdapat di dunia. Banyaknya jenis ikan sidat ini membuka peluang untuk dikembangkan lebih intensif mulai dari budidaya sampai ke pemasaran.

Ikan sidat (*Anguilla bicolor*) merupakan salah satu jenis ikan yang laku di pasar Internasional (Jepang, Hongkong, Belanda, Jerman, Italia dan beberapa negara lain), dengan demikian ikan ini memiliki potensi sebagai komoditas ekspor. Tidak seperti halnya di negara lain (Jepang, dan negara-negara Eropa), di Indonesia sumberdaya ikan sidat belum banyak dimanfaatkan, padahal ikan liar ini baik dalam ukuran benih maupun ukuran konsumsi jumlahnya cukup melimpah. Tingkat pemanfaatan ikan sidat secara lokal (dalam negeri) masih sangat rendah, akibat belum banyak dikenalnya ikan ini, sehingga kebanyakan penduduk Indonesia belum familiar untuk mengkonsumsi ikan sidat. Demikian pula pemanfaatan ikan sidat untuk tujuan ekspor masih sangat terbatas. Agar sumberdaya ikan sidat yang keberadaannya cukup melimpah ini dapat dimanfaatkan secara optimal, maka perlu dilakukan langkah-langkah strategis yang diawali dengan mengenali daerah yang memiliki potensi sumberdaya ikan sidat (benih dan ukuran konsumsi) dilanjutkan dengan upaya pemanfaatannya baik untuk konsumsi lokal maupun untuk tujuan ekspor (Affandi, 2001).

Ikan sidat (*Anguilla bicolor*) memiliki kandungan gizi yang tinggi. Kandungan energi ikan sidat mencapai 270 kkal/100 g, Kandungan vitamin A sidat mencapai 4700 IU/100 g tujuh kali lipat lebih banyak dari telur ayam, 45 kali lipat dari susu sapi. Vitamin B1 sidat setara dengan 25 kali lipat kandungan vitamin B1 susu sapi dan vitamin B2 sidat sama dengan 5 kali lipat kandungan vitamin B2 susu sapi. Dibanding ikan salmon, sidat mengandung DHA (*Decosahexaenoic Acid*, untuk pertumbuhan anak) sebanyak 1.337 mg/100 gram sementara ikan salmon hanya 820 mg/100 gram atau tenggiri 748 mg/100 gram.

Sidat memiliki kandungan EPA (*Eicosapentaenoic Acid*) sebesar 742 mg/100 gram sementara salmon hanya 492 mg/100 gram atau tenggiri 409 mg/100 gram (Affandi, 2001).

Konsumsi ikan sidat mengalami peningkatan yang signifikan, dimana pada tahun 1985 sebesar 80.000 ton dan menjadi 140.000 ton pada tahun 1999. Tetapi peningkatan jumlah konsumsi tersebut tidak diimbangi oleh peningkatan produksi. Pada tahun 1994 mampu mencapai 40.000 ton, sedangkan pada tahun 1999 merosot drastis, hanya tinggal 23.000 ton (Tabeta, 2002). Merosotnya produksi ikan sidat antara lain disebabkan oleh keterbatasan benih karena sejauh ini pasokan benih sepenuhnya masih tergantung dari hasil penangkapan di alam yang keberadaannya sangat dipengaruhi oleh musim. Selain itu, mortalitas benih juga masih cukup tinggi terutama pada periode awal masa pemeliharaan yang disebabkan oleh ketidakmampuan benih ikan sidat dalam beradaptasi dengan lingkungan budidaya serta jenis makanan yang tersedia.

Lingkungan hidup dan faktor-faktor lingkungan perairan secara horizontal dapat dikelompokkan berdasarkan salinitasnya yaitu terdapat di air tawar, payau dan laut. Ikan sidat termasuk jenis ikan katadromus yang membutuhkan ketiga kelompok perairan tersebut dalam hidupnya, dimana pada fase benih akan hidup dalam habitat air payau, tumbuh dan dewasa di perairan tawar untuk kemudian bertelur dan memijah di perairan laut. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa salinitas air merupakan bagian terpenting dari faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan ikan sidat sehingga penggunaan salinitas air yang tepat akan sangat menentukan bagi keberhasilan budidaya. Selain salinitas, jenis makanan juga merupakan faktor yang cukup menentukan karena pada periode ini merupakan fase kritis dimana ikan tengah mengalami masa peralihan, saat terjadinya perubahan makanan dari dalam (kuning telur) ke luar tubuh dimana larva harus mampu mengambil makanan dari lingkungannya

sehingga makanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan benih (Robin, 2012).

Selain aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan sidat diperlukan strategi untuk mengembangkan usaha tersebut. Strategi pengembangan usaha penting dilakukan agar perusahaan dapat bertahan dari pesaing-pesaing dan mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan seefisien mungkin. Menurut Marrus (2002) strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan pengembangan usaha merupakan pembelajaran perusahaan seperti dalam bentuknya yang sekarang ini adalah hasil dari perkembangan selama hampir satu abad. Pembelajaran perusahaan suatu disiplin akademik mengalami perkembangan secara evolusioner dari waktu ke waktu (Riyanto, 2001).

Di Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur, seorang penduduk mendirikan PT. 7 Sirip Emas sebagai usaha pembesaran ikan sidat. Usaha ini mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan didukung oleh sebagian besar masyarakatnya membudidayakan ikan. Di Desa Sumberpucung ada beberapa daerah yang aktif dan berkembang dalam usaha perikanan budidaya, antara lain di waduk Lahor dan waduk Karangates yaitu budidaya jaring sekat. Ikan yang dibudidayakan para pembudidaya sebagian besar adalah ikan nila, ikan mas dan ikan patin. Kondisi cuaca di Desa Sumberpucung juga mendukung dalam kegiatan budidaya sehingga pemilik usaha mendirikan usaha pembesaran ikan sidat, selain itu pemilik usaha juga mengenalkan ikan sidat kepada masyarakat setempat, karena belum adanya pembudidaya ikan sidat di Desa Sumberpucung dan masih banyaknya masyarakat yang belum mengenal ikan sidat. Dari hal tersebut, maka

perlu adanya strategi pengembangan dalam usaha pembesaran ikan sidat agar usaha tersebut mampu bertahan terhadap pesaing-pesaing dan semakin berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Ikan sidat sangat memberikan peluang besar dalam penjualan di pasar, terutama untuk tujuan ekspor. Seperti halnya di PT. 7 sirip Emas, ikan sidat yang sudah berukuran konsumsi hanya di ekspor ke Jepang saja, sementara masih banyak negara pengonsumsi ikan sidat selain negara Jepang. Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi faktual usaha baik dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek finansial serta faktor *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas?
3. Bagaimana perencanaan strategis finansial jangka panjang usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi aktual usaha baik dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek finansial serta faktor *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.
2. Menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

3. Mengevaluasi perencanaan strategis finansial jangka panjang pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Pemilik usaha

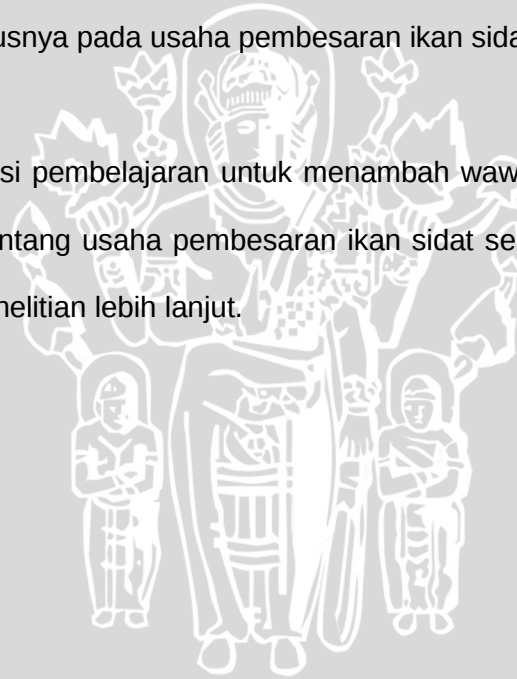
Sebagai bahan informasi untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha pembesaran ikan sidat di PT. 7 Sirip Emas.

2. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan usaha di sektor perikanan, khususnya pada usaha pembesaran ikan sidat.

3. Akademis

Sebagai informasi pembelajaran untuk menambah wawasan pengetahuan dan informasi tentang usaha pembesaran ikan sidat serta pedoman untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Affandi (2001), bahwa untuk meningkatkan permintaan masyarakat akan ikan sidat dilakukan dengan cara mengenalkan terlebih dahulu ikan sidat kepada masyarakat yaitu dengan menebarkan ikan sidat di daerah yang secara alami tidak mungkin akan didapatkan ikan sidat (di luar jalur ruayanya). Benih ikan sidat yang ditebar di suatu perairan (sungai, rawa dan danau) akan tumbuh dan ketika suatu saat tertangkap oleh pemancing atau penangkap ikan, maka masyarakat akan berusaha untuk mengenalnya (mengenal/mengetahui nama jenisnya) dan akan mencoba untuk mengkonsumsinya. Selanjutnya diharapkan masyarakat yang telah mengenal dan menerima ikan sidat sebagai ikan konsumsi, akan membutuhkan ikan tersebut sehingga akhirnya ikan sidat ini akan menjadi komoditas yang laku diperjualbelikan di pasar lokal. Sasaran akhir dari kegiatan ini adalah meningkatkan permintaan masyarakat akan ikan sidat, apabila permintaan ikan sidat meningkat maka pemenuhannya otomatis akan memacu kepada kegiatan penangkapan di tempat yang merupakan daerah penyebarannya dan juga akan memacu kepada kegiatan budidayanya.

Sama halnya dengan penelitian Bachtar (2013), bahwa berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UPPB (Unit Pengelola Perikanan Budidaya) Lamongan berada pada posisi kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana UPPB (Unit Pengelola Perikanan Budidaya) Lamongan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mendapatkan keuntungan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT,

maka alternatif strategi yang dapat diperoleh yaitu sebagai berikut (1) Meningkatkan jumlah produksi ikan sidat untuk memenuhi target pasar, (2) Mengoptimalkan bantuan dari KKP (Kementrian Kelautan Perikanan) untuk pengembangan pemasaran ikan sidat, (3) Dalam perekrutan tenaga kerja harus lebih selektif dan mengutamakan kualitas kinerjanya, (4) Meningkatkan kualitas ikan sidat dan menambah kerja sama dengan eksportir lain, (5) Menjadikan ikan sidat sebagai komoditi baru dan sebagai penggerak pemasaran ikan sidat di Lamongan.

2.2 Ikan Sidat

Ikan sidat (*Anguilla bicolor*) merupakan salah satu ikan budidaya yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Sidat juga memiliki kandungan gizi yang tinggi. Kandungan energi ikan sidat mencapai 270 kkal/100 g, Kandungan vitamin A sidat mencapai 4700 IU/100 g tujuh kali lipat lebih banyak dari telur ayam, 45 kali lipat dari susu sapi. Vitamin B1 sidat setara dengan 25 kali lipat kandungan vitamin B1 susu sapi dan vitamin B2 sidat sama dengan 5 kali lipat kandungan vitamin B2 susu sapi. Dibanding ikan salmon, sidat mengandung DHA (*Decosahexaenoic Acid*, untuk pertumbuhan anak) sebanyak 1.337 mg/100 gram sementara ikan salmon hanya 820 mg/100 gram atau tenggiri 748 mg/100 gram. Sidat memiliki kandungan EPA (*Eicosapentaenoic Acid*) sebesar 742 mg/100 gram sementara salmon hanya 492 mg/100 gram atau tenggiri 409 mg/100 gram (Affandi, 2001).

Menurut Deelder (1984) klasifikasi ikan sidat (*Anguilla bicolor*) adalah sebagai berikut :

Phylum : Vertebrata
Sub phylum : Craniata
Class : Teleostei

Sub Class : Actinopterygii
Ordo : Anguilliformes
Sub ordo : Anguilloide
Famili : Anguillidae
Genus : *Anguilla*
Species : *Anguilla bicolor*

Menurut Kapludin (2012), Ikan sidat secara morfologi merupakan ikan yang mempunyai bentuk memanjang seperti ular, warna tubuh ikan sidat pada bagian punggung berwarna abu-abu bercampur biru kehijauan, dan sebagian diantaranya berwarna kuning pada bagian perut, dapat dilihat pada Gambar 1. Menurut Sasongko (2007), ikan sidat tidak mempunyai sirip perut dan punggung tidak berduri. Sisik pada ikan sidat berbentuk kecil membujur. Sirip dada sempurna, mata tertutup oleh kulit. Lubang hidung terletak di muka mata, mulut agak miring dan sampai melewati mata. Sifat ikan sidat aktif pada malam hari, biasanya muncul untuk mencari makan dimulai dari selepas maghrib sampai pagi menjelang terbit matahari. Biasanya setelah ikan sidat sudah kita budidayakan kebiasaan ini tetap tidak bisa hilang, jadi waktu yang tepat untuk memberi makan ikan sidat adalah malam hari selepas maghrib atau tengah malam agar bisa optimal dalam pertumbuhannya.



Gambar 1. Ikan Sidat

Sumber : Hanif, 2012

2.3 Aspek Teknis

Menurut Husnan dan Suwarsono (1999), aspek teknis merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan teknis dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun. Beberapa variabel terutama yang perlu mendapat perhatian dalam penentuan aspek teknis adalah :

1. Ketersediaan benih ikan sidat:
2. Letak pasar yang dituju
3. Tenaga listrik
4. Ketersediaan air
5. Supply tenaga kerja dan
6. Fasilitas-fasilitas lain yang terkait

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), aspek teknis juga dikenal sebagai aspek produksi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah masalah dalam penentuan produksi, tata letak (*layout*), peralatan usaha dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasional sangat tergantung dari jenis usaha yang dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas sendiri.

2.4 Perencanaan Bisnis

Pengusaha dapat mengambil keputusan kebijakan perusahaan dengan membuat perencanaan bisnis. Sementara itu, perencanaan bisnis juga berguna sebagai pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan serta mengetahui posisi perusahaan, arah tujuan perusahaan, dan cara mencapai sasaran yang ingin dicapai dengan memasukkan langkah-langkah yang harus dilaksanakan guna memaksimalkan peluang keberhasilan. Salah satu manfaat pembuatan perencanaan bisnis ialah sebagai alat mencari dana dari pihak ketiga, seperti investor, lembaga keuangan, perbankan, dan sebagainya yang

berupa bantuan dana jangka pendek untuk modal kerja maupun jangka panjang untuk perluasan atau biaya investasi (Rangkuti, 2006).

Berdasarkan uraian di atas, perencanaan bisnis sangat diperlukan dalam memulai suatu usaha guna mencapai tujuan dan memaksimalkan keberhasilan. Pengusaha juga dapat melihat bisnis yang sedang ataupun akan dilaksanakan tetap berjalan searah dengan rencana yang sudah ditetapkan. Pembuatan rencana bisnis ini dapat membantu pengusaha dalam menjalankan bisnisnya agar lebih sukses dan terarah serta meminimalisir kerugian.

2.5 Aspek - aspek Perencanaan Bisnis

Menurut Subagyo (2007), studi kelayakan bisnis adalah studi untuk melihat besaran nilai kelayakan dalam sebuah usaha yang dikembangkan. Studi ini dilakukan dengan melihat nilai kelayakan investasi bisnis yang dijalankan. Ditambahkan oleh Sucipto (2011) adalah penelitian yang mendalam tentang dapat tidaknya atau layak tidaknya suatu rencana bisnis yang dilakukan dengan berhasil dan menguntungkan tidak hanya pada nilai ekonomis/finansial, akan tetapi cenderung melihat kemanfaatan yang lebih luas bagi daerah/lokasi dimana bisnis tersebut dilaksanakan. Sedangkan studi kelayakan bisnis dalam arti sempit merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga pada saat bisnis tersebut beroperasi secara rutin dengan berhasil untuk memperoleh keuntungan yang maksimal secara ekonomis/finansial.

2.5.1 Aspek Pemasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak akan ada artinya, demikian pula pemasaran tanpa

pasar juga tidak berarti. Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Menurut Fuad (2000), bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Bauran pemasaran meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (4P). Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Adapun bauran pemasaran adalah sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan sesuatu yang memiliki nilai guna dan bisa ditawarkan, dimiliki, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Dalam pemilihan jenis barang atau produk harus memperhatikan kebutuhan pasar. Hal tersebut berkaitan dengan besarnya modal dan fasilitas yang tersedia, selera konsumen, kualitas barang atau produk dan menyesuaikan situasi dan kondisi pasar yang ada (Tohar, 2000).

b. Harga (*Price*)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2000). Menurut Monroe (2006) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

c. Tempat (*Place*)

Pemilihan tempat atau lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Tempat usaha yang berada di pinggir jalan ditempat yang strategis cukup menyedot pengunjung untuk sekedar mampir dan mencicipi hidangan konsep yang ditawarkan ataupun melihat usaha yang dijalankan (Rachmawati, 2011).

d. Promosi (*Promotion*)

Menurut Rachmawati (2011), Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). Tujuan dari promosi adalah meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang, menciptakan loyalitas, meningkatkan *average check*, meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk.

e. Saluran Pemasaran

Menurut Riana dan Baladina (2005), saluran pemasaran adalah perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir. Semakin panjang saluran pemasaran, biaya pemasaran akan semakin besar karena semakin banyak pelaku-pelaku yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran. Penyebab dari biaya pemasaran semakin besar, tidak hanya dari biaya transportasi saja akan tetapi karena perpindahan produk berkali-kali dan setiap pelaku pasar mengambil keuntungan.

Dalam saluran pemasaran terdapat istilah saluran langsung dimana produsen melakukan transaksi langsung dengan konsumen. Menurut Madura (2001), keuntungan yang didapatkan melalui saluran langsung adalah perbedaan yang jelas antara biaya produksi dan harga yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen. Selain itu manfaat lain dari saluran langsung adalah produsen dapat dengan mudah memperoleh masukan atas produk yang dijual secara langsung oleh konsumen, sehingga kekurangan atas produk dapat diperbaiki maupun kelebihan produk dapat ditingkatkan untuk mencapai kepuasan konsumen.

2.5.2 Aspek Finansii

Aspek finansii merupakan hal-hal yang berhubungan dengan masalah keuangan yang diinvestasikan. Penilaian aspek keuangan meliputi penilaian sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, pendapatan dan biaya yang dikeluarkan selama beberapa periode (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Aspek finansii yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis jangka pendek yaitu permodalan, biaya produksi, jumlah produksi, penerimaan, *Revenue Cost ratio* (RC ratio), keuntungan, rentabilitas dan *Break Event Point* (BEP) serta analisis jangka panjang yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Net Benefit Cost ratio* (Net B/C), *Payback Period* (PP) dan analisis sensitivitas.

2.5.2.1 Aspek Finansii Jangka Pendek

Kegiatan pemasaran bukanlah merupakan kegiatan yang paling akhir dari adanya suatu usaha. Setelah kegiatan pemasaran dilakukan kegiatan menghitung dan menganalisis yang berguna untuk menentukan layak dan untungnya suatu usaha khususnya pada PT. 7 Sirip Emas dengan menggunakan aspek finansii jangka pendek. Adapun bagian-bagian dari aspek finansii jangka pendek yaitu sebagai berikut.

a. Permodalan

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

b. Biaya Total

Biaya total adalah adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek. Biaya total dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*) (Riyanto, 2001).

