STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI (*Cyprinus carpio*) PADA UD. "MATA IKAN" DI DESA BACEM KECAMATAN PONGGOK KABUPATEN BLITAR PROVINSI JAWA TIMUR

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

Oleh :
M MAULANA TSABIT KHAM
NIM. 115080400111032

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI (*Cyprinus carpio*) PADA UD. "MATA IKAN" DI DESA BACEM KECAMATAN PONGGOK KABUPATEN BLITAR PROVINSI JAWA TIMUR

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

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

Oleh :
M MAULANA TSABIT KHAM
NIM. 115080400111032

FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI (*Cyprinus carpio*) PADA UD. "MATA IKAN" DI DESA BACEM KECAMATAN PONGGOK KABUPATEN BLITAR PROVINSI JAWA TIMUR

Oleh :

M MAULANA TSABIT KHAM

NIM. 115080400111032

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 02 Oktober 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

	Menyetujui,
Dosen Penguji I	**Dosen Pembimbing I**
(Dr. Ir. Anthon Efani, MP)	**(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)**
NIP. 19650717 199103 1 006	**NIP. 19630820 198802 1 001**
Tanggal :	**Tanggal :**
Dosen Penguji II	**Dosen Pembimbing II**
(Tiwi Nurjannati, S.pi, MM)	**(Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP)**
NIP. 19750322 200604 2 002	**NIP. 19740228 198903 2 011**
Tanggal :	**Tanggal :**

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal :

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan skripsi yang saya tulis tentang "Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) pada UD. "Mata Ikan" di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur" adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

Malang, 02 Oktober 2015

Mahasiswa

M Maulana Tsabit Kham

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

M MAULANA TSABIT KHAM. Skripsi tentang Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio)* pada UD. “Mata Ikan” di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur (dibawah bimbingan **Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS** dan **Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP**).

Ikan koi merupakan salah satu jenis ikan hias air tawar yang saat ini masih menjadi trend dikalangan masyarakat, khususnya pecinta ikan hias. Ikan koi memiliki permintaan yang relatif stabil bahkan mengalami kenaikan dan ditunjang dengan harga yang relatif mahal serta cukup menjajikan keuntungan dibandingkan dengan ikan hias yang lain.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2015 di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Jawa Timur.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1).Menganalisis aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansiil operasional pembesaran ikan koi. 2).Menyusun perencanaan strategi kelayakan usaha pembesaran ikan koi berdasarkan aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansiil. 3).Menyusun strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan analisis SWOT dan analisis jangka panjang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Sedangkan jenis penelitian mengunakan metode Studi kasus. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan kuesioner. Jenis dan sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Metode analisis data yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Untuk analisis kualitatif yaitu meliputi : 1).Aspek teknis pada pembesaran ikan koi mulai dari persiapan sampai pemanenan. 2).Aspek pemasaran (permintaan dan penawaran, saluran pemasaran, margin pemasaran dan penetapan harga pada ikan koi). 3).Aspek manajemen. 4).Analisis SWOT perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koi kedepannya. Sedangkan untuk analisis deskriptif kuantitatif dengan menganalisa aspek *Finansiil* yang meliputi dua analisis jangka pendek dan analisis jangka panjang.

Aspek teknis pada usaha pembesaran ikan koi meliputi meliputi persiapan kolam (tempat/lokasi, peralatan, pembajakan tanah, pemupukkan, pengisian air), pengapuran, penebaran benih dan penyeleksian ikan, pemberian pakan, pemeliaharan ikan dari penyakit dan hama, dan pemanenan.

Analisis *finansiil* pada usaha pembesaran ikan koi meliputi analisis jangka pendek dan jangka panjang. Analisis jangka pendek selama setahun memperoleh penerimaan sebesar Rp.105.600.000,-, nilai RC ratio sebesar 2,86 yang artinya lebih dari 1 usaha ini menguntungkan, keuntungan sebesar Rp.68.625.917,-, rentabilitas/presentase keuntungan sebesar 186%, BEP sales mix great A sebanyak 298 ekor dengan harga Rp.15.000 dan penerimaan sebesar Rp.4.407.507,-, BEP sales mix great B sebanyak 519 ekor dengan harga 10.000 dan penerimaan sebesar Rp.5.193.342,-, BEP sales mix great C sebanyak 690 unit dengan harga Rp 7.000 dan penerimaan sebesar Rp.4.831.175,-.

Aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan koi meliputi permintaan ikan hias untuk ikan koi semakin meningkat dilihat dari penawaran yang dilakukan oleh UD. “Mata Ikan” selalu kurang untuk memenuhi permintaan yang tinggi, penetapan harga pada ikan koi sesuai dengan great atau kualitas yang sudah di tetapkan untuk great A harga Rp.15.000, great B harga Rp.10.000, dan great C harga Rp.7.000 saluran pemasaran usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” melalui perantara yang sudah menjadi pelanggan tetap dan margin yang

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

diperoleh oleh UD. “Mata Ikan” setiap great berbeda-beda untuk great A selisih sebesar Rp.2.000, great B selisih sebesar Rp.1.000, dan untuk great C selisih sebesar Rp.500.

Aspek manajemen pada usaha pembesaran ikan koi meliputi perencanaan sebelum melakukan kegiatan usaha pembesaran ikan koi masih bersifat sederhana, sistem pengorganisasian belum diterapkan masih dilakukan sendiri, pelaksanaan yang belum berjalan secara maksimal sedangkan pengawasan yang dilakukan hanya pengawasan pada saat dilakukan teknis pembesaran ikan koi dan perawatan ikan koi, tidak pada pengawasan keuangan dengan manajemen keuangan yang kurang baik.

Analisis SWOT meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Diagram analisis SWOT pada usaha pembesaran ikan koi arah pengembangan usaha dengan mendukung kebijakan strategi *diversifikasi* dengan memanfaatkan peluang dan mengoptimalkan kekuatan dari segi internal. Strategi pengembangan pada usaha pembesaran ikan koi yaitu memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka; mempertahankan kualitas ikan koi; memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung usaha budidaya dalam pengembangan usaha; mengikuti penyuluhan yang diadakan oleh instansi DKP.

Perencanaan pada finansiil pada usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” dengan analisis finansiil jangka panjang selama sepuluh tahun (2016-2025) pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada’ melakukan penambahan investasi sebesar Rp.77279.520,-, dengan *net present value* sebesar Rp.1.440.513.115,-, *net benefit cost ratio* sebesar 23,06, *internal rate of return* sebesar 261%, *payback period*/waktu pengembalian modal sekitar 0,39 tahun.

Saran yang diberikan peneliti untuk perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koi yaitu berdasarkan hasil analisis SWOT perlu diterapkan strategi *diversifikasi* memanfaatkan lokasi usaha yang strategis, menjaga hubungan baik dengan konsumen, mempertahankan kualitas ikan koi, mengikuti aktif penyuluhan yang diadakan oleh instansi DKP agar usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” dapat terus berkembang. Didapat kelemahan yaitu kurangnya tenaga kerja dan manajemen pembukuan keuangan yang kurang baik sehingga perlu menambah tenaga kerja agar lebih optimal dalam usaha dan memperbaiki manajemen pembukuan supaya lebih tertata dengan benar demi kemajuan usaha pembesaran koi. Berdasarkan perhitungan aspek finansiil didapat tingkat mortalitas mencapai 25% maka diharapkan kepada pemilik usaha untuk penambahan kapasitas produksi terhadap ikan koi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen pecinta ikan koi. Disarankan untuk para peneliti dilakukan penelitian lebih lanjut di lokasi lain untuk mendapatkan perbandingan dan gambaran yang lengkap tentang perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koi baik dari pemasukan dan pengeluaran.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan penyusunan laporan Skripsi yang berjudul "**Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur**" disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya.

Sehubungan dengan terselesaikannya laporan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih atas kesabaran, dukungan dan bantuan baik secara materil dan moril dalam menyelesaikan laporan skripsi ini sampai pada tahap akhir. rasa terimakasih diucapkan kepada:

1. Allah SWT berkat Rahmatnya. Kedua orang tua tercinta Ibunda Kusnul Chotimah dan Ayahanda Ahmad Masykur serta kedua Saudaraku Abdur Rozaq Ramadhan Kham dan Zainus Syarif Fawwas Kham yang selalu memberikan do'a dan dukungan secara penuh.
2. Bapak Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS dan Ibu Dr. Ir. Pudji Purwanti, MP sebagai pembimbing skripsi, mulai dari awal hingga akhir sampai pada penyelesaian laporan ini.
3. Bapak Dr. Ir. Anthon Efani, MP dan Ibu Tiwi Nurjannati Utami S.Pi, MM selaku penguji skripsi yang telah memberikan penilaian secara bijaksana.
4. Keluarga besar UD. "Mata Ikan" Bapak Syuhada, Ibu muntatik, Saudara Hasby, dan Saudari Ellya yang berkenan memberikan waktu dan tempat pada saat penelitian.

5. Teman-teman SOSEK 2011, Kontrakan Kalpataru 69B, Kost Bunga Lada, Jajaran Warkop Toli dan Kating 2011 yang telah memberi semangat selama proses penyusunan laporan Skripsi.
6. Terimakasih untuk Adek Dwin Yolandari Makhfiroh yang selalu sabar memberi semangat, motivasi, dan do'a.
7. Serta semua pihak terkait yang telah membantu dalam penyelesaian laporan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk dapat menyempurnakan laporan ini. Penulis berharap semoga laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak serta dapat mampu memberikan konstribusi bagi pembangunan perikanan di Indonesia.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 02 Oktober 2015
Mahasiswa

M Maulana Tsabit Kham

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
HALAMAN ORISINALITAS ..... **iii**
RINGKASAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DARTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Kegunan Penelitian 5

II. TINJAUAN PUASTAKA
2.1 Penelitian Terdahulu 6
2.2 Usaha Pembesaran Ikan Koi 8
2.2.1 Morfologi dan Klasifikasi Ikan Koi.....8
2.2.2 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Koi.....9
2.3 Aspek Manajemen 11
2.4 Aspek Pemasaran 12
2.5 Aspek Finansiil 14
2.5.1 Aspek Finansiil Jangka Pendek 14
2.5.2 Aspek Finansiil Jangka Panjang 19
2.6 Analisis SWOT 22
2.7 Perencanaan Bisnis 26
2.7.1 Aspek Studi Kelayakan Proyek 26
2.8 Kerangka Berfikir 28

III. METODE PENELITIAN
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....
3.2 Obyek Penelitian .....
3.3 Jenis Penelitian 29
3.4 Teknik Pengumpulan Data 30
3.5 Jenis dan Sumber Data 32
3.5.1 Data Primer 32
3.5.2 Data Sekunder 32

3.6 Analisis Data Deskriptif Kualitatif 33
3.6.1 Analisis Data Kualitatif 33
3.6.2 Analisis Data Kuantitatif 35

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN
4.1 Letak Geografis dan Topografis 37
4.2 Keadaan Penduduk 38
4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian 38
4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 39
4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia 40
4.3 Keadaan Umum Perikanan 41
4.4 Keadaan Umum Usaha Pembesaran Ikan Koi 42

V. HASIL DAN PEMBAHASAN
5.1 Sejarah Berdirinya Usaha UD. “Mata Ikan” 43
5.2 Aspek Teknis Usaha Pembesaran Ikan Koi 44
5.2.1 Sarana 45
5.2.2 Prasarana 48
5.2.3 Proses Produksi 49
5.3 Aspek Manajemen 59
5.3.1 Fungsi Perencanaan 60
5.3.2 Fungsi Pengorganisasian 60
5.3.3 Fungsi Pergerakan 61
5.3.4 Fungsi Pengawasan 62
5.4 Aspek Pemasaran 62
5.4.1 Permintaan dan Penawaran 63
5.4.2 Saluran Pemasaran 64
5.4.3 Margin Pemasaran 65
5.5 Aspek Finansiil 66
5.5.1 Permodalan 67
5.5.2 Biaya Produksi 67
5.5.3 Analisis Finansiil Jangka Pendek 69
5.6 Analisis SWOT Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi 72
5.6.1 Faktor Eksternal 73
5.6.2 Faktor Internal 82
5.6.3 Analisis Diagram SWOT 93
5.6.4 Matrik SWOT 96
5.7 Perencanaan Finansiil Jangka Panjang 100
5.8 Perencanaan Pengembangan Bisnis 106
5.9 Implikasi Hasil Penelitian 115

VI. KESIMPULAN DAN SARAN
6.1 Kesimpulan 117
6.2 Saran 119

DAFTAR PUSTAKA 120

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

LAMPIRAN 123

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. Matrik SWOT 23
2. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian 38
3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 39
4. Penduduk Berdasarkan Umur 40
5. Produksi Ikan Koi di Kabupaten Blitar Tahun 2011-2014 41
6. Peralatan Pembesaran Ikan Koi 46
7. Frekuensi Pemberian Pakan 55
8. Hama dan Cara Penanggulangan 56
9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Permintaan Ikan Koi 74
10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Sarana dan Prasarana 75
11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Dukungan dari Instansi DKP 76
12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating SDA dan tersedianya lahan 77
13. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kenaikan Harga Pakan 78
14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Adanya Pesaing Lain 79
15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Serangan Hama dan Penyakit ... 80
16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Perubahan Iklim dan Cuaca 81
17. Matriks EFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Koi 81
18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Mempunyai Indukan dan Menghasilkan Indukan Sendiri 83
19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Lokasi yang Strategis 84
20. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Hubungan Dengan Pengepul 85
21. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Memenangi Beberapa Kontes 86
22. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Keingingan Selalu Maju dan Belajar 87
23. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kurangnya Tenaga Kerja 88

24. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Produksi Ikan Koi Relatif Sedikit 89

25. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Manajemen Keuangan Kurang Baik 90

26. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Keterbatasan Modal 91

27. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Masih Kurang Mengerti Dalam Mengatasi Penyakit 92

28. Matriks IFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Koi 93

29. Matriks SWOT Usaha Pembesaran Ikan Koi 97

30. Asumsi Biaya Naik 90% dan Benefit Turun 43% 104

31. Asumsi Biaya Naik 35% dan Benefit Turun 60% 105

32. Asumsi Biaya Naik 99% 105

33. Asumsi Benefit turun 84% 106

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

1. Ikan Koi 9
2. Kerangka Berfikir 28
3. Diagram Analisis SWOT 34
4. Kolam Tradisional dan Semi Permanen 46
5. Penambahan Air pada Kolam 51
6. Penebaran Benih Ikan Koi 52
7. Proses Penyortiran Ikan Koi 54
8. Proses Pemberian Pakan 55
9. Kutu Ikan yang Menempel pada Benih Ikan Koi 57
10. Benih Ikan Koi yang Terjangkit Kutu Jarum 58
11. Proses Pemanenan Ikan Koi 58
12. Ikan Koi yang Sudah Dikemas 59
13. Saluran Pemasaran 65
14. Diagram Hasil Analisis SWOT 95
15. Website Perancanaan Pemasaran Ikan Koi 115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Peta Lokasi Penelitian 123
2. Modal Tetap dan Modal Lancar ..... 124`
3. Modal Kerja dan Biaya Tetap 125
4. Biaya Tidak Tetap, Biaya Produksi, Produksi dan Penerimaan 126
5. RC Ratio, Keuntungan, dan Rentabilitas 128
6. *Break Event Point* (BEP) 129
7. Analisis Penambahan Investasi (Re-investasi) 131
8. Analisis Jangka Panjang dalam Keadaan Normal 132
9. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 90% dan Benefit Turun 80% 133
10. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 35% dan Benefit Turun 60% 134
11. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 99% 135
12. Analisis Sensitivitas dengan Benefit Turun 84% 136
13. Perencanaan Bisnis Meningkatkan Pembelian Benih Sebesar 10% pada Usaha Pembesaran Ikan Koi di UD. “Mata Ikan” 137

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sumberdaya perikanan yang amat kaya dan sangat potensial untuk dikembangkan baik di wilayah perairan air tawar (darat) maupun perairan laut. Potensi sumberdaya perikanan di air tawar meliputi keanekaragaman jenis ikan dan lahan perikanan. Keanekaragaman jenis ikan memberikan peluang besar dalam kegiatan perikanan, baik untuk usaha perikanan tangkap di perairan umum maupun usaha pembesaran ikan di tambak, kolam dan sawah atau mina padi (Rukmana, 1997).

Ikan selain dikonsumsi ada juga yang dinikmati sebagai kesenangan, semisal ikan hias dengan berbagai jenisnya, Menurut Mulyadi (1990), mengatakan bahwa ikan hias merupakan salah satu organisme budidaya yang penting sebagai komoditas perdagangan, baik didalam maupun diluar negeri. Dalam hal ini terlihat adanya kecenderungan masyarakat untuk menikmati, memiliki, dan membudidayakan ikan hias. Daya tarik kepuasan batin dan keuntungan materi yang didapat dari ikan hias telah membangkitkan minat masyarakat untuk memelihara dan membudidayakannya.

Menurut Bachtiar (2002) ikan koi termasuk salah satu jenis ikan hias yang saat ini sedang trend dikalangan masyarakat, khususnya pecinta ikan hias. Hal ini dikarenakan ikan koi memiliki warna yang indah, bentuk tubuh yang eksostis dan gerakan menarik, serta harga ikan koi yang sangat menggiurkan wajar pangsa pasar koi pun semangkin ramai. Oleh sebab itu, banyak penghobi atau pebisnis yang terjun langsung memelihara ikan koi dan mengomersilkannya.

Masuknya ikan koi ke Indonesia dibawa oleh Hani Moniaga pada tahun 1981-1982 dan saat itu juga Hani Moniga mendirikan tempat budidaya ikan koi

dengan nama peternakan Leon dan Leony secara agroklimat dengan rata-rata panjang tubuh 90-100 cm dan umur ikan mencapai 50-70 tahun. Para pengusaha ikan koi di dalam negeri pada saat ini belum bisa memanfaatkan peluang pasar ikan koi secara optimal, sedangkan kondisi alam Indonesia sudah sangat menunjang untuk budidaya koi dan akhirnya usaha produksi ikan koi di Indonesia masih terbatas. Padahal di sisi lain, usaha budidaya ikan koi di Indonesia memiliki peluang untuk menyaingi Jepang. Sebab di Jepang memiliki beberapa hambatan antara lain lahan, upah tenaga kerja, dan juga dipengaruhi dengan cuaca 4 musim (Bachtiar, 2002).

Berdasarkan referensi di atas, Indonesia sebenarnya dapat bersaing dengan pembudidaya di Jepang dan juga dapat bersaing untuk memperluas pasar internasional dengan meningkatkan ekspor ikan hias terutama ikan koi. Karena seperti yang diketahui pembesaran ikan koi di Indonesia sangatlah terbuka lebar untuk melakukan kegiatan budidaya ikan koi, dengan adanya penunjang lahan yang sangat mencukupi dan cuaca yang sangat mendukung untuk melakukan pembesaran ikan koi.

Ikan koi juga terdapat perlombaanya yaitu *grand champion* kontes koi. Jepang sebagai kiblat koi dunia mempunyai beberapa organisasi, salah satu yang mempunyai banyak anggota *Zen Nippon Airinkai* (ZNA). Di indonesia sudah berdiri cabang ZNA yang masing-masing kota sudah aktif melakukan kontes, seperti di Bandung, Surabaya, dan Jakarta. Tidak mau ketinggalan Blitar sebagai salah satu sentra koi di Indonesia juga rutin dalam penyelenggaraan kontes sejak tahun 1999 (Trubus, 2000).

Menurut Effendy (2003) harga pasar tiap-tiap jenis ikan koi perekornya tergantung dari ukuran pola warna dan kualitas warna yang dimilikinya. Ukuran ikan koi yang banyak dijumpai di pasaran bervariasi, mulai dari 10 cm, 15 cm, 20 cm, 30 cm, dan 40 cm ke atas. Sedangkan berdasarkan kecerahan/ketajaman

warnanya, pola serta posisi belang warna tubuh, kualitasnya dapat dibedakan dalam 5 kelas. Sedangkan koi yang berukuran sekitar 40 cm, berkualitas bagus dan pernah memenangkan lomba pameran ikan koi Nasional, harganya dapat mencapai sekitar 50-100 juta rupiah.

Produksi ikan koi di Indonesia sampai saat ini, baik yang digunakan untuk memasok pasar lokal maupun internasional lebih banyak diramaikan oleh para importir ketimbang para penangkar. Lebih banyak pelaku bisnis yang mengimpor koi dari jepang untuk dipasarkan di dalam negeri. Padahal pola usaha seperti ini hanya bersifat temporal, tidak seperti usaha budidaya yang lebih bersifat jangka panjang dan memiliki prospek cerah jika peternak koi di Indonesia mampu memproduksi koi yang berkualitas, jaminan pasar domestiknya tidak ada masalah. Sebab itu telah terbukti koi yang bermutu tinggi sangat dinikmati konsumen. Sayangnya membudidayakan koi yang berkualitas perlu memerhatikan diantaranya pemilihan bibit, teknik pemberian pakan, dan kualitas pakan. Tak mengherankan jika kualitas koi lokal tetap tidak mampu menyaingi kualitas koi impor, terutama hal kecerlemangan warna (Dayat dan Sitanggang, 2004).

Melihat dari referensi di atas dapat disimpulkan pembesaran ikan koi tidak begitu rumit dan memerlukan biaya yang tidak begitu mahal karena koi sangatlah mudah untuk di budidayakan, maka dari itu perlu adanya suatu penelitian tentang perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ikan koi, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan perlu adanya perhitungan aspek finansiil untuk mengetahui usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem layak atau tidak. Selain itu juga untuk memanfaatkan peluang ikan hias terutama ikan koiyang masih terbuka lebar untuk pasar internasional maupun pasar nasional dengan harga yang sangat mengiurkan per ekornya.

1.2 Rumusan Masalah

UD. “Mata Ikan” merupakan penghasil ikan koi yang cukup besar di Kabupaten Blitar. Usaha ini memiliki dua tempat kolam pembesaran yaitu di Desa Bacem dan Desa Candirejo. Dilihat dari infrastruktur jalan dan sumber air yang sangat mendukung serta memiliki prospek pasar yang tinggi menjadikan usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” ini sebagai usaha yang menjajikan. Dalam pengembangan usaha ini banyak yang perlu diperhatikan mulai dari aspek teknis, aspek finansiil, aspek pemasaran, aspek manajemen. Aspek finansiil untuk mengetahui apakah usaha yang sudah dijalankan tersebut telah memberikan keuntungan secara ekonomi atau malah merugikan.

Dari latar belakang penelitian maka memungkinkan usaha tersebut untuk dikembangkan, dengan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pelaksanaan kegiatan usaha pembesaran ikan koi mulai dari persiapan sampai dengan pasca panen pada UD. “Mata Ikan”?
2. Bagaimana perencanaan strategi kelayakan usaha dari usaha pembesaran ikan koi berdasarkan aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansiil jangka panjang?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” jika menggunakan metode analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai untuk penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansiil operasional pembesaran ikan koi.
2. Menyusun perencanaan strategi kelayakan usaha pembesaran ikan koi berdasarkan aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansiil.

3. Menyusun strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan analisis SWOT dan analisis jangka panjang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

a. Penulis, dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan di dalam memahami sejauh mana teori-teori tersebut dapat dipergunakan untuk pemecahan masalah yang ada dan juga dapat dipraktekan dalam dunia bisnis setelah lulus dari bangku perkuliahan.
b. Pengusaha, sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, menjalankan maupun mengembangkan usahanya.
c. Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pembangunan disektor perikanan budidaya di Jawa Timur, khususnya pengembangan budidaya ikan koi.
d. Masyarakat umum, sebagai informasi mengenai perkembangan sektor usaha pembesaran ikan koi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Ikan Koi (*Cyprinus carpio L*) salah satu ikan hias air tawar yang mempunyai permintaan yang relatif stabil bahkan mengalami kenaikan dan ditunjang dengan harga yang relatif mahal serta cukup menjanjikan keuntungan dibandingkan dengan ikan hias yang lainnya. Oleh karena itu penduduk setempat banyak yang melakukan usaha budidaya ikan koi. Penduduk setempat melakukan usaha ini sebagai usaha sampingan yang hasilnya dapat digunakan untuk membantu pendapatan keluarga, meskipun ada yang mengusahakannya sebagai mata pencaharian pokok. Walaupun sifatnya hanya sebagai usaha sampingan, namun dapat memberikan keuntungan tambahan sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan rumah tangga. Langkah-langkah dalam persiapan kolam pemijahan antara lain: pertama-tama saluran pembuangan dibuka untuk menguras air, kemudian dinding dan dasar kolam disikat untuk membersihkan lumut dan kotoran yang ada. Dari hasil perhitungan R/C ratio dari seluruh responden, diperoleh bahwa nilai R/C ratio berkisar antara 1,7 - 9,4 atau R/C ratio > 1. Hal ini berarti bahwa usaha budidaya ikan koi memberikan keuntungan, karena penerimaan total yang diperoleh nilainya lebih besar daritotal biaya yang dikeluarkan (Hermawan, 2007).

Menurut Sakti (2014), menunjukkan bahwa kegitan usaha budidaya dan pemasaran ikan koi di Kecamatan Nglegok bagi masyarakat didaerah tersebut merupakan pekerjaan yang cukup menjajikan hanya saja adanya permasalahan yang sering muncul pada pemasaran ikan koi di Kecamatan Nglegok yaitu panjangnya saluran pemasaran di tingkat pedagang, sehingga menyebabkan tidak efisiennya proses pemasaran dan berdampak semakin tingginya perbedaan harga pada saat berada pada tingkat konsumen (penghobi). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa panjangnya saluran pemasaran ikan koi khususnya ikan koi kelas A, hal ini berimplikasi pada perbedaan margin dan efisiensi pemasaran yang berbeda-beda dan bervariasi sesuai dengan kualitas ikan dan segmentasi pasar yang dimiliki oleh masing-masing lembaga tersebut. Langkah yang dapat diambil untuk mengatasi permasalahan panjangnya saluran pemasaran adalah dengan cara membuat sebuah pasar ikan hias yang berada dekat dengan kawasan minapolitan dan memberdayakan pelaku usaha yang ada disekitarnya baik itu pembudidaya, pedagang, pemerintah maupun pihak swasta yang ingin menyumbangkan tenaganya untuk memajukan kawasan minapolitan, sehingga dengan dibuatnya pasar ikan hias yang berada didekat komoditas yang akan diperjual belikan (ikan koi), diharapkan dapat meminimalisir saluran dan biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran.

Menurut Alfiansyah (2014), menunjukkan usaha pembesaran ikan hias air tawar dapat menciptakan nilai tambah secara signifikan bagi masyarakat Indonesia pada masa krisis ekonomi saat ini. Hal ini disebabkan oleh komoditas ikan hias air tawar memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di pasar. Ikan koi merupakan salah satu jenis ikan hias yang saat ini sedang trend dan terkenal di kalangan masyarakat, khususnya pecinta ikan hias. Bukan hanya itu, saat ini banyak sekali hobis atau pebisnis yang terjun langsung memelihara koi dan mengomersilkannya. Berdasarkan hasil analisis finansiil pada usaha ini meliputi analisis jangka pendek selama setahun memperoleh penerimaan sebesar Rp.82.200.000,-, nilai R/C ratio sebesar 3,11 yang artinya lebih dari 1 usaha ini menguntungkan, keuntungan sebesar Rp.58.486.833,-, rentabilitas/presentase keuntungan sebesar 211%, BEP sales mix grade A sebanyak 112 ekor dengan harga Rp.40.000 dan penerimaan sebesar Rp.4.513.332,-, BEP sales mix grade B sebanyak 429 ekor dengan harga 7.000 dan penerimaan sebesar Rp 3.008.888,- BEP sales mix grade C sebanyak 705 unit dengan harga Rp 4.000 dan

penerimaan sebesar Rp.2.820.832,-, BEP sales mix grade D sebanyak 1.880 ekor dengan harga Rp 1.000 dan penerimaan sebesar Rp 1.880.555,-.

2.2 Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio)*

Menurut Effendy (2003), di Indonesia pengusaha budidaya ikan hias dapat dibedakan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah pengusaha yang cukup memiliki modal, kelompok ini tanggap terhadap perubahan siuasi pasar lokal maupun internasional, sehingga jenis ikan hias yang dibudidayakan disesuaikan dengan permintaan pasar. Sasaran produknya untuk memasok pasar internasional. Sarana budidaya yang dimiliki jauh lebih maju berskala besar. Meskipun demikian pengusaha ikan hias kelompok ini secara keseluruhan belum mengarah ke skala industri. Kelompok kedua merupakan petani nelayan, kelompok ini pada umumnya berupa pengusaha bermodal lemah, berbekal pengetahuan dari keluarga yang diteruskan secara turun-menurun. Tujuannya tidak lain hanya untuk menambah penghasilan sehari-hari. Jenis ikan hias yang dibudidayakan pun sangat terbatas.

2.2.1 Morfologi dan Klasifikasi Ikan Koi (*Cyprinus carpio)*

Tubuh koi (*Cyprinus carpio)* berbentuk bulat lonjong memanjang dan agak sedikit pipih ke samping (*compresed*). Ada pula yang menyebut bentuk ikan ini mirip torpedo atau kapal selam dan ada pula mengidentifikasi seperti zeppelin pesawat berbahan gas. Tubuh ikan koi dibagi menjadi tiga bagian, yakni: kepala, badan, dan ekor. Pada tubuh ikan koi dilengkapi sirip yang berguna sebagai alat gerak, yakni sirip punggung (dorsal fin), sepasang dada (pectoral fin), sepasang sirip perut (ventral fin), sirip anus (anal fin), dan sirip ekor (caudal fin) (Penebar Swadaya, 2008)

Gambar 1. Ikan koi

Ada pun klasifikasi dari ikan koi (*Cyprinus carpio)* menurut Bachtiar (2002) adalah sebagai berikut :

Filum	: Chordata
Subfilum	: Vertebrata
Superkelas	: Gnathostomata
Kelas	: Osteichthyes
Superordo	: teleostei
Ordo	: Ostariophysi
Famili	: Cyprinidae
Genus	: Cyprinus
Spesies	: *Cyprinus carpio*

2.2.2 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Koi

Aspek teknis biasa disebut juga dengan aspek produksi yang mana hal-hal didalamnya perlu diperhatikan kembali mulai dari masalah dalam penentuan produksi, tata letak (lay out), 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 (Kasmir dan Jakfar, 2008).

- **Fisiologi**

Ikan koi hidup di daerah beriklim sedang pada perairan air tawar. Ikan koi juga dapat hidup pada kisaran temperatur air 8-30^{o} C sehingga dapat di pelihara didaerah dataran tinggi atau rendah (150-600 mdpl). Namun idealnya ikan koi hidup pada perairan dengan temperatur 25-30^{0} C. Ketahanan tubuh pada ikan koi tidak dapat menerima perubahan suhu yang drastis. Penurunan 5^{0} C saja dalam tempo singkat dapat menyebabkan ikan stres,bahkan berujung pada kematian. Pada suhu rendah 7^{0} C, koi akan bergerak dengan lambat dan cenderung berada di dasar air. Meskipun termasuk hewan air tawar, tetapi koi masih bisa bertahan di air payau dengan kadar garam 20-30 ppm (Rahardi, 1997).

- **Pembuatan kolam**

Pembuatan kolam perlu memerhatikan penentuan kedalaman kolam sesuai dengan tujuan dan fungsinya, dengan cara menciptakan tempat yang nyaman untuk pertumbuhan dan perkembangan koi. Oleh sebab itu, ada beberapa hal yang patut menjadi pertimbangan dalam menentukan kedalaman kolam. Kedalaman kolam dianggap penting karena akan memberikan kebebasan gerak kepada koi, baik secara horizontal maupun vertical, baik cara berenang yang seimbang menyebabkan koi menjadi sehat dan pertumbuhan bagian-bagian tubuhnya pun seimbang. Jika koi cenderung horizontal dalam bergerak, tubuhnya akan menjadi gemuk dan pendek (Tiana dan Muhartanto, 2004).

- **Kualitas air**

Kualitas air dalam kolam pembesaran ikan koi harus dijaga dengan baik, sehingga pertumbuhan dan perkembangan ikan koi tidak terhambat. Kualitas air yang tidak terjaga dengan baik akan menyebabkan ikan koi keracunan, kekurangan oksigen, terkena berbagai penyakit, dan warnanya menjadi pucat. Imbasnya, koi menjadi sakit akhirnya tidak layak lagi untuk keindahanya. Air PAM

berkualitas untuk dimasukan ke dalam kolam pembesaran adalah air PAM yang selama ini dihindari. Air PAM mampu memberikan suhu ideal untuk koi, yaitu 15-25^0 C. pada kisaran suhu ini, fungsi tubuh koi sangat efektif dan tahan terhadap berbagai ancaman serangan penyakit. Pada dasarnya, semua jenis ikan termasuk koi adalah hewan berdarah dingin, yakni hewan yang suhu 0-35^{0}C. Namun, pada suhu yang ekstrim, misalnya 0^0 C, koi akan berhenti makan dan sistem kekebalan tubuhnya menurun (Tiana dan Muhartanto, 2004).

2.3 Aspek Manajemen

Pelaksanan manajemen menurut Stanton (1996) adalah seorang manajer harus mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. Fungsi-fungsi manajemen tersebut terdiri dari:

1. Fungsi Perencanaan *(planning)*

   Fungsi ini merupakan tindakan untuk menentukan sasaran dan arah yang dipilih. Perencanaan ini dituntut adanya kemampuan untuk meramalkan, mewujudkan dan melihat ke depan dengan dilandasi tujuan-tujuan tertentu. Sedangkan menurut Sule dan Saefullah, (2010) perencanaan atau *Planning* yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakuan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yan tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.

2. Fungsi Pengorganisasian *(organizing)*

   Fungsi ini merupakan tindakan membagi-bagi bidang pekerjaan antara kelompok yang ada serta menetapkan dan merinci hubungan-hubungan yang diperlukan. Sedangkan menurut Siswanto, (2013) pengorganisasian ada dua yang pertama dalam arti statis yakni skema, bentuk, dan bagan yang menunjukkan hubungan antara fungsi serta otoritas dan tanggung jawab yang berhubungan satu sama lain dari individu yang diberi tugas atau tanggung

jawab atas fungsi yang bersangkutan. Sedangkan dalam arti dinamis adalah proses pendistribusian pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh individu atau kelompok dengan otoritas yang diperlukan dalam pengoperasiannya.

3. Fungsi Pergerakan *(actuating)*

   Fungsi ini merupakan tindakan untuk merangsang anggota-anggota kelompok agar malaksanakan tugas-tugas yang telah dibebankan dengan baik dan antusias. Sedangkan menurut Siswanto, (2013) pergerakan adalah menciptakan keadaan yang menggairahkan, memotivasi bawahannya. Motivasi yang dimaksudkan setiap perasaa, kehendak, atau keinginan yang sangat mempengaruhi kemampuan individu. Dengan demikian, individu tersebut didorong berperilaku dan bertindak mencapai tujuan.

4. Fungsi Pengawasan *(controlling)*

   Fungsi ini merupakan tindakan-tindakan untuk mengawasi aktivitas-aktivitas agar dapat berjalan sesuai rencana yang telah dibuat. Sedangkan menurut Sule dan Saefullah, (2010) pengawasan atau *controlling* yaitu proses yang dilakukan untuk memastian seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.

2.4 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran sangat penting untuk kelancaran pendistribusian barang. Pentingnya fungsi pemasaran bidang perikanan dapat dlihat dari pokok pembangunan perikanan, dimana antaa lain ditetapkan bahwa pelaksanan pembangunan khususnya peningkatan produksi dilakukan dengan pendekatan pemasaran. Hal ini disebabkan sifat dari produksi perikanan sendiri yang cepat

rusak sehingga tanpa adanya sistem pemasaran yang baik, maka kedudukan produsen dalam menjual hasil usahanya menjadi sangat lemah (Sidarta, 1974).

a) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran artinya menemukan berbagai peluang menarik dan menyusun strategi pemasaran yang mengutungkan. Strategi pemasaran bukanlah perencanaa keseluruhan perusahaan, rencana perusahaan haruslah berorientasi pasar. Maka strategi pemasaran (*marketing strategy*) menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang yang terkait. Strategi ini merupakan gambaran besar mengenai yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan di suatu pasar, dibutuhkan dua bagian yang saling berkaitan:

1. pasar target (*target market*) yaitu sekelompok pelanggan yang homogen yang ingin ditarik oleh perusahaan tersebut.
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu variabel-variabel yang akan diawasi yang disusun oleh perusahaan tersebut untuk memuaskan kelompok yang ditarget, bauran pemasaran mempunyai variable dasar biasa di sebut 4P, yaitu Product (produk), Place (tempat), Promotion (promosi), Price (harga) (Cannon dan William, Mccarthy, 2008).

b) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah menggolongkan konsumen yang ada dan potensial bagi produk dan jasa atas dasar kebutuhan dan keinginan mereka secara umum. Segmentasi pasar digolongkan ke dalam 4 (empat) segmen, yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku (Subagyo, 2007).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Untuk meningkatkan penjualan dan laba

- Untuk menguasai pasar
- Untuk mengurangi saingan
- Untuk menaikkan prestise produk tertentu di pasaran
- Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu

2.5 Aspek Finansiil

Aspek keuangan (finansiil) merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan dan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti kelayakannya. Penilaian aspek keuangan meliputi penilaian sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi, proyeksi neraca dan laporan laba rugi untuk beberapa periode kedepan, kriteria penilaian investasi dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan (Kasmir dan Jakfar 2008).

2.5.1 Aspek Finasiil Jangka Pendek

Dalam suatu usaha aspek finansiil sangat penting untuk menunjang agar usaha tersebut berjalan lancar, aspek finansiil jangka pendek dan aspek finansiil jangka panjang.

a. Permodalan

Modal dapat diartikan sebagai hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Ditinjau dari fungsi bekerjanya aktiva dalam perusahaan, modal aktif terdiri dari modal kerja (*working capital assets*) dan modal tetap (*fixed capital assets*). Modal kerja adalah jumlah keseluruhan aktiva lancar atau kelebihan dari aktiva lancar di atas utang lancar. Penentuan suatu aktiva

termasuk modal kerja atau modal tetap dapat dilihat dari fungsi aktiva tersebut dalam perusahaan yang bersangkutan (Riyanto, 2010).

b. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan sebagian keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk. Biaya produksi yang biasa disebut biaya ongkos dihitung berdasarkan jumlah produk yang siap dijual. Pengertian dari biaya produksi ialah keseluruhan biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk hingga produk itu sampai di pasar, atau sampai ke tangan konsumen (Wijayanta dan Widyaningsih, 2007).

Menurut Wijayanta dan Widyaningsih (2007), Total Cost (TC) didapat dari penjumlahan dari biaya tetap dengan biaya variabel.

Total Cost dirumuskan:

$$TC = FC + VC$$

Dimana: TC = Total Cost (biaya total)

FC = Fix Cost (biaya tetap)

VC = Variabel Cost (biaya variabel)

c. Penerimaan

Penerimaan produksi total adalah penerimaan penjualan total dikurangi dengan biaya penjualan. Ini adalah penerimaan penjualan yang diberikan kepada bagian produksi dari perusahaan. Revenue yang berarti penerimaan adalah sebagai jumlah yang diperoleh dari penjualan sejumlah output yang dihasilkan seorang produsen atau perusahaan. Penerimaan atau revenue, adalah penghasilan dari penjualan barang-barang atau barang-barang dagangan (Nurdin, 2010).

Menurut Hannesson (2009), penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

TR = P X Q

Dimana : TR = Total Revenue (penerimaan total)

P = Harga Produk

Q = Jumlah Produk yang dihasilkan

d. Keuntungan

Menurut Soekartawi (1995), keuntungan atau laba usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap. Sedangkan menurut Harmono (2009), keuntungan dapat diperoleh dengan rumus:

Π = TR – TC

Dimana: π = Keuntungan

TR = *Total Revenue*

TC = *Total cost*

Kriterianya adalah:

- Apabila TR>TC, maka usaha tersebut laba
- Apabila TR=TC, maka usaha tersebut impas

Apabila TR<TC, maka usaha tersebut rugi.

e. RC Ratio

Analisis usaha dengan pendekatan perhitungan RC ratio dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dan untuk melihat perbandingan antara penerimaan dengan biaya dari suatu usaha (Riyanto, 2010).

Menurut Tim Lentera (2002), *revenue cost ratio* ialah perbandingan antara penerimaan total (TR) dan biaya total (TC), yang biasa disingkat *R/C ratio* dan digunakan untuk mengetahui imbangan penerimaan dan biaya dari usaha yang dilakukan. Untuk mengetahui tingkat efisiensi ini dapat menggunakan rumus:

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

Dimana:

TR = *Total Revenue* / Penerimaan Total

TC = *Total Cost* / Biaya Total

Dengan kriteria :

1) Bila nilai *R/C*> 1, maka usaha tersebut menguntungkan,
2) Bila nilai *R/C* = 1, maka usaha tersebut tidak untung dan tidak rugi,
3) Bila nilai *R/C*< 1, maka usaha tersebut mengalami kerugian.

Semakin besar angka *R/C ratio*, maka semakin besar pula tingkat efisiensi usaha yang dijalankan tersebut.

f. Rentabilitas

Menurut Riyanto (2010), rentabilitas adalah perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut, atau bisa juga disebut dengan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu yang ditunjukkan dari perbandingan antara laba dan aktiva modal untuk menghasilkan laba tersebut. Rumus dari rentabilitas ialah sebagai berikut :

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

Dimana :

L = Laba yang diperoleh selama periode tertentu

M = Modal atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

g. Break Event Point

Menurut Riyanto (2010), Analisis Break Even Point merupakan suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap dengan biaya tidak tetap, keuntungan dan volume kegiatan. Maslah Break Event Point muncul apabila suatu perusahaan mempunyai biaya variable dan biaya tetap. Titik impas (BEP) merupakan titik potong antara kurva penghasilan total (TR) dengan kurva pembiayaan (TC) atau dengan kata lain pada saat TR=TC. Suatu perusahaan yang berbeda pada ntitik sebelum impas akan mengalami kerugian. Perhitungan *break-even point* dengan menggunakan rumus aljabar dapat dilakukan melalui dua cara, antara lain:

1) BEP atas dasar unit, dengan rumus :

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

Dimana :

Q = Jumlah unit/kuantitas produk yang dihasilkan dan dijual

P = *Price* / Harga jual per unit

V = Biaya variabel per unit

FC = Biaya tetap

2) BEP atas dasar sales, dengan rumus :

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

Dimana :

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

S = Volume Penjualan (Jumlah Penerimaan)

2.5.2 Aspek Finansiil Jangka Panjang

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

a. Net Present Value

Metode Net Present Value digunakan untuk menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal cash flow) dimasa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dulu tingkat bunga yang dianggap relevan. Ada beberapa konsep untuk menghitung tingkat bunga yang dianggap relevan ini. Pada dasarnya tingkat bunga tersebut adalah tingkat bunga pada saat kita menganggap keputusan investasi masih terpisah dari keputusan pembelanjaan ataupun waktu kita mulai mengkaitkan keputusan investasi dengan keputusan pembelanjaan. Perhatikan disini keterkaitan ini hanya mempengaruhi tingkat bunga, bukan aliran kas. Apabila nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa yang akan datang lebih besar daripada nilai sekarang investasi, maka proyek ini dikatakan menguntungkan sehingga diterima. Sedangkan apabila lebih kecil (NPV Negatif), proyek ditolak karena dinilai tidak menguntungkan (Husnan dan Muhammad, 2000).

Menurut Rangkuti (2008), kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPV antara lain :

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

NPV > 0 dapat dikatakan bahwa proyek tersebut bisa menciptakan *cash inflow*dengan presentase yang lebih besar dari pada *opportunity cost* modal yang ditanamkan. Jika NPV = 0, kemungkinan proyek tersebut dapat diterima karena *cash inflow* yang akan diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan. Semakin besar nilai NPV, maka proyek tersebut akan semakin baik untuk dilanjutkan.

Dari uraian diatas NPV untuk menganalisis sejauh mana usaha tersebut dapat menguntungkan dalam jangka panjang jika NPV negatif maka usaha tersebut tidak layak untuk dilanjutkan lagi harus di koreksi usaha demi kemajuan usaha tetapi bilamana NPV positif maka usaha tersebut layak dijalankan tetapi harus jaga usaha agar tidak mengalami penurunan dalam jangka waktu yang tertentu.

b. Net B/C Ratio

Menurut Pudjosumarto (1988), Net B/C ratio merupakan perbandingan antara benefit bersih dari tahun-tahun yang bersangkutan yang telah dipresent valuekan (pembilang/bersifat +) dengan biaya bersih dalam tahun dimana B, C, (penyebut/bersifat -) yang telah dipresent valuekan; yaitu biaya kotor > benefit kotor. Kriteria ini memberi pedoman bahwa proyek akan dipilih apabila Net B/C ratio > 1, dan begitu pula sebaliknya, bila suatu proyek memberi hasil Net B/C ratio < 1, proyek tidak diterima.

Menurut Marimin (2004), *Net B/C* ialah perbandingan antara total PV dari *benefit* bersih dalam tahun-tahun dimana *benefit* bersih itu bersifat positif dengan total PV dari biaya bersih dalam tahun-tahun dimana $B_t - C_t$ bersifat negatif (biaya kotor lebih besar daripada *benefit* kotor). Rumus dari *Net B/C* ialah sebagai berikut :

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}}$$

Dimana :

B_t = Benefit pada tahun ke-t

C_t = Biaya pada tahun ke-t

n = Umur teknis

i = Tingkat suku bunga

Dengan kriteria :

1) Bila *Net B/C* ≥ 1, maka proyek dikatakan layak,
2) Bila *Net B/C*< 1, maka proyek dikatakan tidak layak.

c. Internal Rate of Return (IRR)

Metode Internal Rate of Return (IRR) pada dasarnya merupakan metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang dipakai untuk mendiskonto aliran kas bersih yang akan diterima dimasa yang akan datang, sehingga jumlahnya sama dengan investasi awal. Jadi, selisih antara nilai sekarang aliran kas bersih dan nilai sekarang investasi adalah nol atau NPV = 0. Nilai IRR diperoleh dengan cara coba-coba (trial and eror) (Umar,1997).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), IRR merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{IRR} = i_t + \frac{\mathbf{NPV_1}}{\mathbf{NPV_1} - \mathbf{NPV_2}} \mathbf{x}\ (\mathbf{i_2} - \mathbf{i_1})$$

Dimana :

i_1 = Tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV_1

i_2 = Tingkat *discount rate* yang menghasilkan NPV_2

NPV_1 = *net present value* 1

NPV_2 = *net present value* 2

Sedangkan menurut Riyanto (2010), rumus IRR ialah sebagai berikut :

$$\mathbf{IRR = P_1 - C_1 \frac{P_2 - P_1}{C_2 - C_1}}$$

Dimana :

IRR = *Internal Rate of Return* yang dicari

P_1 = Tingkat bunga ke-1

P_2 = Tingkat bunga ke-2

C_1 = NPV ke-1

C_2 = NPV ke-2

d. Payback Period (PP)

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

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), menilai jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu usaha dapat menggunakan teknik *payback period* (PP) dengan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{PP = \frac{Investasi}{Kas\ Bersih\ per\ Tahun} x\ 1\ Tahun}$$

2.6 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2008) penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut haus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah

singkatan dari Lingkungan Internal Strenghts dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis.

Menurut Rangkuti (2008), Matriks yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif setrategis.

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNIES (O) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkanpeluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5 – 10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Menurut Rangkuti (2008), cara – cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) meliputi :

a) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
b) Beri bobot masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
c) Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1

(poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

d) Mengkalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

e) Menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotnya dihitung.

f) Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Sedangkan tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor – faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strenght and Weakness perusahaan. Tahapnya adalah:

a) Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

b) Beri bobot masing – masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) samapai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh

faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis peeusahaan. (semua boot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing - masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata – rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata – rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata – rata industri, nilainya adalah 4.

d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).

e) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh otal skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2.7 Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis merupakan langkah awal dalam menjalankan bisnis, biasanya terdiri dari apa yang akan dilakukan, kapan dan bagaimana cara melakukannya. Perencanaan bisnis yang baik akan membantu dalam melihat lebih jelas mengenai tipe bisnis yang dirintis, siapa saja yang akan menjadi konsumen dan produk apa saja yang akan ditawarkan (Arif, 2008).

Studi kelayakan bisnis merupakan studi kelayakan proyek atau jika dikaitkan dengan bidang usaha tertentu maka berfungsi sebagai perencanaan bisnis. Sebelum membuat keputusan investasi, para investor akan mengadakan studi mengenai proyek yang bersangkutan dengan sebaik-baiknya. Jadi dengan mepertimbangkan segala informasi tersebut dan informasi lain yang dibutuhkan, investor akan membuat keputusan dilaksanakan atau tidaknya suatu proyek (Jumingan, 2011).

Dari referensi diatas perencanaan bisnis harusnya dilaksanakansebelum menjalankan suatu usaha.Sehingga usaha tersebut tidak mengalami kerugian yang dikarenakan usaha tersebut tidak mempunyai rencana kedepan untuk memperlancarkan usaha tersebut lebih maju dan sukses, maka dari itu pengusaha harus membuat keputusan sudah layak atau belumbisnis yang sedang dijalankan.