Biaya total pada usaha pembesaran ikan sidat adalah keseluruhan biaya yang digunakan pada produksi, meliputi biaya tetap dan biaya variabel yang digunakan. Menurut Wahab (2011), rumus dari biaya total yaitu :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC = *total cost* (biaya total)

TFC = *fixed cost* (biaya tetap)

TVC = *variable cost* (biaya variabel)

c. Penerimaan

Menurut Soekartawi (2003) penerimaan adalah nilai total produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu, dimana besar penerimaan tergantung pada harga dan jumlah produk yang dihasilkan. Penerimaan diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi dengan harga per unit. Rumus dari penerimaan yaitu :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = *Total Revenue* (penerimaan)

P = Harga satuan Produk

Q = Jumlah Produk yang terjual

d. RC Ratio

Analisa Revenue Cost Ratio dimaksudkan untuk mengetahui besarnya nilai perbandingan antara jumlah total penerimaan dengan jumlah total biaya yang telah dikeluarkan untuk menjalankan produksi dalam periode tertentu. Analisa ini merupakan salah satu analisis untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum (Soekartawi, 2003). Rumus *RC Ratio* adalah sebagai berikut :

$$\text{RC Ratio} = \text{TR/TC}$$

Apabila diperoleh :

$R/C > 1$, 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

Pendapatan adalah total jumlah rupiah yang dihasilkan dari penjualan barang dan jasa perusahaan (Harmono, 2009). Menurut Aking (2013), keuntungan adalah selisih lebih dari penerimaan total dengan total biaya produksi (biaya tetap dan biaya tidak tetap). Keuntungan yang bersaing dapat dicapai dengan banyak cara, diantaranya dengan memberikan hasil produk dan jasa dengan harga yang murah, memberikan hasil produk dan jasa yang lebih baik dari pesaing, dan menemukan kebutuhan khusus mengenai golongan pasar tertentu (Jimmy, 2008). Keuntungan dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = \text{TR} - \text{TC}$$

Dimana :

π = Keuntungan

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

f. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2001). Hasil persentase dari rentabilitas merupakan seberapa besar kekuatan usaha dalam mendapatkan keuntungan dari total modal (Dwi, 2005). Rentabilitas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rentabilitas} = L/M \times 100\%$$

Dimana :

L = Jumlah keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba

Apabila rentabilitas ekonomi lebih kecil dari tingkat bunga modal asing, lebih baik menggunakan modal sendiri, dikarenakan rentabilitas modal sendiri akan lebih besar keuntungannya dibandingkan apabila menggunakan modal asing. Sebaliknya apabila rentabilitas ekonomi lebih besar dibandingkan dengan tingkat bunga modal asing, maka lebih baik menggunakan modal asing dikarenakan rentabilitas modal asing akan lebih besar keuntungannya dibandingkan menggunakan modal sendiri.

g. Break Event Point (BEP)

Break Even Point (BEP) merupakan titik impas, yaitu keadaan dimana suatu usaha berada pada posisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian. BEP adalah teknik analisa mempelajari hubungan antara

biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan keuntungan (Riyanto, 2001).

Adapun rumus perhitungan BEP adalah sebagai berikut :

- BEP atas dasar sales (BEP sales) :

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

Keterangan :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya tidak tetap

S = Nilai penjualan (jumlah penerimaan)

- BEP atas dasar unit (BEP unit) :

$$BEP = \frac{FC}{p - v}$$

Keterangan :

FC = Biaya tetap

p = harga per unit

v = biaya variabel per unit

Apabila hasil perhitungan dari BEP unit maupun BEP sales lebih kecil dari volume penjualan maupun penerimaan, maka usaha itu dikatakan layak untuk dijalankan. Jika BEP unit maupun BEP sales sama dengan volume penjualan maupun penerimaan maka usaha tersebut tidak untung maupun tidak rugi (impas). Akan tetapi jika hasil dari BEP unit dan BEP sales lebih besar daripada volume penjualan maupun penerimaan, maka usaha tersebut tidak layak untuk dijalankan.

2.5.2.2 Aspek Finansial Jangka Panjang

a. NPV (*Net Present Value*)

NPV yaitu selisih antara *benefit* (penerimaan) dengan *cost* (pengeluaran) yang telah dipresent *value*kan.

Menurut Husnan dan Suwarsono (1999), rumus dari NPV sebagai berikut:

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

Keterangan :

B_t = *Benefit* pada tahun t

C_t = *Cost* pada tahun t

n = Umur ekonomis suatu proyek

i = Tingkat suku bunga yang berlaku

I = Investasi awal

Apabila perhitungan *Net Present Value* (NPV) lebih besar dari 0 (nol), dikatakan usaha/proyek tersebut layak untuk dijalankan dan jika lebih kecil dari 0 (nol) tidak layak untuk dijalankan. Hasil perhitungan *net present value* sama dengan 0 (nol) ini berarti proyek tersebut berada dalam keadaan *break even point* (BEP) dimana $TR = TC$ dalam bentuk *present value*.

b. *Net Benefit Cost ratio* (Net B/C)

Menurut Pudjosumarto (1985), *Net BC Ratio* merupakan perbandingan antara *benefit* bersih dari tahun-tahun yang bersangkutan yang telah di *present value*kan dengan biaya bersih dalam tahun dimana $B_t - C_t$ telah di *present value*kan juga. Net B/C ini menunjukkan gambaran berapa kali lipat manfaat (*benefit*) yang diperoleh dari biaya (*cost*) yang dikeluarkan. Apabila $net\ B/C > 1$, maka proyek atau gagasan usaha yang akan didirikan layak untuk dilaksanakan. Demikian pula sebaliknya, apabila $net\ B/C < 1$, maka proyek atau gagasan usaha

yang akan didirikan tidak layak untuk dilaksanakan. Net B/C ratio merupakan manfaat bersih tambahan yg diterima proyek dari setiap 1 satuan biaya yg dikeluarkan.

Menurut Pudjosumarto (1985), rumus dari Net BC *Ratio* sebagai berikut :

$$B/C = \frac{\sum PV_{netBenefit}}{\sum PV_{Investasi}} 100\%$$

c. IRR (*Internal Rate Of Return*)

Internal Rate of Return (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Metode penilaian ini dinyatakan dengan *prosentase* yang menunjukkan kemampuan memberikan keuntungan bila dibandingkan dengan tingkat bunga umum yang berlaku pada saat usaha tersebut direncanakan.

Menurut Husnan dan Suwarsono (1999), rumus dari IRR (*Internal Rate Of Return*) sebagai berikut :

$$IRR = i' \frac{NPV'}{NPV' - NPV''} \times (i'' - i')$$

Keterangan :

i' = tingkat suku bunga pada interpolasi pertama (lebih kecil)

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

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

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

Apabila tingkat bunga ini lebih besar dari pada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.

d. Payback Period (PP)

Payback Period adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas. Kalau *payback period* ini lebih pendek dari pada yang disyaratkan, maka proyek dikatakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama proyek ditolak.

Menurut Pudjosumarto (1985), rumus *Payback Period* yang sering digunakan dalam analisis proyek adalah :

$$PP = (\text{investasi/kas bersih pertahun}) \times 1 \text{ tahun}$$

e. Analisis Sensitivitas

Analisis kepekaan atau sensitivitas ialah teknik untuk menilai dampak (*impact*) berbagai perubahan dalam masing-masing variabel penting terhadap hasil yang mungkin terjadi (*possible outcomes*). Analisis sensitivitas ini ialah suatu analisis simulasi dimana nilai variabel-variabel penyebab diubah-ubah untuk mengetahui bagaimana dampak yang timbul terhadap hasil yang diharapkan pada aliran kas. Seorang manajer sebaiknya dapat menilai kembali estimasi arus kas suatu proyek yang telah disusun oleh stafnya agar dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepekaan arus kas dipengaruhi oleh berbagai perubahan dari masing-masing variabel penyebab, dengan mengubah beberapa variabel tertentu dan variabel lain dianggap tetap. Semakin kecil arus kas yang ditimbulkan dari suatu proyek karena adanya perubahan yang merugikan dari suatu variabel tertentu, NPV akan semakin kecil dan proyek tersebut semakin tidak disukai (Riyanto, 1995).

Menurut Pudjosumarto (1985), tujuan utama dari analisis sensitivitas adalah:

1. Untuk memperbaiki cara pelaksanaan proyek yang sedang dilaksanakan.

2. Untuk memperbaiki desain dari proyek, sehingga dapat meningkatkan NPV.

Untuk mengurangi resiko kerugian dengan menunjukkan beberapa tindakan pencegahan yang harus diambil.

2.5.3 Aspek Manajemen

Menurut Handoko (2003), manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kepada para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Ditambahkan oleh Swastha dan Sukotjo (1988) manajemen adalah ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, mengkoordinasikan serta mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen merupakan suatu proses dalam membuat perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan mengendalikan berbagai usaha dari anggota organisasi dan menggunakan semua sumberdaya organisasi untuk mencapai sasaran. *Planning* (merencanakan) dilakukan dengan menetapkan sasaran dan tindakan yang perlu untuk mencapai sasaran tersebut. *Organizing* (mengorganisasikan) merupakan proses memperkerjakan dua orang atau lebih untuk berkerja sama dealam cara terstruktur guna mencapai sasaran spesifik atau beberapa sasaran. *Actuating* (pergerakan) adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan dari anggota kelompok atau seluruh organisasi. *Controlling* (pengendalian) merupakan proses untuk memastikan bahwa aktifitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang direncanakan (Handoko, 2003).

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah sebagai hasil pemikiran yang mengarah ke masa depan, menyangkut serangkaian tindakan berdasarkan pemahaman yang

mendalam terhadap semua faktor yang terlibat dan yang diarahkan kepada sasaran khusus. Dengan kata lain, perencanaan adalah penentuan serangkaian tindakan berdasarkan pemilihan dari berbagai alternative data yang ada, dirumuskan dalam bentuk keputusan yang akan dikerjakan untuk masa yang akan datang dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan (Firdaus, 2009).

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Setelah para manajer menetapkan tujuan dan menyusun rencana untuk mencapainya, maka mereka perlu merancang dan mengembangkan suatu organisasi yang akan dapat melaksanakan berbagai program tersebut secara sukses. Pengorganisasian adalah 1) Penentuan sumber daya—sumber daya dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi 2) Perancangan dan pengembangan suatu organisasi atau kelompok kerja yang dapat membawa hal-hal tersebut kearah tujuan 3) Penugasan tanggungjawab tertentu dan 4) pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individu untuk melaksanakan tugasnya.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), pengorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan atau pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya supaya tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.

c. Pergerakan (*actuating*)

Pergerakan adalah tindakan untuk menjalankan kegiatan/pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pemimpin (manajer) harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah, memberi petunjuk, dan memberi motivasi (Kasmir dan Jakfar, 2012).

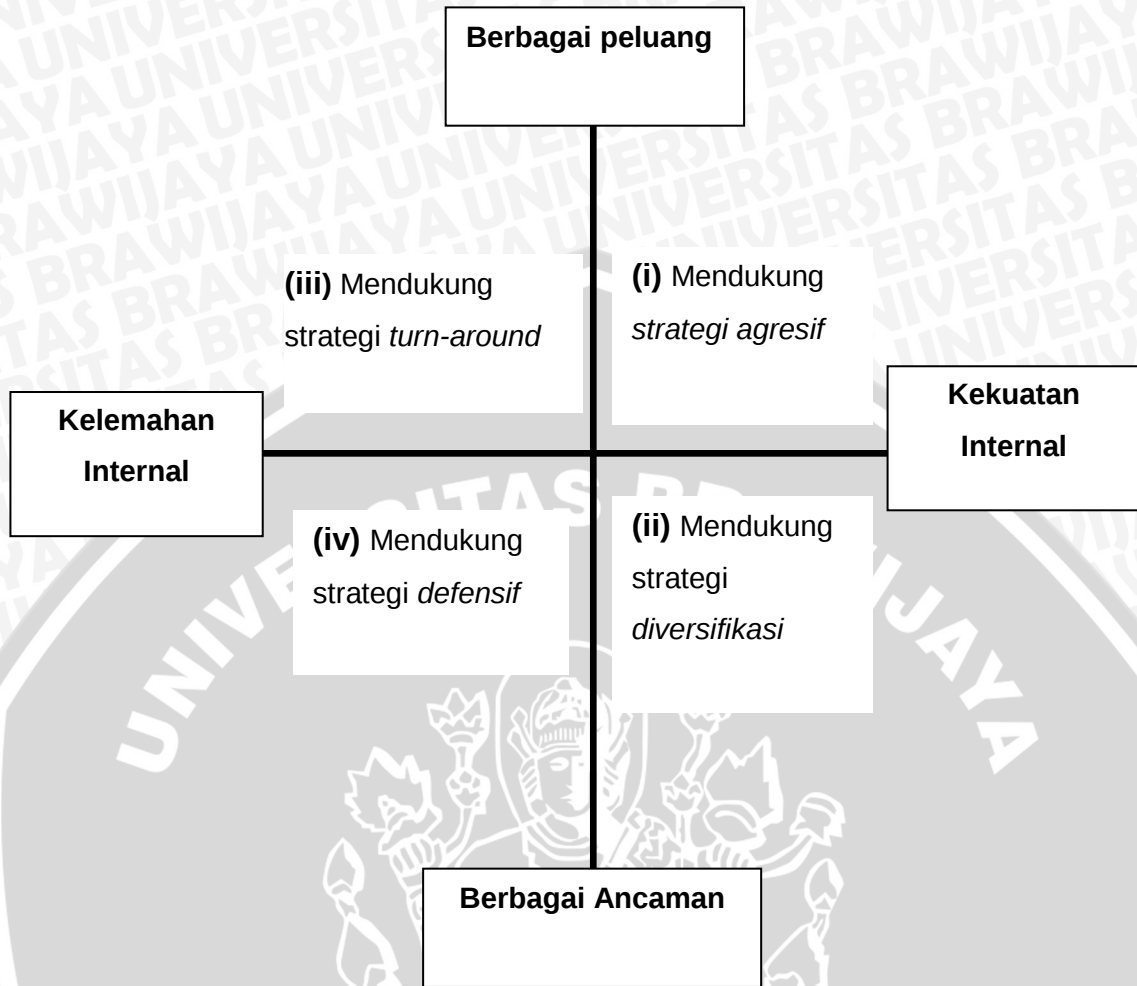
d. Pengawasan (*controlling*)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), pengawasan merupakan proses penentuan apa yang harus dicapai, yaitu standart, apa yang sedang dilakukan misalnya dalam pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standar. Pengawasan merupakan fungsi terakhir yang harus dilakukan dalam manajemen, sebab dengan pengawasan dapat diketahui hasil yang telah tercapai, sehingga dapat mengukur seberapa jauh hasil yang telah dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

2.6 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2006), matriks SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (usaha). Analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan.

Upaya pengembangan bisnis pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi/mendiagnosa faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman). Hasil identifikasi ini kemudian digunakan sebagai landasan untuk memformulasikan kegiatan dan menentukan standar keberhasilan usaha. Teknik identifikasi ini disebut analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2006). Diagram analisis SWOT menurut Rangkuti (2006), dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Matrik Grand Strategi

(Sumber : Rangkti, 2006)

Pada Gambar 2 disebutkan adanya empat kuadran dalam analisis SWOT dan dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

Kuadran I :

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif*.

Kuadran II :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, masih ada kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk atau pasar).

Kuadran III :

Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV :

Merupakan kondisi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensif*).

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dan pemberian penilaian.

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot X Rating)
Kekuatan (Strengths) 1. 2.			
Ancaman (Threats) 1. 2.			
Total			

Sumber : Rangkuti, 2006

Adapun tahapan pemberian penilaian (skor) pada matrik faktor strategis internal menurut Rangkuti (2006) adalah sebagai berikut :

1. Beri bobot pada faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan pada usaha pembesaran ikan sidat (kolom 1), masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis pada usaha pembesaran ikan sidat. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,0. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0 dengan keterangan sebagai berikut :

0,05 = di bawah rata-rata

0,10 = rata-rata

0,15 = diatas rata-rata

0,20 = sangat kuat

2. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pada usaha pembesaran ikan sidat. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

Dengan keterangan sebagai berikut :

1 = di bawah rata-rata

2 = rata-rata

3 = di atas rata-rata

4 = sangat bagus

3. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor

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

4. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi pada usaha pembesaran ikan sidat. Nilai total ini menunjukkan bagaimana pada usaha pembesaran ikan sidat bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

Tabel 2. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. 2.			
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. 2.			
Total			

Sumber : Rangkuti, 2006

Adapun tahapan pemberian penilaian (skor) pada matrik faktor strategis eksternal adalah sebagai berikut :

1. Beri bobot pada faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman pada usaha pembesaran ikan sidat (kolom 1), masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0 dengan keterangan sebagai berikut :

0,05 = di bawah rata-rata

0,10 = rata-rata

0,15 = diatas rata-rata

0,20 = sangat kuat

2. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap usaha pembesaran ikan sidat. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Dengan keterangan sebagai berikut :

1 = di bawah rata-rata

2 = rata-rata

3 = di atas rata-rata

4 = sangat bagus

3. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
4. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana usaha pembesaran ikan sidat bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Cara lain untuk menyusun strategi usaha adalah membandingkan faktor internal dan eksternal usaha dengan menggunakan matrik SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Sehingga dapat menghasilkan strategi alternatif yang bisa digunakan. Matrik SWOT bisa dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Matrik SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Menentukan beberapa faktor kekuatan internal	Menentukan beberapa faktor kelemahan internal
Opportunities (O) Menentukan beberapa faktor peluang eksternal	Strategi (SO) Menciptakan situasi yang menggunakan kekuatan, untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Menentukan beberapa faktor ancaman eksternal	Strategi (ST) Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2006

Berdasarkan matriks SWOT menurut Rangkuti (2006), maka didapatkan empat langkah strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