2.7.1 Aspek Studi Kelayakan Proyek

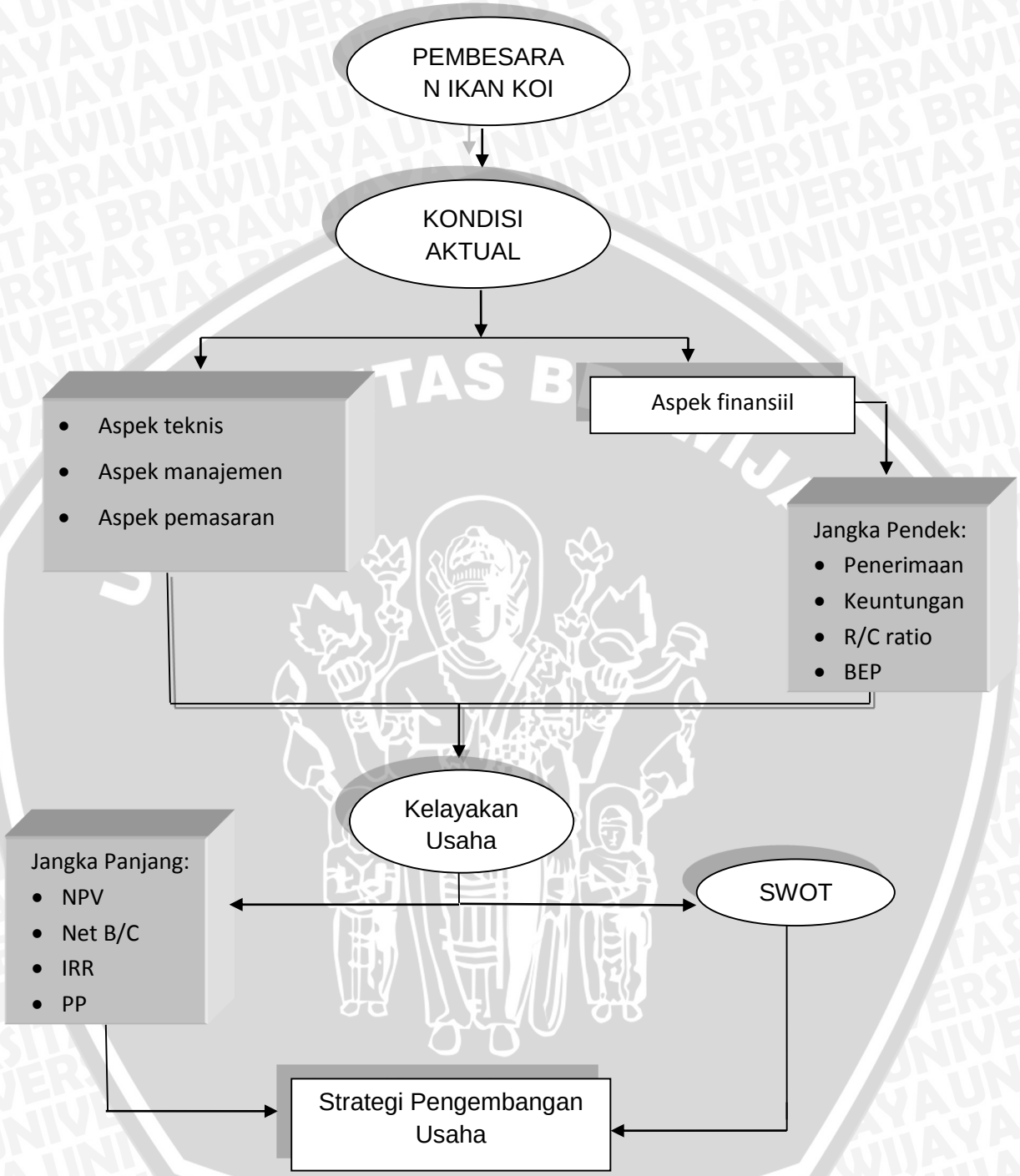
Studi merupakan usaha sadar untuk mempelajari, meneliti, menyelidiki, membaca, menganalisa, menganalisis, menanyakan membandingkan, memikirkan atau mereflesikan secara mendalam serta seksama tentang sesuatu hal yang menjadi obyek pengamatan. Sedangkan kelayakan berasal dari kata layak yang berarti segala sesuatu dari obyek pengamatan yang bersifat wajar, benar, dapatditerima, dapat diselesaikan dan dapat dikerjakan atau dapat memberikan kepuasan pada si pengamat. Dari batasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan usaha adalah suatu studi yang dilakukan

secara mendalam serta seksama tentang berbagai aktivitas yang akan dikerakan di masa akan datanguntuk melihat atau mengetahui tingkat kelayakan laba yang diperoleh (Kasmir dan Jakfar,2008).

Studi kelayakan dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi, baik pada sebuah proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan sebuah proyek yang akan dijalankan disebut studi kelayakn proyek, sedangkan study kelayakn yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan usaha disebut study kelayakan bisnis (Subagyo, 2007).

Suatu analisis dalam proyek sangat diperlukan karena dalam menjalankan suatu kegiatan haruslah memenuhi kegiatan agar kegiatan usaha tersebut berjalan sesuai yang direncanakan atau tidak nantinya.Analisis perlu dilakukan dari berbagai aspek yaitu aspek teknis, aspek pemasaran, aspek finansiil, aspek manajemen.

2.8 Kerangka Berfikir



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di UD. “Mata Ikan” Desa Bacem, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar Propinsi Jawa Timur pada bulan Mei 2015.

3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” yang terdapat di Desa Bacem Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar. Pada penelitian ini difokuskan kepada pimpinan sekaligus pemilik usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” untuk memperoleh sumber data.

3.3 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Penelitian deskriptif dapat berupa kuantitatif atau kualitatif, dan dapat pula kombinasi keduanya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku, didalamnya terdapat upaya mendekripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada (Mardalis, 2006).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu bentuk penelitian yang intensif, terintegrasi, dan mendalam sehingga menghasilkan gambaran peristiwa tertentu. Terdapat satu unit atau satu kesatuan unit yang terbatas pada satu orang, satu keluarga, atau kelompok masyarakat pada satu lembaga, satu desa atau wilayah, atau satu

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

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan jenis penelitian studi kasus yang berguna untuk memberikan gambaran keadaan pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” dengan menganalisis usaha pembesaran tersebut, baik dari analisis usaha dari kegiatan yang dilakukan, analisis manajemen serta menganalisis kontribusi dari usaha pembesaran ini terhadap masyarakat sekitar yang meliputi aspek sosial maupun ekonominya. Gambaran kondisi usaha tersebut juga termasuk menganalisis hambatan yang dialami oleh pembudidaya dalam melaksanakan usaha pembesaran ikan koi dan solusi untuk menanganinya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematik gejala-gejala yang diselidiki saat ini terjadi dilapang (Usman dan Abdi, 2012).

Observasi yang dilakukan dalam kegiatan penelitian pada usaha pembesaran ikan Koi meliputi kegiatan pengamatan, diantaranya:

- Bentuk, kontruksi dan peralatan-peralatan yang digunakan dalam kegiatan pemeliharaan ikan koi.

- Kegiatan usaha pembesaran ikan koi yang meliputi kegiatan pra panen, pasca panen serta pengangkutan hasil panen.
- Kondisi lingkungan sosial masyarakat Desa Bacem dengan adanya usaha pembesaran ikan koi.

b. Wawancara

Wawancara memiliki pengertian yaitu kegiatan mencari bahan melalui tanya jawab lisan dengan siapa saja yang diperlukan, adanya wawancara sendiri untuk mengungkapkan latar belakang dan motif-motif yang ada disekitar masalah yang diobservasi (Usman dan Abdi, 2012).

Wawancara yang dilakukan dalam kegiatan penelitian ini meliputi kegiatan wawancara mengenai :

- Sejarah berdirinya dan perkembangan usaha
- Permodalaan yang digunakan oleh pembudidaya
- Jumlah hasil panen dan harga jual
- Jumlah tenaga kerja dan upah tenaga kerja
- Sumber dana yang digunakan dalam usaha dan penerimaan yang diperoleh
- Daerah pemasaran ikan Koi
- Lama waktu pemeliharaan ikan Koi
- Kontribusi yang diberikan dari usaha pembesaran ikan Koi terhadap kehidupan sosial dan perekonomian masyarakat Desa Bacem
- Ancaman yang muncul dari pembudidaya lainnya.

c. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada

seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2006).

Kuesioner yang diajukan berisi pertanyaan-pertanyaan tentang aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansiil, faktor penghambat dan pendukung pada usaha pembesaran ikan koi yang ditujukan pada responden untuk memberikan informasi dalam penelitian ini

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber asli yang merupakan sumber utama data primer, data ini merupakan data mentah yang nantinya akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan (Usman dan Abdi, 2012).

Menurut Sarwono (2006), data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan metode wawancara. Dalam penelitian ini metode atau kategori yang digunakan ialah studi kasus. Studi kasus menggunakan individu atau kelompok sebagai bahan studinya. Biasanya studi kasus bersifat longitudinal.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem. Data yang diambil yaitu berupa data yang berhubungan dengan keadaan umum usaha pembesaran ikan koi, permintaan pasar, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek finansiil yang ada pada usaha pembesaran ikan koi.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari sumber kedua, data sekunder bisa bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya.Sumber data sekunder dapat berasal dari peneliti sebelumnya,

lembaga pemerintah, lembaga swasta, dan lain sebagainya(Usman dan Abdi, 2012).

Dalam penelitian ini data sekunder yang diperolehuntuk penelitian bersumber dari dokumen-dokumen yang dihasilkan oleh usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem seperti laporan tahunan data mengenai hasil produksi,studi kepustakaan yang berupa laporan penelitian, buku-buku bacaan atau referensi, dan data statistik kecamatan dan sebagainya.

3.6 Analisis Data Deskriptif Kualitatif

Analisis data merupakan bagian yang paling penting dalam metode ilmiah karena dengan menganalisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian yang akan dilakukan.

3.6.1 Analisis Data Kualitatif

a. Aspek Teknis

Penilaian kelayakan terhadap aspek teknis sangat penting dilakukan sebelum perusahaan dijalankan penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknis atau operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik, maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam menjalan usahanya dikemudian hari (Kasmir dan Jakfar, 2008).

Dalam penelitian ini analisis aspek teknis berupalokasi budidaya, penyediaan bahan baku (benih ikan, pakan ikan, obat untuk mengatasi penyakit ikan), penggunaan peralatan produksi, proses produksi, (persiapan kolam, penebaran benih, pengawasan kolam, pemeliharaan ikan, pemberian pakan sampai dengan pemanenan ikan).

b. Aspek Manajemen

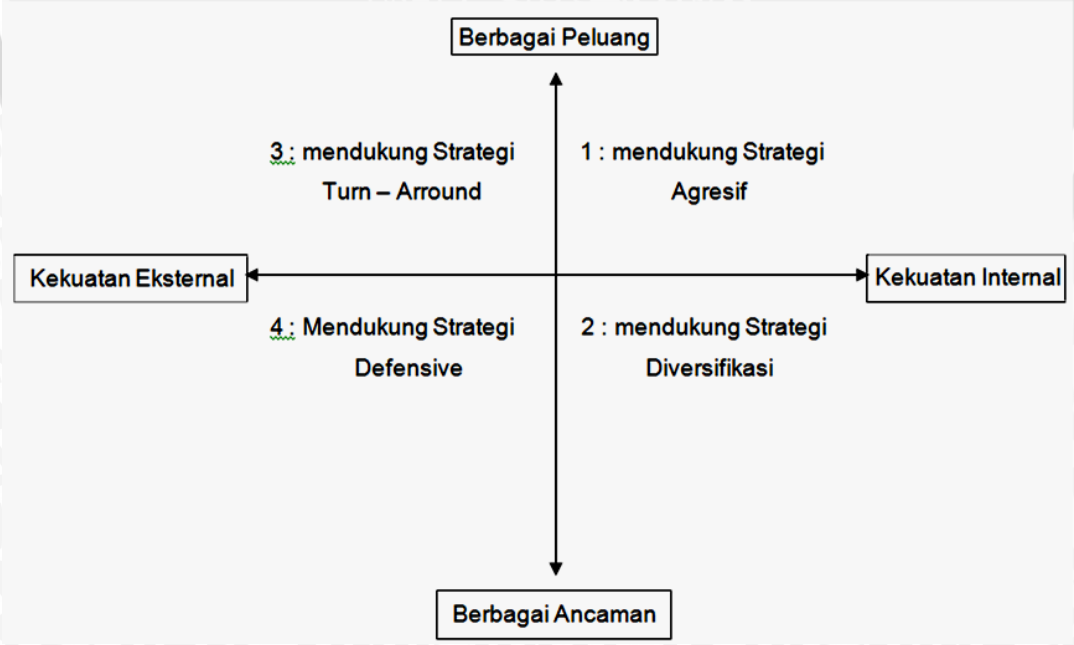
Dalam penelitian ini aspek manajemen yang perlu dianalisis yaitu mengetahui apakah usaha pembesaran ikan Koi sudah melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang meliputifungsi perencanaan (*planning)*,fungsi pengorganisasian (*organizing)*, fungsi pergerakan (*aktuating*), dan pengawasan (*controlling*).

c. Aspek pemasaran

Pada penelitian aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan koi membahas tentang permintaan, penawaran, saluran pemasaran, dan margin pemasaran.

d. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2008) analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dengan faktor internal Kekuatan (strenghts) dan Kelemahan (weaknesses). Berikut ini terdapat penjelasan diagram Analisis SWOT



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT

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

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

Kuadran 3: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga adapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi barbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.6.2 Analisis Data Kuantitatif

a. Aspek Finansiil

Dengan dibuatnya aliran kas perusahaan, kemudian dinilai kelayakan investasi tersebut melalui kriteria kelayakan investasi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi ini layak atau tidak dijalankan dilihat dari aspek keuangan. Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period* (PP),

Average Rate of Return (ARR), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Break Event Point*(Kasmir dan Jakfar, 2008).

Dalam penelitian analisis aspek finansiil dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha pada pembesaran ikan koi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.Oleh karena itu, analisis finansiil terdiri dari analisis jangka pendek dan analisis jangka panjang.

1. Analisis jangka pendek

Analisis jangka pendek dalam suatu usaha dapat dihitung dari jangka waktu usaha yang pendek yaitu dalam waktu satu tahun produksi, komponen yang dihitung pada analisis jangka pendek meliputi modal, biaya produksi, penerimaan, keuntungan, RC ratio, dan BEP.

2. Analisis jangka panjang

Sedangkan analisis jangka panjang dalam suatu usaha bisa dihitung dengan harapan untuk tahun-tahun berikutnya agar usaha tersebut lebih maju dan berkembang. Berikut beberapa komponen yang dihitung pada analisis diantaranya yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), Analisis Net B/C ratio.

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Topografis

Desa Bacem yang merupakan salah satu Desa di Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar yang memiliki 22 Kecamatan yang dibagi lagi menjadi 220 Desa dan 28 kelurahan dengan luas 1.588,79 km^2. Letak geografis Kabupaten Blitar terletak diantara 111^o 40' – 112^o 10' Bujur Timur dan 7^o 58' - 8^o 9' 51" Lintang Selatan (Kantor Kepala Desa Bacem, 2013).

Pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan, Desa Bacem, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Tipologi Desa Bacem yang meliputi persawahan, perladangan, peternakan, kerajinan dan industri kecil, sedang hingga industri besar. Secara geografis Desa Bacem mempunyai batas-batas sebagai berikut:

a) Sebelah Utara : Desa Sidorejo
b) Sebelah Selatan : Desa Ponggok
c) Sebelah Barat : Desa Ringinanyar dan Desa Keboduren
d) Sebelah Timur : Desa Candirejo

Daerah Bacem merupakan daerah yang terdiri dari hamparan dataran rendah yang merupakan daerah pemukiman yang padat penduduk. Selain pemukiman penduduk, wilayah Desa Bacem juga merupakan wilayah pertanian, peternakan, dan perikanan, berdasarkan karakteristik Sumber Daya Alam (SDA) wilayah Desa Bacem dapat dikategorikan menjadi 4 kawasan yaitu kawasan pemukiman dan kawasan pertanian, peternakan, dan perikanan (Kantor Kepala Desa Bacem, 2013).

4.2 Keadaan Penduduk

Keadaan penduduk di Desa Bacem, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar, Jawa Timur terbagi menjadi beberapa kategori penduduk. Pembagian kategori penduduk pada Desa Bacem.

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Berdasarkan data kependudukan yang ada di Data Base Balai Desa Bacem pada bulan Desember 2013, jumlah penduduk Desa Bacem sebanyak 1533 KK (kepala keluarga), dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 3290 jiwa dari jumlah penduduk keseluruhan dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 3281jiwa dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Penduduk Desa Bacem sebagian besar merupakan penduduk asli keturunan jawa. Komunikasi antar penduduk menggunakan bahasa jawa dengan baik dalam komunikasi formal dan non-formal. Adapun data penduduk berdasarkan mata pencahariannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pertanian dan Perikanan	2.460	57,58
2.	Peternakan	810	18,96
3.	PNS	64	1,49
4.	Perdagangan	210	4,91
5.	Pertukangan	85	1,98
6.	Jasa	105	2,45
7.	Industri	124	2,94
8.	Sektor Lain	414	9,69
	Total	**4.272**	**100**

Sumber: Kantor Kepala Desa Bacem, 2014

Dari data diatas dapat diketahui bahwa mata pencaharian di Desa Bacem mayoritas bermata pencaharian pokok dalam bidang perikanan, pertanian dan peternakan dengan persentase yang mencapai 76% dari total mata pencaharian penduduk Desa Bacem, hal ini menunjukkan bahwa keadaan serta kondisi sumberdaya alam yang terdapat di Desa Bacem masih sangat mendukung dan

masih memberikan prospek keuntungan bagi pengembangan sektor pertanian, peternakan, dan perikanan. Sehingga berpengaruh pada banyaknya masyarakat Desa Bacem yang memilih bekerja pada sektor pertanian dan perikanan dibandingkan bekerja di sektor lain.

Sedikitnya penduduk Desa Bacem yang bekerja diluar sektor peikanan, pertanian, dan peternakan dikarenakan masih kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai ilmu-ilmu dibidang lainnya dan hasil upah yang didapat tidak seberapa serta persaingan untuk mendapatkan pekerjaan lain yang ketat.

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, penduduk Desa Bacem masih kurang peduli dan mengerti tentang arti pentingnya pendidikan. Hal tersebut dapat dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Buta aksara dan huruf latin	4	0,1
2.	Usia 3-6 tahun yang masuk TK	176	5,6
3.	Cacat fisik dan mental	4	0,1
4.	Sedang SD/sederajat	361	10,4
5.	Tamat SD/sederajat	823	23,7
6.	Tidak tamat SD/sederajat	80	2,3
7.	Sedang SLTP/sederajat	85	2,4
8.	Tamat SLTP/sederajat	467	13,4
9.	Tidak tamat SLTP/sederajat	54	1,5
10.	Tamat SLTA/sederajat	468	13,4
11.	Sedang Diploma	32	0,9
12.	Tamat Diploma	703	20,2
13.	Sedang S1	47	1,3
14.	Tamat S1	143	4,1
15.	Sedang S2	4	0,1
16.	Tamat S2	20	0,5
	Total	**3.471**	**100**

Sumber: Kantor Kepala Desa Bacem, 2014

Dari Tabel diatas dapat dilihat penduduk Desa Bacem tergolong mempunyai tingkat pendidikan yang cukup baik. Hal ini terbukti dengan tingginya tingkat tamat SD dengan presentase 23,7% , lalu diikuti tamat Diploma dengan presentase 20,2%. Dengan demikian masyarakat sudah mulai sadar akan pentingnya pendidikan, terbukti dengan sudah adanya beberapa penduduk yang menempuh hingga pendidikan sampai S2.

4.2.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Usia

Keadaan penduduk di Desa Bacem jika ditinjau berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Penduduk Berdasarkan Umur

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	0-1	417	6,3
2.	2-4	708	10,78
3.	5-6	453	6,9
4.	7-12	506	7,7
5.	13-15	660	10,05
6.	16-18	601	9,14
7.	19-25	541	8,24
8.	26-35	509	7,74
9.	36-45	579	8,81
10.	46-50	444	6,75
11.	51-60	443	6,74
12.	61-75	401	6,11
13.	>75	308	4,69
	Total	**6571**	**100**

Sumber: Kantor Kepala Desa Bacem, 2014

Dari data tersebut, maka dapat diketahui bahwa penduduk yang memiliki usia produktif antara umur 16-50 tahun, dengan persentase 40,68% yang berjumlah 2674 jiwa. Sedangkan penduduk yang memiliki usia pra-produktif antara umur 0-15 tahun dengan persentase 41,78% yang berjumlah 2744 jiwa. Untuk penduduk yang memiliki usia post-produktif antara umur 51-75 tahun dengan persentase 17,54% dengan jumlah 1.152 jiwa. Hal tersebut dapat diartikan bahwa hampir separuh penduduk di Desa Bacem berusia produktif. Dengan cukup

besarnya usia produktif otomatis akan berdampak meningkatnya kualitas hidup sumberdaya manusia yang berhubungan erat pada naiknya kesejahteraan hidup masyarakat karena banyaknya angkatan kerja yang sudah masuk dalam usia kerja bekerja.

4.3 Keadaan Umum Perikanan

Kabupaten Blitar memiliki potensi perikanan yang cukup besar, baik perikanan darat (air tawar) maupun perikanan laut. Potensi ikan laut yang menjanjikan, lantaran Kabupaten Blitar berbatasan dengan samudera Indonesia di bagian selatan. Oleh karena itu Pemkab Blitar kini terus mengembangkan sarana prasarana perikanan khususnya di pantai Tambakrejo, guna meningkatkan produksi perikanan laut. Sementara potensi perikanan daratnya (air tawar) tak kalah besarnya, baik ikan konsumsi maupun ikan hiasnya. Potensi ikan hias khususnya ikan koi asal Kabupaten Blitar ini telah diakui secara nasional. Bahkan Kabupaten Blitar dikenal sebagai salah satu sentra ikan koi berkualitas se-Jawa Timur. Adapun *jumlah produksi sentra ikan hias di Kabupaten Blitar dapat dilihat pada tabel 5.*

Tabel 5. Produksi Ikan Koi di Kabupaten Blitar Tahun 2011-2014

No	Tahun	Jumlah (ekor)	Kenaikan (%/thn)
1	2011	160.452.745	-
2	2012	176.497.745	10,00%
3	2013	188.852.582	7,00%
4	2014	212.238.750	12,38%

Sumber: Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2014

Berdasarkan laporan produksi ikan koi Kabupaten Blitar menunjukkan peningkatan mulai tahun 2011-2014 pada produksi komoditas ikan koi dengan kenaikan rata-rata 9,79%. Komoditas ikan koi merupakan komoditas ikan hias paling banyak tiap tahunnya dan mengalami peningkatan paling tinggi pada tahun 2014 sebanyak 23.386.168 ekor.

4.4 Keadaan Umum Usaha Pembesaran Ikan Koi

Keberhasilan usaha pembesaran Ikan koi dapat dilihat dari keadaan umum usaha baik dari lokasi, sistem transportasi yang baik serta dukungan dari pemerintah berupa fasilitas umum. Lokasi dari UD. Mata Ikan berlokasi pada kawasan pedesaan yang mana didaerah tersebut terdapat kolam - kolam diantara pemukiman penduduk dan persawahan yang sebagian besar masyarakatnya juga memanfaatkan keadaan tersebut untuk budidaya ikan hias maupun ikan konsumsi. Usaha pembesaran ikan koi ini menggunakan air tawar, secara tidak langsung membutuhkan air yang lebih banyak, oleh sebab itu kedekatan kolam dengan sungai menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan usaha dalam mendapatkan pasokan air lebih banyak dari sumber air didaerah tersebut. Sedangkan untuk sistem transportasi pada usaha pembesran ikan koi di UD. “Mata Ikan” relatif mudah yang didukung dengan kelancaran pendistribusian bahan baku seperti benih, pakan, pupuk, bahan tambahan berupa vitamin, proses pemasaran, dan pendistribusian hasil panen.

Fasilitas pemerintah yang mendukung jalannya usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan berada dilokasi yang sudah terjangkau jaringan telekomunikasi dan PLN sehingga memudahkan dalam kegiatan komunikasi, kebutuhan listrik dan sumber penerangan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Sejarah Berdirinya Usaha UD. "Mata Ikan"

Sejarah Usaha pembesaran Ikan Koi pada UD. "Mata Ikan" diawali dari 16 tahun lalu tepatnya pada bulan Agustus 1999. Bapak Drs. H. Muhammad Syuhada' sebagai penggagas utama sekaligus pemilik usaha merupakan warga Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. Pak Syuhada' yang berusia 52 tahun dengan tingkat pendidikan S1 pendidikan matematika merupakan seorang pensiunan guru Madarasah Aliyah di Kota Blitar. Berawal dari kegemaran memelihara ikan koi Pak Syuhada' mencoba untuk menjalani usaha pembesaran ikan koi.

Pemilik memulai usaha pembesaran ikan koi dengan modal yang cukup besar dan memiliki satu petak kolam terpal yang ukurannya tidak seberapa yang berada pada lahan sawahnya. Karena kerja kerasnya, saat ini kolam yang dimiliki sudah bertambah beberapa petak kolam pembesaran yang terletak di Desa Bacem. Rencananya akan ditambah beberapa kolam lagi sebagai kolam Indukan dan kolam karantina guna mengatasi jika terjadi serangan penyakit atau virus pada ikan koi, agar tidak menular pada ikan koi lainnya yang tidak sedang terjangkit penyakit.

Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah pemilik usaha pembesaran ikan koi yaitu bapak Syuhada'. Beliau merupakan warga Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. Sebelum memulai karirnya sebagai pembudidaya ikan koi beliau merupakan pensiunan guru madarasah di Kota Blitar. Setelah itu pak Syuhada' mencoba untuk menjalani usaha pembesaran ikan koi pada tahun 1999. Pengalaman yang sudah sampai 16 tahun terjun dibidang pembesaran ikan koi tentunya sudah mengerti betul bagaimana mengatasi kendala-kendala pada usaha pembesaran ikan koi.

5.2 Aspek Teknis Usaha Pembesaran Ikan Koi

Desa Bacem memiliki pembudidaya-pembudidaya khususnya ikan hias yang pada awal tahun 2015 ini baru saja membentuk kelompok tani pembudidaya ikan hias khususnya ikan koi. Berdasarkan data yang tertera di halaman sebelumnya pada gambaran umum, masyarakat Desa Bacem sebagian bermata pencaharian sebagai petani padi, petanijagung, peternak bebek, peternak ayam, pembudidaya ikan koi dan ikan hias lainya.

Pembudidaya yang ada di Desa Bacem masih banyak menggunakan kolam permanen yang juga menggunakan inlet dan outlet sebagai pengganti filter agar air dalam kolam tetap mengalir, kolam pembenihan, kolam karantina dan kolam tradisional terletak di antara persawahan dan perkebunan bentuk kolam bervariasi dan ukuran sesuai dengan lahan yang ada. Kolam yang digunakan meliputi kolam untuk benih, kolam pendederan, kolam pembesaran. Pembesaran ikan koi masih menggunakan peralatan yang masih sederhana tapi masih memadai untuk melakukan kegiatan pembesaran ikan koi.

Pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem terdapat Petugas Penyuluhan Lapang (PPL) dari Dinas Kelautandan Perikanan Kabupaten Blitar yang memilikiperan sebagai fasilitator atau konsultan perikanan. Petugas biasanya memberi penyuluhan di kantor Desa dan langsung ke tempat usaha untuk melihat keadaan usaha dan sharing untuk pengembangan usaha budidaya ikan koi untuk kedepannya dan sharing bagaimana mengatasi masalah bilamana ada hambatan jika ada penyakit yang tidak biasa tidak diketahui oleh para pembudidaya maka petugas memberikan solusi untuk para pembudidaya bagaimana cara mengatasi masalah tersebut dan pencegahannya.

Pak Syuhada' sebagai pemilik usaha pembesaran ikan koi memiliki teknis yang meliputi persiapan kolam diantaranya membajak kolam, pemupukan,

pengapuran, mengisi air, penebaran benih ikan koi, pemberian pakan, perawatan terhadap penyakit dan hama, seleksi sampai panen.

5.2.1 Sarana

Sarana adalah segala jenis peralatan dan perlengkapan kerja yang memiliki fungsi sebagai alat utama atau alat bantu dalam pelaksanaan pekerjaan. Sarana yang dimiliki UD. “Mata Ikan” untuk melakukan suatu kegiatan pembesaran ikan koi adalah lokasi, kolam, peralatan yang memadai, transportasi/kendaraan.

Lokasi di Desa Bacem memiliki ketinggian 135 diatas permukaan laut dan suhu rata-rata berkisar 20-25^0 dengan curah hujan sekitar 225,5 Mm. Lokasi ini sangat cocok untuk melakukan kegiatan pembesaran ikan koi karena dalam kegiatan pembesaran ikan koi seharusnya tidak terjadi fluaktuasi suhu yang ekstreme. Lokasi ini sangat strategis dikarekanan di Kecamatan Ponggok berbatasan dengan 2 Kabupaten yaitu Tulungagung dan Kediri sehingga untuk mencapai pemasaran ikan koi tidak membutuhkan jarak dan waktu yang lama untuk menuju lokasi pemasarannya. Selain itu untuk melakukan kegiatan budidaya perlu adanya sarana dan prasarana yang baik untuk mempelancar suatu usaha.

a. Kolam

Kolam yang digunakan dalam usaha pembesaran ini ialah kolam tradisional dan kolam semi permanen yang di bentuk persegi panjang dengan ukuran yang bervariasi sesuai dengan lahan yang ada dan keinginan pembudidaya. Kolam semi permanen untuk benih ikan koi yang baru ditebar berukuran 4x5 m ada 3 kolam terdapat di Desa Candirejo dan kolam dengan ukuran 4,5x5 ada 4 kolam terdapat di Desa Bacem sebagai kolam seleksi dengan masing-masing kedalaman 1,10 m untuk pembesaran ikan koi terdapat di kolam tradisional dengan ukuran 4x15 m ada 2 kolam di Desa Candirejo dan 5 kolam di Desa Bacem. Pada dasar kolam dibiarkan masih berbentuk tanah bertujuan agar

ikan dapat memperoleh pakan alami seperti plankton. Pada sisi kolam juga terdapat saluran masuk dan keluar air irigasi. Gambar kolam dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 4. Kolam Tradisional dan Semi Permanen

b. Peralatan

Usaha pembesaran ikan koipada UD. Mata Ikan ini memiliki alat-alat yang mampu mendukung proses pembesaranIkan Koi. Peralatan yang terdapat pada usaha pembesaran ini antara lain timba, seser, jaring tangkap, jaring sortirember sortir, tabung oksigen, cangkul. Peralatan usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Peralatan Pembesaran ikan koi

No	Gambar	Keterangan
1.		Nama : Timba Fungsi: digunakan untuk mengambil air dari kolam. Selain itu dapat digunakan sebagai wadah pakan ikan agar praktis dan mudah dibawa.

Lanjutan Tabel 6. Peralatan Pembesaran ikan koi

No	Gambar	Keterangan
2.		Nama : Seser atau serok Fungsi: digunakan untuk mengambil ikan pada kolam dalam jumlah sedikit atau kecil
3.		Nama: Jaring Fungsi: digunakan untuk ikan pada kola dalam jumlah yang banyak dan digunakan pada saat pemanenan
4.		Nama : jaring sortir Fungsi: Digunakan untuk meng-kondisikan ikan yang akan disortir dan dipilah-pilah menjadi beberapa kualitas (A) super, kualitas (B) sedang, kualitas (C) biasa.
5.		Nama : ember sortir Fungsi: Digunakan untuk melakukan grading (pemilahan) benih guna mengetahui pertumbuhan benih ikan koi.
6.		Nama : tabung oksigen Fungsi: untuk mengisi oksigen pada saat pengemasan, agar ikan dapat tetap hidup

Lanjutan Tabel 6. Peralatan Pembesaran ikan koi

7.		Nama : cangkul Fungsi: untuk mengolah tanah agar nutrisi dari tanah dapat dimanfaatkan secara optimal dan memicu munculnya pakan alami pada kolam

c. Transportasi

Ketersediaan transportasi pada usaha pembesaran ikan koi ini sangat penting berkaitan dengan proses perpindahan segala sesuatu yang berhubungan dengan proses pembesaran ikan koi. Pada lokasi usaha ini alat transportasi yang digunakan adalah motor yang biasa digunakanuntuk mengangkut pakan, pupuk, obat – obatan, serta perlengkapan yang dibutuhkan dalam pembesaran ikan koi. Dengan kondisi jalan yang baik pula, sehingga memudahkan transportasi konsumen yang langsung membeli ikan ke tempat pembesaran ikan koi tersebut.

5.2.2 Prasarana

Prasarana yaitu bentuk segala sesuatu yang menjadi penunjang utama terselenggaranya suatu proses. Macam-macam prasarana yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” ini meliputi sumber air, kondisi jalan, transportasi, dan alat komunikasi.

a. Sumber air

Ketersediaan air yang memadai sangat diperlukan di dalam usaha pembesaran ikan koi. Sumber air pada usaha pembesaran ikan koi ini didapat dari pemanfaatkan sistem irigasi yang sudah ada, karena Desa Bacem merupakan Desa yang dialiri sungai atau kali.

b. Kondisi jalan

Kondisi jalan menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan termasuk dalam usaha pembesaran ikan koi. Hal tersebut dikarenakan mempengaruhi kelancaran dalam proses pendistribusian peralatan dan hal-hal yang berkaitan dengan proses pembesaran ikan koi. Dengan kondisi jalan yang baik, proses pengangkutan seperti hasil panen akan lebih mudah dilakukan. Kondisi jalan menuju usaha pembesaran ikan koi ini berupa jalan aspal yang lebarnya 4-5 meter dan sudah dapat dilewati mobil, truk kendaraan bermotor lainnya sehingga tidak mengganggu kelancaran usaha.

c. Alat komunikasi

Sistem komunikasi sangat penting dalam menjalani usaha untuk komunikasi dengan distributor atau langsung dengan konsumen. Jaringan komunikasi pada usaha pembesaran ikan koi ini sudah bagus dan sinyal di lokasi kolam tersebut sudah baik dan mudah di jangkau oleh semua jenis kartu seluler.

5.2.3 Proses Produksi

Proses persiapan kolam dan alat yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koidi UD. Mata Ikan ini yaitu meliputi:

a. Pengeringan Kolam

Kolam pembesaran dikeringkan selama 6-7 hari tergantung cuaca dari terik matahari yang didapat dengan maksud agar hama dan penyakit yang ada pada kolam dapat mati tersengat sinar matahari. Selain itu dampak buruk yang terjadi, jika kolam pembesaran tidak dilakukan proses pengeringan adalah dinding kolam pembesaran akan ditumbuhi lumut. Benih biasanya dapat terperangkap dan mengurangi ruang gerak benih ikan koi sehingga bisa menyebabkan kematian. Pengurasan pada kolam dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 4. Proses pengurasan kolam pembesaran

b. Pembajakan Tanah dan Pemupukan

Pembajakan pada tanah kolam pembesaran ikan koi dilakukan dengan cara yang masih sangat sederhana, yaitu dengan cara mencangkul tanah tersebut. Pada saat tanah dibajak, dimasukkan larutan pupuk organik atau pupuk urea dengan takaran 1 timba cat yang digunakan di kolam dengan ukuran 25m^2. Jika pemupukan dengan menggunakan pupuk organik (pupuk kandang) maka dosis yang diberikan adalah 150-200 g/m^2dan ditambah dengan jerami padi secukupnya sebagai media untuk tumbuhnya bakteri baik.

Setelah proses pembajakan selesai, dimasukkan air sampai setinggi 10-15 cm. Lalu diamkan selama 1-2 hari tergantung panas matahari. Hal ini bertujuan agar tanah dan pupuk yang sudah ditebar sebelumnya dapat bercampur lalu mengendap pada dasar kolam sehingga dapat menumbuhkan plankton dan jasad renik sebagai pakan alami untuk benih ikan koi.

c. Pengapuran

Setelah proses pembajakan dan pemupukan pada kolam pembesaran, lalu proses berikutnya adalah pengapuran. Teknik pengapuran yaitu dengan cara ditaburkan kapur pertanian ($Ca(OH)_2$) pada kolam yang berisi air setinggi 10-15 cm dan sudah didiamkan selama 2 hari, kapur yang ditabur sebanyak 20-30 gram per meternya, pemberian kapur bertujuan untuk meningkatkan pH tanah.

d. Penambahan Air

Pada hari ke-3, isi kolam pembesaran dengan air sampai setinggi 40-50 cm, lalu biarkan selama 3-6 hari. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan plankton dan jasad renik sebagai pakan alami untuk benih ikan koi. Selama 3-6 hari tersebut pada dasar kolam pembesaran akan ditumbuhi lumut dan muncul fitoplankton serta zooplankton. Jasad renik inilah yang digunakan sebagai pakan alami yang bernutrisi tinggi bagi ikan koi. Adapun proses penambahan air dapat dilihat pada gambar 5.

Gambar 5. penambahan air pada kolam

e. Penebaran Benih

Proses penebaran benih ikan koi dilakukan pada hari ke-7. Sebelum ditebar, benih ikan koi dikondisikan pada keramba yang sudah disiapkan dipinggir kolam selama 1-2 jam. Hal ini bertujuan agar benih ikan koi mampu beradaptasi dengan suhu air dan lingkungan yang baru, supaya ikan koi tidak mengalami stres sehingga menimbulkan kematian.

Menurut informasi dari pak Syuhada' pembesaran ikan koi, benih yang digunakan berukuran ± 3 cm dengan bobot tubuh 5 gram/ekor. Benih yang ditebar sebanyak 10.000 ekor/siklus pada kolam pembesaran jika ditotal keseluruhan seluas 150 m^2. Idealnya tiap 3 m^2 kolam dengan kedalaman 50 cm diisi ikan

sebanyak 200 ekor dengan ukuran ± 3 cm. Jadi untuk kolam pembesaran seluas 150 m^2, maka ikan yang harus dimasukkan kedalam kolam pembesaran adalah 10.000 ekor. Untuk penebaran benih pada kolam dapat dilihat pada gambar 6.

Gambar 6. Penebaran benih ikan koi

f. Penyortiran Ikan Koi

Setelah ikan berumur 1-2 bulan ikan koi ini mulai dapat dilakukan penyortiran tahap 1 yaitu bertujuan untuk menentukan kelas A, B, C dengan kualitas super, sedang, dan biasa.

Cara membedakan ikan koi yang masuk kriteria kelas A, B, C dapat dilihat dari segi corak warna yang tajam serta cerah, bentuk tubuh yang proporsional antara lebar dan panjang, gerakan ikan yang lincah di dalam air, keseimbangan pola warna dan motif pada tubuh ikan koi. Tahap penyortiran ini sangat menentukan kualitas ikan koi dan memperkecil biaya produksi untuk mendapatkan ikan yang benar-benar berkualitas baik serta bernilai jual tinggi.

Pada usaha pembesaran ikan koi ini dalam 1 tahun terdapat 3 kali siklus panen. Tiap siklusnya masing-masing terbagi atas 0-4 bulan dalam proses produksi ikan koi.

Siklus pertama yaitu pada bulan Januari, Februari, Maret, dan panen pada bulan April. Siklus kedua dimulai pada bulan Mei, Juni, Juli, dan panen pada bulan Agustus. Siklus ketiga yaitu dimulai pada bulan September, Oktober, November, dan panen pada bulan Desember.

Menurut pemaparan dari pak Syuhada' pembesaran ikan koi, dalam satu siklus (4 bulan) terdapat 3 kali proses penyortiran dan pemanenan. Hal ini dilakukan agar hasil panen ikan koi benar-benar berkualitas baik.

Pada penyortiran tahap 1 ikan koi yang berumur 1-2 bulan dengan ukuran 10-15 cm, tersebut akan dilakukan penyeleksian. Pada tahap ini ikan koi yang masuk dalam kategori kelas C (kualitas biasa) akan langsung dijual kepedagang eceran yang akan dijual kembali ke konsumen. Hal ini bertujuan untuk memperkecil biaya produksi serta meningkatkan kualitas hasil panen ikankoi yang berkualitas baik. Hasil penyortiran ikan koi kelas C (kualitas biasa). Pada siklus 1 sebanyak 3500 ekor, pada siklus 2 sebanyak 3100 ekor, dan pada siklus 3 sebanyak 3500 ekor.Pada saat penyortiran tahap 2, otomatis ikan yang berada di dalam kolam pembesaran hanya tinggal kategori kelas A dan B, serta kepadatan ikan yang di dalam kolam pembesaran sudah berkurang karena ikankoi kategori C sudah di panen pada 2 bulan sebelumnya. Pertumbuhan ikan koi sangat cepat karena semakin berkurangnya padat penebaran ikan koi dalam kolam pembesaran, otomatis akan mengurangi kompetisi dalam perebutan makanan serta O_2 didalam kolam, menambah ruang gerakikan, mempermudah dalam pemantauan pertumbuhan ikan koi secara intensif sehingga kemungkinan dan peluang untuk ikan koi mampu tumbuh lebih cepat itu ada.

Pada penyortiran tahap 2 ikan koi yang berumur 2-3 bulan dengan ukuran 21-25 cm tersebut akan diseleksi kembali, yang nantinya di peruntukkan atau dijual bagi mereka yang gemar mengkoleksi dan penikmat keindahan ikan koi ini. Hasil penyortiran kategori kelas B (kualitas sedang). Pada siklus 1 sebanyak 2500 ekor, siklus 2 sebanyak 2900 ekor, dan pada siklus 3 sebanyak 2200 ekor ikankoi.

Pada penyortiran tahap 3 ikan koi yang berumur 3-4 bulan dengan ukuran 26-30 cm tersebut akan dijual atau diperuntukkan bagi kalangan penghobi ikan koi yang gemar mengikuti kontes atau lomba ikan koi. Hasil penyortiran kategori kelas

A (kualitas super) pada siklus 1 sebanyak 1500 ekor, pada siklus 2 sebanyak 1000 ekor, dan pada siklus 3 sebanyak 1800 ekor.

Berdasarkan penuturan dari Bapak Syuhada' selaku pemilik UD. Mata Ikan, turunnya tingkat penerimaan disebabkan oleh menurunnya pula tingkat kehidupan karena faktor peralihan musim (pancaroba). Pada saat peralihan musim (pancaroba), kondisi cuaca di tempat usaha pembesaran memang tidak menentu, kadang siang kondisi cerah namun selang beberapa saat kemudian hujan. Hal inilah yang menyebabkan menurunnya tingkat kehidupan pada usaha pembesaran dikarenakan perubahan suhu yang sangat drastis atau cepat. Untuk proses penyortiran dapat dilihat pada gambar 7.

Gambar 7. Proses penyortiran ikan koi

g. Pemberian Pakan

Jenis dan frekuensi pemberian pakan dilihat dari umur ikan, pakan yang digunakan dalam pembesaran ikan koi ini terdiri dari dua macam yaitu pakan alami yang berupa dapnia dan kotoran ayam, sedangkan pakan buatan pellet, cacing dan telur. Untuk pakan alami (dapnia) berasal dari pengapuran, pengisian air pada kolam, sedangkan dari kotoran ayam akan tumbuh subur dapnia. Pakan buatan berupa pellet di dapatkan dari toko pertanian dan peternakan disekitan pasar Desa Bacem. Jumlah dan frekuensi pemberian pakan yang diberikan dilihat dari umur ikan umur 1 hari sampai umur 120 hari bahkan lebih. Untuk jenis frekuensi pemberian pakan dapat dilihat pada tabel 7 dan gambar 8.

Tabel 7. Frekuensi pemberian pakan
Keterangan: Setiap 1x pemberian pakan hanya diterapakan pada 1 kolam saja

No	Umur Ikan (hari)	Jenis Pakan	Frekuensi (1x) Pemberian Pakan	Jumlah pakan
1	1-10	Mrutu (daphnia)	-	-
2	11-30	Cacing	1 hari	1 timba kecil
3	11-30	Telur busuk	1 hari	2 butir
4	31-120	Kotoran ayam	7 hari	1 kantong beras
5	31-120	Pellet	2 hari	1 timba kecil

Sumber: Penilitian pada usaha pembesaranikan koi di UD. “Mata Ikan”

Gambar 8. Proses pemberian pakan

h. Pengendalian Hama dan Penyakit

Dalam usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan ini terdapat beberapa kendala diantaranya yaitu hama. Pada usaha ini adapun hama yang terdapat dan secara umum ditemukan pada kolam pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hama dan cara penanggulangan pada usaha pembesaran ikankoi

HAMA	JENIS	KETERANGAN	PENANGGULANGAN
Pemangsa	a. Katak	Katak biasanya memakan benih koi yang baru ditebar di kolam yang berada pada persawahan.	Dengan cara mengontrol kolam secara rutin dan memunguti telur-telur katak, agar regenerasi katak dapat dihambat.
Pesaing	a. Ikan kecil	Ikan kecil ini terdiri dari ikan mujair, wader, gatul. Ikan ini biasanya berebut makan dengan ikan koi sehingga menjadi kompetitor.	Dengan cara menutup lubang pemasukan air (dengan kasa atau jaring) agar hama tidak masuk kedalam kolam
	b. Kecebong	Kecebong biasanya berebut makanan dengan benih ikan koi sehingga menjadi kompetitor.	Dengan cara mengontrol kolam setiap hari dan menangkapnya dengan menggunakan serok atau seser.
	c. Udang	Udang biasanya berebut makanan dengan benih ikan koi sehingga menjadi kompetitor.	Dengan cara menutup lubang pemasukan air (dengan kasa atau jaring) agar hama tidak masuk kedalam kolam.
	d. Keong/kul	Keong/kul biasanya berebut makanan dengan benih ikan koi sehingga menjadi kompetitor.	Dengan cara mengontrol kolam setiap hari dan menangkapnya satu persatu.
Perusak	a. Yuyu/kepiting	Yuyu/kepiting biasanya membuat sarang dipinggir kolam dengan cara melubangi pematang yang berada di persawahan.	Dengan cara mengontrol kolam setiap hari dan menangkapnya satu persatu.
	b. Belut	Belut biasanya membuat sarang dipinggir kolam dengan cara melubangi pematang yang berada di persawahan.	Dengan cara mengontrol kolam setiap hari dan menangkapnya satu persatu.

Sumber: Penelitian pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan”

Sedangkan penyakit serta cara penanggulangannya, yang ditemukan pada Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) pada Desa Bacem, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar yaitu :

- **Kutu Ikan**

Pada usaha pembesaran ikan koi, kutu ikan sering ditemukan menyerang ikan koi. Bentuknya pipih, berwarna abu-abu dan masih tergolong udang-udangan renik.

Gambar 9. Kutu ikan yang menempel pada benih ikan koi

Cara menanggulanginya :

Jika hanya satu atau dua ekor kutu ikan yang menempel pada tubuh ikan koi, cara penanggulangannya cukup dengan mengambil kutu ikan tersebut dengan pinset. Namun jika jumlah kutu ikan banyak dan sudah menular pada ikan koi yang ada di kolam, maka cara penanggulangannya yaitu dengan memasukkan garam dapur secukupnya pada kolam pembesaran selama 7 hari berturut-turut.

- **Kutu jarum/Cacing jarum**

Penyakit kutu jarum sering disebut *anchor worm disease.* Pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” penyakit ini disebut cacing jarum karena penampilannya sepintas mirip sebuah jarumyang menancap pada tubuh ikan koi yang terserang. Keberadaan kutu jarum/cacing jarum dapat dilihat dengan mata secara langsung karena berukuran ± 5-10 mm. Kutu jarum/cacing jarum ini menyerang pada seluruh bagian tubuh ikan, bahkan sampai pada insang ikan koi.

Gambar 10. Benih ikan koi yang terjangkit kutu jarum

Cara menanggulanginya :

Jika penyakit ini dalam jumlah sedikit pada seekor ikan koi, bisa dicabut satu persatu dengan menggunakan pinset. Jika serangan penyakit ini sudah merata keseluruh tubuh ikan koi, maka diobati dengan larutan lebacide selama 10 menit dengan pengulangan 2-3 kali setiap 2 hari sekali.

i. Pemanenan

Teknik pemanenan pada usaha pembesaran ikan koi pada Desa Bacem, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar ini ada beberapa langkah diantaranya :

- Langkah pertama, dengan cara menutup pintu masuk air yang menuju kolam pembesaran menggunakan terpal dan membuka pintu pengeluaran air yang terlebih dahulu dipasang saringan untuk mencegah ikan koi terbawa arus air. Proses pemanenan ikan koi dapat dilhat pada gambar 11.

Gambar 11. proses pemanenan ikan koi

- Langkah kedua, setelah ikan-ikan terkumpul di sekitar pintu pengeluaran air, ikan ditangkap menggunakan bantuan seser dengan hati-hati, lalu

dimasukkan kedalam jaring sortir untuk selanjutnya pemilihan atau penyortiran calon ikan koi unggulan yang dibedakan dalam 3 kelas dan dipanen secara bertahap yaitu kelas C (kualitas biasa) dipanen tahap pertama pada umur 1-2 bulan, kelas B (kualitas sedang) dipanen tahap kedua pada umur 2-3 bulan dan kelas A (kualitas super) dipanen tahap ketiga pada umur 3-4 bulan.

- Langkah ketiga, setelah ikan koi dipilah-pilah sesuai dengan tahap umur pemanenan, maka langkah selanjutnya adalah pengemasan. Pengemasan dan pemanenan dilakukan pada saat bersamaan agar ikan koi tidak stres dan mati. Oleh sebab itu, waktu yang tepat pada saat pemanenan ikan koi adalah pagi atau sore hari karena suhu pada saat itu relatif cukup rendah sehingga memperkecil dampak kematian atau stres pada ikan koi.

Gambar 12. Ikan koi yang sudah dikemas

5.3 Aspek Manajemen

Manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari tindakan-tindakan yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

5.3.1 Fungsi Perencanaan (Planning)

Menurut Handoko (2003) perencanaan (Planning) adalah penetapan tujuan dan menyusun rencana-rencana penentuan kerja yang akan dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan agar perusahaan tersebut lebih mudah dan lancar dalam menjalankan suatu perusaahan.

Pada usaha pembesaran ikan koi pada UD. Mata Ikan ini pelaksanaan fungsi perencanaan terbilang teratur dan ada tujuan serta target tertentu yaitu memproduksi ikan koi dengan kualitas yang baik dengan cara melakukan padat penebaran yang tidak terlalu tinggi pada kolam pembesaran, hal ini bertujuan agar pertumbuhan ikan koi dapat maksimal. Meskipun ikan koi yang dihasilkan sedikit namun memiliki kualitas yang baik maka dari segi penjualan otomatis juga akan ikut baik. Karena faktor yang paling penting dalam penentuan tinggi rendahnya ikan koi adalah keindahan corak warna dan gerak tubuh. Untuk mencapai hal tersebut, pemilik usaha pembesaran ikan koi sudah memberikan pakan buatan (pellet) yang berkualitas tinggi pada ikan koi agar merangsang pertumbuhan dan corak warna pada tubuh ikan koi.

Pemilik usaha juga memiliki rencana ke depan dengan harapan usaha yang dijalankannya berkembang menjadi lebih baik dengan menambah kapasitas produksi dan juga menghasilkan telur sendiri sehingga memperkecil biaya pengeluaran. Serta perencanaan pada finansiil usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan untuk 10 tahun kedepan sudah dipikirkan dengan baik.

5.3.2 Fungsi Pengorganisasian (Organizing)

Menurut Siswanto (2013) pengorganisasian (Organizing) terdiri dari dua pengertian yang pertama dalam arti statis yakni skema, bentuk, bagan yang menunjukkan hubungan antara fungsi serta otoritas dan tanggung jawab yang berhubungan satu sama lain dari individu yang diberi tugas atau tanggung jawab

atas fungsi yang bersangkutan. Sedangkan dalam arti dinamis adalah proses pendistribusian pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh individu atau kelompok dengan otoritas yang diperlukan dalam pengoperasiannya.

Pada usaha yang dijalankan oleh Pak Syuhada' belum menerapkan pengorganisasian. Hal ini dikarenakan semua tugas atau pekerjaan dalam kegiatan usaha pembesaran ikan koi masih dikerjakan sendiri tanpa adanya karyawan tetap. Dalam hal ini pelaku usaha menggunakan buruh tidak tetap maksudnya karyawan ini cuma diperlukan pada saat tertentu seperti dilakukan persiapan kolam, pembajakan tanah dan penyeleksian selain itu pekerjaan dan tugas dilakukan sendiri.

5.3.3 Fungsi Pergerakan (Aktuating)

Menurut Handoko (2003) Pergerakan (*Aktuating)* ini adalah membuat para karyawan melakukan apa yang diinginkan dan harus dilakukan dengan fungsi pekerjaan yang sudah dibagi dalam bidangnya masing-masing. Dalam konteks manjemen, pergerakan tujuannya untuk meningkatkan kinerja para karyawan untuk melakukan pekrjaan yang sudah di tentukan dalam organisasi.