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

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

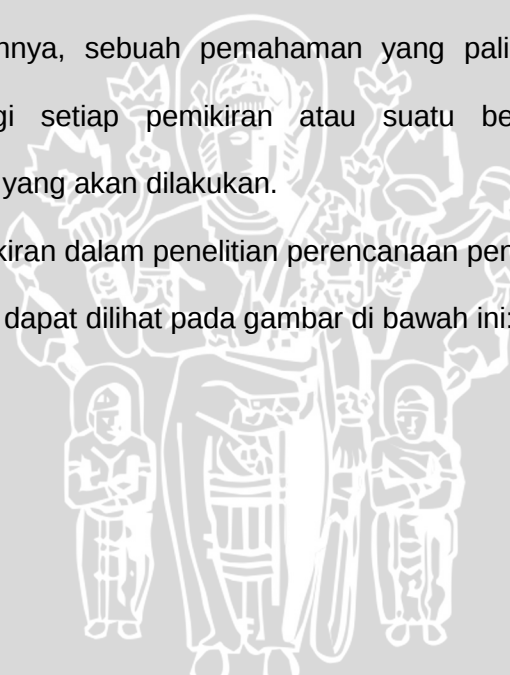
4. Strategi WT

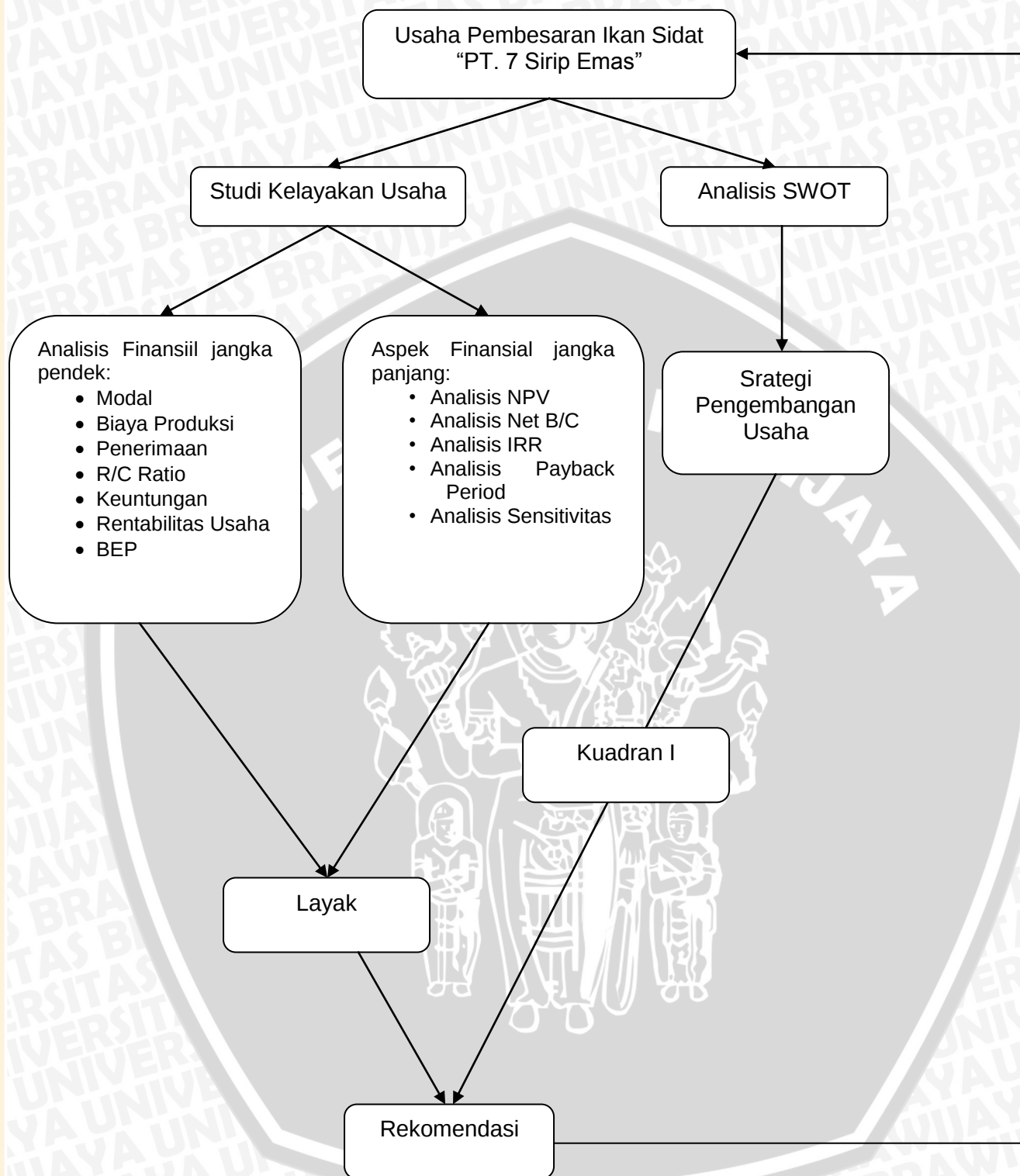
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

2.7 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2011), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan sidat dapat dilihat pada gambar di bawah ini:





Gambar 3. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung, Kecamatan Sumberpucung, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan yaitu pada bulan Mei sampai Juni 2015.

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Menurut Nazir (2014), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Suryabrata (1991), tujuan penelitian adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Pada metode deskriptif ini peneliti berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan kondisi usaha saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sesuai dengan keadaan yang sebenarnya tentang aspek teknis, pemasaran, finansial dan manajemen dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Hal ini dimaksudkan untuk menjawab tujuan yang ada dalam penelitian ini.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah studi kasus. Menurut Nazir (2005), studi kasus atau penelitian kasus (*case study*) adalah penelitian tentang status subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subyek penelitian dapat saja

individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Studi kasus dalam pengertian Narbuko dan Achmadi (2007), adalah penelitian yang memberi gambaran secara rinci tentang latar belakang, karakteristik yang khas dari kasus, yang kemudian dijadikan suatu yang bersifat umum.

Jumlah sampel dalam penelitian studi kasus cenderung sedikit, jumlah variabel yang diteliti sangat luas. Oleh karena itu sangat penting untuk mengetahui semua variabel yang berhubungan dengan masalah penelitian. Keuntungan yang paling besar dari desain ini adalah pengkajian secara rinci meskipun jumlah dari responden sedikit, sehingga akan didapatkan gambaran satu unit subyek secara jelas (Hendra, 2013).

Dalam penelitian ini kasus yang akan diambil adalah usaha pembesaran ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

a. Wawancara

Wawancara adalah metode untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden dan merupakan cara pengumpulan data dengan tanya jawab langsung yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan (Marzuki, 2002). Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden (Nazir, 2005).

b. Observasi

Menurut Nazir (2005), pengumpulan data dengan observasi secara langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting adalah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti.

Adapun observasi atau pengamatan langsung pada penelitian ini mengenai aspek teknis yang meliputi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan proses pembibitan, pemberian pakan, proses packing, keadaan usaha, aspek pemasaran usaha pembesaran ikan sidat serta aspek lingkungan yang ditimbulkan. Hal ini dilakukan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang disusun secara logis, sistematis, dan objektif untuk menerangkan variabel yang diteliti. Instrumen pengumpulan data berisi daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk direspon oleh sumber data, yaitu responden. Teknik kuesioner biasanya dijadikan sebagai teknik utama dalam penelitian kuantitatif karena jenis angket dinilai lebih sederhana, objektif, cepat dalam pengumpulannya, mudah dalam proses tabulasi dan proses analisisnya (Musfiquon, 2012).

Kuesioner yang diajukan berisi pertanyaan-pertanyaan tentang aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, faktor penghambat dan pendukung pada usaha pembesaran ikan sidat yang ditujukan pada responden untuk memberikan informasi dalam penelitian ini. Daftar pertanyaan untuk kuesioner bisa dilihat pada lampiran 1.

d. Dokumentasi

Menurut Nazir (2005), data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan

teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar barang yang tidak bermakna.

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan beberapa gambar alat-alat yang digunakan dalam proses pembesaran ikan sidat, lokasi usaha, proses pemeliharaan benih, pemberian pakan, proses pembesaran, sampai pemasaran. Hal ini dilakukan untuk mendukung data yang dibutuhkan dalam menjawab tujuan yang ada dalam penelitian ini.

e. Studi Pustaka

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

Metode studi pustaka dilakukan untuk menunjang metode wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Pengumpulan informasi yang dibutuhkan dalam mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini studi pustaka digunakan untuk memperoleh data tentang profil usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, jumlah penduduk, keadaan geografis Desa Sumberpucung, keadaan umum perikanan dan kelautan di Kecamatan Sumberpucung. Hal ini digunakan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.

3.4.1 Data Primer

Menurut Marzuki (2002), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer diperoleh dengan mengadakan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang dipandu oleh pedoman wawancara.

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan observasi langsung. Dari hasil observasi berupa kegiatan dan teknik pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, pemeliharaan benih, pemberian pakan, proses pembesaran, packing, hingga pemasaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, wawancara berupa sejarah berdirinya usaha, teknis produksi, biaya yang dikeluarkan, pemasaran, manajemen dan lingkungan dalam usaha produksi dan dokumentasi berupa kumpulan beberapa gambar alat-alat yang digunakan dalam proses pembesaran ikan sidat, lokasi usaha, proses pemeliharaan benih, pemberian pakan, proses pembesaran, sampai pemasaran.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Marzuki (2002), data sekunder merupakan data yang cara pengumpulannya bukan diusahakan sendiri secara langsung tetapi diambil dari laporan-laporan, jurnal penelitian, majalah maupun bahan perpustakaan lainnya.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yaitu buku, laporan Skripsi, Jurnal Ilmiah, laporan tahunan Departemen Kelautan dan Perikanan, kantor balai Desa Sumberpucung tentang usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, jumlah penduduk, keadaan geografis Desa Sumberpucung, keadaan umum daerah penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

Adapun analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif, analisis data digunakan untuk menjawab tujuan yang ingin dicapai dalam permasalahan yang ada pada penelitian ini. Analisis data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Data yang Digunakan

No.	Tujuan Penelitian	Aspek yang diteliti	Metode Analisis Data
1.	Mengetahui dan menganalisis aspek-aspek kelayakan usaha pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas	• Teknis • Manajemen • Pemasaran	Deskriptif Kualitatif
		• Pemasaran • Finansial	Deskriptif Kuantitatif
2.	Mengetahui strategi pengembangan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas	Analisis SWOT	Deskriptif Kualitatif
			Deskriptif Kuantitatif

Dalam penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ini merupakan perencanaan strategis yang menggunakan aspek finansial jangka panjang sebagai fokus utamanya.

3.5.1 Deskriptif Kualitatif

Menurut Basrowi dan Suwandi (2008), Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu. Data kualitatif yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Analisis data kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui kelayakan usaha berdasarkan aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek lingkungan.

a. Aspek Teknis

Data yang diperoleh berkaitan dengan aspek teknis pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas akan dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran secara umum aspek yang berhubungan dengan pembangunan dari usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, baik dilihat dari faktor lokasi, banyaknya produksi, proses produksi, penggunaan peralatan dalam kegiatan produksi pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Aspek teknis dimaksudkan sebagai data untuk mencapai tujuan pertama pada penelitian ini.

b. Aspek Pemasaran

Data yang diperoleh berkaitan dengan aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas akan dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran secara umum tentang produk, penetapan harga, margin pemasaran, saluran pemasaran dan daerah pemasaran. Aspek pemasaran merupakan salah satu data yang diperlukan untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini.

c. Aspek Manajemen

Data yang diperoleh berkaitan dengan aspek manajemen pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas akan dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran secara umum perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Aspek manajemen dapat dikatakan layak jika sudah memenuhi fungsi manajemen. Selain itu, struktur organisasi dan jumlah tenaga kerja juga harus sesuai dengan kebutuhan usaha serta deskripsi jabatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Aspek ini merupakan salah satu data pendukung untuk menjawab tujuan pertama dari penelitian ini.

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis lingkungan eksternal dan internal yang berpengaruh pada strategi pengembangan usaha dan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yang meliputi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Analisis SWOT digunakan untuk menjawab tujuan kedua dari penelitian ini.

Faktor internal adalah faktor dari dalam usaha yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

- Kekuatan adalah kompetensi khusus yang terdapat pada usaha abon pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dan kemampuan dalam pengembangan usaha.
- Kelemahan adalah kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang kinerja yang dapat menjadi penyebab terjadinya kerugian pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

Faktor eksternal adalah faktor dari lingkungan luar usaha yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

- Peluang adalah perubahan yang dapat dilihat sebelumnya untuk waktu dekat, di masa mendatang dan akan memberikan keuntungan bagi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.
- Ancaman adalah gejala-gejala yang merupakan dampak negatif, namun umumnya berada di luar kendali pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

3.5.2 Deskriptif Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif adalah menggambarkan sesuatu berupa angka yang dapat digambarkan dalam bentuk statistik deskriptif. Pendekatan kuantitatif memakai kontrol berupa alat statistik, pengukuran, dan hasil-hasil yang relevan dengan rumus yang berlaku (Musianto, 2002).

Analisis data secara deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini dipergunakan untuk menganalisis aspek pemasaran yaitu mengenai biaya pemasaran yang digunakan untuk usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dan aspek finansilnya, serta analisis SWOT yaitu mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dan pemberian penilaian.

Aspek finansil yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis jangka pendek dan analisis jangka panjang.

a. Analisis Jangka Pendek

- Permodalan
- Biaya Total
- Penerimaan
- *RC Ratio*
- Keuntungan
- Rentabilitas
- *Break Event Point (BEP)*

b. Analisis Jangka Panjang

- Inflow
- Outflow
- NPV (*Net Present Value*)
- *Net Benefit Cost ratio (Net B/C)*
- IRR (*Internal Rate Of Return*)
- *Payback Period (PP)*
- Analisis Sensitivitas

4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Deskripsi Umum

4.1.1 Letak Geografis dan Topografi Tempat Penelitian

Lokasi Penelitian terletak di Jalan Werkudara Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Luas wilayah Kecamatan Sumberpucung adalah sebesar 3.605,5Ha. Wilayah Kecamatan Sumberpucung terletak pada ketinggian 237 mdpl (meter diatas permukaan laut), suhu rata-rata 22⁰c–32⁰c. Batas-batas Kecamatan Sumberpucung yaitu sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kecamatan Kromengan
- Sebelah Selatan : Kecamatan Kalipare
- Sebelah Barat : Kabupaten Blitar
- Sebelah Timur : Kecamatan Kromengan

Keadaan topografi Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur adalah dikelilingi waduk Sutami dan Bendungan Lahor. Jika dilihat dari lingkungan sekitar terdapat banyak area persawahan irigasi. Area ini sering kita jumpai disekitar jalan disepanjang desa. Oleh sebab itu, mata pencaharian penduduk Kecamatan Sumberpucung sebagian besar adalah petani. Untuk bidang perikanan, masih sedikit yang melakukan budidaya. Peta Kecamatan Sumberpucung dapat dilihat pada lampiran 1.

4.1.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Wilayah Desa Sumberpucung

Penduduk Desa Sumberpucung merupakan suku jawa asli yang bermukim pada kawasan tersebut. Komunikasi antara penduduk dilakukan dalam bahasa jawa. Dalam komunikasi formal menggunakan bahasa Indonesia. Jumlah

penduduk Desa Sumberpucung adalah 10584 jiwa. Jumlah penduduk berdasarkan tiap wilayahnya tertera pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Wilayah di Desa Sumberpucung pada Tahun 2015

No	Wilayah	RW	RT	Penduduk	KK
1	Krajan	1	15	4561	3391
2	Pakel	1	16	2167	1663
3	Suko	1	11	3856	2183
Jumlah		3	42	10584	8237

Sumber : Data Monografi Desa Sumberpucung, 2015

4.1.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencapaian

Penduduk Desa Sumberpucung sebagian besar bekerja sebagai petani, kegiatan perikanan hanya sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang bukan sebagai sumber mata pencapaian karena lahan pertanian jauh lebih besar. Adapun jumlah penduduk yang memiliki mata pencapaian yaitu tertera pada tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Sumberpucung pada Tahun 2015

No.	Pekerjaan	Jumlah
1.	Petani	3.956 orang
2.	Buruh Tani	2.558 orang
3.	Pengrajin	129 orang
4.	Pegawai Negri Sipil	412 orang
5.	TNI/Polri	145 orang
6.	Penjahit	23 orang
7.	Montir	20 orang
8.	Sopir	92 orang
9.	Pembudidaya	117 orang

Sumber : Data Monografi Desa Sumberpucung, 2015

Tabel 6 menjelaskan bahwa mata pencaharian penduduk Desa Sumberpucung terbanyak adalah sebagai petani, dilihat dari banyaknya lahan pertanian di desa tersebut.

4.2 Kondisi Umum Usaha Perikanan

Beberapa daerah di Desa Sumberpucung yang aktif dan berkembang dalam usaha perikanan budidaya antara lain di waduk Lahor dan waduk Karangates yaitu budidaya jaring sekat. Ikan yang dibudidayakan para pembudidaya sebagian besar adalah ikan nila dengan produksinya sebesar 8.808 ton pada tahun 2014 . Selain nila, juga ada yang memelihara ikan mas dan ikan patin. Total luas lahan yang digunakan untuk ketiga jenis ikan tersebut adalah mencapai 241 ha. Di Desa Sumberpucung masih sedikit masyarakat yang melakukan kegiatan budidaya ikan, Setidaknya sebanyak 117 pembudidaya

sudah menjalankan usaha budidaya jaring sekat dengan luas lahan yang diusahakan antara 500-5000 m².

4.3 Sejarah Berdirinya Usaha

Sejarah usaha pembesaran ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas diawali sejak 5 tahun yang lalu yaitu pada tahun 2009, ibu Hanna Anjani merupakan penggagas utama sekaligus pemilik usaha tersebut. Pada awalnya PT. 7 sirip Emas berdiri dibawah perusahaan CV. Tiara Mulia, yang pada saat itu tempatnya di daerah Pasuruan. Pada tahun 2013, perkembangan pasar ekspor ikan sidat sangat menjanjikan, pemilik usaha mulai mengembangkan pasar dengan cara membeli ikan sidat yang sudah berumur sekitar 10 bulan atau sudah siap di ekspor. Pada saat itu negara yang dominan mengkonsumsi ikan sidat yaitu Jepang. Namun dengan cara tersebut pemilik usaha mendapat banyak keluhan dari pelanggan yang mengatakan bahwa kualitas ikan sidat yang di ekspor kurang bagus dan masih berbau lumpur, hal tersebut bisa saja disebabkan oleh pemberian pakan yang kurang diperhatikan komposisi dan higienitasnya sehingga menghasilkan ikan sidat dengan kualitas kurang maksimal, antara lain ikan berlendir terlalu banyak dan kualitas daging yang kurang baik. Pada awal tahun 2014 pemilik usaha membangun usaha pembesaran ikan sidat di Desa Sumberpucung dengan luas lahan 5 Ha, yang didalamnya terdapat 33 buah kolam fiber bundar dan masih 15 kolam yang digunakan. Negara tujuan ekspor ikan sidat PT. 7 Sirip Emas sampai saat ini hanya ke negara Jepang saja. Sementara memasarkan ikan sidat ke pasar lokal tidak dilakukan karena penduduk Indonesia belum familiar mengkonsumsi ikan sidat dan ekspor ikan sidat ke luar negeri lebih menjanjikan keuntungan yang besar dibandingkan pasar lokal.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Aspek Teknis

5.1.1 Sarana dan Prasarana Usaha

Istilah sarana menunjukkan bahwa benda yang disebutkan sudah ada unsur penguasaan pribadi, sedangkan istilah prasarana menunjukkan bahwa benda yang dimaksudkan bersifat untuk umum atau bagi yang memperoleh manfaat pemakaiannya belum ada unsur kepemilikan pribadi. Contoh dari sarana adalah alat transportasi seperti mobil sedangkan jalan raya adalah contoh dari prasarana (Wahab, 2011).

A. Sarana

Keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat salah satunya dipengaruhi oleh ketersediaan sarana dan prasarana yang digunakan dalam usaha. Adapun sarana yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur antara lain kolam dan peralatan. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **Kolam**

Kolam merupakan salah satu bentuk ekosistem buatan yang berfungsi untuk pemeliharaan ikan meliputi faktor biotik dan abiotik. Faktor biotik dan abiotik ini dapat digunakan sebagai indikator kualitas perairan tersebut. Menurut Atmadja (1975), kolam merupakan perairan menggenang yang kegunaannya sangat tergantung pada kualitas dan kuantitas airnya. Sehingga kualitas air yang baik akan menentukan pula kelangsungan hidup organisme-organisme didalamnya.

Kolam yang digunakan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas yaitu kolam permanen dengan inlet dan outlet yang baik, adapun secara

garis besar terbagi menjadi 33 kolam fiber dan hanya 15 kolam yang masih digunakan, akan dijelaskan pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Jumlah dan Ukuran Kolam PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberucung

No.	Ukuran Ikan	Jumlah Ikan	Keterangan
1.	<i>Glass eel</i> , 5-15 gram/ekor	6.000 ekor/kolam	Terdapat 5 kolam dan yang digunakan hanya 3 kolam untuk benih ikan sidat (<i>glass eel</i>), ukuran kolam yaitu 2,5m ² x1,2m
2.	<i>Elver</i> , 16-50 gram/ekor	6.000 ekor/kolam	Terdapat 10 kolam dan yang digunakan hanya 5 kolam untuk <i>elver</i> , ukuran kolam yaitu 3,3m ² x1,2m
3.	<i>Fingerling</i> , 100-199 gram/ekor	6.000 ekor/ kolam	Terdapat 18 kolam dan yang digunakan hanya 7 kolam untuk <i>Fingerling</i> , ukuran kolam yaitu 10m ² x2,2m

Sumber : Diolah dari Data Primer, 2015

Struktur desain pada setiap kolam yaitu kolam yang terbuat dari terpal yang rangkanya dilapisi dengan besi, namun akan segera diganti dengan kolam yang terbuat dari fiber glass guna meminimalisir kerusakan pada kolam. Pada dasar kolam dibuat saluran yang berfungsi sebagai saluran pengisian air dan saluran filtrasi saat pembersihan air kolam, di dasar kolam juga diberi pasir sebagai media pembesaran ikan sidat, selain pasir pada dasar kolam juga diberi

pipa paralon yang berfungsi sebagai tempat ikan sidat berkumpul. Kolam pembesaran juga harus mempunyai sistem pengeluaran yang baik karena merupakan komponen penting dan harus ada dalam proses kegiatan usaha pembesaran ikan sidat serta menunjang kelancaran dan keberhasilan operasional usaha pembesaran ikan sidat. Masing-masing kolam dilengkapi dengan pipa saluran air, tujuannya adalah mempertahankan ketinggian air pada kolam agar tetap stabil. Adapun kolam yang digunakan untuk pembesaran ikan sidat adalah seperti ditunjukkan pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Kolam Pembesaran

- **Peralatan**

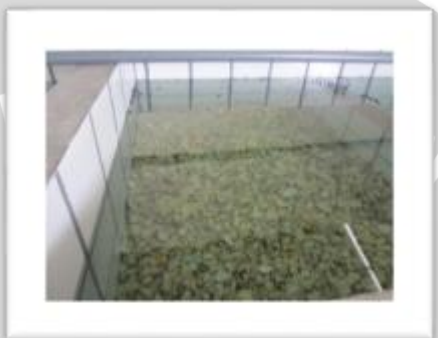
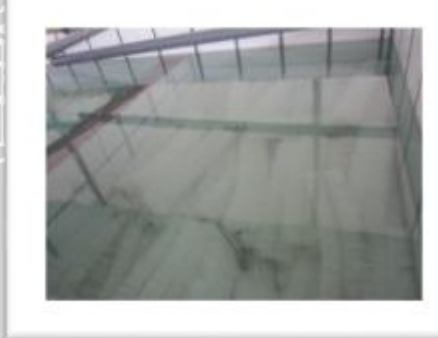
Usaha pembesaran ikan sidat yang menjadi tempat penelitian ini memiliki peralatan yang mendukung proses pembesaran ikan sidat. Peralatan yang digunakan antara lain aerator, batu, *bioball*, *brush*, pompa udara, pipa, aquarium, timbangan digital, saringan, genset, *stereofoam*, plastik *packing*, tangki air, selang plastik, *oxygen generator*, komputer, drum, ember besar, pompa air,

jaring *grading*, alat transportasi, dan alat komunikasi. Peralatan yang digunakan dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 8. Peralatan yang digunakan pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat

No	Peralatan	Gambar	Fungsi
1	Pompa Air		Untuk menyalurkan air dari sumber air ke kolam
2	Timbangan Digital		Menimbang berat ikan untuk <i>grading</i> dan pengiriman
3	Saringan/Seser Ikan		Untuk mengambil ikan
4	Ember Besar		Sebagai wadah ikan pada saat pemindahan dari kolam 1 ke kolam yang lain.

No.	Peralatan	Gambar	Fungsi
5	Selang Plastik		Menyalurkan air dari sumber air ke kolam
6	Pipa Paralon		Digunakan untuk mengalir air dari sumber air ke kolam
7	Aerator		Untuk memberikan oksigen tambahan pada air kolam
8	Genset		Sebagai sumber listrik tambahan

No.	Peralatan	Gambar	Fungsi
9	Bio Ball		Sebagai media filtrasi air (menghilangkan hama pengganggu)
10	Batu Ziolit		Sebagai media filtrasi air (membersihkan air)
11	Aquarium		Media yang digunakan untuk memisahkan glass eel yang hidup dan yang sudah mati
12	Brush		Sebagai media filtrasi (menyaring air setelah melalui tahap batu filtrasi dan bio ball)
13	Styrofoam		Untuk pengemasan ikan sidat yang akan dikirim

No.	Peralatan	Gambar	Fungsi
14	Komputer		Sebagai media penyimpanan file penting perusahaan
15	Tangki Air		Sebagai media penyimpanan air
16	Oxygen Generator		Sebagai penyeimbang oksigen
17	Drum		Sebagai media penyimpanan probiotik

No.	Peralatan	Gambar	Fungsi
18	Mobil Box		Sebagai alat transportasi pengiriman ikan sidat
19	Sepeda Motor Honda Supra X		Sebagai alat transportasi yang digunakan untuk keperluan controlling usaha

B. Prasarana

• Infrastruktur Jalan

Prasarana jalan menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan termasuk dalam usaha pembesaran ikan sidat. Hal tersebut dikarenakan mempengaruhi kelancaran dalam proses pendistribusian peralatan dan hal-hal yang berkaitan dengan proses pembesaran ikan sidat. Dengan kondisi jalan yang baik, proses pengangkutan seperti hasil panen akan lebih mudah dilakukan. Kondisi jalan menuju perusahaan pembesaran ikan sidat ini berupa jalan aspal yang lebarnya 4-5 meter dan bisa dilewati kendaraan bermotor, mobil, bahkan truk dan sebagainya. Kondisi jalan yang seperti itu sangat membantu dan tidak mengganggu kelancaran usaha.

• Instalansi Listrik

Sistem penerangan merupakan salah satu faktor pendukung dalam usaha pembesaran ikan sidat. Penerangan yang cukup akan membantu dalam usaha ini. Sistem penerangan berasal dari PLN. Sumber listrik dengan daya sebesar

450 watt dan 220 volt digunakan untuk menerangi kolam pada malam hari, menghidupkan aerator, filter dan alat bantu perikanan lainnya. Tetapi pemilik usaha juga memiliki antisipasi terhadap kegiatan pemadaman PLN yang sering dilakukan, anitisipasi yang dilakukan adalah menggunakan genset berbahan bakar solar.

- **Instalansi air**

Ada empat macam sumber air untuk pengairan, yaitu air hujan (*precipitation*), air embun (*dew*), air permukaan (*surface water*), dan air tanah (*ground water*). Sungai baik digunakan untuk sumber air budidaya ikan karena umumnya banyak mengandung unsur hara yang berguna bagi pertumbuhan makanan alami ikan (susanto, 2009). Ketersediaan air yang memadai sangat diperlukan didalam usaha pembesaran ikan sidat, sumber air pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ini didapat dari hasil bor air tanah yaitu dari proses penyedotan. Maka dari itu air yang digunakan oleh PT. 7 Sirip Emas dalam usaha pembesaran ikan sidat yaitu air tanah (*ground water*). Alat yang digunakan untuk mengambil air tanah dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Pompa air

- **Infrastruktur Komunikasi**

Sistem komunikasi sangat penting dalam menjalani usaha untuk komunikasi antar pekerja dengan atasan atau antara produsen dan konsumen. Sistem komunikasi pada usaha pembesaran ikan sidat ini menggunakan telpon selular, HT, internet dan sinyal dilokasi perusahaan tersebut sudah baik. Sistem komunikasi yang digunakan pada usaha pembesaran ikan sidat ini yaitu ditunjukkan pada Gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Alat Komunikasi PT. 7 Sirip Emas

5.1.2 Teknik Pembesaran Ikan Sidat

Dalam pembesaran ikan sidat melalui beberapa tahapan dan perlakuan antara lain: persiapan kolam, pemupukan, pengisian air, penebaran *glass eel*, kepadatan, pemberian pakan, pemanenan, pengemasan dan perawatan. Teknik pembesaran ikan sidat dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Persiapan Kolam

Kolam pembesaran adalah tempat yang digunakan untuk memelihara bibit ikan sidat hingga menjadi ikan sidat ukuran konsumsi. Adapun ukuran kolam yang digunakan untuk usaha pembesaran yaitu berdiameter $2,5m^2 \times 1,2m$ digunakan sebagai media pembesaran ikan sidat yang masih berukuran *glass eel* atau berusia 1 hari sampai 1 minggu, sedangkan untuk ikan sidat yang sudah

memasuki tahap *elver* atau *fingerling* berusia 1-3 bulan akan dipindahkan pada media yang lebih luas dengan ukuran kolam sebesar 3,3 m² dengan ketinggian 1,2 m. Karena masa pemeliharaan untuk mencapai ukuran konsumsi cukup lama sekitar 7 bulan, maka diperlukan beberapa kali tahapan/pemindahan ikan sesuai ukuran.

Hal pertama yang dilakukan dalam persiapan kolam pembesaran ikan sidat yaitu perbaikan konstruksi kolam yang meliputi perbaikan kolam, perbaikan saluran *inlet* dan *outlet*, penggantian peralatan yang rusak, pembersihan dan perbaikan dasar kolam, pompa, panel, pemasangan aerator, serta instalasi listrik. Perbaikan ini dimaksudkan untuk menciptakan kondisi lingkungan yang tepat untuk pembesaran ikan sidat. Perbaikan saluran air yaitu dengan cara mengganti pipa yang sudah rusak atau berlubang, hal tersebut dilakukan untuk mencegah terjadinya *glass eel* yang terbawa air pada saat penggantian air karena *glass eel* berukuran sangat kecil. Persiapan kolam dilakukan selama 2 bulan yaitu bulan Januari sampai bulan Februari. Setelah perbaikan dilakukan, maka pada bagian bawah kolam diisi dengan pasir.

b. Pemupukan

Pemupukan bertujuan untuk mempersubur pakan alami seperti plankton. Pemupukan dilakukan dengan mencampurkan pupuk alami dengan pupuk buatan. Adapun pupuk alami yang digunakan yaitu kotoran ayam yang telah diolah menjadi kompos dengan komposisi kotoran ayam sebanyak 500-700g/m² dan dicampur dengan urea 15g/m untuk satu siklus pembesaran.

c. Pengisian Air

Sumber air yang digunakan untuk pembesaran ikan sidat yaitu air tanah yang dipompa. Masing-masing kolam dilengkapi dengan pipa saluran air. Tujuannya adalah mempertahankan ketinggian air kolam agar tetap stabil.

Pengisian air dilakukan yaitu dengan memompa air tanah kemudian dialirkan ke dalam kolam melalui pipa saluran air. Selanjutnya kolam diisi dengan air setinggi 40-60 cm dari tinggi kolam atau tidak langsung diisi penuh. Air kolam juga sudah harus di aerasi terlebih dahulu untuk penyesuaian DO atau oksigen terlarut didalam kolam.

d. Penebaran *glass eel*

Penebaran *glass eel* dilakukan pada bulan Maret yaitu pada pagi hari atau sore hari, tujuannya agar *glass eel* tersebut tidak mati karena suhu tinggi. Pada saat *glass eel* datang akan dilakukan proses eklimatasi (penyesuaian suhu dan air kolam) dengan cara didiamkan terlebih dahulu kurang lebih 30 menit sampai 1 jam dengan suhu 27° C - 29°C dengan catatan air kolam sudah harus di aerasi agar oksigen terlarut yang ada didalam kolam sesuai dengan kebutuhan *glass eel*. Lalu ikatan pada kantong dilepaskan secara perlahan-lahan kemudian air kolam dimasukkan ke dalam kantong plastik berisi *glass eel* agar *glass eel* dapat menyesuaikan diri dengan kondisi air kolam. Jika kondisi air sudah sama seperti yang ada di kolam, maka *glass eel* dimasukkan secara perlahan ke dalam kolam. Penebaran *glass eel* dilakukan pada bulan Maret.

e. Kepadatan

Padat tebar *glass eel* pada kolam berdiameter 2.5m² yaitu sebanyak 1 kg dengan jumlah kurang lebih 6000 ekor/kg. Kepadatan ini dihitung dari total *glass eel* dibagi dengan luas kolam.

f. Pemberian Pakan

Pakan sangat berpengaruh terhadap perkembangan ikan sidat, *glass eel* yang berumur 1 hari sampai 1 minggu diberi pakan kering (*tubifex*) atau cacing sutra kering untuk penyesuaian dengan mulut. Dosis yang diberikan adalah 2 kali sehari pada pagi dan malam hari atau sesuai kebutuhan mengingat *glass eel* sangat lahap atau bisa dikatakan rakus. Pemberian pakan pertama dilakukan

pukul 07.00 WIB dan yang kedua dilakukan pada pukul 18.00 WIB sore, diberikan sebanyak 15-20 cube *tubifex* pada masing-masing kolam *glass eel*. Untuk ukuran *e/ver* atau berusia 1-3 bulan pakan yang diberikan adalah *tubifex* dan cacing sutra hidup. Cacing sutra hidup dibudidayakan sendiri oleh pemilik usaha. Pakan tersebut diberikan sebanyak 3 kali pada pagi, siang, dan malam hari. Masing-masing kolam yang berisi *e/ver* diberikan pakan sebanyak 20-30 cube *tubifex* dan 3 gram cacing sutra hidup, serta pasta sebagai pakan tambahan. Untuk ukuran *fingerling* atau berusia 4-8 bulan, jumlah makanan yang diberikan perhari adalah 15-30% dari berat ikan seluruhnya.

g. Pemanenan

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas biasanya dilakukan pemanenan secara parsial, hal pertama yang dilakukan adalah memasang saringan pada saluran pengeluaran, lalu mengurangi jumlah air, sambil menunggu air surut tangkap sedikit demi sedikit ikan sidat dengan menggunakan saringan lalu masukkan ke dalam aquarium yang sudah teraerasi. Keesokan harinya dilakukan tahap seleksi mulai dari klasifikasi, ukuran, berat, serta memisahkan antara ikan yang hidup dan yang mati, agar ikan yang mati tidak mencemari atau mengotori air dalam wadah penampungan. Tahap sizing atau grading atau pemisahan berdasarkan ukuran ikan sidat dilakukan dengan menggunakan jeruji grading yang ukurannya telah disesuaikan, kemudian dilakukan hal yang sama hanya saja menggunakan jeruji grading yang berbeda ukurannya. Pemanenan dilakukan pada bulan September saat ikan sidat berusia 7 bulan atau ukuran konsumsi.

h. Pengemasan

Sebelum diekspor ke Jepang, ikan sidat terlebih dahulu dimasukkan ke dalam kantong plastik berisi air kolam. Kemudian dibawa ke Surabaya untuk dikemas. Setelah sampai di lokasi pengemasan, ikan sidat dimasukkan terlebih

dahulu ke dalam kolam agar ikan tidak stres. 1 jam kemudian ikan sidat dikemas dengan cara dimasukkan kembali ke dalam kantong plastik yang sudah diisi dengan air kolam kemudian disiapkan styrofoam, es didalam botol plastik yang dilapisi kertas koran. Es tersebut berfungsi untuk menjaga agar suhu tetap stabil selama pengiriman sehingga ikan sidat tersebut aman selama perjalanan hingga sampai ke tangan konsumen. Es didalam botol plastik yang dilapisi kertas koran dimasukkan ke dalam styrofoam dan diletakkan pada empat sisi didalam styrofoam. Kemudian ikan sidat yang sudah berada didalam kantong plastik dan sudah diikat dimasukkan ke dalam styrofoam dan ditutup. Penutup styrofoam diberi selotip disetiap sisinya kemudian ikan sidat siap untuk dikirim ke Jepang menggunakan pesawat. Lokasi pengemasan ikan sidat berada di dekat Bandara Juanda Surabaya.

i. Perawatan

Setelah ikan dipanen dan diekspor, akan dilakukan perawatan peralatan yang sudah digunakan dalam usaha pembesaran ikan sidat seperti kolam, pipa saluran air, bak filter, aerator, dan sebagainya. Apabila ada alat yang rusak, maka akan segera diperbaiki agar proses pembesaran ikan sidat selanjutnya berjalan dengan lancar. Adapun waktu yang digunakan dalam perawatan peralatan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ini adalah selama 3 bulan setelah panen yaitub bulan Oktober sampai Desember.

5.2 Aspek Pemasaran

Menurut Riana dan Baladina (2005), pemasaran adalah aliran produk secara fisis dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas meliputi produk, penetapan harga, tempat/lokasi pemasaran, promosi, saluran pemasaran dan distribusi.

a. Produk (*product*)

Menurut Rachmawati (2011) produk (*product*) adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen.

Pada Penelitian yang dilaksanakan di PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung, produk yang dipasarkan perusahaan adalah ikan sidat yang berkualitas. Ikan sidat dikemas dengan rapi dan menarik agar menambah nilai jual. Ikan sidat memiliki gizi yang tinggi dibandingkan dengan ikan yang lain dan memiliki banyak manfaat untuk kesehatan.

b. Harga (*price*)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2000).

Pada Penelitian yang dilaksanakan di PT. 7 Sirip Emas ini penetapan harga produk termasuk dalam penetapan harga bergengsi. Dimana prinsip pemilik usaha ikan sidat yaitu berani memberikan harga yang tinggi dengan mutu dan kualitas ikan sidat yang baik. Harga ikan sidat yang ditetapkan oleh produsen adalah sebesar Rp 275.000/kg.

c. Tempat (*place*)

Pemilihan tempat atau lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Tempat usaha yang berada di pinggir jalan ditempat yang strategis cukup menyedot pengunjung untuk sekedar mampir dan mencicipi hidangan konsep yang ditawarkan ataupun melihat usaha yang dijalankan (Rachmawati, 2011).

Pada Penelitian ini lokasi pemasaran ikan sidat dilakukan di PT. 7 Sirip Emas saja. Perusahaan buka dari Pukul 07.00 WIB hingga Pukul 18.00 WIB. Dalam hal pendistribusian ikan sidat ini, pembeli melakukan survey langsung ke tempat pembesaran atau melalui jaringan komunikasi seperti via telepon, atau e-

mail dan melakukan perjanjian untuk melihat ikan sidat secara langsung. Proses penyaluran hanya dilakukan apabila ikan sidat sudah mencapai ukuran konsumsi dan memenuhi permintaan pasar atau sesuai dengan keinginan konsumen, kemudian ikan sidat akan dipanen dan dibayar langsung via bank pada saat itu juga.

d. Promosi (*promotion*)

Menurut Rachmawati (2011), Promosi adalah aktivitas yang dilakukan untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). Tujuan dari promosi adalah meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang, menciptakan loyalitas, meningkatkan *average check*, meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk.

Pada Penelitian yang dilaksanakan di PT. 7 Sirip Emas tidak dilakukan promosi melalui media cetak atau pun media sosial, tapi melalui dinas-dinas serta lembaga-lembaga perikanan, karena usaha pembesaran ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas terdaftar di dinas-dinas maupun lembaga-lembaga tersebut. Dengan demikian promosi tersebut dalam bauran pemasaran termasuk ke dalam promosi perseorangan, dimana lembaga-lembaga dan dinas-dinas perikanan merupakan penghubung antara produsen dengan konsumen.

e. Saluran Pemasaran

Menurut Amrin (2007), saluran pemasaran adalah sarana penyampaian produk atau jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Syahza (2003), panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya biaya yang dikeluarkan (margin pemasaran yang tinggi) serta ada bagian yang dikeluarkan sebagai keuntungan pedagang. Hal tersebut cenderung memperkecil bagian yang diterima petani dan memperbesar biaya yang dibayarkan konsumen.