Pergerakan atau pelaksanaan pada usaha pembesaran ikan koi adalah pelaksanaan dalam persiapan kolam, pembajakan tanah, pemupukan, pengapuran, pengisian air, penebaran benih, pemberian pakan, pengendalian hama dan penyakit yang dapat menghambat pertumbuhan ikan, penyeleksian ikan sampai panen semua pelaksanaan dikerjakan oleh pemilik usaha tersebut. Kecuali pada persiapan kolam, pembajakan tanah dan penyeleksian ikan dan panen Pak Syuhada' dibantu oleh dua orang pekerja lepas untuk melakukan pekerjaan tersebut karena tidak mungkin untuk dikerjakan sendiri.

Dalam hal ini fungsi pergerakan atau pelaksanaan pada usaha ini sudah optimal dalam melakukan fungsi manajemen pergerakan/pelaksanaan dengan

sendiri karena pemilik usaha sudah menguasai semua dari aspek teknis sampai pasca panen tanpa ada yang membantu kecuali persiapan kolam dan pada saat panen.

5.3.4 Fungsi Pengawasan (Controlling)

Menurut Wiryoputro (2008) Pengawasan (Controlling) adalah suatu proses untuk menetapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksankan, menilainya dan mengoreksi bila perlu dengan maksud supaya pelaksanan pekerjaan sesuai dengan rencana semula. Tujuan dari pengawasan diatas adalah mencoba atau ingin mengetahui apakah pekerjaan sudah sesuai dengan tujuan organisasi yang sudah ditetapkan dengan mengawasi semua pekerjaan dan selalu mengecek kegiatan jika ada penyimpangan dalam proses maka akan segera dikendalikan agar tidak ada penyimpangan yang panjang.

Pengawasan pada usaha pembesaran ikan koi dilakukan terhadap kualitas air, pengontrolan air keluar masuknya inlet dan outlet, pengendalian hama dan penyakit. Pengawasan selanjutnya adalah melihat jumlah produksi ikan setiap penyeleksian berlangsung dan perkembangan ikan setiap pertumbuhannya setiap bulan. Dalam pembukuan keuangan pada usaha Pak Syuhada' tidak ada pencatatan sehingga tidak bisa mengetahui kondisi keuangan usaha seperti pengeluaran yang dikeluarkan setiap bulannya untuk usaha ini dan apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau kerugian.

5.4 Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Pemasaran merupakan ujung tombak kegiatan ekonomi dalam agribisnis perikanan. Pengusaha agribisnis perikanan sudah harus memikirkan rencana pemasaran jauh sebelum produknya siap dipasarkan (Yulinda, 2012).

Aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan meliputi permintaan dan penawaran,saluran pemasaran, dan margin pemasaran.

5.4.1 Permintaan Dan Penawaran

Permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu. Teori permintaan menjelaskan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga dan patuh pada hukum permintaan. Hukum permintaan menjelaskan apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen menurun. Sebaliknya bila harga turun maka jumlah yang diminta akan meningkat. Oleh sebab itu hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah negative (Pracoyo, 2006).

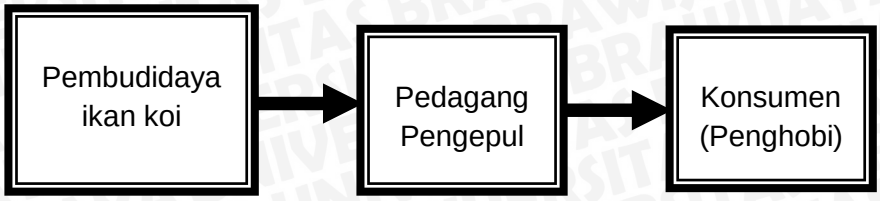
Permintaan ikan hias terutama pada ikan koi di UD. “Mata Ikan” semakin tahun selalu meningkat. Dilihat dari perkembangan setiap siklus pemanenan dan permintaan terhadap ikan koi selalu bertambah untuk permintaan daerah lokal maupun luar kota atau luar provinsi. Terutama bagi penghobi ikan koi yang sudah banyak peminatnya, memiliki konsumen atau pelanggan tetap. Ikan koi juga bisa sebagai hiasan rumah agar lebih hoki dan untuk diikut sertakan pada lomba kontes koi yang setiap tahunnya ada event tertentu di seluruh Indonesia. Hal ini didukung dengan data yang berasal dari kementrian kelautan dan perikanan (2014), menyatakan bahwa target produksi perikanan budidaya Kabupaten Blitar yang pelaksanaan kegiatan pembangunannya dimulai tahun 2011-2014 mengalami kenaikan rata-rata 9,79% per tahun.

5.4.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan keputusan yang sangat kompleks dan penuh tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan. Setiap sistem saluran menciptakan tingkatan penjualan dan biaya yang berbeda. Pedagang perantara bisa dimanfaat kan bila mereka mampu melaksanakan fungsi saluran lebih efisien daripada yang dapat dilaksanakan perusahaan. Perusahaan memiliki banyak saluran kuat yang memungkinkan mereka meraih pasar mereka dapat memutuskan penjualan langsung atau menggunakan satu, dua, tiga, bahkan lebih banyak lagi tingkat saluran perantara tadi. Saluran pemasaran merupakan ciri perubahan dramatik baik yang bersifat sementara maupun berkelanjutan (Suyanto, 2004).

Saluran pemasaran memiliki peran yang amat penting dalam aspek pemasaran supaya produk yang dihasilkan dapat tersalurkan sampai ke konsumen akhir dengan cepat. Saluran pemasaran ikan koi di UD. Mata Ikan melalui pengepul yang biasanya datang langsung ketempat pembesaran ikan koi. Pak Edi Subagio dan Pak Ali Mawardi yang sudah menjadi pelanggan tetap di UD. “Mata ikan” ini. Menurut pemaparan mereka pak Syuhada’ orang yang jujur dan selalu menjaga hubungan baik, jadi saat panen tiba beliau pasti menelpon untuk menanyakan ikan koi tersebut.

Kedua orang pengepul ini dalam memasarakan ikan koi mempunyai tujuan daerah maing-masing. Pak Edi memasarkan hasil panen ikan koi didaerah luar jawa timur seperti Bandung, Jakarta, Jogja, sedangkan untuk Pak Ali memasarkan ikan koi untuk daerah Jawa Timur saja seperti Kediri, Malang dan Surabaya. Pak Syuhada’ juga sebagian ikan yang menurutnya kualitas baik setelah mengikuti kontes beliau juga akan memasukan ikan tersebut ke *show room* atau di lelang setelah mengikuti kontes.



Gambar 13. Saluran pemasaran

5.4.3 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan ditingkat konsumen sebagai perbedaan harga yang dibayarkan oleh penjual pertama (produsen) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Berdasarkan uaraian diatas menunjukan selisih tingkat rantai pemasaran yang saling berinteraksi (Handayani dan Nurlaila, 2011).

Margin pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan oleh penjual pertama (produsen) dengan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Selisih harga yang diperoleh oleh pak Syuhada' sebagai pemilik usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan dengan hasil penjualan yang dihasilkan oleh pengepul dengan grade atau tingkat kualitas ikan yang setiap ikannya berbeda.

- Untuk kelas biasa atau grade C margin pemasaran atau selisih harga yang diperoleh oleh Pak Syuhada' dengan menjual ikan ke pengepul dengan harga Rp 7.000,- dan pengepul menjual lagi ke konsumen dengan harga Rp 7.500,- dan di dapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga ditingkat konsumen dengan harga yang diterima produsen jadi selisih diterima produsen adalah Rp 500,-.
- Untuk kelas sedang atau grade B margin pemasaran atau selisih harga yang diperoleh oleh Pak Syuhada' dengan menjual ikan ke pengepul dengan harga Rp 10.000,- dan pengepul menjual lagi ke konsumen dengan harga Rp 11.000,- dan di dapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga ditingkat konsumen dengan harga yang diterima produsen jadi selisih diterima produsen adalah Rp 1.000,-.

- Untuk kelas super atau grade A margin pemasaran atau selisih harga yang diperoleh oleh Pak Syuhada' dengan menjual ikan ke pengepul dengan harga Rp 15.000,- dan pengepul menjual lagi ke konsumen dengan harga Rp 17.000,- dan di dapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga ditingkat konsumen dengan harga yang diterima produsen jadi selisih diterima produsen adalah Rp 2.000,-.

5.5 Aspek Finansiil

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), Aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang memiliki peran sama pentingnya dengan aspek-aspek yang lain dimana para pemilik usaha menggunakan aspek ini untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Beberapa hal yang dinilai di dalam aspek ini antara lain sumber-sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang dikeluarkan selama umur investasi, proyeksi neraca dan laporan laba/rugi untuk beberapa periode ke depan, kriteria penilaian investasi, dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan.

Aspek keuangan pada usaha pembesaran ikan koi di lihat dari segi finansiil yang meliputi dari permodalan pada usaha pembesaran ikan koi dan analisis jangka pendek meliputi penerimaan, *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio),keuntungan, Rentabilitas, dan *Break Even Point* (BEP). Analisis jangka panjang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI) atau *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

5.5.1 Permodalan

Modal dapat diartikan sebagai hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Berdasarkan fungsi kerjanya aktiva tetap dalam perusahaan didapat dari modal aktif dibedakan dalam modal kerja untuk menbelanjakan operasinya sehari-hari, misalkan untuk memberikan persekot pembelian bahan mentah, membayar upah buruh, gaji pegawai dan lain sebagainya, modal tetap sekali dibeli tidak mudah dikurangi atau diperkecil relatif permanen dalam jangka waktu tertentu, karena elemen-elemen dari modal tetap tidak segera mengalami perubahan-perubahan, berdasarkan fungsi bekerjanya aktiva lancar didapat dari modal lancar adalah modal yang habis dalam satu kali berputar dalam proses produksi dan proses perputarannya sendiri adalah dalam jangka waktu yang pendek (Riyanto,2010).

Besarnya modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikanyang dimiliki oleh Pak Syuhada' adalah modal Tetap sebesar Rp.65.311.000,- (Uraian tentang modal tetap dapat dilihat pada pada lampiran 2). Adapun modal lancar pada usaha pembesaran ikan koi selama 3 siklus (tahun) sebesar Rp.26.110.500,- (Uraian tentang modal lancar dapat dilihat pada pada lampiran 2) dan untuk modal kerja pada usaha pembesaran ikan koi untuk satu tahun atau selama tiga siklus sebesar Rp.36.974.083,- (perincian modal kerja dapat dilihat pada lampiran 3).

5.5.2 Biaya Produksi

Biaya produksi pada usaha pembesaran ikan koi meliputi biaya tetap *(fixed cost)* dan biaya tidak tetap *(variable cost).* Menurut Primyastanto dan Istikharoh (2003), setiap kegiatan usaha yang dilaksanakan memerlukan biaya-biaya atau pengeluaran usaha. Menurut prinsip ekonomi, dengan biaya tertentu diharapkan hasil yang optimal, atau dengan kata lain untuk mendapatkan hasil tertentu dengan

biaya yang serendah mungkin. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain (*opportunity cost*). Adapun biaya yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” adalah sebagi berikut:

a. Biaya Tetap *(fixed cost)*

Biaya tetap *(fixed cost)* adalah biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha yang tidak mempengaruhi hasil produksi. Pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata ikan” milik pak Syuhada’ biaya tetap yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha ini dalam setahun sebesar Rp.10.863.583,- (rincian biaya tetap pada usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada lampiran 3).

b. Biaya Tidak Tetap *(variable cost)*

Biaya tidak tetap *(variable cost)* adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi, semakin besar produksi maka semakin besar biaya tidak tetap yang dikeluarkan untuk menghasilkan hasil produksi. Biaya tidak tetap yang dikeluarkan pada usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” dalam memproduksi ikan koi dalam satu tahun tiga kali produksi sebesar Rp.26.110.500,- (rincian perhitungan biaya tidak tetap dapat dilihat pada lampiran 4).

c. Biaya Total (*total cost*)

Total biaya (*total cost*) adalah jumlah keseluruhan biaya tetap dan biaya tidak tetap yang dikeluarkan untuk usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan”. Biaya tetap selama satu tahun sebesar Rp.10.863.583,- dan untuk biaya tidak tetap selama satu tahun (tiga siklus) sebesar Rp.26.110.500,-. Sehingga pada usaha ini dalam tiga siklus selama satu tahun produksi ikan koi biaya total

yang didapat sebesar Rp.36.974.083,- (rincian perhitungan biaya produksi dapat dilihat pada lampiran 4).

5.5.3 Analisis Finansiil Jangka Pendek

1). Jumlah Produksi Dan Penerimaan

Penerimaan produksi total adalah penerimaan penjualan total dikurangi dengan biaya penjualan. Ini adalah penerimaan penjualan yang diberikan kepada bagian produksi dari perusahaan. *Revenue* yang berarti penerimaan adalah sebagai jumlah yang diperoleh dari penjualan sejumlah output yang dihasilkan seorang produsen atau perusahaan. Penerimaan atau revenue, adalah penghasilan dari penjualan barang-barang atau barang-barang dagangan (Nurdin, 2010). Sedangkan menurut Riyanto (2010), penerimaan total merupakan jumlah uang yang diperoleh dari penjualan sejumlah produk yang dihasilkan dalam periode tertentu.

Jumlah produksi pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” dalam setahun terdapat tiga siklus yang dibagi dengan beberapa grade atau tingkatan kualitas pada produksi ikan koi. Produksi ikan koi dalam satu tahun sebanyak 11.000 ekor dari 73,3 % hasil penebaran benih ikan koi sebanyak 15.000 ekor, dengan demikian total penerimaan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” adalah sebesar Rp.105.600.000,- (Rincian dapat dilihat pada lampiran 4).

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

Analisa usaha dengan pendekatan perhitungan RC ratio dilakukan untuk mengetahui kelayakan usaha dan untuk melihat perbandingan antara penerimaan dengan biaya dari suatu usaha (Riyanto, 2010). Untuk mengetahui besarnya nilai RC ratio digunakan rumus sebagai berikut :

1) Bila TR > TC akan diperoleh laba.

2) Bila TR = TC akan diperoleh *break event point* (titik impas), yaitu suatu titik yang menggambarkan perusahaan tidak untung dan tidak rugi.

3) Bila TR < TC akan diperoleh rugi.

$$RC\ Ratio = \frac{TR}{TC}$$

Dimana : TR = penerimaan total (perkalian antara volume produksi dengan harga jual

TC = biaya total (penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel)

RC > 1, maka usaha dikatakan menguntungkan.

RC = 1, maka usaha dikatakan tidak untung dan tidak rugi.

RC < 1, maka usaha dikatakan mengalami kerugian.

Perhitungan *revenue cost ratio* (RC *Ratio*) pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan selama satu tahun diperoleh nilai sebesar 2,86 yang diperoleh dari pembagian antara penerimaan dengan biaya total, Sehingga artinya nilai RC Ratio > 1, maka usaha dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan kedepannya karena sudah sesuai dengan berdasarkan ketentuan yang ada. Semakin tinggi nilai RC ratio diperoleh maka keuntungan suatu usaha juga akan meningkat (perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5).

3). Keuntungan

Keuntungan atau laba usaha adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap (Soekartawi, 1995).

Perhitungan selisih antara total penerimaan (TR) dihitung dari jumlah produk yang dihasilkan dikalikan harga per unit.*Total Cost* (TC) merupakan total dari biaya yang dikeluarkan baik dari biaya tetap *(fixed cost)* maupun biaya variabel *(variable cost).* Keuntungan yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan koi di UD.

Mata Ikan setelah dilakukan perhitungan antara total penerimaan dengan total modal kerja selama satu tahun adalah sebesar Rp.68.625.917,- (perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5).

4). Rentabilitas

Rentabilitas adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase, dimaksudkan sebagai kemampuan sebagai kemampuan suatu perusahaan dengan seluruh modal modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba (Riyanto,2010).

Besarnya nilai rentabilitas/presentase keuntungan yang diperoleh dari pembagian jumlah laba yang diperoleh selama periode tertetu dengan modal kerja yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dikalikan dengan 100% hasilnya dinyatakan dalam presentase (%). Nilai rentabilitas yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” 186%, artinya usaha mampu memperoleh keuntungan sebesar 186% dari modal yang dikeluarkan atau pada usaha pembesaran ikan koi setiap penambahan Rp 100,- akan dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp.186,- (perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5).

5). *Break Even Point* (BEP)

Dalam analisis *Break Even Point* (BEP) adalah untuk mencari titik impas dimana hasil penjualan produksi sama dengan biaya produksi sehingga pengeluaran sama dengan pendapatan (TR=TC). Sehingga pembudidaya dapat mengetahui usahanya tidak mengalami rugi maupun untung. Pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” dari hasil perhitungan analisis *Break Even Point* (BEP) Total didapat sebesar Rp.14.432.024. Sedangkan untuk mengetahui hasil tiap grade perlu perhitungan analisis BEP sales *mix* sebagai berikut:

- Untuk ikan koi grade A pada UD. “Mata Ikan” selama 3 siklus (satu tahun) harus menghasilkan ikan sebanyak 293 ekor dengan harga per ekor Rp.15.000 atau dengan hasil penjualan/penerimaan sebesar Rp.4.407.507,- (untuk penjelasannya dapat dilihat pada lampiran 6).
- Untuk ikan koi grade B pada UD. “Mata Ikan” selama 3 siklus (satu tahun) ditotal menghasilkan ikan sebanyak 519 ekor dengan harga per ekor Rp.10.000 atau dengan hasil penjualan/penerimaan sebesar Rp.5.193.342,- (untuk penjelasannya dapat dilihat pada lampiran 6).
- Untuk ikan koi grade C pada UD. Mata Ikan selama 3 siklus (satu tahun) ditotal menghasilkan ikan sebanyak 690 ekor dengan harga per ekor Rp.7.000 atau dengan hasil penjualan/penerimaan sebesar Rp.4.831.175,- (untuk penjelasannya dapat dilihat pada lampiran 6).

5.6 Analisis SWOT Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi

Pada seseorang pengusaha dalam mengembangkan suatu usaha yang sedang dijalankan harusnya sudah dapatmengetahui pengaruh-pengaruh apa sajayang disebabkan oleh lingkungan sekitar baik secara internal maupun eksternal, maka dari itu untuk mengetahui prospek suatu usaha kedepannya pemilik usaha harus mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan acamanan yang dialami pada usaha tersebut. Untuk mengantisipasi terjadinya ganguan terhadp usaha maka harus mengidentifikasi faktor yang mendukung maupun yang mengancam jalan nya usaha yang sedang dijalani maka perlu digunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan faktor eksternal seperti peluang (*Opportunity)* dan ancaman (*Threats)* dengan faktor internal pada usaha seperti kekuatan (*Strenght)* dan

kelemahan (*Weakness)*. Setelah mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memberi gambaran tentang usaha yang sedang dijalani untuk kondisi lingkungan internal maupun eksternal pada usaha tersebut. Sehingga untuk kedepanya dapat diketahui prospek pengembangan dan pertumbuhan usaha serta dapat mengantisipasi ancaman mungkin akan terjadi dalam perjalanan suatu usaha.

5.6.1 Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang berada diluar dari sebuah usaha yang keberadaannya dapat mempengaruhi pertumbuhan atau perkembangannya. Menganalisa peluang dan ancaman pemilik usaha bisa menjadikan sebagai dasar untuk menentukan strategi pengembangan eksternal apa yang akan dilakukan untuk kedepannya agar usaha pembesaran ikan koi dapat berkembang dengan baik.

A. Identifikasi Faktor Peluang

Faktor peluang dapat diartikan sebagai kesempatan yang muncul atau terjadi pada satu peristiwa yang mungkin dapat menguntungkan. Jadi salah satu tujuannya yaitu untuk melihat peluang yang ada lingkungan sekitar untuk mengidentifikasi peluang yang akan memberikan keuntungan dalam waktu dekat dan dimasa yang akan datang untuk usaha tersebut. Adapun peluang-peluang yang dapat di indentifikasi pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem antara lain :

- Permintaan ikan koi yang semakin meningkat

Sampai saat ini pecinta ikan hias, terutama pada jenis ikan koi mulai mengalami peningkatan pada permintaan sebagai peliharaan kolam hias dirumah, restoran, tempat rekresai, bahkan sampai dijadikan ikan kontes pada pelombaan. Permintaan ikan koi yang meningkat yang diimbangi dengan produksi ikan koi di

Desa Bacem yang selalu kurang untuk memenuhi permintaan konsumen ataupun para pengepul. Peningkatan permintaan terhadap ikan hias koi ini lah peluang yang bagus untuk Pak Syuhada' selaku pemilik usaha pembesaran ikan koi pada UD. "Mata Ikan" di Desa Bacem untuk memenuhi permintaan konsumen, apalagi ikan koi memiliki kepercayaan atau mitos pada kalangan orang Tiongkok bahwa ikan koi membawa hoki atau keberuntungan bagi yang memeliharanya.

Pasar ikan koi semakin meluas tidak hanya untuk satu daerah saja, bahkan permintaan ikan koi sampai ke luar Jawa Timur seperti Jawa Barat, Jogja dan Jakarta. Ikan koi sudah memiliki banyak penggemar, dikarenakan ikon koi sendiri berbeda dengan ikan hias lainnya yang hanya sekedar sebagai ikan hias di akuarium. Ikan ini juga bisa di jadikan ikan yang paling mahal bila sudah memenangkan beberapa perlombaan ikan kontes. Berdasarkan pada kondisi lapang terhadap permintaan ikan koi maka bobot sebesar 0,20 diberikan karena permintaan ikan koi yang meningkat dan rating sebesar 4 karena sangat berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating permintaan ikan koi

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika permintaan terhadap ikan koi rendah
2.	0,10 jika permintaan terhadap ikan koi kurang
3.	0,15 jika permintaan terhadap ikan koi mulai kurang
4.	0,20 jika permintaan terhadap ikan koi meningkat
	Rating
1.	1 jika pengaruh permintaan ikan koi terhadap kondisi usaha rendah
2.	2 jika pengaruh permintaan ikan koiterhadap kondisi usaha kurang
3.	3 jika pengaruh permintaan ikan koi terhadap kondisi usaha mulai kurang
4.	4 jika pengaruh permintaan ikan koi terhadap kondisi usaha meningkat

- Adanya Tim Penyuluh dan Kelompok Tani Budidaya Ikan Koi

Keberadaan tim penyuluh dan kelompok tani dapat membantu menjalankan usaha pembesaran ikan koi karena dengan begitu antara pembudidaya ikan koi dapat sharing atau berdiskusi mengenai usaha yang dijalankan tersebut. Berdasarkan kondisi dilapang, adanya kelompok tani cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi maka diberikan bobot sebesar 0,10 dan rating sebesar 3 karena sebagian kelompok tani berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating sarana dan prasarana

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika adanya kelompok tani tidak penting bagi usaha pembesaran koi
2.	0,10 jika adanya kelompok tani cukup penting bagi usaha pembesaran koi
3.	0,15 jika adanya kelompok tani cukup bagi usaha pembesaran koi
4.	0,20jika adanya kelompok tani sangat penting bagi usaha pembesaran koi
	Rating
1.	1 jika tidak ada pengaruh adanya kelompok tani terhadap usaha
2.	2 jika adanya kelompok tani berpengaruh terhadap usaha
3.	3 jika adanya kelompok tani sangat berpengaruh terhadap usaha
4.	4 jika adanya kelompok tani sangat berpengaruh sekali terhadap usaha

- Adanya dukungan dari instansi Dinas Kelautan dan Perikanan

Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Blitar memberikan dukungan terhadap pembudidaya ikan koi di Desa Bacem yang memberikan pengaruh baik terhadap usaha pembudidaya. Pihak DKP Kabupaten Blitar tidak jarang memberikan penyuluhan dan seminar yang berhubungan dengan budidaya ikan koi, baik itu dalam hal pembenihan maupun pembesaran dan juga memberikan solusi untuk para pembudidaya terhadap kendala yang akan atau sedang terjadi. Berdasarkan pada kondisi lapang adanya dukungan dari instansi maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena dukungan dari instansi mulai mendukung usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena dukungan yang dari instansi berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Dukungan dari Instansi DKP

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika dukungan dari instansi tidak ada untuk usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika dukungan dari instansi mulai mendukung untuk usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika dukungan dari instansi mendukung lebih untuk usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika dukungan dari instansi sangat intens terhadap usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika dukungan dari instansi sangat tidak berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika dukungan dari instansi tidak berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika dukungan dari instansi berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika dukungan dari instansi sangat berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi

- Sarana dan Prasarana yang Mendukung

Sarana dan prasarana merupakan faktor pendukung yang sangat penting terhadap keberhasilan suatu usaha yang ingin berkembangan. Sarana dan prasaranan yang ada di Desa Bacem seprti lahan, transportasi, jalan raya, air irigasi yang belum tercemar, dan jaringan komunikasi yang memadai dapat mempermudah usaha pembesaran ikan koi dalam proses produksi maupun dalam kegiatan penyaluran pemasaran.Berdasarkan pada kondisi lapang terhadap sarana dan prasarana maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena sarana dan prasarana yang ada sebagian mendukung dan rating sebesar 3 karena sebagian sarana dan prasarana berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating SDA dan tersedianya lahan

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

B. Identifikasi Faktor Ancaman

Ancaman merupakan tantangan atau gejala-gejala yang timbul bersifat negatif yang dapat merusak perkembangan usaha yang tidak menguntungkan atas keberhasilan suatu usaha pembesaran ikan koi. Apabila tidak diatasi maka akan menggangu perkembangan tujuan suatu usaha untuk kedepannya. Adapun ancaman-ancaman terhadap usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem adalah sebagai berikut :