Panjang pendeknya saluran pemasaran ditandai dengan jumlah pedagang perantara yang harus dimulai dari petani sampai ke konsumen akhir. Pemilihan tempat atau lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung.

Proses penyaluran hanya dilakukan bila ikan sidat sudah mencapai ukuran yang layak jual atau memenuhi permintaan pasar atau sesuai dengan keinginan konsumen, kemudian ikan sidat akan dipanen dan dikirim kepada konsumen. Sistem pembayarannya yaitu langsung dibayar melalui bank saat itu juga. Dalam saluran distribusi atau saluran pemasaran, PT. 7 Sirip Emas termasuk ke dalam saluran distribusi langsung, yaitu menjual produk dari produsen langsung ke konsumen.

5.3 Aspek Manajemen

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

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan fungsi terpenting diantara fungsi-fungsi manajemen yang ada. Perencanaan juga menentukan apa yang harus dicapai, siapa yang bertanggungjawab dan mengapa hal itu harus dicapai. Perencanaan sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan dimasa yang akan datang. Tanpa adanya suatu perencanaan yang matang maka suatu usaha tidak akan berjalan lancar. Perencanaan merupakan penentuan terlebih dahulu serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Perencanaan merupakan proses awal dalam menentukan suatu usaha meliputi proses perencanaan ketersediaan bibit ikan sidat dan ketersediaan pakan alami.

- Perencanaan benih ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, perencanaan yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu dengan menambah jumlah benih ikan sidat sehingga kolam-kolam yang masih kosong dapat digunakan untuk pembesaran ikan sidat.

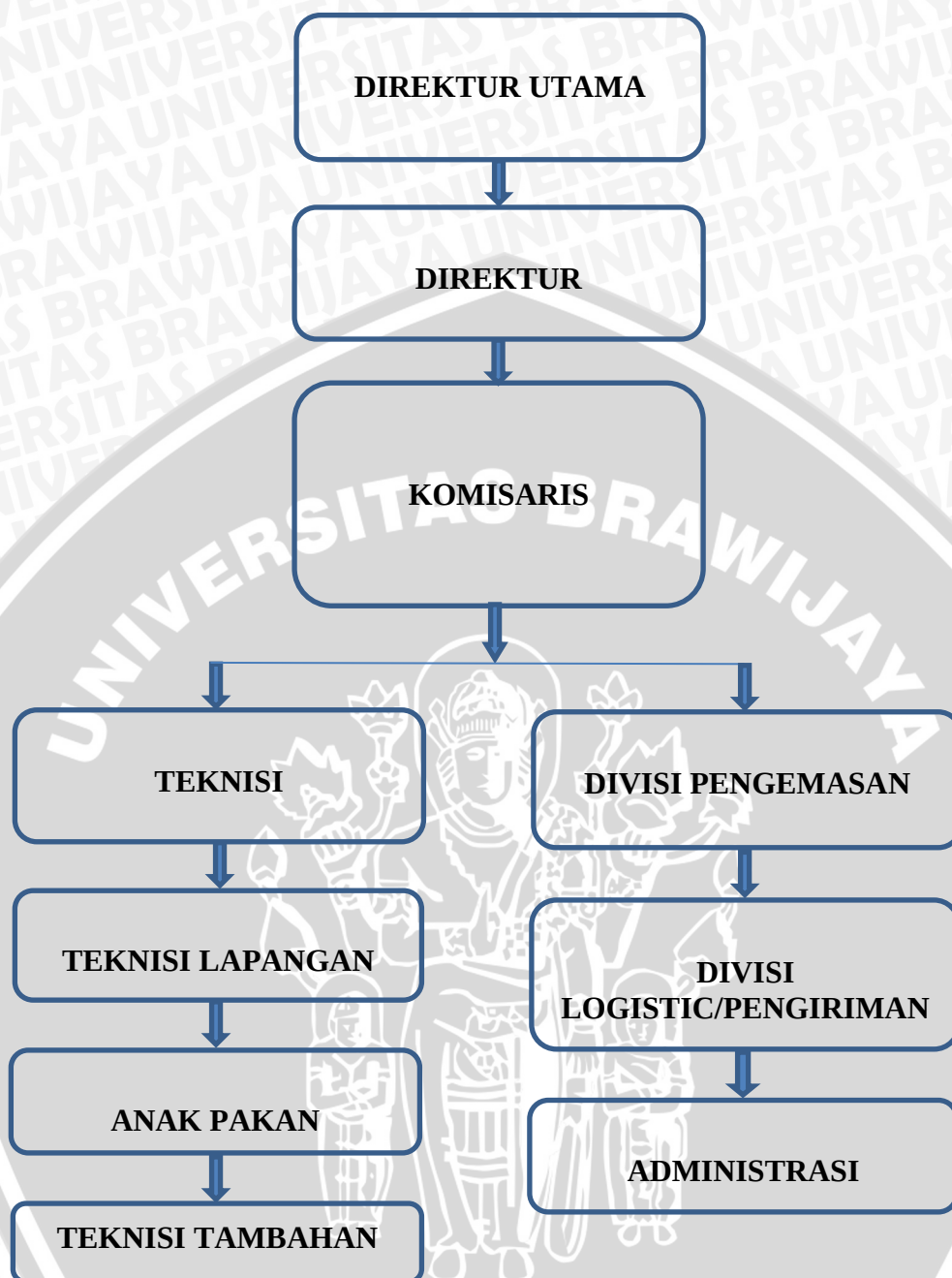
- Perencanaan pakan alami ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 sirip Emas, perencanaan pakan alami merupakan hal yang penting bagi pertumbuhan ikan sidat, mengingat ikan sidat memiliki nafsu makan yang kuat. Sehingga pemilik usaha berencana mencari solusi agar produksi pakan alami (cacing sutra) meningkat yaitu dengan menambah jumlah produksi cacing sutra yang dibudidayakan oleh pemilik usaha.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003), pengorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan atau pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya supaya tertata dengan jelas antara tugas, wewenang dan tanggungjawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing.

Usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas memiliki 8 tenaga kerja yang mendukung usaha pembesaran ikan sidat yaitu terdiri dari pimpinan teknis, teknis lapangan, anak pakan, divisi pengemasan, divisi logistic (bagian pengiriman), dan administrasi. Ketika panen, dibutuhkan tenaga kerja tambahan atau borongan, maka dari itu pemilik usaha merekrut tenaga kerja tambahan sebanyak 5 orang ketika pemanenan. Tugas-tugas tenaga kerja dan rekan-rekan dijelaskan dalam diagram susunan organisasi PT. 7 Sirip Emas pada gambar 7 berikut ini.



Gambar 7. Struktur Organisasi PT. 7 Sirip Emas

(Anjani, 2015)

Berdasarkan struktur organisasi PT.7 sirip Emas ini, Direktur Utama bertugas memberikan perintah dan memantau jalannya usaha, kemudian Direktur juga bertugas memantau jalannya proses pembesaran ikan sidat sekaligus bertanggung jawab dalam menjalin kerja sama dengan konsumen dari

Jepang, dalam menjalankan tugasnya Direktur di bantu oleh asisten yang bertugas memantau dan mengontrol teknis pelaksanaan pembesaran ikan sidat dan sering menemani Direktur saat bertemu dengan konsumen. Teknisi lapangan bertugas sebagai penanggung jawab dan pengelola ikan sidat mulai dari kedatangan benih ikan sidat hingga pemanenan, dalam pelaksanaannya teknisi lapangan juga dibantu oleh anak pakan yang bertugas sebagai penyedia cacing sutra yang dibudidayakan oleh pemilik usaha. Kemudian dari awal ikan sidat datang ke lokasi pengemasan sampai dikemas ditangani oleh divisi pengemasan. Setelah dikemas, divisi logistic atau pengiriman bertugas mengurus semua keperluan ekspor dan menghubungi konsumen dari Jepang untuk memberitahukan bahwa ikan sidat sudah selesai dikemas dan siap untuk dikirim. Kemudian bagian administrasi bertugas dalam pelaksanaan pembayaran oleh konsumen Jepang.

c. Pergerakan (*actuating*)

Pada usaha pembesaran ikan sidat ini pergerakan tercermin dari sikap pimpinan yang baik kepada bawahannya, tidak berkata kasar atau membentak, dan memberi tahu dengan sopan apabila ada pekerjaan yang tidak dilakukan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang baik antar pimpinan dengan bawahannya. Kebijakan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas pegawai dalam bekerja dilakukan dengan memberikan THR (Tunjangan Hari Raya) kepada para pegawai berupa uang maupun barang pada saat menjelang Hari Raya.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan yang dilakukan dalam satu usaha sangat penting dan berpengaruh terhadap produktifitas tenaga kerja, dengan begitu semua aktifitas dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang ditetapkan. Pengawasan yang dilakukan di PT. 7 sirip Emas meliputi pengawasan terhadap kegiatan teknis

seperti pengontrolan, pengawasan terhadap keamanan lokasi usaha, pengawasan terhadap kualitas ikan serta permasalahan yang ada beserta solusinya terutama bila terjadi keluhan dari pelanggan. Hal tersebut dilakukan oleh teknisi lapang. Pengawasan dilakukan dengan cara membagi tugas dan waktu yang sesuai agar pengawasan dilakukan secara maksimal, serta pengawasan terhadap produk yang akan dikirim atau dipasarkan ke negara-negara tujuan ekspor. Pengawasan pemasaran dilakukan oleh divisi pengemasan dan divisi Logistic/pengiriman.

5.4 Aspek Finansil

Dalam mendirikan suatu usaha diperlukan adanya analisis jangka pendek dan jangka panjang untuk mendukung perkembangan usaha dan mengetahui pencapaian target penjualan agar tujuan usaha untuk memperoleh keuntungan dapat tercapai.

5.4.1 Analisis Jangka Pendek

Dalam suatu usaha terdapat beberapa analisis jangka pendek yang perlu diperhitungkan. Adapun analisis jangka pendek pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung terdiri atas: permodalan, biaya total, penerimaan, RC ratio (*Revenue Cost ratio*), Keuntungan, Rentabilitas, BEP (*Break Event Point*). Dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Permodalan

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

yang ada, baik modal sendiri maupun modal pinjaman (Primyastanto dan Istikharoh, 2003).

Dari data yang diperoleh selama Penelitian di PT. 7 Sirip Emas, modal usaha yang digunakan adalah sebesar **Rp 535.665.000,-**. Besarnya biaya ini digunakan untuk membiayai investasi yang terdiri atas pembuatan kolam, bangunan, inventaris kantor, peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan pembesaran, alat kebersihan, instalansi listrik, instalansi air, mobil dan sebagainya. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 2.

b. Biaya Total

Biaya dalam suatu usaha merupakan hal yang sangat penting. Menurut prinsip ekonomi, dengan biaya yang serendah-rendahnya diharapkan didapat hasil yang maksimal atau sebanyak-banyaknya. Dalam setiap usaha pasti memerlukan biaya untuk kelangsungan hidup usaha tersebut (Primyastanto, 2005).

Biaya produksi yang digunakan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung terdiri atas dua jenis biaya yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang penggunaannya atau besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi. Biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha ini sebesar Rp. 452.512.500,- per tahunnya. Biaya ini digunakan untuk biaya sewa tanah, penyusutan dan tenaga kerja. Biaya tidak tetap (*variable cost*) adalah biaya yang dapat berubah dan besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi, semakin besar jumlah produksi maka semakin besar biaya variabelnya. Biaya variabel yang digunakan pada usaha ini adalah sebesar Rp 131.582.500,- per tahun. Biaya ini digunakan untuk membiayai operasional produk usaha seperti pembelian bibit ikan sidat, probiotik, sakae, tubifex, cacing sutra, solar untuk bahan bakar genset dan untuk membayar pekerja harian. Sehingga total

biaya yang dikeluarkan perusahaan adalah sebesar **Rp.584.095.000,-**.

Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.

c. Penerimaan

Menurut Soekartawi (2003) penerimaan adalah nilai total produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu, dimana besar penerimaan tergantung pada harga dan jumlah produk yang dihasilkan. Penerimaan diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi dengan harga per unit.

Dalam menganalisis penerimaan, maka harus dilakukan perhitungan dengan cara harga satuan produk dikalikan dengan total produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil perhitungan, harga ikan sidat yaitu sebesar Rp 275.000,- per kg. Total penjualan ikan sidat yaitu sebanyak 3750 kg, maka diperoleh penerimaan usaha pembesaran ikan sidat ini per siklusnya sebesar **Rp 1.031.250.000,-**. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

d. Revenue Cost ratio (RC ratio)

Analisa Revenue Cost Ratio dimaksudkan untuk mengetahui besarnya nilai perbandingan antara jumlah total penerimaan dengan jumlah total biaya yang telah dikeluarkan untuk menjalankan produksi dalam periode tertentu. Analisa ini merupakan salah satu analisis untuk mengetahui apakah biaya-biaya yang dikeluarkan sudah menghasilkan keuntungan atau belum (Soekartawi, 2003).

Dari hasil perhitungan, RC ratio mencapai **1,76**, dengan demikian nilai ratio lebih besar daripada 1, sehingga usaha yang dilakukan telah mencapai keuntungan. Semakin tinggi RC rasionya, maka tingkat keuntungan suatu usaha juga semakin tinggi. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

e. Keuntungan

Keuntungan adalah selisih dari penerimaan total dengan total biaya produksi (biaya tetap dan biaya variabel). Keuntungan yang bersaing dapat

dicapai dengan berbagai cara, diantaranya dengan memberikan hasil produk dan jasa dengan banyak cara, diantaranya dengan memberikan hasil produk dan jasa dengan harga murah, memberikan hasil produk dan jasa yang lebih bersaing dan menemukan kebutuhan khusus mengenai golongan pasar tertentu (Aking, 2013).

Keuntungan diperoleh dari selisih antara hasil penerimaan dan total biaya yang digunakan dalam 1 siklus produksi. Keuntungan yang diperoleh sebesar **Rp 447.155.000,-** per tahun. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

f. Rentabilitas

Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2010).

Rentabilitas usaha dihitung dengan cara membagi keuntungan yang diperoleh dengan modal yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan, kemudian dikalikan 100%. Pada usaha pembesaran ikan sidat ini keuntungan atau laba yang diperoleh dalam 1 siklus adalah sebesar Rp 447.155.000,- dan modal yang digunakan sebesar Rp 535.665.000,- sehingga rentabilitas usahanya adalah **83,47%**, artinya usaha pembesaran ikan sidat ini bisa menghasilkan laba sebesar 83,47% per tahunnya dari modal yang digunakan dalam satu tahun. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

g. Break Event Point (BEP)

BEP merupakan suatu nilai dimana hasil penjualan produksi sama dengan biaya produksi, sehingga pengeluaran sama dengan pendapatan. Hasil titik BEP diketahui dari volume penjualan, ketika perusahaan mencapai titik impasnya maka perusahaan dikatakan tidak untung dan tidak rugi, akan tetapi ketika perusahaan melebihi titik impas maka perusahaan mulai mendapatkan keuntungan (Rahardi, 2003).

Pada usaha ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas sudah mengalami keuntungan atau mendapatkan laba karena jumlah BEP atas dasar sales masih dibawah penerimaan dan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh dilihat dari dari volume penjualan melebihi biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan. Dari perhitungan yang dilakukan, diperoleh bahwa BEP sales ikan sidat sebesar **Rp 514.218.750,-** dan BEP unit sebesar **1410 kg**. Artinya, untuk mencapai titik impas dimana usaha tidak mendapatkan keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian maka penerimaan yang harus diterima adalah sebesar Rp 387.583.076,- dalam satu tahun dan sebesar 1410 kg ikan sidat. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 6.

5.4.2 Evaluasi Strategis Usaha

Tujuan diadakannya evaluasi strategis usaha adalah untuk merencanakan atau memperkirakan pendanaan pada usaha pembesaran ikan sidat dalam jangka panjang. Sehingga dapat diketahui jika dilakukan pengembangan usaha untuk beberapa tahun kedepan layak atau tidak usaha ini untuk dijalankan.

a. Penambahan investasi (*Re-invest*)

Biaya penambahan investasi dimaksudkan untuk biaya pengadaan barang-barang investasi karena barang-barang tersebut mengalami penyusutan. Biaya penambahan investasi ini tergantung pada jumlah barang yang dipakai dan juga usia ekonomis barang tersebut.

Perencanaan penambahan investasi dengan merencanakan usaha pembesaran ikan sidat untuk 10 tahun ke depan (Tahun 2016-2025) dengan nilai kenaikan sebesar 1% setiap tahunnya. Biaya yang dikeluarkan oleh usaha pembesaran ikan sidat selama tahun 2016-2025 adalah sebesar **Rp. 522.869.600,-**. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada lampiran 7.

b. NPV (Net Present Value)

Menurut Riyanto (1995), mengatakan metode yang digunakan untuk menghitung *Net Present Value* adalah nilai sekarang (*present value*) dari (*proceeds*) yang diharapkan atas dasar (*discount rate*) tertentu. Dimana apabila PV dari keseluruhan *proceeds* yang diharapkan lebih besar daripada PV investasinya, maka proyek dapat diterima. Sebaliknya, apabila jumlah PV dari keseluruhan *proceeds* lebih kecil daripada PV investasinya, berarti NPV bernilai negatif maka proyek dapat ditolak.

Net Present Value (NPV) merupakan situasi metode menghitung nilai semua manfaat yang akan datang dan yang dinilai saat ini. Kriteria ini mengatakan bahwa proyek akan dipilih jika nilai $NPV > 0$. *Net Present Value* (NPV) diperhitungkan dari selisih antara *present value benefit* dengan *present value cost*. Perhitungan NPV menggunakan *discount rate* sebesar 7,5 %. Pada kondisi normal nilai NPV usaha pembesaran ikan sidat yaitu **Rp 12.957.526.704,-**. Hasil NPV tersebut menunjukkan usaha pembesaran ikan sidat menguntungkan dan layak untuk dijalankan karena nilai NPV yang diperoleh bernilai positif. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada lampiran 8.

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

Menurut Pudjosumarto (1985), Net B/C adalah merupakan perbandingan antara *benefit* bersih dari tahun-tahun yang bersangkutan yang telah di *present value* kan dengan biaya bersih dalam tahun dimana Bt-Ct telah di *present value* kan juga. Jika $Net\ B/C < 1$, proyek tidak layak untuk dijalankan.

Net Benefit and Cost Ratio (Net B/C) merupakan *ratio* aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Nilai Net B/C dalam keadaan normal pada usaha pembesaran ikan sidat sebesar **26,93**. Hal ini berarti Net B/C lebih dari 1,

sehingga usaha tersebut dikatakan layak. Rincian untuk Net B/C dapat dilihat pada lampiran 8.

d. IRR (*Internal Rate of Return*)

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

Fungsi *Internal Rate of Return* (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih (*inflow*) dimasa mendatang. Nilai IRR dalam keadaan normal pada usaha pembesaran ikan sidat sebesar **299%**, sehingga nilai tersebut diatas tingkat suku bunga bank (7,5%). Hal ini berarti usaha pembesaran ikan sidat dikatakan layak untuk dijalankan. Untuk rincian IRR dapat dilihat pada lampiran 8.

e. PP (*Payback Period*)

Menurut Husnan dan Suwarsono (1999), mengemukakan bahwa *Payback Period* merupakan metode yang mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Karena itu satuan hasilnya bukan persentase, tetapi satuan waktu (bulan, tahun dan sebagainya). Kalau *payback period* ini lebih pendek dari pada yang disyaratkan, maka proyek di katakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama proyek ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh *Payback Period* pada kondisi normal dari pada usaha pembesaran ikan sidat adalah **0,37 tahun**. Dari hasil PP tersebut diartikan bahwa jangka waktu pengembalian modal yang diinvestasikan

sebesar 0,37 tahun atau selama 4 bulan 4 hari. Untuk rincian tabel PP dapat dilihat pada lampiran 8.

5.5 Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat

Perumusan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dimulai dengan melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal kemudian merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha dan melihat arah perkembangan usaha serta menentukan strategi pengembangan usaha.

5.5.1 Faktor Strategi Internal

Analisa faktor internal merupakan penganalisaan lingkungan internal perusahaan yang berguna untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengembangkan usahanya dan untuk mengetahui kelemahan perusahaan yang dapat menghambat perkembangan tersebut. Dari analisa pada kekuatan dan kelemahan tersebut akan dijadikan dasar untuk menentukan strategi internal apa yang akan dijalankan oleh perusahaan nantinya. Adapun analisa faktor internal dari usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dapat dijelaskan pada tabel 9 sebagai berikut.

Tabel 9. Matrik IFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas

No	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B X R	Keterangan
1.	Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1.	1. Lokasi usaha yang strategis	0,10	2	0,20	Cukup penting dan cukup berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
2.	2. Pelanggan tetap	0,20	4	0,80	Sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
3.	3. Usaha layak dijalankan dari aspek finansiiil	0,15	3	0,45	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
4.	4. Harga jual tinggi	0,15	3	0,45	Penting dan berpengaruh terhadap usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	Jumlah	0,60		1,90	
2.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1.	1. Kurangnya benih ikan sidat	0,10	3	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
2.	2. Kurangnya pakan alami ikan sidat (cacing sutra hidup)	0,10	3	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
3.	3. Kurangnya promosi	0,10	3	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
4.	4. Kurangnya teknologi dalam membedakan species ikan sidat	0,10	3	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	Jumlah	0,40		1,20	
	TOTAL IFAS	1,00		2,10	

- **Identifikasi Faktor Kekuatan (*Strenght*)**

Kekuatan merupakan kompetensi khusus yang terdapat dalam usaha yang berakibat pada pemilikan keunggulan dan kemampuan dalam pengembangan usaha. Adapun kekuatan pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas adalah sebagai berikut:

1. Lokasi usaha yang strategis

Lokasi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas merupakan lokasi yang sangat strategis karena usaha ini terletak ditengah-tengah Kecamatan Sumberpucung. Berdasarkan fakta di lapang yaitu lokasi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas yang strategis maka diberikan bobot sebesar 0,10 dan rating sebesar 2 dikarenakan lokasi usaha yang strategis cukup penting dan cukup berpengaruh dalam mempermudah penyediaan faktor produksi maupun pengadaan sarana serta dalam pemasaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

2. Pelanggan tetap

Usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ini sudah mempunyai pelanggan tetap. Sebelum ikan sidat diekspor, produsen menghubungi konsumen dari Jepang yang merupakan pelanggan tetap untuk pengiriman ikan sidat berukuran konsumsi yang sebelumnya juga sudah melalui negosiasi masalah harga. Pembayaran dilakukan dengan cara melakukan menstransfer jumlah harga yang harus dibayar konsumen melalui bank kepada produsen. Bobot yang diberikan pada faktor ini adalah 0,20 dengan rating sebesar 4 dikarenakan adanya pelanggan tetap pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat tersebut.

3. Usaha layak untuk dijalankan dari aspek finansiiil

Usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas secara finansiiil untuk dijalankan. Hasil dari analisis jangka pendek selama satu tahun pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas diperoleh keuntungan sebesar Rp 447.155.000,- nilai *R/C ratio* sebesar 1,76 Sedangkan analisis jangka panjang selama sepuluh tahun (2015-2025), diperoleh rata-rata *net present value* (NPV) sebesar Rp 12.957.526.704 *Net Benefit Cost ratio* (Net B/C) sebesar 26,93, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 299 %, *Payback Period* (PP) 0,37 dan pengembalian modal dalam 0,37 bulan atau sekitar seperempat tahun. Dengan demikian, terdapat dukungan finansiiil untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Berdasarkan perhitungan peneliti mengenai aspek finansiiil yang tergolong layak, maka bobot diberikan sebesar 0,15 karena suatu usaha akan terus berjalan apabila telah dikatakan layak. Rating sebesar 3 diberikan karena kelayakan usaha berpengaruh bagi keberlanjutan suatu usaha dimasa mendatang.

4. Harga jual tinggi

Ikan sidat yang dijual kepada konsumen di Jepang seharga Rp 275.000/kg. Harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha tersebut sudah termasuk biaya pengiriman ke Jepang. Harga tersebut layak diberikan karena harga jual tinggi merupakan tujuan utama ekspor agar mendapatkan keuntungan dan juga tidak mudah menjalankan usaha pembesaran ikan sidat, maka dari itu diberikan harga jual yang tinggi. Diberikan bobot sebesar 0,15 dan rating sebesar 3 karena harga jual ikan sidat yang tinggi penting dan berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

- **Identifikasi Faktor Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan merupakan kekurangan yang menjadi penghalang dan dapat menjadi penyebab terjadinya kerugian pada usaha. Adapun kelemahan pada

usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas antara lain: kurang memperhatikan sanitasi dan kurangnya pakan ikan sidat. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kurangnya benih ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas ada 18 kolam yang masih kosong, sedangkan benih ikan sidat yang dibeli oleh pemilik usaha masih sedikit dan hanya menggunakan 15 kolam sebagai media pembesaran. Permintaan dari negara Jepang juga melimpah, maka dari itu diberikan bobot sebesar 0,10 dan rating 3 karena kurangnya benih ikan sidat cukup penting dan cukup berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

2. pakan alami ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas pakan yang dibutuhkan untuk kelangsungan hidup ikan sidat sangat banyak, mengingat ikan sidat memiliki nafsu makan yang tinggi. Pakan yang diberikan yaitu pakan buatan berupa cacing sutra kering (Tubifex) dan pakan alami cacing sutra yang dibudidayakan oleh pemilik usaha sendiri. Meskipun sudah membudidayakan cacing sutra, pemilik usaha tetap kekurangan pakan alami untuk pembesaran ikan sidat. Berdasarkan fakta dilapang pemberian bobot sebesar 0,15 dikarenakan faktor ini penting bagi keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas sedangkan rating sebesar 2 diberikan karena kurangnya pakan ikan sidat berpengaruh bagi kualitas ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas.

3. Kurangnya promosi ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, pemilik usaha tidak melakukan promosi melalui media sosial maupun brosur. Konsumen luar negeri yang datang langsung ke Indonesia dan mencari tahu para pembudidaya ikan sidat melalui kedinasan-kedinasan perikanan dan lembaga-lembaga yang

mengetahui usaha budidaya maupun pembesaran ikan sidat didaerah tersebut, hal ini dikarenakan jenis ikan sidat *Anguilla bicolor* yang dikonsumsi oleh konsumen luar negeri sumberdayanya melimpah di perairan Jawa, Sulawesi dan Kalimantan. Maka dari itu diberikan bobot sebesar 0,10 dan rating sebesar 3 karena promosi cukup penting dan cukup berpengaruh terhadap usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

4. Kurangnya teknologi dalam membedakan species ikan sidat

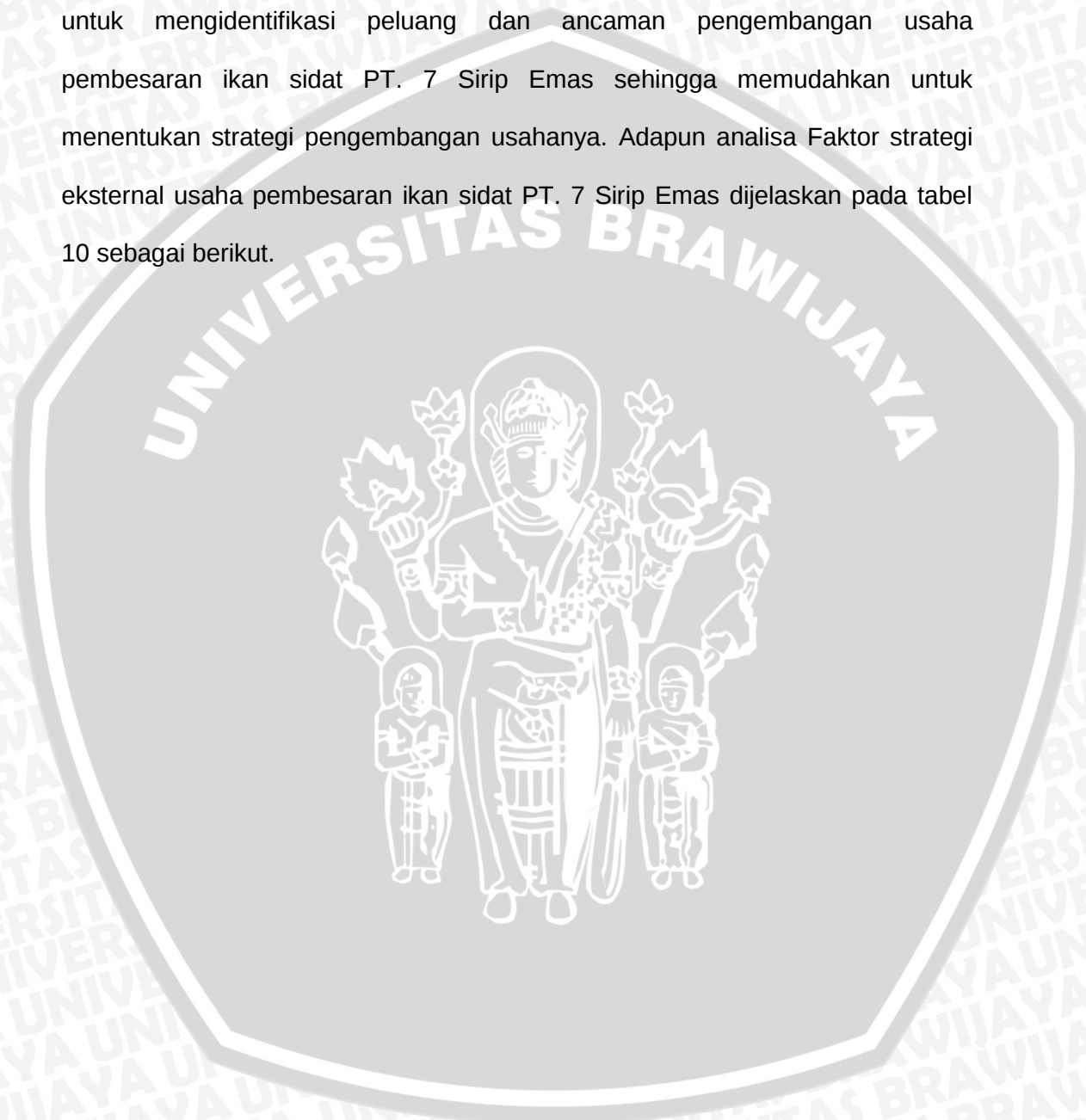
Dalam penentuan species ikan sidat terutama untuk ikan sidat yang masih berusia 1 hari, belum bisa ditentukan dan belum ada teknologi yang bisa membedakannya di Indonesia, sedangkan di negara Jepang, sudah ada teknologi yang bisa membedakan species ikan sidat saat masih berusia 1 hari. Karena membedakan ikan sidat yang masih berusia 1 hari sangat penting agar ikan sidat yang diminta oleh pelanggan dapat terpenuhi.

Setelah faktor-faktor strategis internal pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas diidentifikasi, data faktor-faktor strategi internal dimasukkan pada tabel analisis faktor strategis internal (IFAS) dan dilakukan pemberian skor. Pemberian bobot dilakukan berdasarkan seberapa pentingnya faktor tersebut bagi keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, sedangkan pemberian rating dilakukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut bagi keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

Berdasarkan Tabel 9, matriks hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas diperoleh skor pada faktor kekuatan sebesar 1,90 dan skor pada faktor kelemahan sebesar 1,20. Sehingga dalam pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dari faktor internal yaitu faktor kekuatan lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor kelemahan.

5.5.2 Faktor Strategi Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor dari lingkungan luar usaha yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan melihat faktor-faktor di luar usaha untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas sehingga memudahkan untuk menentukan strategi pengembangan usahanya. Adapun analisa Faktor strategi eksternal usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dijelaskan pada tabel 10 sebagai berikut.



Tabel 10. Matrik EFAS Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	B X R	Keterangan
1.	Peluang (<i>Opportunities</i>)				
	1. Sumberdaya alam dan lingkungan yang mendukung	0,20	4	0,80	Sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	2. Permintaan ikan sidat yang terus meningkat	0,15	3	0,45	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	3. Sarana dan Prasarana yang mendukung	0,15	3	0,45	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	4. Adanya bantuan dan kerjasama dengan Dinas Perikanan Kota Malang	0,20	4	0,80	Sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	Jumlah	0,70		2,40	
2.	Ancaman (<i>Threat</i>)				
	1. Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat	0,15	2	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	2. Harga benih ikan sidat yang tidak menentu	0,15	2	0,30	Penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas
	Jumlah	0,30		0,60	
	Total EFAS	1,00		3,00	

- **Identifikasi Faktor Peluang (*Opportunities*)**

Peluang adalah perubahan yang dapat dilihat sebelumnya dalam waktu dekat dan dimasa mendatang yang akan memberikan keuntungan untuk

pengembangan usaha. Adapun peluang pada usaha pembesaran ikan sidat PT.

7 Sirip Emas yaitu:

1. Sumberdaya alam dan lingkungan yang mendukung

Potensi sumberdaya alam (SDA) di berbagai daerah di pulau Jawa dalam penyediaan bibit ikan sidat yang memadai dan ketersediaan air di Desa Sumberpucung merupakan faktor penunjang dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Tanpa adanya sumberdaya dan lingkungan yang mendukung maka usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas tidak akan berjalan dengan baik. Dengan demikian menjadikan peluang bagi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas untuk dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Bobot sumberdaya alam dan lingkungan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberhasilan usaha, sehingga diberikan bobot sebesar 0,20 dan rating sebesar 4 karena faktor ini sangat berpengaruh pada kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

2. Permintaan ikan sidat yang terus meningkat

Ikan sidat ukuran konsumsi PT. 7 Sirip Emas selalu habis terjual setiap tahunnya, hal ini ditunjukkan dengan adanya permintaan dari negara lain selain negara Jepang tetapi belum dapat terpenuhi oleh pemilik usaha. Hal ini menunjukkan permintaan konsumen terhadap ikan sidat masih tinggi. Dengan demikian menjadikan peluang besar bagi usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas untuk menghasilkan keuntungan yang besar di masa mendatang. Bobot tertinggi sebesar 0,15 diberikan pada faktor ini karena permintaan yang terus meningkat penting bagi keberlanjutan suatu usaha. Rating sebesar 3 diberikan karena faktor permintaan ikan sidat berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha di masa mendatang.

3. Sarana dan prasarana yang mendukung

Sarana dan prasarana merupakan faktor pendukung yang sangat penting terhadap keberhasilan suatu usaha untuk berkembang. Dengan adanya sarana dan prasarana di Desa Sumberpucung seperti akses jalan yang baik, transportasi dan komunikasi yang memadai dapat mempermudah suatu usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dalam proses pengiriman benih ikan sidat ke lokasi usaha dan dalam pemasaran ikan sidat ukuran konsumsi untuk tujuan ekspor. Bobot yang diberikan pada faktor peluang sarana dan prasarana yang mendukung sebesar 0,15 dan rating sebesar 3, karena sarana dan prasarana tersebut penting dan berpengaruh terhadap kelancaran serta keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

4. Adanya bantuan dan Kerjasama dengan Dinas Perikanan Kota Malang

Usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas bekerjasama dengan Dinas Perikanan Kota Malang, sehingga konsumen yang mencari usaha pembesaran ikan sidat dapat mengetahuinya melalui kedinasan tersebut. Hal ini merupakan cara pemilik usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas mendapatkan konsumen terutama konsumen dari luar negeri, karena usaha ini untuk tujuan ekspor. Bobot yang diberikan pada faktor ini adalah 0,20 dengan rating sebesar 4 dikarenakan adanya bantuan dari pemerintah Dinas Perikanan kota Malang Jawa Timur sangat penting dan sangat berpengaruh dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas tersebut.

• **Identifikasi Faktor Ancaman (*Threat*)**

Ancaman adalah gejala-gejala yang merupakan dampak negatif atas keberhasilan usaha, namun umumnya berada diluar kendali usaha. Apabila ancaman tersebut tidak diatasi maka akan menjadi kendala bagi pengembangan usaha. Berikut ini adalah ancaman-ancaman terhadap usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas:

1. Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat

Dengan adanya penyakit yang menyerang ikan sidat, usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas terancam untuk memproduksi lebih banyak lagi ikan sidat ukuran konsumsi. Karena PT. 7 Sirip Emas belum menemukan obat yang tepat untuk mengatasi penyakit yang menyerang ikan sidat, maka akan mempengaruhi proses pembesaran ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas. Berdasarkan fakta dilapang bobot sebesar 0,15 dan rating sebesar 2 diberikan karena adanya penyakit yang menyerang ikan sidat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

2. Harga benih ikan sidat yang tidak menentu

Harga benih ikan sidat yang dibeli oleh pemilik usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas sering berubah-ubah. Saat harga benih ikan sidat berubah atau tidak menentu, pemilik usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas akan menaikkan harga ikan sidat konsumsi yang diekspor. Dengan adanya fakta di lapang maka pemberian bobot sebesar 0,05 dan rating sebesar 4 diberikan karena harga benih ikan sidat yang tidak menentu tidak penting dan tidak berpengaruh terhadap keberhasilan dan kelancaran usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

Setelah faktor-faktor strategis eksternal pada usaha pembesaran ikan sidat diidentifikasi, data faktor-faktor strategi eksternal dimasukkan pada tabel analisis faktor strategis eksternal (EFAS) dan dilakukan pemberian skor. Pemberian bobot dilakukan berdasarkan seberapa pentingnya faktor tersebut bagi keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat sedangkan pemberian rating dilakukan berdasarkan seberapa besar pengaruh faktor tersebut bagi keberhasilan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas.

Berdasarkan Tabel 10, Matriks hasil analisis faktor strategis eksternal (EFAS) pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas diperoleh skor pada faktor peluang sebesar 2,40 dan skor pada faktor ancaman sebesar 0,60 sehingga dalam pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dari faktor eksternal yaitu faktor peluang lebih berpengaruh dibandingkan dengan faktor ancaman.

5.5.3 Strategi Perencanaan Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal dan internal maka dapat diidentifikasi strategi pengembangan usaha dengan melihat faktor-faktor yang menjadi peluang, ancaman kekuatan dan kelemahan, yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Analisis matrik SWOT dengan alternatif strategi dapat dilihat pada Tabel 11.