- Kenaikan harga pakan

Pakan adalah salah satu faktor pendukung untuk kelangsungan hidup ikan koi pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem. Kenaikan harga pakan menyebabkan pembudidaya kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pakan ikan koi sehingga menyebabkan pembengkaan terhadap pengeluaran biaya produksi. Dengan kenaikan harga pakan Pak Syuhada' selaku pemilik usaha masih fokus dengan satu produk pakan saja. Sulit untuk merubah imet mengganti pakan yang sudah lama dipakai dengan pakan yang lain karena pakan yang baru takutnya tidak sesuai dengan pertumbuhan ikan. Hal ini yang akan mengurangi keuntungan yang diperoleh. Berdasarkan pada kondisi lapang kenaikan harga pakan maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena kenaikan harga pakan cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena kenaikan harga pakan berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kenaikan Harga Pakan

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika kenaikan harga pakan tidak penting terhadap usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika kenaikan harga pakan cukup penting terhadap usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika kenaikan harga pakan penting terhadap usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika kenaikan harga pakan sangat penting terhadap usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika kenaikan harga pakan tidak berpengaruh terhadap usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika kenaikan harga pakan cukup berpengaruh terhadap usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika kenaikan harga pakan berpengaruh terhadap usaha pembesran ikan koi
4.	4 jika kenaikan harga pakan sangat berpengaruh terhadap usaha pembesaran ikan koi

- Adanya Pesaing Sesama Pembudidaya Ikan Koi dari Desa Lain

Pesaing yang sangat dipehitungkan oleh UD. “Mata Ikan” adalah sesama pembudidaya yang ada di daerah lain yang sudah mempunyai nama di Kabupaten Blitar adalah Kecamatan Kemloko. Hal ini karena di Desa Bacem sudah banyak mengetahui bahwa budidaya pembesaran ikan koi sangat menguntungkan. Pesaing di daerah lain lebih unggul seperti Kecamatan Kemloko dikarenakan dalam usaha budidaya pembesaran ikan koi di Kecamatan Kemloko sudah mempunyai nama besar di Kabupaten Blitar dalam teknik budidaya maupun menghasilkan ikan koi yang berkualitas. Berdasarkan pada kondisi lapang adanya pesaing lain maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena adanya pesaing lain cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena adanya pesaing lain berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Adanya Pesaing Lain

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika keberadaan pesaing lain tidak penting dalam usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika keberadaan pesaing lain cukup penting dalam usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika keberadaan pesaing lain penting dalam usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika keberadaan pesaing lain sangat penting dalam usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika adanya pesaing lain tidak berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika adanya pesaing lain cukup berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika adanya pesaing lain berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika adanya pesaing lain sangat berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi

- Serangan Hama dan Penyakit

Serangan hama merupakan hewan yang menjadi ancaman bagi ikan koi yang masih dalam pertumbuhan di kolam yang letak kolamnya di sawah. Hewan yang sering mengganggu seperti burung bangau, kepiting, dan ular sebagian hewan ini memangsa ikan koi yang masih berumur dua bulan atau ikan yang masih berukuran kecil dan sebagian lagi hewan kepiting merusak dinding-dinding kolam dengan cara membuat lubang-lubang dan akan membuat kolam rusak dan ikan keluar. Sedangkan penyakit yang menyerang ikan koi umumnya penyakit kutu air, dan KHV (Koi Herpes Virus). Penyakit ini dapat menyebabkan ikan kekurangan darah dan menghisap sari makanan pada ikan. Ciri-ciri jika ikan sudah terjangkit penyait biasanya ikan sering muncul ke permukaan. Hama dan penyakit ini merupakan ancaman bagi petani koi karena dapat mengakibatkan kematian terhadap ikan dan merugikn bagi petani. Berdasarkan pada kondisi lapang serangan hama dan penyakit maka bobot sebesar 0,15 diberikan karena serangan hama dan penyakit penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3

karena serangan hama dan penyakit berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Serangan Hama dan Penyakit

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

- Perubahan Iklim dan Cuaca yang Tidak Menentu

Salah satu faktor ancaman bagi pembudidaya ikan koi adalah faktor iklim dan cuaca dimana perubahan iklim dan cuaca ini di suatu daerah sangat sulit untuk diprediksi. Faktor iklim dan cuaca sangat mempengaruhi berhasil tidaknya suatu usaha pada proses pembesaran ikan koi. Perubahan iklim dan cuaca secara tiba-tiba akan menyebabkan ikan sulit beradaptasi dengan suhu lingkungan sekitar dan akan membuat ikan menjadi stress serta kemungkinan akan mati. Berdasarkan pada kondisi lapang perubahan iklim dan cuaca maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena perubahan iklim dan cuaca masih dapat diatasi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena perubahan iklim dan cuaca cukup berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Perubahan Iklim dan Cuaca

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

Setelah mengidentifikasi matrik stategi eksternal pada usaha pembesaran ikan koi, selanjutnya data faktor-faktor eksternal dimasukkan ke tabel analisis faktor strategis eksternal (EFAS) dan dilakukan pemberian skor tiap-tiap faktor. Adapun matriks EFAS pada usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Matriks EFAS pada usaha pembesaran ikan koi

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
•	Peluang			
1.	Permintaan ikan hias koi yang terus meningkat	0,20	4	0,80
2.	Adanya kelompok tani budidaya ikan koi	0,10	3	0,30
3.	Adanya dukungan dari instansi DKP	0,10	3	0,30
4.	Sarana dan prasarana yang mendukung	0,15	3	0,45
Jumlah		0,55	-	1,85
•	Ancaman			
1.	Kenaikan harga pakan	0,10	3	0,45
2.	Adanya pesaing sesama budidaya ikan koi	0,10	3	0,30
3.	Serangan hama dan penyakit	0,15	3	0,45
4.	Perubahan iklim dan cuaca tidak menentu	0,10	2	0,20
	Jumlah	0,45	-	1,40
Total		1,00	-	3,25

Berdasarkan tabel 17, di dapatkan hasil dari faktor strategi eksternal pada usaha pembesaran ikan koi diperoleh skor faktor peluang sebesar 1,85 sedangkan faktor ancaman diperoleh skor 1,40. Sehingga dapat disimpulkan hasil dari matrik analisis faktor strategi eksternal (EFAS) dalam usaha pembesaran ikan koi faktor peluang lebih dominan atau lebih berpengaruh dari pada faktor ancaman.

5.6.2 Faktor Internal

Faktor strategi internal merupakan menganalisa lingkungan internal pada usaha pembesaran ikan koi berguna untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki oleh usaha tersebut untuk pengembangan kedepanya dan untuk mengetahui faktor kelemahan pada usaha yang dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan pada usaha pembesaran ikan koi. Dengan Analisa faktor kekuatan dan kelemahan akan didapatkan hasil yang sebagai acuan untuk menentukan strategi internal apa yang digunakan untuk usaha pembesaran ikan koi kedepannya.

A. Identifikasi Faktor Kekuatan

Kekuatan merupakan keunggulan dan kemampuan khusus yang dimiliki oleh perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dalam mengembangkan suatu usaha. Pada usaha pembesaran ikan koi UD. “Mata Ikan” di Desa Bacem mempunyai keunggulan yang berbeda dengan petani lainya agar keunggulan tersebut dapat menjadi kekuatan dalam pengembangan dalam usaha kedepanya.

- Pengetahuan dan Pengalaman dalam Usaha Pembesaran Ikan Koi

. Bermodalkan pengalaman tentang usaha pembesaran ikan koi yang dimulai dari tahun 1999, tentunya pak Syuhada’ sudah mengerti tentang aspek teknis pembesaran ikan koi. Baik itu tentang kualitas ikan koi yang baik dan memiliki harga yang tinggi. Berdasarkan pada kondisi lapang mempunyai indukan dan menghasilkan benih sendiri maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena

mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Pengetahuan dan Pengalaman dalam Usaha Pembesaran Ikan koi

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha sangat tidak penting dibandingkan faktor kekuatan lainnya yang mendukung keberhasilan usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha penting dibandingkan faktor kekuatan lainnya yang mendukung keberhasilan usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha lebih penting dibandingkan faktor kekuatan lainnya yang mendukung keberhasilan usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha sangat penting dibandingkan faktor kekuatan lainnya yang mendukung keberhasilan usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam usaha sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

- Lokasi usaha yang strategis

Lokasi usaha sangat menetukan keberhahasilan suatu usaha dilihat dari lingkungan sekitar dan transportasi yang mendukung. Lokasi pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem ini mempunyai lingkungan sekitarnya yang mendukung untuk kegiatan usaha pembesaran ikan koi. Hal ini didukung dengan adanya air irigasi yang bersih dan tidak tercemar sehingga dalam proses budidaya ikan koi tidak mengalami kesulitan dalam penyediaan air. Selain kondisi alam yang mendukung, tempat usaha pembesaran ikan koi dekat juga dengan Kabupaten Tulungagung dengan tempuh perjalaan 15 menit, sehingga mempermudah dalam

memperoleh bahan baku untuk kelancaran usaha. Berdasarkan pada kondisi lapang lokasi yang strategis maka bobot sebesar 0,05 diberikan karena lokasi yang strategis tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena lokasi yang cukup strategis berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Lokasi yang Strategis

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika lokasi usaha yang strategis tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika lokasi usaha yang strategis cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika lokasi usaha yang strategis penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika lokasi usaha yang strategis sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika lokasi yang strategis tidak berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika lokasi yang strategis cukup berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika lokasi yang strategis berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika lokasi yang strategis sangat berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi

- Hubungan dengan Pengepul Baik

Hubungan yang baik antar pengepul yang selalu mengambil hasil panen sangat memepengaruhi pendistribusian ikan koi. Adanya hubungan yang baik dengan pengepul menyebabkan pada waktu tibanya panen maka hasil panen yang diperoleh dapat langsung diambil oleh pengepul sehingga tidak perlu bingung lagi untuk menjual hasil panen ikan koi. Berdasarkan pada kondisi lapang hubungan dengan pengepul maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena hubungan dengan pengepul penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena hubungan dengan pengepul berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Hubungan dengan Pengepul

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika hubungan dengan pengepul tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika hubungan dengan pengepul penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika hubungan dengan pengepul lebih penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika hubungan dengan pengepu lsangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika hubungan dengan pengepul tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika hubungan dengan pengepul cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika hubungan dengan pengepul berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika hubungan dengan pengepul sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

- Kualitas Ikan Koi yang Baik

Pak Syuhada' selalu memperhatikan aspek teknis dalam pembesaran ikan koi. Sehingga usaha pembesaran ikan koi yang dijalankan ini selalu menghasilkan jenis ikan koi yang baik memenuhi standart ikan koi . Berdasarkan pada kondisi lapang memenangi beberapa kontes maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena kualitas ikan koi yang baik cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena kualitas ikan koi berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kualitas Ikan Koi yang Baik

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika kualitas ikan koi yang baik tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika kualitas ikan koi yang baik cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika kualitas ikan koi yang baik lebih penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika kualitas ikan koi yang baik sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika kualitas ikan koi yang baik tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika kualitas ikan koi yang baik cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika kualitas ikan koi yang baik lebih berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika kualitas ikan koi yang baik sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

- Keinginan untuk Selalu Maju dan Belajar Budidaya

Usaha pembesaran kan koi Pak Syuhada' selaku pemilik usaha UD. "Mata Ikan" adalah tipe orang yang selalu ingin belajar dan terbuka dimanapun sama siapapun proses belajar dilakukan demi mendapatkan ilmu budidaya ikan koi maupun ikan air tawar lainya. Semangat dan keinginan selalu belajar yang kuat Pak Syuhada' selalu mengikuti pelatihan dan selalu bertanya kepada orang yang sukses dalam budidaya ikan air tawar. Hal ini untuk mewujudkan cita-cita yang akan dicapai yaitu ingin membuka lahan lagi untuk usaha budidaya pembesaran ikan hias dengan bermacam-maca jenis nantinya kedepan agar pemasukan hasil tidak dari pembesaran ikan koi saja. Sehingga ilmu yang didapatkan beliau berguna untuk diri sendiri kedepannya dan siapapun yang ingin belajar beliau selalu terbuka untuk siapapun yang ingin belajar. Berdasarkan pada kondisi lapang keinginan untuk selalu maju dan belajar maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena keinginan untuk selalu belajar cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena keinginan selalu maju dan belajar cukup berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 22.

Tabel 22. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Keingingan Selalu Maju dan Belajar

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar lebih penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar lebih berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika keinginan untuk selalu maju dan belajar sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

B. Indentifikasi Fakor Kelemahan

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam suatu usaha yaitu keterampilan dan sumberdaya yang secara tidak langsung dapat menghambat kinerja yang akan menyebabkan kerugian pada usaha pembesaran ikan koi. Adapun identifikasi keleman-kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem adalah sebagai berikut:

- Kurangnya tenaga kerja

Pada usaha pembesaran ikan koi meliputi beberapa tahapan untuk malakukan kegiatan pembesaran ikan koi mulai dari persiapan sampai panen dilakukan. Apabila tejadi kelalaian pada salah satu tahap kegiatan pembesaran ikan koi maka hasilnya akan mengurangi kualiatas tehadap hasil panen nanti. Sementara tenaga kerja yang dimiliki tidak ada hanya mengandalkan pemilik usaha tersebut. Dalam hal ini tentu saja dalam meningkatkan kualitas hasil panen mengalami kendala yang sangat merugikan karena kurangnya tenaga kerja. Berdasarkan pada kondisi lapang kurangnya tenaga kerja maka bobot sebesar

0,10 diberikan karena kurangnya tenaga kerja cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena kurangnya tenaga kerja cukup berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 23. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Kurangnya Tenaga Kerja

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika kurangnya tenaga kerja tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika kurangnya tenaga kerja cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika kurangnya tenaga kerja lebih penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika kurangnya tenaga kerja sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika kurangnya tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika kurangnya tenaga kerja cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika kurangnya tenaga kerja lebih berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika kurangnya tenaga kerja sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

- Produksi Ikan Koi Masih Relatif Sedikit

Kapasitas produksi yang dihasilkan dari pembesaran ikan koi masih relatif sedikit untuk memenuhi jumlah semua permintaan pasar para pencinta dan penghobi ikan hias koi. Sementara pencinta dan penghobi ikan koi semakin tahun banyak sekali permintaan terhadap ikan hias satu ini. Sehingga perlu adanya tingkatan terhadap pembesaran ikan koi untuk kedepannya. Berdasarkan pada kondisi lapang produksi ikan koi masih relatif sedikit maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena produksi ikan koi masih relatif sedikit cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena produksi ikan koi masih relatif sedikit lebih berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 24.

Tabel 24. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Produksi Ikan Koi Relatif Sedikit

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika produksi ikan koi masih relatif sedikit tidak penting bagi usaha pembesaran ikan koi

2.	0,10 jika produksi ikan koi masih relatif sedikit cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika produksi ikan koi masih relatif sedikit lebih penting bagi usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika produksi ikan koi masih relatif sedikit sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika produksi ikan koi relatif sedikit tidak berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika produksi ikan koi relatif sedikit cukup berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika produksi ikan koi relatif sedikit lebih berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika produksi ikan koi relatif sedikit sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha pembesaran ikan koi

- Manajemen pembukuan keuangan kurang baik

Pemilik usaha pembesaran ikan koi belum bisa mengelola keuangan dengan baik. Tidak ada pembukuan keuangan seperti pengeluaran dan pemasukan tehadap usaha tersebut, sehingga pembudidaya tidak dapat mengetahui perkembangan usaha dan laba yang diterima terhadap usaha pembesaran ikan koi selama ini. Uang yang biasa diterima setelah hasil jual ikan terkadang masih tercampur dengan kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan lainya. Sehingga pada saat keperluaan yang dibutuhkan untuk kegiatan pembesaran ikan koi terkadang mengalami kesulitan uang dan bingung dengan tidak teraturnya pembukuan yang benar dan baik. Berdasarkan pada kondisi lapang manajemen keuangan kurang baik maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena manajeman keuangan cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena manajemen keuangan kurang baik lebih berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 25.

Tabel 25. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Manajemen Keuangan Kurang Baik

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika pembukuan yang rapi tidak penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika pembukuan yang rapi cukup penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika pembukuan yang rapi lebih penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika pembukuan yang rapi sangat penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika pembukuan usaha tidak berpengaruh pada usaha untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap tahunnya
2.	2 jika pembukuan usaha cukup berpengaruh pada usaha untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap tahunnya
3.	3 jika pembukuan usaha lebih berpengaruh pada usaha untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap tahunnya
4.	4 jika pembukuan usaha sangat berpengaruh pada usaha untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap tahunnya

- Keterbatasan modal

Modal adalah hal yang pertama yang harus disediakan untuk melakukan kegiatan produksi dalam menentukan besar kecilnya skala produksi pada usaha pembesaran ikan koi. Sejak pertama pemilik UD. Mata Ikan usaha pembesaran ikan koi menggunakan modal untuk kegiatan usaha pembesaran ikan koi berasal dari modal sendiri. Karena modal yang dipakai berasal dari modal sendiri maka sudah tentu modal sangat terbatas. Dengan keterbatasan modal ini akan membuat kesulitan terhadap modal, apalagi untuk melakukan pengembangan usaha selalu terbentur dengan keterbaasan modal. Berdasarkan pada kondisi lapang keterbatasan modal maka bobot sebesar 0,10 diberikan karena keterbatasan modal cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena keterbatasan modal cukup berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 26.

Tabel 26. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Keterbatasan Modal

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika keterbatasan modal tidak penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika keterbatasan modal cukup penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika keterbatasan moda llebih penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika keterbatasan modal sangat penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika keterbatasan modal tidak berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika keterbatasan modal cukup berpengaruh pada usaha untuk pembesaran ikan koi
3.	3 jika keterbatasan modal lebih berpengaruh pada usaha untuk pembesaran ikan koi
4.	4 jika keterbatasan modal sangat berpengaruh pada usaha untuk pembesaran ikan koi

- Tingkat Mortalitas Ikan Koi masih Tinggi

Kurangnya pengetahuan dalam mengatasi penyakit yang menyerang pada ikan koi. Hal ini menyebabkan tingkat mortalitas ikan koi masih tinggi pada saat pemanenan. Sehingga pada usaha pembesaran mengalami sedikit kerugian yang diakibatkan ikan mengalami yang kematian. Berdasarkan pada kondisi lapang masih kurang mengerti dalam mengatasi penyakit maka bobot sebesar 0,15 diberikan karena tingkat mortalitas ikan koi masih tinggi lebih penting dibandingkan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena lebih berpengaruh pada usaha. Dapat dilihat pada tabel 27.

Tabel 27. Kriteria Pemberian Bobot dan Rating Tingkat Mortalitas Ikan Masih Tinggi

No.	Kriteria
	Bobot
1.	0,05 jika tingkat mortalitas masih tinggi tidak penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
2.	0,10 jika tingkat mortalitas masih tinggi cukup penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
3.	0,15 jika tingkat mortalitas masih tinggi lebih penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
4.	0,20 jika tingkat mortalitas masih tinggi sangat penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi
	Rating
1.	1 jika tingkat mortalitas masih tinggi tidak berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi
2.	2 jika tingkat mortalitas masih tinggi cukup berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi
3.	3 jika tingkat mortalitas masih tinggi lebih berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi
4.	4 jika tingkat mortalitas masih tinggi sangat berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi

Setelah mengidentifikasi matrik stategi internal pada usaha pembesaran ikan koi, selanjutnya data faktor-faktor internal dimasukkan ke tabel analisi faktor strategis internal (IFAS) dan dilakukan pemberian skor tiap-tiap faktor. Adapun matriks IFAS pada usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 28.

Tabel 28. Matrik IFAS pada usaha pembesaran ikan koi

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Kekuatan				
1.	Pengetahuan dan pengalaman dalam usaha	0,10	3	0,30
2.	Lokasi usaha yang strategis	0,05	2	0,10
3.	Hubungan dengan pengepul/konsumen baik	0,10	3	0,30
4.	Kualitas ikan koi yang baik	0,10	3	0,30
5.	Keinginan untuk selalu maju dan belajar budidaya	0,10	2	0,20
	Jumlah	0,45	-	0,90
• Kelemahan				
1.	Kurangnya tenaga kerja	0,10	2	0,20
2.	Produksi koi masih relatif sedikit	0,10	3	0,30
3.	Manajemen pembukuan keuangan kurang baik	0,10	3	0,30
4.	Keterbatasan modal	0,10	2	0,20
5.	Tingkat mortalitas ikan masih tinggi	0,15	3	0,45
	Jumlah	0,55	-	1,45
Total		1,00	-	2,35

Berdasarkan tabel 28, di dapatkan hasil dari faktor strategi internal pada usaha pembesaran ikan koi diperoleh skor faktor kekuatan sebesar 0,90 sedangkan faktor kelemahan diperoleh skor sebesar 1,45. Sehingga dapat disimpulkan hasil dari matrik analisis faktor strategi internal (IFAS) dalam usaha pembesaran ikan koi faktor kelemahan lebih dominan atau lebih berpengaruh dari pada faktor faktor.

5.6.3 Analisis Diagram SWOT

Setelah mengidentifikasi dari dua faktor analisis matrik EFE dan matrik IFE, selanjutnya adalah melakukan analisis diagram SWOT dengan cara mengetahui letak posisi usaha pembesaran ikan koi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh usaha ini.

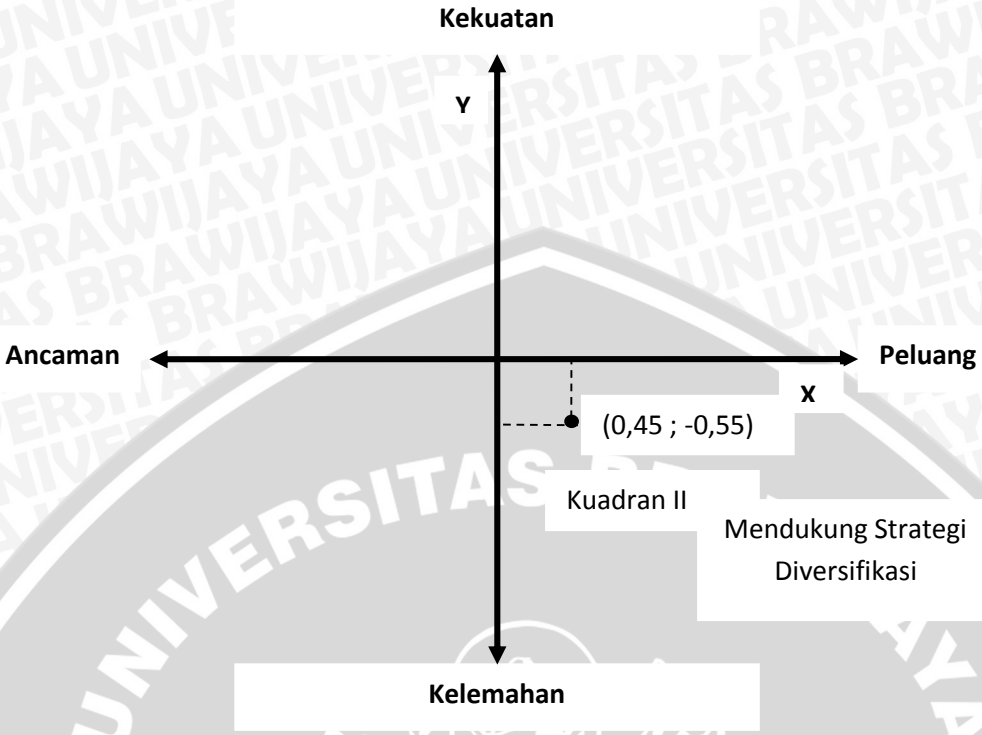
Hasil dari analisa dan perhitungan pada faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha pembesaran

ikan koi diperoleh nilai faktor eksternal lebih besar dari pada nilai faktor internal. Nilai yang diperoleh faktor eksternal dari pembesaran ikan koi untuk peluang sebesar 1,85 dan untuk hasil faktor ancaman sebesar 1,40, sehingga untuk penjumlahan kedua faktor peluang dan ancaman adalah sebesar 3,25. Selanjutnya hasil yang diperoleh dari faktor internal untuk kekuatan pada usaha pembesaran ikan koi sebesar 0,90 dan untuk hasil faktor kelemahan pada usaha diperoleh sebesar 1,45, sehingga diperoleh hasil penjumlahan dari kedua faktor sebesar 2,35.

Setelah diketahui hasil dari masing-masing faktor eksternal dan internal selanjutnya menentukan titik kordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan cara dilakukan perhitungan terhadap faktor eksternal dan faktor internal.

- sumbu horizontal (x) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan diperoleh nilai koordinat X= 1,85 – 1,40= 0,45
- Sumbu vertikal (y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan diperoleh nilai koordinat Y= 0,90 - 1,45 = (-0,55)

Hasil perhitungan diperoleh nilai-nilai kordinat diagram SWOT bernilai positif, sumbu horizontal (x) diperoleh nilai (-0,55) dan untuk sumbu (y) diperoleh nilai 0,45. Gambar diagram SWOT dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Diagram Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan pada gambar 13 diagaram analisis SWOT, bahwa hasil diagaram SWOT pada posisi (X,Y) dimana hasil X diperoleh dari faktor internal yaitu pengurangan antara kekuatan 1,85 dengan kelemahan 1,40 hasil yang diperoleh 0,45 pada usaha pembesaran ikan koi dan untuk hasil Y diperoleh dari faktor eksternal yaitu pengurangan antara peluang 0,90 dengan ancaman 1,45 hasil yang diperoleh (-0,55). Sehingga apabila ditarik garis lurus didapatkan titik potong atau titik kordinat pada posisi (0,45;-0,55) yaitu pada posisi kuadran II, meskipun pada usaha pembesaran ikan koi menghadapi berbagai ancaman tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).

5.6.4 Matrik SWOT

Berdasarkan hasil dari analisis diagaram SWOT usaha pembesaran ikan koi terletak pada posisi kuadran II yang menggambarkan situasi dimana pada usaha ini menghadapi berbagai ancaman, namun ada kekuatan yang dapat diandalkan. Sehingga perlu adanya dilakukan penyusunan strategi dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik SWOT diguankan untuk menyusun suatu rencana strategi yang didasarkan pada *strengths opportunities (SO), strengths treahts (ST), weakness opportunity (WO),* dan *weakness threats (WT),* sehingga diharapkan akan dapat menhasilkan strategi yang lebih baik dan cocok yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha pembesaran ikan koi UD. “Mata Ikan”. Matrik SWOT usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 29.

Tabel 29. Matrik SWOT Usaha Pembesaran Ikan Koi

Faktor Internal / Faktor Eksternal	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	• Memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam usaha • Lokasi yang strategis • Hubungan dengan pengepul/konsumen baik • Kualitas ikan koi yang baik • Keinginan untuk selalu maju dan belajar budidaya	• Kurangnya tenaga kerja • Produksi koi masih relatif sedikit • Manajemen pembukuan keuangan kurang baik • Keterbatasan modal • Tingkat mortalitas ikan masih tinggi
Peluang (O) • Permintaan ikan hias koi terus meningkat • Adanya kelompok tani budidaya ikan koi • Adanya dukungan dari instansi DKP • Sarana dan prasarana yang mendukung	**Strategi SO** • Memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka • Mempertahankan kualitas ikan koi • Memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung usaha budidaya dalam pengembangan usaha • Mengikuti aktif penyuluhan yang diadakan oleh instansi DKP	**Strategi WO** • Menggunakan modal pinjaman untuk menambah kapasitas produksi • Mengikuti pelatihan ataupun seminar yang diadakan oleh instansi supaya lebih mengerti dalam budidaya • memperbaiki manajemen agar lebih tertata dengan benar
Ancaman (T) • Kenaikan harga pakan • Adanya pesaing sesama budidaya ikan koi dari desa lain • Serangan hama dan penyakit • Perubahan iklim dan cuaca tidak menentu	**Strategi ST** • Mencari pakan alternatif sebagai penggati pakan yang harga terlalu mahal • Menjalin kerja sama dengan pengepul	**Strategi WT** • Menambah tenaga kerja untuk lebih optimal dalam usaha pembesaran ikan koi

Berdasarkan tabel 29, matrik SWOT untuk pengembangan usaha pembesaran ikan koi menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang diterapkan dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada, karena dari analisis diagram SWOT usaha pembesaran ikan koi terletak pada posisi kuadran II yang menunjukan kondisi ini menggunakan strategi diversifikasi (produk/pasar). Strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi adalah sebagai berikut:

- Memanfaatkan peluang pasar yang masih terbuka

Peluang pasar untuk ikan hias masih terbuka lebar dikarenakan pencita ikan hias di indosesia semankin meningkat. apalagi untuk ikan koi salah satu ikan hias ini banyak sekali penggemarnya untuk dijadiakan pemeliharaan kolam rumah ataupun dijadikan ikan kontes.

- Mempertahankan kualitas ikan koi

Mempertahankan kualitas ikan koi upaya untuk dapat bertahan dipasaran dan untuk memenuhi permintaan kuonsumen terhadap kualiatas ikan koi yang lebih baik dan menarik pada corak serta pada warnanya.

- Memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung dalam pengembangan usaha

Sumberdaya alam (SDA) di Desa Bacem adalah sebagai penunjang terhadap usaha pembesaran ikan koi dengan memanfaatkan lahan dan ketersedian air. Sarana dan prasarana yang ada dapat dimanfaatkan sebagai proses produksi pembesaran ikan koi dan mempermudah dalam pendistribusian ikan koi.

- Mengikuti penyuluhan yang diadakan oleh instansi DKP

Memanfaatkan pelatihan yang diadakan oleh instansi DKP KabupatenBlitar untuk mendalami proses pembesaran ikan koi dan saling sharing untuk demi kemajuan perkembangan usaha kedepanya.

Setelah diketahui dan di tetapkan arah pengemenbangan usaha pembesaran ikan koi dengan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*). Namun demikian, pada usaha pembesaran ikan koi masih terdapat kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat perkembangn usaha. Sehingga perlu adanya strategi alternatif untuk pengembangan usaha pembesaran ikan koi. adapun startegi tersebut adalah sebagai berikut:

- Strategi ST (*Strengths Treaths*)

Strategi ST adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha untuk mengatasi ancaman. Strategi alternatif yang bisa dilakukan usaha pembesaran ikan koi adalah sebai berikut :

- ✓ Mencari pakan alternatif sebagai penggati pakan yang harga terlalu mahal untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan.
- ✓ Menjalin kerja sama dengan pengepul, hal ini dilakukan agar pada saat dilakukan panen dan hasil panen dapat langsung terjual tanpa mencari pembeli.

- Strategi WO (*Weaknesses Opportunies*)

Strategi WO adalah strategi yang memanfaatkan peluang dan meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi alternatif yang bisa dilakukan usaha pembesaran ikan koi adalah sebai berikut :

- ✓ Menggunakan modal pinjaman untuk menambah kapasitas produksi, hal ini yang menyebabkan modal yang digunakan dalam usaha ini adalah modal sendiri yang memang jumlah terbatas. Dengan menggunakan pinjaman diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi, sehingga dapat mengisi peluang pasar yang terbuka.
- ✓ Mengikuti pelatihan ataupun seminar yang diadakan oleh instansi supaya lebih mengerti dalam budidaya.
- ✓ Perbaiki manajemen agar lebih tertata dengan benar terutama pada pembukuan keuangan, supaya mengerti pengeluaran dan pemasukan keuangan sehinga dapat diketahui usaha ini apakah untung atau rugi.

- Strategi WT (*Weaknesses Treathas*)

Strategi WT adalah meminimalakan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi alternatif yang bisa dilakukan usaha pembesaran ikan koi adalah sebai berikut :

✓ Menambah tenaga kerja untuk lebih optimal dalam usaha pembesaran ikan koi dan melakukan manajemen yang baik untuk kelangsungan perkembangan usaha pembesaran ikan koi.

5.7 Perencanaan Finansiil Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Koi

Perencanaan kelayakan finansiil untuk 10 tahun kedepan menggunakan analisis jangka panjang pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' di Desa Bacem meliputi biaya penambahan invesatasi, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI) atau *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Period* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

1). Biaya Penambahan Investasi

Biaya penambahan investasi atau Re-investasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan peralatan baru karena peralatan yang digunakan akan mengalami penyusutan tiap tahunnya maka dari itu perlu adanya Re-investasi untuk dapat menunjang kelancaran kegiatan usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada'. Adapun Re-investasi tiap tahunnya bervariasi tergantung banyaknya peralatan dan jenis yang harus diganti dengan yang baru karena usia ekonomisnya sudah habis.

Perencanaan Re-investasi pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' sampai 10 tahun kedepan dari tahun 2016-2025, dengan kenaikan nilai peralatan setiap tahunnya 1%. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' untuk Re-investasi pada tahun 2016-2025 sebesar Rp.77.279.520,- (perinciannya dapat dilihat pada lampiran 7).

2). *Net Present Value* (NPV)

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

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

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

NPV > berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash flow* dengan presentase lebih besar dibandingkan *opportunity cost* modal yang ditanamkan. Apabila NPV=0, proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash inflow* yang diperoleh sama dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan. Jadi semangkin besar nilai NPV, semangkin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan (Rangkuti, 2008).

Dari uraian diatas NPV untuk menganalisis sejauh mana usaha pembesaran ikan koi dapat menguntungkan dalam jangka panjang jika NPV negatif maka usaha tersebut tidak layak untuk dilanjutkan lagi harus di koreksi usaha demi kemajuan usaha dimasa akan datang, tetapi bilamana NPV positif maka usaha tersebut layak dijalankan tetapi harus jaga usaha agar tidak mengalami penurunan dalam jangka waktu yang tertentu. Usaha milik Pak Syuhada' dari analisis NPV dalam keadaan normal diperoleh nilai positif sebesar

Rp.541.209.591,- yang artinya usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' bernilai positif dan NPV>0 sehingga usaha ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan (untuk penjelasan rincian perhitungan dapat dilihat pada lampiran 8).

3). *Net Benefit and Cost Ratio* (Net B/C)

Net B/C merupakan perbandingan sedemikian rupa sehingga pembilangnya terdiri atas *Present Value* total dari *benefit* bersih dalam tahun ketahun dimana *benefit* bersih tersebut bersifat positif, sedangkan penyebutnya terdiri atas *Present Value* total dari biaya bersih dalam tahun ketahun dimana biaya kotor lebih besar daripada *benefit* kotor. Jika Net B/C ≥ 1, maka proyek yang dijalankan layak sedangkan bila Net B/C < 1, maka proyek dikatakan tidak layak (Marimin, 2004).

Nilai yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' dalam keadaan normal sebesar 9,29 yang artinya usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' B/C ratio >1 maka usaha ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan (untyuk lebih jelas perhitungan dapat dilihat pada lampiran 8).

4). *Internal Rate of Return* (IRR)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) merupakan metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang dipakai untuk mendiskonto aliran kas bersih yang akan diterima dimasa yang akan datang, sehingga jumlahnya sama dengan investasi awal. Metode penilaian ini dinyatakan dengan persentase yang menunjukkan kemampuan memberikan keuntungan bila dibandingkan dengan tingkat bunga umum yang berlaku pada saat usaha tersebut direncanakan Jadi, selisih antara nilai sekarang aliran kas bersih dan nilai sekarang investasi adalah

nol atau NPV = 0. Nilai IRR diperoleh dengan cara coba-coba (trial and eror) (Umar,1997).

Metode IRR adalah pada dasarnya untuk menghitung tingkat bunga yang nilai investasi dengan menyamakan hasil penerimaan kas bersih *(inflow)* dimasa akan datang dimana apabila nilai yang diperoleh diatas tingkat bunga yang telah ditentukan maka usaha tersebut layak dijalankan dan menguntungkan sebaliknya jika lebih kecil dikatakan rugi. Pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' nilai IRR dalam keadaan normal diperoleh sebesar 109% yang artinya hasil analisis IRR lebih tinggi dari tingkat suku bunga relevan (tingkat suku bunga yang diisyaratkan) usaha milik Pak Syuhada' layak untuk dijalankan karena (untuk lebih jelas perhitungan dapat dilihat pada lampiran 8).

5). *Payback Period* (PP)

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

Payback Period pada dasarnya menggambarkan panjang waktunya pengembalian dana investasi yang sudah ditanamkan pada usaha untuk dapat kembali sepenuhnya. Berdasarkan perhitungan *Payback Period (P*P) pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' pengembalian investasi kurang dari setahun dengan pengembalian 0,96 tahun (untuk lebih jelas perhitungan dapat dilihat pada lampiran 8).

6). Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan unsur pokok dalam analisis resiko, yang bertujuan untuk menentukan bahwa proyek akan memberikan NPV yang bernilai negatif. Ini dilakukan dengan memeriksa hasil berbagai kombinasi parameter pokok, dimana diusahakan mengukur probabilitas terjadinya setiap kombinasi. Dalam analisis semacam ini adalah mengetahui parameter yang bersifat pokok dan memilih nilai-nilai yang wajar sebagai nilai batas dalam analisis sensitivitas (Gray, 2002).

Dengan analisis sensitivitas akan diketahui kepekaan tingkat arus kas terhadap perubahan dalam satu variabel. Sehingga Pak Syuhada' pemilik usaha pembesaran ikan koi dapat melakukan pengawasan lebih ketat untuk dapat mendapatkan hasil yang baik kedepannya. Berikut adalah analisis sensitivitas pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada', usaha tidak layak untuk dijalankan apabila nilai NPV< 0/bernilai negatif, *Net B/C* tidak lebih dari 1 dan IRR.

- **Asumsi Biaya Naik 90% dan Benefit Turun 43%**

Tabel 30. Asumsi biaya naik 90% dan benefit turun 43%

Sensitivitas	Biaya naik 90% dan Benefit turun 43%	NPV	- 338.082
		Net B/C	0,99
		IRR	7,45%
		PP	-6,21

Pada tabel 30, menggunakan asumsi biaya naik 90% dan benefit turun 43%. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' tidak layak untuk dijalankan karena nilai NPV sebesar -338.082 (negatif), *Net* B/C sebesar 0,99, IRR sebesar 7,45% dan *payback period* (PP) selama - 6,21

tahun. Untuk uraian analisis sensitivitas dengan asumsi naik 90% dan benefit turun 43% (lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 9).

- **Asumsi Biaya Naik 35% dan Benefit Turun 60%**

Tabel 31. Asumsi biaya naik 35% dan benefit turun 60%

Sensitivitas	Biaya Naik 35% dan Benefit Turun60%	NPV	-952.928
		Net B/C	0,99
		IRR	7,37%
		PP	-6,16

Pada tabel 31, menggunakan asumsi biaya naik 35% dan benefit turun 60%. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' tidak layak untuk dijalankan karena nilai NPV sebesar -952.928 (negatif) *Net* B/C sebesar 0,99, IRR sebesar 7,37% dan *payback period* (PP) selama -6,16 tahun. Untuk uraian analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 35% dan benefit turun 60% (lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 10).

- **Asumsi Biaya Naik 99%**

Tabel 32. Asumsi biaya naik 99%

Sensitivitas	Biaya Naik 99%	NPV	-892.473
		Net B/C	0,99
		IRR	7%
		PP	-6,17

Pada tabel 32, menggunakan asumsi biaya naik 99%. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' tidak layak untuk dijalankan karena nilai NPV sebesar -892.473 (negatif), *Net* B/C sebesar 0,99, IRR sebesar 7% dan *payback period* (PP) selama -6,17 tahun. Untuk

uraian analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 99% lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 11.

- . **Asumsi Benefit Turun 84%**

Tabel 33. Asumsi Benefit Turun 84%

Sensitivitas	Benefit Turun 84%	NPV	-338.082
		Net B/C	0,99
		IRR	7%
		PP	-6,21

Pada tabel 33, menggunakan asumsi benefit turun 84%. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa padausaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada' tidak layak untuk dijalankan karena nilai NPV sebesar -338.082 (negatif), *Net* B/C sebesar 0,99, IRR sebesar 7% dan *payback period* (PP) selama -6,21 tahun. Untuk uraian analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 84% lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 12.

5.8 Perencanaan Pengembangan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Koi di Desa Bacem

Perencaanan bisnis adalah alat yang digunakan sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga. Beberapa hal yang harus ada di dalam perencanaan bisnis antara lain penjelasaan mengenai bisnis yang sedang di geluti dan rencana yang bersifat strategis, rencana rencana pemasaran, rencana manajemen keuangan dan rencana manajemen operasional (Rangkuti, 2008). Perencanaan bisnis yang dibuat untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan koi meliputi aspek finansiil, aspek manajemen, dan aspek pemasaran.

5.8.1 Aspek Finansiil

Analisis aspek finansiil dalam usaha pembesaran ikan koi yaitu analisis jangka pendek dan jangka panjang pata tiap-tiap responden pembudidaya. Untuk penilaian analisis jangka pendek meliputi permodalan, biaya produksi, jumlah produksi, penerimaan, *revenue cost ratio* (RC *ratio*), keuntungan, rentabilitas dan *break event point* (BEP). Analisis jangka panjang meliputi*net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *net benefit cost ratio* (*Net* B/C), *payback period* (PP).

a. Permodalan

Modal yang digunakan dalam perencanaan bisnis ini terdiri dari modal tetap, modal lancar, dan modal kerja. Modal tetap yang direncanakan sebesar Rp.65.311.000 tidak terjadi perubahan, sedangkan modal lancar yang direncanakan ialah sebesar Rp.27.220.500, dan modal kerja yang direncanakan ialah sebesar Rp.38.084.083, dimana mengalami perubahan dikarenakan pada perencanaannya menambah jumlah pakan sebesar 10% dan benih ikan koi 10%. Perhitungan permodalan dapat dilihat pada lampiran 13.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi yang digunakan dalam perencanaan bisnis ini mengalami perubahan. Biaya tetap pada perencanaan bisnis ini sebesar Rp.10.863.583 sedangkan untuk biaya tidak tetap yaitu sebesar Rp.27.220.500. Mengalami penambahan dikarenakan pada perencanaan bisnis dengan menambah jumlah pakan dan benih sebesar 10%. Sehingga biaya produksi yang digunakan dalam perencanaan bisnis ini didapatkan penambahan biaya tetap dan biaya tidak tetap yaitu sebesar Rp.38.084.083. Perhitungan biaya produksi dapat dilihat pada lampiran 13.

5.8.1.1 Analisis Finansiil Jangka Pendek (Operasional)

a. Produksi dan Penerimaan

Produksi ikan koi dengan perencanaan bisnis ditambah 10% dari keadaan faktual yaitu sebanyak 12.100 ekor dari 73,3% hasil penebaran ikan koi sebanyak 16.500 ekor. Dari rencana tersebut didapatkan hasil penerimaan sebesar Rp.116.160.000 dalam setahun. Perhitungan penerimaan dapat dilihat pada lampiran 13.

b. RC Ratio

Bertambahnya total penerimaan dan biaya produksi, maka akan mengakibatkan nilai RC Ratio juga bertambah. Sehingga akan diperoleh nilai RC Ratio sebesar 3,05 perencanaan bisnis ini dapat dikatakan menguntungkan, karena nilai RC Ratio yang akan dihasilkan melebihi 1 sesuai dengan kriteria RC Ratio. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 13.

c. Keuntungan

Penerimaan dan total biaya yang bertambah, mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh. Keuntungan yang akan dihasilkan pada perencanaan bisnis ini sebesar Rp.78.075.917. Perhitungan besarnya keuntungan dapat dilihat pada lampiran 13.

d. Rentabilitas

Besarnya modal kerja yang direncanakan serta keuntungan yang akan dihasilkan. Maka rentabilitas yang akan dihasilkan juga berubah. Modal kerja pada perencanaan bisnis ini sebesar Rp.38.084.083 dengan keuntungan yang dihasilkan sebesar Rp.78.075.917 maka rentabilitas yang akan didapatkan ialah sebesar 205%. Artinya, perencanaan bisnis ini akan menghasilkan keuntungan

sebesar 205% dari modal kerja yang dikeluarkan. Perhitungan besarnya rentabilitas dapat dilihat pada lampiran 13.

e. BEP

Pada usaha pembesaran ikan koi perhitungan analisis *Break Even Point* dalam perencanaan bisnis ditambah 10% mengalami penurunan harga dan unit yang ditentukan. BEP total didapat hasil sebesar Rp.14.188.452, sedangkan untuk hasil BEP sales *mix* adalah sebagai berikut:

- Untuk ikan koi grade A harus menghasilkan ikan sebanyak 288 ekor dengan harga per ekor Rp.15.000 dan hasil penjualan sebesar Rp.4.333.121,-
- Untuk ikan koi grade B harus menghasilkan ikan sebanyak 510 ekor dengan harga per ekor Rp.10.000 dan hasil penjualan sebesar Rp.5.105.693,-
- Untuk ikan koi grade C harus menghasilkan ikan sebanyak 678 ekor dengan harga per ekor Rp.7.000 dan hasil penjualan sebesar Rp.4.749.638,- (untuk penjelasannya dapat dilihat pada lampiran 13).

5.8.1.2 Analisis Finansiil Jangka Panjang

Perkiraan benefit (*cash in flow*) dan perkiraan *cost*(*cash out flow*) yang akan menggambarkan posisi keuangan dimasa yang akan datang dan dapat digunakan sebagai alat kontrol dalam pengendalian biaya untuk memudahkan dalam mencapai tujuan usaha.

a. Penambahan Investasi (*Re-Investasi*)

Perencanaan penambahan investasi pada usaha pembesaran ikan koi sampai 10 tahun kedepan yaitu pada tahun 2016 – 2025. Tidak adanya pengaruh pada modal tetap dari keadaan faktual maka kenaikan nilai peralatan setiap tahunnya 1% tetap tidak ada perubahan sebesar Rp 77.279.520. Untuk penjelasan

biaya yang dikeluarkan untuk penambahan investasi mulai tahun 2016 - 2025 dapat dilihat pada lampiran 13.

b. *Net Present Value* (NPV)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai NPV yang dihasilkan ialah sebesar Rp.541.209.591 hal tersebut berarti usaha yang dijalankan dalam keadaan faktual sudah layak untuk dijalankan jangka panjang karena sudah lebih dari 0 sesuai dengan kriteria NPV, sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan nilai NPV dalam keadaan normal dihasilkan sebesar Rp.627.839.747 hasil tersebut yang lebih dari 0 bahkan melebihi NPV dari keadaan faktual. Berarti perencanaan bisnis yang diusulkan lebih layak daripada keadaan faktual yang ada. Rincian perhitungan NPV pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 13.

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

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai Net B/C yang dihasilkan ialah sebesar 9,29 hal tersebut berarti usaha yang dijalankan dalam keadaan faktual sudah layak untuk dijalankan jangka panjang karena sudah lebih dari 1 sesuai dengan kriteria Net B/C, sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan, nilai Net B/C dalam keadaan normal dihasilkan sebesar 10,61 hasil tersebut yang lebih dari 1 bahkan melebihi Net B/C dari keadaan faktual. Berarti perencanaan bisnis yang diusulkan lebih layak daripada keadaan faktual yang ada. Rincian perhitungan Net B/C pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 13.

d. *Internal Rate of Return* (IRR)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai IRR yang dihasilkan ialah sebesar 109% hal tersebut berarti usaha yang dijalankan dalam keadaan faktual sudah layak untuk dijalankan jangka panjang karena sudah lebih dari tingkat suku bunga yang ditetapkan, yaitu 7,5%. Sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan, nilai IRR dalam keadaan normal dihasilkan sebesar 124% hasil tersebut yang lebih dari tingkat suku bunga yang ditetapkan, yaitu 7,5% bahkan melebihi IRR dari keadaan faktual. Berarti perencanaan bisnis yang diusulkan lebih layak daripada keadaan faktual yang ada. Rincian perhitungan IRR pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 13.

e. *Payback Period* (PP)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai PP yang dihasilkan ialah sebesar 0,96 yang artinya jangka waktu yang diperlukan agar modal yang diinvestasiakn dapat kembali ialah selama 0,96 tahun. Sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan, nilai PP dalam keadaan normal dihasilkan sebesar 0,84, yang artinya perencanaan bisnis ini lebih cepat dalam pengembalian modal dari pada keadaan faktual yang ada. Rincian perhitungan PP pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 13.

5.8.2 Aspek Manajemen

Aspek manajemen pada perencanaan bisnis ini meliputi perencanaan (*planning*),pengorganisasian (*organizing*), pergerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

5.8.2.1 Perencanaan (*planning)*

Berdasarkan keadaan faktual, aspek finansiil baik jangka pendek maupun jangka panjang dapat dikatakan layak menguntungkan. Maka dari itu perlu perencanaan bisnis untuk dapat mengembangkan usaha tersebut agar dapat

menghasilkan keuntungan yang lebih. Perencanaan dilakukan dengan menambah jumlah pembeliaan benih dan pakan ikan koi sebesar 10 % dari keadaan faktual dengan tidak menambah jumlah peralatan, kolam, dan tenaga kerja. Kemudian mempersiapkan dan melengkapi sarana dan prasarana pada usaha pembesaran ikan koi. Penyediaan vitamin dan obat-obatan agar kualitas ikan tetap terjaga dan tidak gampang terjangkit penyakit. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen juga salah satu perencaan yang menguntungkan bagi pemilik usaha.

5.8.2.2 Pengorganisasian (*organizing)*

Tidak ada perubahan dalam pengorganisasian pada aspek manajemen di perencanaan bisnis ini. Pengorganisasian pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” masih belum terlakasa dengan baik dikarenakan pemimpin sekaligus pemilik masih mengerjakan sendiri tanpa adanya karyawan tetap. Dalam hal ini pelaku usaha dibantu oleh 1-2 pekerja lepas pada saattertentu seperti persiapan kolam, pembajakan tanah, dan penyeleksian ikan.

5.8.2.3 Pergerakan (*actuating*)

Pelaksanaan atau pergerakan pada perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” tidak terjadi perubahan, tetap dilakukan oleh pemilik usaha seperti persiapan kolam, pembajakan tanah, pemupukan, pengapuran, pengisian air, penebaran benih, pemberian pakan, pengendalian hama dan penyakit yang dapat menghambat pertumbuhan ikan, penyeleksian ikan sampai panen. Terkadang pak Syuhada’ juga memerlukan bantuan pekerja lepas karena tidak mungkin pekerjaan sebanyak itu untuk dikerjakan sendiri setiap harinya.

5.8.2.4 Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan yang dilakukan tidak terjadi perubahan terhadap usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan”. Pengawasan pada usaha ini dilakukan terhadap kualitas air, pengontrolan air keluar masuk nya inlet dan outlet, pengendalian hama dan penyakit. Pengawasan selanjutnya adalah melihat jumlah produksi ikan setiap penyeleksian berlangsung dan perkembangan ikan setiap pertumbuhannya setiap bulan. Dalam pembukuan keuangan pada usaha Pak Syuhada’ tidak ada pencatatan khusus sehingga kurang bisa mengetahui kondisi keuangan usaha seperti pengeluaran yang dikeluarkan setiap bulannya untuk usaha ini dan apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau kerugian.