Tabel 11. Matriks SWOT Pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) 1. Lokasi usaha yang strategis 2. Pelanggan tetap 3. Usaha layak dijalankan dari aspek finansial 4. Harga jual tinggi	Kelemahan (W) 1. Kurangnya benih ikan sidat 2. Kurangnya pakan ikan sidat 3. Kurangnya promosi 4. Kurangnya teknologi dalam membedakan species ikan sidat
	Peluang (O) 1.SDA dan lingkungan yang mendukung 2.Permintaan ikan sidat yang terus meningkat 3.Sarana dan prasarana yang mendukung 4.Adanya bantuan dan kerjasama dengan Dinas Perikanan Kota Malang	Strategi SO • Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, penyedia benih ikan sidat, Pemerintah, dan lain-lain • Menambah jaringan/pelanggan tetap ikan sidat • Menginvestasikan sebagian keuntungan untuk tempat pembesaran ikan sidat yang lebih baik • Menyusun rencana bisnis yang lebih baik untuk masa yang akan datang • Menambah jumlah produksi ikan sidat
	Strategi WO • Memperhatikan sanitasi dengan memperketat pengawasan dalam kegiatan pembesaran ikan sidat • Menambah jumlah produksi cacing sutra untuk pakan alami ikan sidat	Strategi ST 1. Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat 2. Harga benih ikan sidat yang tidak menentu
	Ancaman (T) 1. Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat 2. Harga benih ikan sidat yang tidak menentu	Strategi WT • Mencari solusi untuk melakukan stok benih ikan sidat yaitu menjalin kerjasama dengan pemasok-pemasok benih ikan sidat. • Memperkenalkan ikan sidat kepada masyarakat setempat

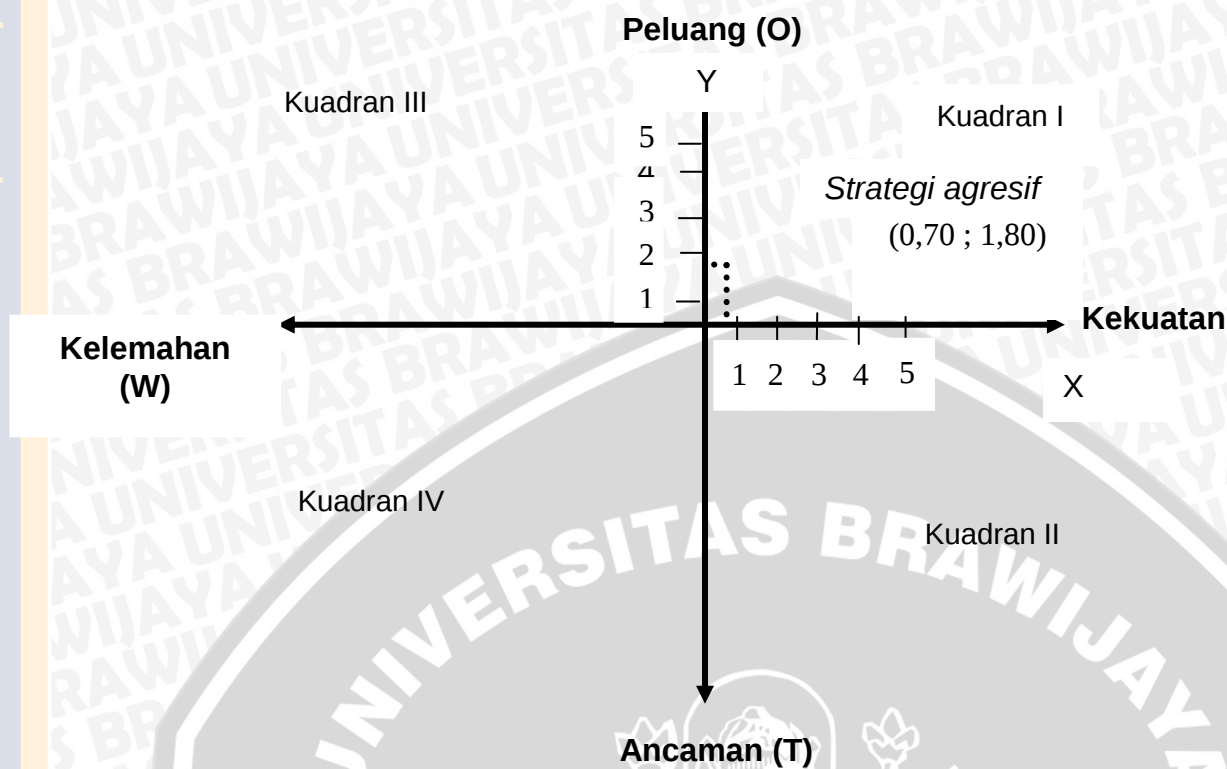
Dari hasil pengolahan data faktor internal dan eksternal pada usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, diperoleh skor masing-masing faktor sebagai berikut :

1. Skor untuk faktor kekuatan = 1,90
2. Skor untuk faktor kelemahan = 1,20
3. Skor untuk faktor peluang = 2,40
4. Skor untuk faktor ancaman = 0,60

Untuk menentukan titik koordinat strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas, dilakukan perhitungan terhadap faktor internal dan faktor eksternal dengan diagram analisis SWOT.

- Sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal dan diperoleh nilai koordinat (x) sebesar : $X = 1,90 - 1,20 = 0,70$
- Sumbu vertikal (y) sebagai faktor eksternal dan diperoleh nilai koordinat (y) sebesar : $Y = 2,40 - 0,60 = 1,80$

Nilai-nilai koordinat pada diagram SWOT bernilai positif, sumbu horizontal (x) sebesar 0,70 dan sumbu vertikal (y) sebesar 1,80. Gambar diagram analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Matriks Grand Strategy (MGS)

5.5.4 Strategi Pengembangan Usaha Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT diketahui bahwa berdasarkan hasil skoring yang dilakukan terhadap faktor-faktor Internal dan eksternal diperoleh nilai koordinat yang terletak di kuadran I. Mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*). Strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat adalah sebagai berikut :

1. Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan tetap, penyedia benih dan Pemerintah

Pelanggan tetap bisa dikatakan sangat berperan penting dalam usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas. Tanpa pelanggan tetap, usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas tidak akan bisa berjalan baik. Maka dari itu pemilik usaha perlu menjaga komunikasi yang baik kepada pelanggan tetap, agar tetap percaya terhadap kualitas ikan sidat dan terus membeli ikan sidat dari

PT. 7 Sirip Emas. Pemilik usaha juga harus menjaga hubungan yang baik kepada penyedia benih agar benih yang dibutuhkan selalu tersedia, serta menjaga hubungan yang baik dengan Pemerintah agar membuka peluang bagi pemilik usaha dalam menambah pelanggan tetap.

2. Menambah pelanggan tetap ikan sidat

Dilihat dari banyaknya permintaan ikan sidat dari luar negeri, maka dari itu perlu menambah pelanggan tetap agar produksi ikan sidat juga bertambah dan keuntungan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas juga meningkat.

3. Menginvestasikan sebagian keuntungan untuk tempat usaha pembesaran ikan sidat yang lebih baik

Keuntungan yang diperoleh pemilik usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas alangkah baiknya diinvestasikan sebagian untuk membeli peralatan yang lebih baik lagi dan memperbaharui tempat usaha pembesaran ikan sidat agar usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas semakin berkembang dan lebih baik lagi ke depannya.

4. Menyusun rencana bisnis

Dalam mengembangkan usaha pembesaran ikan sidat yang lebih baik lagi, perlu adanya perencanaan bisnis untuk ke depan. Hal tersebut dapat berpengaruh untuk usaha pembesaran di masa yang akan datang.

5. Menambah jumlah produksi ikan sidat

Mengingat banyaknya negara-negara pengkonsumsi ikan sidat dan membutuhkan ikan sidat, maka usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas perlu menambah jumlah produksi ikan sidat agar pelanggan tetap semakin banyak serta keuntungan yang diperoleh juga semakin tinggi.

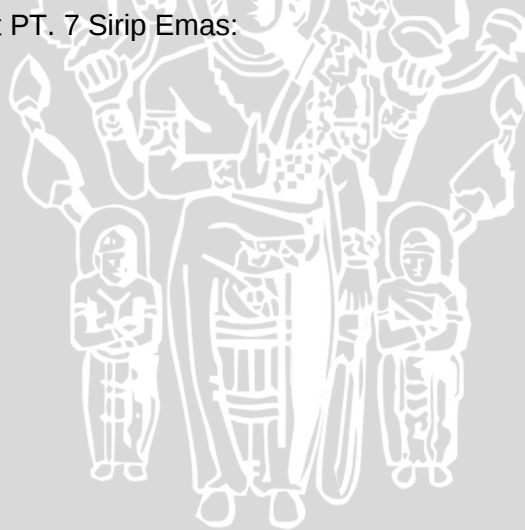
6. Menambah pakan alami ikan sidat

Pada usaha pembesaran ikan sidat, pakan alami ikan sidat yaitu cacing sutra hidup masih belum cukup memenuhi kebutuhan ikan sidat tersebut, karena

kebutuhan makan ikan sidat sangat tinggi. Maka dibutuhkan penambahan produksi cacing sutra hidup dengan cara meningkatkan media yang digunakan dalam produksi cacing sutra berupa ampas tahu dan pupuk alami.

5.5.5 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan arah perkembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) dan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang diterapkan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Namun demikian, pada usaha pembesaran ikan sidat ini masih terdapat kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat perkembangan usaha sehingga perlu adanya strategi lain untuk pengembangan usaha. Berikut adalah strategi alternatif yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas:



Tabel 12. Strategi SO, WO, ST, dan WT

No.	Komponen	Keterangan
1.	Strategi SO (<i>Strenghts Opportunities</i>)	✚ Lokasi usaha yang strategis ✚ Usaha layak untuk dijalankan dari aspek finansil ✚ Pelanggan tetap ✚ Harga jual tinggi ✚ Sumberdaya alam dan lingkungan yang mendukung ✚ Permintaan ikan sidat terus meningkat ✚ Sarana dan prasarana yang mendukung ✚ Adanya bantuan dari Dinas Perikanan Kota Malang
2.	Strategi WO (<i>Weakness Opportunities</i>)	✚ Kurangnya benih ikan sidat ✚ Kurangnya pakan alami ikan sidat ✚ Kurangnya promosi ✚ Kurangnya teknologi yang membedakan species ikan sidat ✚ Sumberdaya alam dan lingkungan yang mendukung ✚ Permintaan ikan sidat terus meningkat ✚ Sarana dan prasarana yang mendukung ✚ Adanya bantuan dari Dinas Perikanan Kota Malang
3.	Strategi ST (<i>Strenghts Treaths</i>)	✚ Lokasi usaha yang strategis ✚ Pelanggan tetap ✚ Usaha layak dijalankan dari aspek finansil ✚ Harga jual tinggi ✚ Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat ✚ Harga benih ikan sidat yang tidak menentu
4.	Strategi WT (<i>Weaknesses Treaths</i>)	✚ Kurangnya benih ikan sidat ✚ Kurangnya pakan alami ikan sidat ✚ Kurangnya promosi ✚ Kurangnya teknologi dalam penentuan species ikan sidat ✚ Adanya penyakit yang menyerang ikan sidat ✚ Harga benih ikan sidat yang tidak menentu

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Aspek teknis pada usaha ini sudah baik terlihat dari persiapan kolam, pemupukan, pengisian air, penebaran *glass eel*, kepadatan, pemberian pakan, pemanenan, pengemasan dan perawatan peralatan.
2. Aspek pemasaran pada usaha ini cukup baik terlihat dari hasil produksi ikan sidat yang selalu habis setiap diproduksi dan selalu ada permintaan setiap tahunnya.
3. Aspek manajemen pada usaha ini sudah baik, karena usaha ini memiliki struktur organisasi yang baik dan usaha dijalankan dengan teratur.
4. Terdapat kendala dari faktor *internal* dan *eksternal* pada usaha ini. Kendala internal yaitu kurangnya benih ikan sidat, kurangnya pakan alami ikan sidat, kurangnya promosi dan kurangnya teknologi dalam membedakan species ikan sidat. Sedangkan kendala eksternal yaitu adanya penyakit yang menyerang ikan sidat, harga benih ikan sidat yang tidak menentu.
5. Analisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dengan SWOT terletak pada kuadran I dengan menggunakan strategi agresif, yaitu mengoptimalkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki
6. Mengevaluasi dari aspek finansial usaha ini layak untuk dijalankan 10 tahun yang akan datang, karena menguntungkan terlihat dari besarnya nilai Rentabilitas 83,47% berada diatas tingkat suku bunga dan $NPV > 0$ sebesar Rp 12.957.526.704.

6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk usaha pembesaran ikan sidat PT. 7

Sirip Emas adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik usaha

- Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan tetap, penyedia benih ikan sidat dan Pemerintah
- Menambah jaringan atau pelanggan tetap ikan sidat
- Menginvestasikan sebagian keuntungan untuk tempat usaha pembesaran yang lebih baik
- Menyusun rencana bisnis yang lebih baik untuk masa yang akan datang
- Menambah jumlah produksi ikan sidat
- Melakukan promosi agar permintaan ikan sidat pada PT. 7 Sirip Emas meningkat
- Perencanaan bisnis yang disarankan dari analisis SWOT yaitu menerapkan strategi *Strength Opportunities* (SO), dengan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang berupa tingginya permintaan terhadap produk sari ikan gabus.

2. Bagi Pemerintah

- Meningkatkan ilmu dan teknologi yang bertujuan untuk mempermudah dalam pengelompokan species ikan sidat yang masih berukuran *glass eel*, yaitu dengan cara belajar dari negara yang ilmu dan teknologinya sudah mau seperti Jepang.

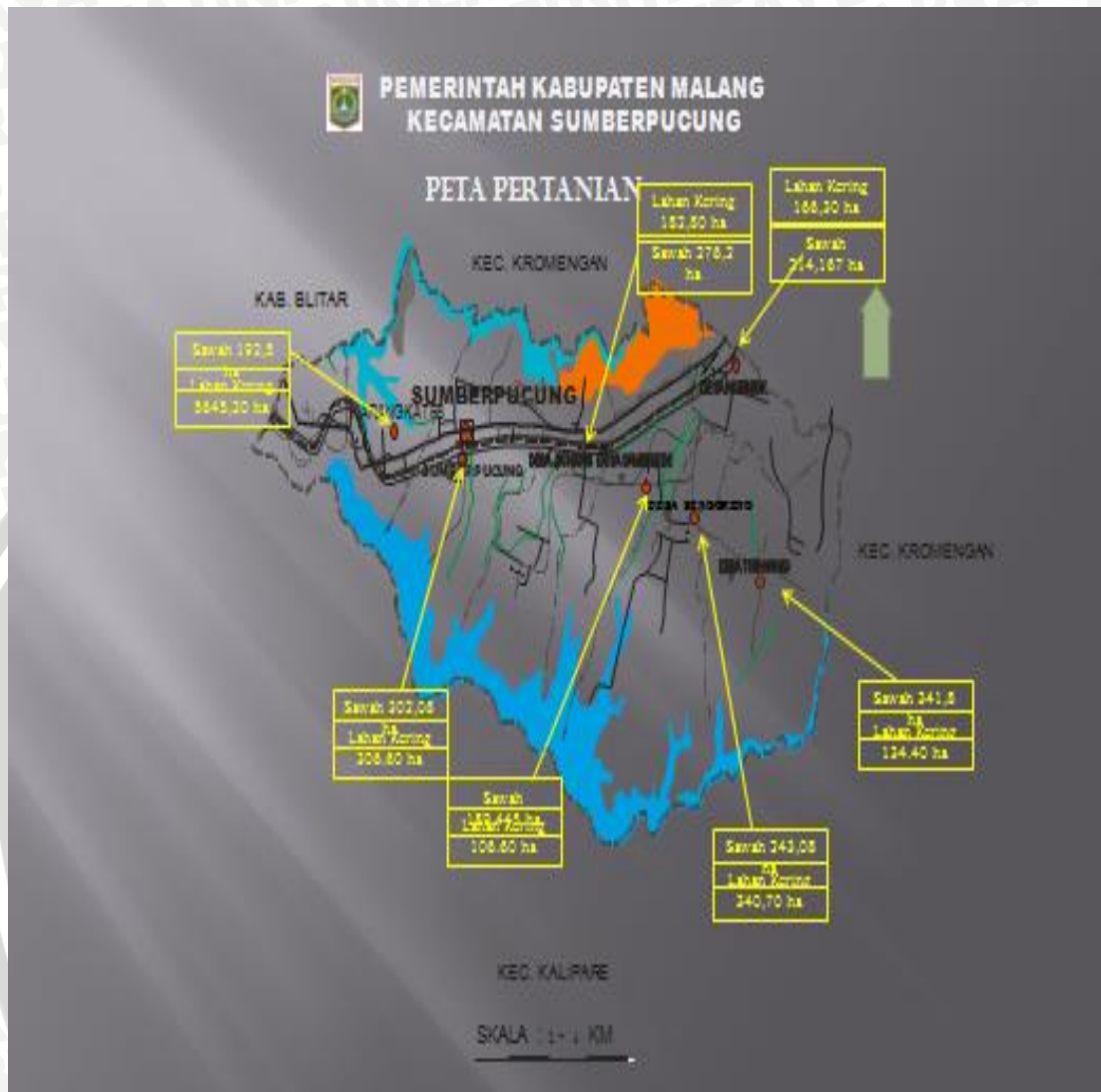
DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, R. 2001. *Budidaya Ikan Sidat*. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor. 35 hal.
- Aking. 2013. *Pengolahan dan Analisis Data Hasil Penelitian. Bahan Belajar Mandiri Metode Penelitian Pendidikan*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Amin, A. 2009. *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan*. Gravindo. Jakarta.
- Bachtiar. 2013. *Strategi Pengembangan Pemasaran Ikan Sidat (Anguilla bicolor) di Unit Pengelolaan Perikanan Budidaya (UPPB) Lamongan*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Basrowi dan Suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Deeler. C. L. 1984. Synopsis of biological data on the eel *Anguilla anguilla* (Linneawe, 1758) FAO Fisheries Synopsis No. 8 Revision 1. Food Agriculture Organization of the United Nation. Rome. 73p.
- Dwi, B., 2005. *Skripsi Pengaruh Modal Kerja Terhadap Rentabilitas Perusahaan pada PT Pos Indonesia (PERSERO), Bandung*. Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama. Bandung.
- Firdaus. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fuad, M., 2000. *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hanif. 2012. *Budidaya Ikan Sidat*. <http://ikansidat.fishbase.com>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2015.
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hendra. 2013. *Agribisnis Perikanan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Husnan, S dan Suwarsono. 1999. *Studi Kelayakan Proyek*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Jimmy. 2008. *Konsep Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen CAPS*, Yogyakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Prenada Media. Jakarta.
- Kapludin, Y., 2012. *Karakteristik dan Keragaman Biota pada Vegetasi Mangrove Dusun Wael Kabupaten Seram Bagian Barat*. Universitas Darussalam Ambon.

- Madura, J. 2001. *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marrus. 2002. *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Kerapu di Desa Labungan Kecamatan Brondong Lamongan Jawa timur*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. PT. Hanindita. Yogyakarta.
- Monroe, Allard C. R. Van Riel et al., 2006. *Markting Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. *Industrial Marketing Management* (12) 841-847.
- Musfiqon. 2012. *Pengolahan dan Analisis Data Hasil Penelitian. Bahan Belajar Mandiri Metode Penelitian Pendidikan*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.
- Musianto. 2002. *Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2007. *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nazir, Mohammad, 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Primyastanto, M, dan Istikharoh. 2003. *Aplikasi Evaluasi Proyek dalam Aspek Studi Kelayakan (Usaha Pembesaran Ikan Gurami)*. Fakultas Perikanan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Pudjosumanto, Mulyadi, 1985. *Evaluasi Proyek*. Liberty. Yogyakarta.
- Putra. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Kedua*. EKONISIA Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Rachmawati, R., 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, Frenddy, 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riana, F, D dan F, Baladina. 2005. *Teori Pemasaran, Aspek Pasar dan Strategi Pemasaran Perusahaan Agribisnis*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Riyanto. 2001. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Robin, 2012. *Potensi dan Permasalahan Pengembangan Budidaya Ikan Sidat*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Rukyani. 2013. *Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia*. Gramedia. Jakarta.

- Sasongko, Agus.,dkk. 2007. Sidat-Panduan Agribisnis Penangkapan, Pendederan dan Pembesaran. Cet 1. Penebaran Swadaya. Jakarta.
- Soekartiwi. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Salemba Empat. Jakarta.
- Subagyo, Ahmad. 2007. *Kelayakan Usaha*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Sucipto, A. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. UIN-Maliki Press. Malang.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Press. Jakarta.
- Swastha dan Sukotjo. 1988. *Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Citra Praya. Bandung.
- Tabeta. 2002. *Manajemen Usaha Pembenihan Udang Vannamei*. Penerbit Penebar Swadaya: Jakarta.
- Tjiptono. 2000. *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tohar, Muhammad. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius. Yogyakarta.
- Wahab, A. 2011. *Ekonomi Biaya Produksi*. <http://wahabxxxx.file.wordpress.com.2011/01/ekonomi-biaya-produksi.pdf>. Diakses pada tanggal 4 April 2015.





Lampiran 2. Modal Tetap Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas dalam 1 Tahun

No	Jenis Investasi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (1 Tahun)	Penyusutan dalam 1 Tahun (Rp)
1.	1).kolam (2,5 m ² x1,2m)	5 unit	1.500.000	7.500.000	10	750.000
	2).kolam (3,3 m ² x1,2m)	10 unit	2.000.000	20.000.000	10	2.000.000
	3). Kolam (10 m ² x 2,2m)	18 unit	3.000.000	54.000.000	10	5.400.000
2	Bak Filter	4 unit	3.750.000	15.000.000	2	7.500.000
3	Pompa air	3 buah	5.500.000	16.500.000	1	16.500.000
4	Timbangan digital	1 buah	2.000.000	2.000.000	5	400.000
5	Saringan	25 buah	15.000	375.000	1	375.000
6	Ember besar	4 buah	150.000	600.000	2	300.000
7	Selang	2 roll	250.000	230.000	1	230.000
8	Pipa paralon	14 buah	35.000	490.000	6	82.000
9	Jaring	5 buah	100.000	500.000	2	250.000
10	Pompa udara	7 buah	8.000.000	56.000.000	4	14.000.000
11	Batu gelembung	3 pak	300.000	900.000	1	900.000
12	Genset	1 buah	5.000.000	5.000.000	1	5.000.000
13	Bio ball	5 pak	200.000	1.000.000	2	500.000
14	Batu ziolit	5 pak	50.000	250.000	2	125.000
15	Aquarium	2 buah	30.000	60.000	1	60.000
16	Brush	5 buah	76.200	381.000	2	190.500
17	alat komunikasi	2 buah	2.500.000	5.000.000	1	5.000.000
18	Komputer	1 unit	9.000.000	9.000.000	10	900.000
19	Tangki air	5 buah	2.000.000	10.000.000	2	5.000.000
20	Oxygen generator	2 buah	20.000.000	40.000.000	2	20.000.000
21	Drum	3 buah	150.000	450.000	1	450.000
22	Sarana Transportasi					
	a) Mobil box	1 unit	220.000.000	220.000.000	10	22.000.000
	b) Sepeda Motor Honda Supra X	1 unit	11.000.000	11.000.000	10	1.100.000
Total				535.665.000		109.012.500

Lampiran 3. Modal Lancar Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas dalam 1 Tahun

No	Jenis Modal Lancar	Jumlah (Unit) dalam 1 Tahun	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)
1	Benih ikan sidat	3 kg	4.800.000	14.400.000
2	Tubifex	13500 bungkus	2.500	33.750.000
3	Cacing sutra	300 liter	25.000	7.500.000
4	Sakae	40 kg	22.500	900.000
5	Probiotik	5 galon	100.000	500.000
6	Tenaga kerja	8 orang	2.500.000	240.000.000
Total				297.050.000



Lampiran 4. Modal Kerja Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas dalam 1 Tahun

No.	Uraian	Jumlah (unit)	Harga (Rp/unit)	Harga Total (Rp)
1.	Benih ikan sidat	3 kg	4.800.000	14.400.000
2.	Tubifex	13500 bungkus	2.500	33.750.000
3.	Cacing sutra	300 liter	25.000	7.500.000
4.	Probiotik	5 galon	100.000	500.000
5.	Sakae	40 kg	22.500	900.000
6.	Tenaga kerja	8 orang	2.500.000	240.000.000
8.	Listrik		6.000.000	72.000.000
9.	Solar	5 liter	6.500	32.500
10.	Perawatan Peralatan		3.500.000	3.500.000
11.	Sewa Tanah dan Bangunan			100.000.000
12.	Penyusutan			109.012.500
13.	Pekerja Harian (5 orang)		500.000	2.500.000
Total				584.095.000

Keterangan : Semua modal yang akan digunakan pada pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas adalah modal sendiri.

Lampiran 5. Biaya Total Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas dalam 1 Tahun

A. Biaya Tetap

No.	Keterangan	Harga
1.	Sewa Tanah dan Bangunan	100.000.000
2.	Penyusutan	109.012.500
3.	Perawatan Peralatan	3.500.000
4.	Gaji Tenaga kerja (8 orang)	240.000.000
Total		452.512.500

B. Biaya Variabel

No.	Keterangan	Volume per Tahun	Harga per Tahun
1.	Benih ikan sidat	3 kg	14.400.000
2.	Tubifex	13500 bungkus	33.750.000
3.	Cacing Sutra	300 liter	7.500.000
4.	Probiotik	5 galon	500.000
5.	Sakae	40 kg	900.000
7.	Listrik		72.000.000
8.	Solar	5 liter	32.500
9.	Pekerja Harian (5 orang)		2.500.000
Total			131.582.500

C. Biaya Total = Total Biaya Tetap + Total Biaya Variabel

= Rp 452.512.500,- + Rp 131.582.500,-

= Rp 584.095.000,-

Lampiran 6. Analisis Finansil Jangka Pendek Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas dalam 1 Tahun

A. Penerimaan

Produksi ikan sidat 1 Tahun = 3 kg

1 kg benih ikan sidat → 6.000 ekor

6000 ekor – 1000 ekor (mati) = 5.000 ekor

= 5.000 ekor x 3 = 15.000 ekor

1 ekor = 250 gr = 0,25 kg

15.000 ekor x 0,25 kg = 3.750 kg

Harga ikan sidat per kg = Rp 275.000.-/kg

Maka, Penerimaan = 3.750 kg x Rp.275.000,-

= **Rp 1.031.250.000,-**

B. Revenue Cost Ratio (R/C)

$$\text{Revenue Cost Ratio (R/C)} = \frac{TR}{TC}$$

$$= \frac{\text{Rp } 1.031.250.000}{\text{Rp } 584.095.000}$$

$$= 1,76$$

C. Keuntungan

$$\Pi = TR - TC$$

$$= \text{Rp. } 1.031.250.000 - \text{Rp. } 584.095.000$$

$$= \text{Rp. } 447.155.000,-$$

D. Rentabilitas Usaha

$$\text{Rentabilitas} = \frac{L}{M} \times 100 \%$$

$$= \frac{\text{Rp } 447.155.000}{\text{Rp } 535.665.000} \times 100\%$$

$$= 83,47 \%$$

E. Break Even Point (BEP)

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

$$= \frac{\text{Rp } 452.512.500}{1 - \frac{\text{Rp } 131.582.500}{\text{Rp } 1.031.250.000}}$$

$$= \text{Rp } 514.218.750,-$$

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

$$= \frac{\text{Rp } 452.512.500}{\text{Rp } 275.000 - \frac{\text{Rp } 131.582.500}{3750}}$$

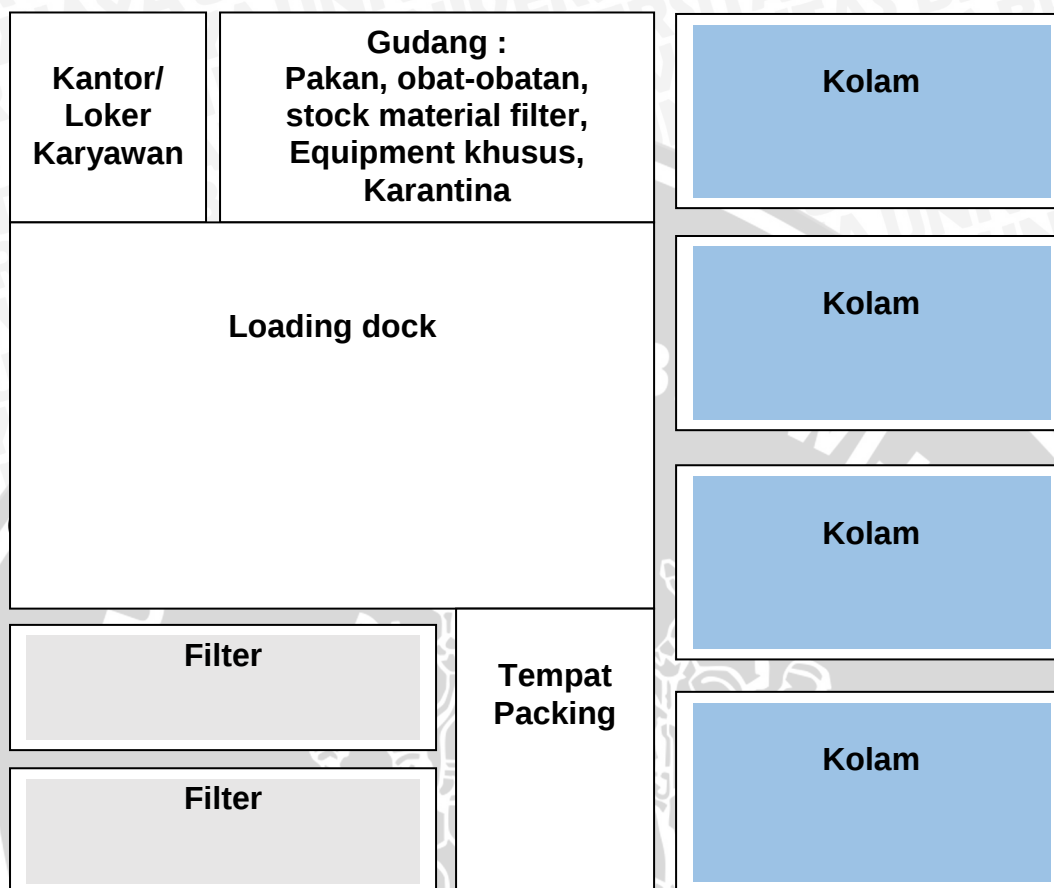
$$= 1410 \text{ Kg}$$

Lampiran 7. Analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas

No	Jenis Modal Investasi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total (Rp)	Umur Teknis (1 Tahun)	Penyusutan dalam 1 Tahun (Rp)	Nilai Kenaikan	Re-Invest Tahun Ke										Sisa Umur Teknis	Nilai Sisa (Rp)
								1%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	a). kolam (2,5m2x1,2m)	5	1.500.000	7.500.000	10	750.000	75.000										8.250.000	9	6.750.000
	b). kolam (3,3m2x1,2m)	10	2.000.000	20.000.000	10	2.000.000	200.000										22.000.000	9	18.000.000
	kolam (10m2x2,2m)	18	3.000.000	54.000.000	10	5.400.000	540.000						56.700.000				59.400.000	4	21.600.000
2	Bak filter	4	3.750.000	15.000.000	2	7.500.000	150.000						15.750.000				16.500.000	4	30.000.000
4	Pompa air	3	5.500.000	16.500.000	1	16.500.000	165.000	16.665.000	16.830.000	16.995.000	17.160.000	17.325.000	17.490.000	17.655.000	17.820.000	17.985.000	18.150.000	0	0
5	Timbangan digital	1	2.000.000	2.000.000	5	400.000	20.000						2.100.000				2.200.000	4	1.600.000
6	Saringan	25	15.000	375.000	1	375.000	3.750	378.750	382.500	386.250	390.000	393.750	397.500	401.250	405.000	408.750	412.500	0	0
7	Ember besar	4	150.000	600.000	2	300.000	6.000	606.000	612.000	618.000	624.000	630.000	636.000	642.000	648.000	654.000	660.000	0	0
8	Selang	2	250.000	230.000	1	230.000	2.300	232.300	234.600	236.900	239.200	241.500	243.800	246.100	248.400	250.700	253.000	0	0
9	Pipa paralon	14	35.000	490.000	8	82.000	4.900						514.500				539.000	4	328.000
10	Jaring	5	100.000	500.000	2	250.000	5.000						525.000				550.000	4	1.000.000
11	Pompa udara	7	8.000.000	56.000.000	4	14.000.000	560.000						58.800.000				61.600.000	5	70.000.000
12	Batu gelembung	3	300.000	900.000	1	900.000	9.000			927.000				954.000			981.000	2	1.800.000
13	Genset	1	5.000.000	5.000.000	1	5.000.000	50.000		5.100.000			5.200.000		5.300.000		5.400.000	5.500.000	1	5.000.000
14	Bio ball	5	200.000	1.000.000	2	500.000	10.000										1.100.000	9	4.500.000
15	Batu ziolit	5	50.000	250.000	2	125.000	2.500						262.500				275.000	4	500.000
16	Aquarium	2	30.000	60.000	1	60.000	600						63.000				66.000	4	240.000
17	Brush	5	76.200	381.000	2	190.500	3.810										419.100	9	1.714.500
18	Alat komunikasi	2	2.500.000	5.000.000	1	5.000.000	50.000						5.250.000				5.500.000	4	20.000.000
19	Komputer	1	9.000.000	9.000.000	10	900.000	90.000						9.450.000				9.900.000	4	3.600.000
20	Tangki air	5	2.000.000	10.000.000	2	5.000.000	100.000										11.000.000	9	45.000.000
21	Oxygen generator	2	20.000.000	40.000.000	2	20.000.000	400.000						42.000.000				44.000.000	4	80.000.000
22	Drum	3	150.000	450.000	1	450.000	4.500										495.000	9	4.050.000
23	Sarana transportasi																		
	a) Mobil box	1	220.000.000	220.000.000	10	22.000.000	2.200.000										242.000.000	9	198.000.000
	b) Sepeda Motor Honda Suora X	1	11.000.000	11.000.000	10	1.100.000	110.000										12.100.000	9	9.900.000
Total				560.325.000		109.012.500	4.762.360	17.882.050	23.159.100	19.163.150	23.613.200	210.005.250	25.021.300	18.944.350	24.521.400	20.279.450	522.869.600		523.582.500

NORMAL												
No.	Uraian	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	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		2.062.500.000	2.217.187.500	2.371.875.000	2.526.562.500	2.681.250.000	2.835.937.500	2.990.625.000	3.145.312.500	3.300.000.000	3.454.687.500
	Nilai Sisa											418.708.668
	Gross Benefit (A)		2.062.500.000	2.217.187.500	2.371.875.000	2.526.562.500	2.681.250.000	2.835.937.500	2.990.625.000	3.145.312.500	3.300.000.000	3.873.396.168
	PVGB		1.918.604.651	1.918.604.651	1.909.265.851	1.891.891.339	1.867.647.833	1.837.578.369	1.802.613.875	1.763.583.743	1.721.225.461	1.879.348.303
	Jumlah PVGB											18.510.364.075,64
ii	outflow (Cost)											
	Investasi Awal	560.325.000										
	Penambahan Investasi		17.882.050	23.159.100	19.163.150	23.613.200	210.005.250	25.021.300	18.944.350	24.521.400	20.279.450	522.869.600
	Biaya Operasional		421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833	421.998.833
	Gross Cost (B)	560.325.000	439.880.883	445.157.933	441.161.983	445.612.033	632.004.083	447.020.133	440.943.183	446.520.233	442.278.283	944.868.433
	PVGC	560.325.000	409.191.519,07	385.209.677	355.118.001	333.674.526	440.227.900	289.651.844	265.780.665	250.364.892	230.685.043	458.444.427
	Jumlah PVGC											
	Net Benefit (A-B)	-560325000	1.622.619.117	1.772.029.567	1.930.713.017	2.080.950.467	2.049.245.917	2.388.917.367	2.549.681.817	2.698.792.267	2.857.721.717	2.928.527.735
	PVNB	-560325000	1.509.413.132,09	1.533.394.974	1.554.147.850	1.558.216.812	1.427.419.933	1.547.926.525	1.536.833.211	1.513.218.852	1.490.540.418	1.420.903.876
iii	NPV	12.957.526.704	> 0 (Layak)									
iv	Net B/C	26,93	> 1 (Layak)									
v	IRR	299%	> 7,5% suku bunga deposito (Layak)									
vi	PP	0,37	Lama waktu pengembalian									

**Lampiran 9. Layout Usaha Pembesaran Ikan Sidat pada PT. 7 Sirip Emas
Desa Sumberpucung**



Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat 7. Sirip Emas Desa Sumberpucung

No.	Gambar	Keterangan
1.		PT. 7 Sirip Emas Jl. Werkudara Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur (Tempat Penelitian Usaha Pembesaran Ikan Sidat bagian luar)
2.		Bagian dalam Usaha Pembesaran Ikan Sidat PT. 7 Sirip Emas

3.		Bagian dalam PT. 7 Sirip Emas. Terdapat 33 kolam fiber ukuran kecil, sedang dan besar
4.		Wawancara dengan Bapak Johan selaku teknisi lapang pembesaran ikan sidat. Beliau menangani ikan sidat mulai benih ikan sidat didatangkan dari berbagai daerah hingga proses pemeliharaan ikan sidat sampai ukuran konsumsi (untuk ekspor)
5.		Glass eel yang sakit dimasukkan ke dalam aquarium untuk di karantina

6.		Glass eel yang mati karena terserang penyakit
7.		Kolam khusus tempat <i>Bio ball</i>, batu ziolit dan brush. Air kolam yang masuk ke dalam tempat ini akan diproses dan diolah kembali menjadi air yang jernih.
8.		Tempat budidaya pakan ikan sidat yaitu cacing sutra. Pemilik usaha juga membudidayakan cacing sutra tidak jauh dari tempat pembesaran ikan sidat.

9.		Probiotik digunakan untuk menjaga pertumbuhan cacing sutra
10.		Tempat pengemasan ikan sidat ukuran konsumsi yang akan diekspor. Lokasi pengemasan dekat dengan Bandara Juanda Surabaya.
11.		Bapak Paidi selaku divisi pengemasan menunjukkan styrofoam yang akan digunakan untuk tempat ikan sidat yang akan diekspor.

12.		Unagi Kabayaki merupakan makanan khas Jepang. Unagi Kabayaki adalah ikan sidat yang diolah menjadi makanan yang lezat dengan bumbu khas Jepang. Ikan sidat yang sudah diolah ini merupakan hasil ekspor ikan sidat dari PT. 7 Sirip Emas.
13.		Bersama Ibu Hanna selaku pemilik usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dan Bapak Rizky asisten yang selalu menemani ibu Hanna sekaligus sebagai teknisi dalam pembesaran ikan sidat.