5.8.3 Aspek Pemasaran

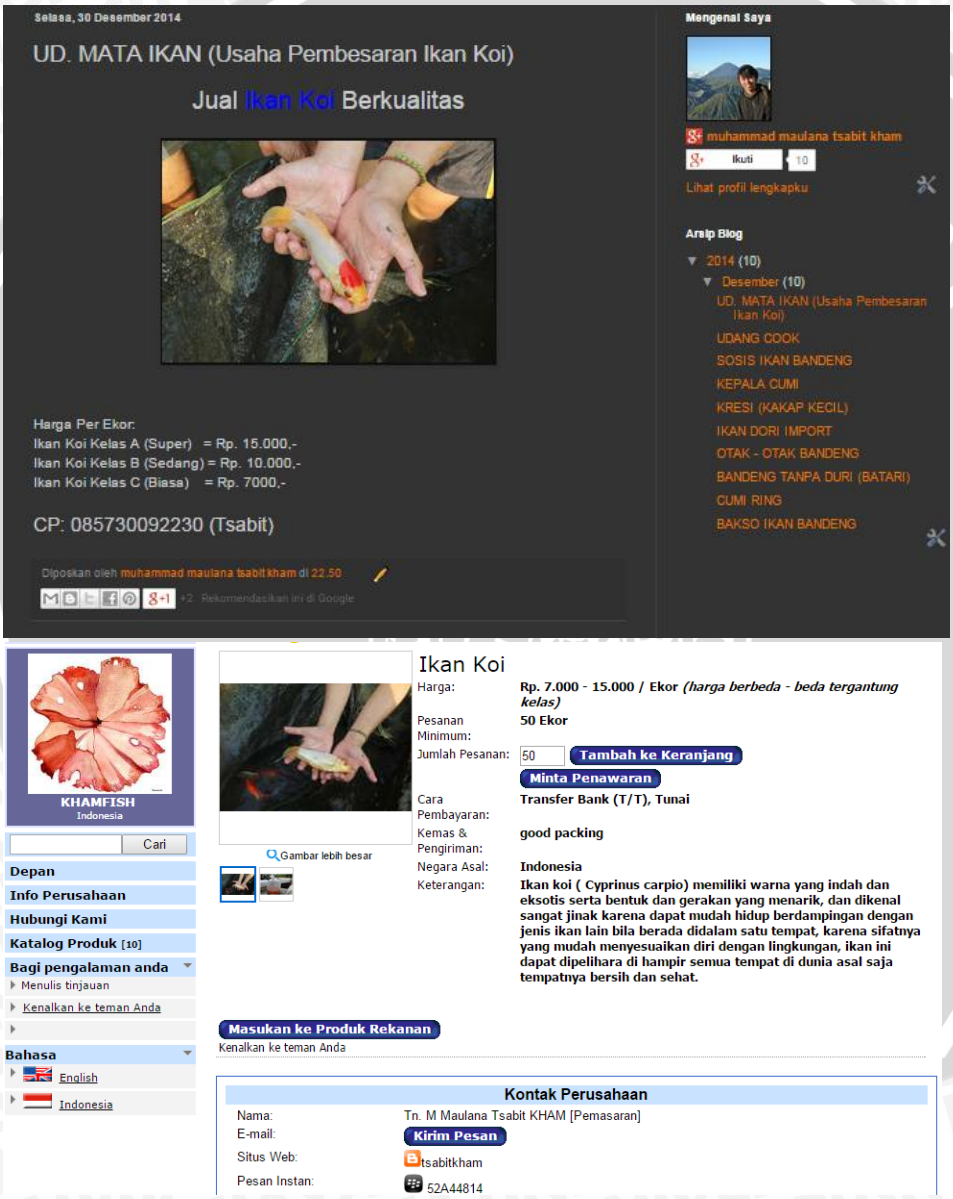
Aspek pemasaran dalam perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” meliputi permintaan, dan saluran pemasaran.

5.8.3.1 Permintaan

Perencanaan bisnis pada usaha ini tidak merubah permintaan terhadap ikan koi pada UD. “Mata Ikan” yang semakin tahun semakin meningkat. Dilihat dari perkembangan setiap siklus pemanenan dan permintaan terhadap ikan koi selalu bertambah untuk permintaan daerah lokal maupun luar kota atau luar provinsi. Terutama bagi penghobi ikan koi yang sudah banyak peminatnya, menjadikan ikan koi sebagai hiasan rumah agar lebih hoki dan untuk diikutkan pada lomba kontes koi yang setiap tahunnya ada event tertentu di seluruh Indonesia.

5.8.3.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dalam perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi di Desa Bacem yaitu pemasaran secara langsung, yaitu melalui perantara berupa website yang dibuat oleh peneliti. Saluran pemasaran ini memiliki tahapan yang pendek, dimana hanya ada produsen dan konsumen. Saluran pemasaran yang sedemikian rupa merupakan pemasaran yang efisien.



Gambar 15. Website Perencanaan Pemasaran ikan koi

5.9 Implikasi Hasil Penelitian Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi pada UD. "Mata Ikan" di Desa Bacem

Berdasarkan hasil analisis pengembangan usaha pembesaran ikan koi maka diperlukan implikasi kebijakan hasil penelitian, sebagai berikut:

- Aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan koi sudah baik meskipun ada sedikit perbedaan dengan literatur, dimana pada literatur pada pembesaran ikan koi yang seharusnya memerlukan air mengalir denganmenggunakan aerator dan bak filter tetapi pada usaha pembesaran ikan koi di UD. "Mata Ikan" hanya memanfaatkan aliran sungai yang tidak pernah kering dan penataan kolam yang baik sehingga air tetap mengalir. Proses tersebut dapat meminimalkan penggunaan biaya pada usaha ini.
- Aspek manajemen memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang baik dan terstruktur guna kelancaran usaha pembesaran ikan koi hal tersebut dapat dilakukan melalui pencatatan transaksi keuangan sehingga setiap penerimaan dan pengeluaran tercatat dengan jelas sehingga dapat diketahui besar keuntungan maupun kerugian jadi akan mempermudah dalam perencanaan usaha kedepannya.
- Pada aspek pemasaran, strategi pemasaran dengan menghasilkan ikan koi yang berkualitas baik, penjualan ikan koi dilakukan kepada pengepul dan konsumen tetap. Proses pemasaran secara langsung tanpa mengeluarkan biaya transportasi dikarenakan pengepul atau konsumen datang langsung ke tempat usaha pembesaran. Penerapan harga berdasarkan grade atau kualitas ikan koi dan harga dipasaran, sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan transfer melalui bank.
- Aspek finansiil jangka pendek pada usaha pembesaran ikan koi sudah dikatakan layak hal ini dapat dilihat dari nilai RC *Ratio > 1* yaitu sebesar 2,86

dan nilai rentabilitas mencapai angka 186%, yang artinya setiap penambahan biaya sebesar Rp 100,- maka akan dihasilkan keuntungan sebesar Rp.186 namun untuk meningkatkan pendapatan pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” diperlukan peningkatan jumlah produksi.

- Pada diagram analisis SWOT terdapat strategi pengembangan usaha menggunakan strategi SO (*Strenght Opportunities)* yang diterapkan dengan mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.
- Pada perencanaan pengembangan finansiil jangka panjang selama 10 tahun usaha pembesaran ikan koi dikatakan layak dijalankan hal tersebut bisa dilihat dari nilai NPV >0, nilai Net B/C >1, dan nilai IRR > bunga bank yang ditentukan sebesar 7,5% jadi hal tersebut bisa menjadi acuan untuk perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koiagar kedepannya terus mengalami peningkatan.
- Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” pada aspek pemasaran berupa pembuatan website, sehingga jaringan pemasarannya lebih meluas. Aspek manejemen lebih ditingkatkan lagi terutama pada adminitrasi atau pembukuan yang lebih baik dan pada aspek finansill ada penambahan jumlah pembelian benih dan pakan yang dapat meningkatkan produksi selama 10 tahun kedepan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang Usaha Pembesaran Ikan Koi di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara teknis pada usaha pembesaran ikan koi masih sederhana. Aspek teknis meliputi sarana (kolam dan peralatan), prasarana (sumber air, kondisi jalan, transportasi, dan alat komunikasi), dan proses produksi (pengeringan kolam, pembajakan, pemupukan, pengapuran, penambahan air, penebaran benih, penyortiran ikan,pemberian pakan, pengendalian hama penyakit, dan pemanenan).
2. Aspek-aspek pada usaha pembesaran ikan koi meliputi aspek finansiil (jangka pendek),aspek manajemen, dan aspek pemasaran.

- Hasil dari aspek finansiil usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” layak untuk dijalankan dan diusahakan. Analisis jangka pendek selama setahun pada usaha pembesaran ikan koi Pak Syuhada’ memperoleh penerimaan sebesar Rp.105.600.000,-, nilai RC Ratio sebesar 2,86 yang artinya lebih dari 1 usaha ini menguntungkan, keuntungan sebesar Rp.68.625.917,-, rentabilitas/presentase keuntungan sebesar 186%, BEP sales mix grade A sebanyak 298 ekor dengan harga Rp 15.000 dan penerimaan sebesar Rp 4.407.057,-, BEP sales mix grade B sebanyak 519 ekor dengan harga 10.000 dan penerimaan sebesar Rp.5.193.342,-, BEP sales mix grade C sebanyak 690 unit dengan harga Rp 7.000 dan penerimaan sebesar Rp 4.831.175,-.

- Aspek manajemen pada usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” masih sangat sederhana dan masih perlu diperbaiki, dimana belum memilik tenaga kerja tetap dan pembukuan keuangan pun masih belum ada
- Pada aspek pemasaran, strategi pemasaran yang menghasilakan ikan koi berkualitas baik, penjualan ikan koi dilakukan kepada pengepul dan konsumen tetap, dengan proses pemasaran secara langsung dan pengiriman. Penerapan harga berdasarkan harga grade atau kualitas ikan, sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan pada saat pemasaran ikan koi tidak memerlukan biaya transportasi karena biaya pengiriman di tanggung oleh konsumen.

3. Pada diagram analisis SWOT pengembangan usaha terletak pada kuadran II yaitu mendukung strategi *diversifikasi.* Untuk menghadapi berbagai ancaman tetapi usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi pengembangan pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada’ yaitu memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi produk/pasar.
4. Perencanaan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan milik Pak Syuhada’ pada analisis finansiil jangka panjang yang meliputi *net present value* (NPV), *net benefit cost ratio, internal rate of return* (IRR), *payback period* (PP) adalah sebagai berikut selama 10 tahun (2016-2025) pada usaha pembesaran ikan koi milik Pak Syuhada’ melakukan penambahan investasi sebesar Rp.77.279.520,- dengan *net present value* sebesar Rp.541.209.591,-, *benefit cost ratio* sebesar 9,29, *internal rate of return* sebesar 109%, *payback period*/waktu pengembalian modal sekitar 0,96 tahun.

6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk Perencanaan Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis SWOT perlu diterapkan strategi *diversifikasi* yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, seperti menerapkan pengalaman dan pengetahuan, mempertahankan kualitas ikan koi, menjaga hubungan baik dengan pengepul dan mengikuti aktif penyuluhan yang diadakan oleh instansi DKP agar usaha pembesaran ikan koi pada UD. “Mata Ikan” dapat terus berkembang.
2. Dari hasil analisis SWOT didapat kelemahan yaitu kurangnya tenaga kerja dan manajemen pembukuan keuangan yang kurang baik sehingga perlu menambah tenaga kerja agar lebih optimal dalam usaha dan memperbaiki manajemen pembukuan supaya lebih tertata dengan benar demi kemajuan usaha pembesaran koi.
3. Dari hasil perhitungan aspek finansiil didapat tingkat mortalitas mencapai 25% maka diharapkan kepada pemilik usaha untuk penambahan kapasitas produksi terhadap ikan koi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen pecinta ikan koi.
4. Disarankan untuk para peneliti dilakukan penelitian lebih lanjut di lokasi lain untuk mendapatkan perbandingan dan gambaran yang lengkap tentang perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koi baik dari pemasukan dan pengeluaran.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiansyah, Bambang. 2014. **Perencanaan Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Pranggang Kecamatan Plosokaten Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur.** Skripsi. FPIK UB. Malang

Arif, M. Ichsan. 2008. **Perencanaan Bisnis.** Bisnismikro.com/?p=76. Diakses pada tanggal 20 Agustus 2015 pukul 11.00 WIB

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

Bachtiar, Yusuf. 2002. **Mencemerlangkan Ikan Koi**. Agromedia Pustaka. Depok.

Cannon, Joseph P. William D. Perreault. and E. Jerome. McCarthy. 2008. **Pemasaran Dasar Pendekatan Manajemen Global**. Salemba Empat. Jakarta.

Dayat Muhammad dan Sitanggang. 2004. **Budidaya Koi Blitar Pengalaman dari Cianjur.** PT. AgroMedia Pustaka. Depok.

Effendy, Hersanto. 2003. **Mengenal Beberapa Jenis Koi**. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Gray Clive Dkk. 2002. **Pengantar Evaluasi Proyek**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Handayani, S.M dan I. Nurlaila. 2011. **Analisis Pemasaran Lele di Kabupaten Klaten**. Jurnal Sains Peternakan 9 (1) Jurusan Peternakan Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

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

Hannesson. 2009. **Analysis Of Fisheries Edisi Bahasa Indonesia**. Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan. Universitas Padjajaran. Bandung.

Harmono, 2009. **Manajemen Keuangan**. Bumi Aksara. Jakarta.

Hermawan, Chandra. 2007. **Usaha Budidaya Ikan Koi (*Cyprinus carpio L) d*an Kontribusinya Terhadapan Pendapatan Rumah Tangga Di Desa Kemloko Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar Jawa Timur**. Skripsi. FPIK UB. Malang.

Husnan, S. dan Muhammad, S. 2000. **Study Kelayakan Proyek**. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.

Jumingan, 2011. **Studi Kelayakan Bisnis**. Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan. Bumi Aksara. Jakarta

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

Kementrian Kelautan Perikanan, 2014. **Minapolitan Budidaya Kabupaten Blitar**. Semilir.kkp.go.id/index.php/arsip/c/. Diakses pada tanggal 22 agustustus 2015 pukul 17.00 WIB.

Mardalis, 2006. **Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal**. Bumi Aksara. Jakarta.

Marimin, 2004. **Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kinerja Majemuk**. Grasindo. Bogor.

Mulyadi, I. 1990. **Mengenal Ikan Hias.** Makalah Dalam Latihan Ketrampilan Akuarium dan Ikan Hias. Himahua. Fakultas Perikanan. ITB. Bogor.

Nurdin, Sabri. 2010. **Analisis Penerimaan Bersih Usaha Tanaman Pada Petani Nenas di Desa Palaran Samarinda**. Politeknik Negeri Samarinda. Samarinda.

Pracoyo, T. 2006. **Aspek Dasar Ekonomi Mikro**. PT Grasindo. Jakarta.

Primyastanto dan Istikharoh. 2003. **Aplikasi Evaluasi Proyek dalam Aspek Studi Kelayakan (Usaha Pembesaran Ikan Gurami).** Fakultas Perikanan. Universitas Brawijaya. Malang.

Pudjosumarto, Mulyadi. 1985. **Evaluasi Proyek Uraian Singkat dan Soal Jawab.** Liberty Yogyakarta. Yogyakarta

Rangkuti, Freddy, 2008. **AnalisisSWOT Teknik Memebedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Riyanto, Bambang. 2010. **Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan.** BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta.

Rukmana, R. 1997. **ikan Nila**. Kanisius. Yogyakarta.

Sakti, Wahyu T., 2014. **Analisis Sistem Pemasaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) serta Peran Sub Raiser Ikan Hias pada Kawasan Minapolitan di Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar Jawa Timur.** Skripsi. FPIK UB. Malang.

Sarwono, Jonathan, 2006. **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif**. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Sidarta, 1974. **Pengatar Marketing Correspondence Centre.** Direktorat Jendral Perikanan. Jakarta.

Siswanto. K. B. 2013. **Pengatar Manajemen**. PT Bumi Aksara. Jakarta.

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

Stanton, W. J.1996. **Prinsip Pemasaran**. Edisi VII. Jilid I. penerbit Erlangga. Jakarta.

Subagyo, Ahmad. 2007.**Study Kelayakan**. PT. Elex Media Kompuntindo.

Sugiyono, 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** CV. Alfabeta. Bandung.

Sule. E. T dan Saefullah.K. 2010. **Pengantar Manajemen**. Prenada MediaGroup. Jakarta.

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

Suyanto. M, 2004. **Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran. ANDI OFFSET**. Yogyakarta.

Tiana Agnes Denbie dan Muhartanto. 2004. **Membedah Rahasia Sukses Memelihara Koi.** PT. AgroMedia Pustaka. Depok.

Tim Lentera, 2002. **Pembesaran Ikan Mas di Kolam Air Deras**. Agromedia. Jakarta.

Umar, Husein. 1997. **Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran**. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Usman, Rianse dan Abdi. 2012. **Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi**. Alfabeta. Bandung.

Wijayanta dan Widyaningsih. 2007. **Ekonomi dan Akuntansi: Mengasah Kemampuan Ekonomi**. Citra Praya. Bandung.

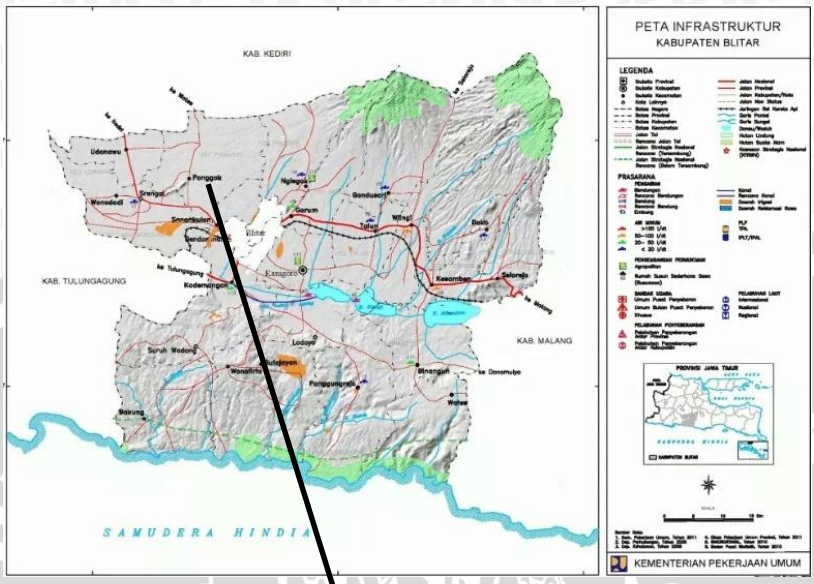
Wiryoputro, Sugiarto. 2008. **Dasar-Dasar Manajemen Kristian.** PT BPK Gunung Mulia. Jakarta.

Yulinda. E. 2012. **Analisis Finansial Usaha Pembenihan Ikan Lele Dumbo (Clarias gariepinus) Di Kelurahan Lembah Sari Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Provinsi Riau**. Jurnal Perikanan dan Kelautan.

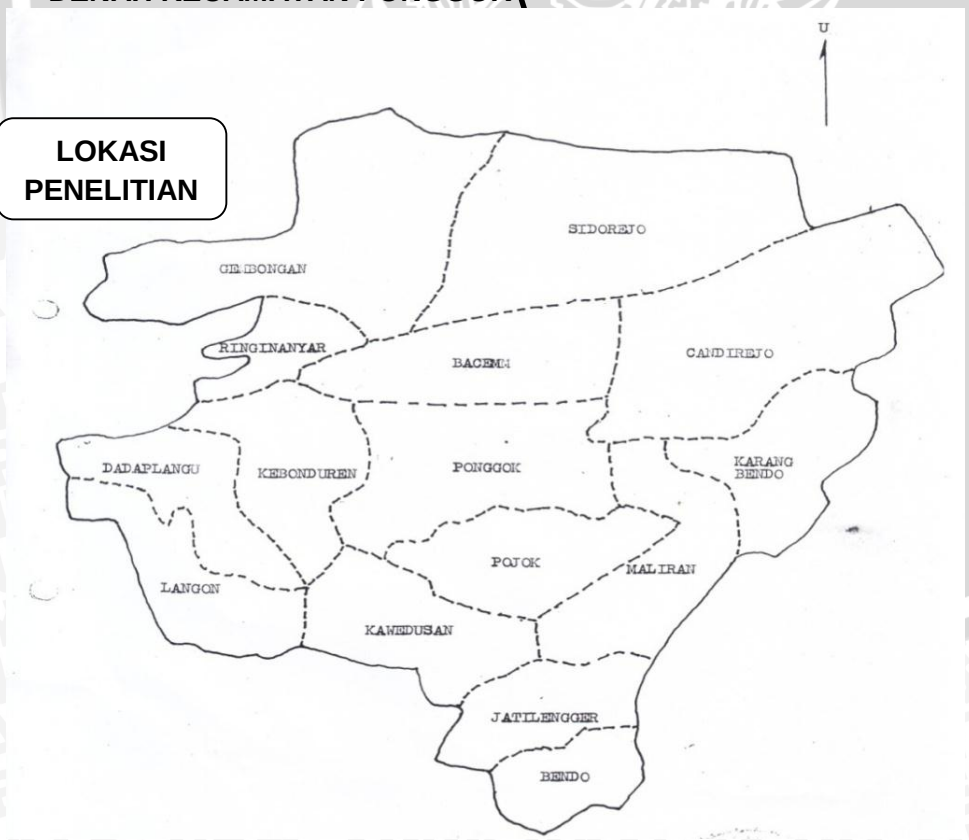
LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian

PETA KABUPATEN BLITAR



DENAH KECAMATAN PONGGOK



LOKASI PENELITIAN

Lampiran 2. Modal Tetap dan Modal Lancar pada Usaha Pembesaran Ikan Koi

- **Modal Tetap**

No	Modal Tetap	Jumlah (Satuan)	Harga (Rp/Satuan)	Harga Total	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan (per Tahun)
1	Kolam Semi Permanen	7	6.000.000	42.000.000	7	6.000.000
2	Kolam Tradisional	7	3.000.000	21.000.000	14	1.500.000
3	Jaring	14	20.000	280.000	2	140.000
4	Seser	6	40.000	240.000	1	240.000
5	Tabung Oksigen	1	1.000.000	1.000.000	6	166.667
6	Timba	10	15.000	150.000	3	50.000
7	Cangkul	2	70.000	140.000	3	46.667
8	Sabit	4	60.000	240.000	3	80.000
9	Ember Sortir	4	25.000	100.000	2	50.000
10	Pipa paralon (4m)	7	23.000	161.000	4	40.250
	Total			**65.311.000**		**8.313.583**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” adalah modal sendiri.

- **Modal Lancar**

No	Modal Lancar	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total (Rp)
1	Cacing Sutera (kaleng)	20	10.000	3	600.000
2	Pelet (sak)	4	250.000	3	3.000.000
3	Probiotik (botol)	5	25.000	3	375.000
4	Kantong Plastik	15	6.000	3	270.000
5	Karet (kg)	1	3.500	3	10.500
6	Listrik (per bulan)		200.000	3	600.000
7	Telpon		200.000	3	600.000
8	Upah Tenaga Kerja	2	2.000.000	3	12.000.000
9	Oksigen	1	300.000	3	900.000
10	Kapur Bangunan (kantong)	4	2.500	3	30.000
11	Bensin	10	7.500	3	225.000
12	Benih ikan koi (ekor)	5.000	500	3	7.500.000
	Total		**3.005.000**		**26.110.500**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” adalah modal sendiri

Lampiran 3. Modal Kerja dan Biaya Tetap pada Usaha Pembesaran Ikan Koi

- **Modal Kerja**

No	Modal Kerja	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total
1	Penyusutan Investasi (Setahun)				8.313.583
2	Perawatan Kolam				400.000
3	Pajak Bumi Bangunan				150.000
4	Sewa Tanah				2.000.000
5	Cacing Sutera (Kaleng)	20	10.000	3	600.000
6	Pelet (sak)	4	250.000	3	3.000.000
7	Probiotik (botol)	5	25.000	3	375.000
8	Kantong Plastik	15	6.000	3	270.000
9	Karet (kg)	1	3.500	3	10.500
10	Listrik (per bulan)		200.000	3	600.000
11	Telepon		200.000	3	600.000
12	Upah Tenaga Kerja	2	2.000.000	3	12.000.000
13	Oksigen	1	300.000	3	900.000
14	Kapur Bangunan (kantong)	4	2.500	3	30.000
15	Bensin	10	7500	3	225.000
16	Benih ikan koi (ekor)	5.000	500	3	7.500.000
	Total				**36.974.083**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” adalah modal sendiri.

- **Biaya Tetap**

No	Komponen Biaya Tetap	Nilai (Rp)
1	Penyusutan Investasi (Setahun)	8.313.583
2	Perawatan Kolam	400.000
3	Pajak Bumi Bangunan	150.000
4	Sewa Tanah	2.000.000
	Total	**10.863.583**

Lampiran 4. Biaya Tidak Tetap, Biaya Produksi, Produksi dan Penerimaan Usaha Pembesaran Ikan Koi

- **Biaya Tidak Tetap Usaha Pembesaran Ikan Koi**

No	Komponen Biaya Tidak Tetap	Nilai (Rp)
1	Cacing Sutera (kaleng)	600.000
2	Pelet (sak)	3.000.000
3	Probiotik (botol)	375.000
4	Kantong Plastik	270.000
5	Karet (kg)	10.500
6	Listrik (per bulan)	600.000
7	Telpon	600.000
8	Upah Tenaga Kerja	12.000.000
9	Oksigen	900.000
10	Kapur Bangunan (kantong)	30.000
11	Bensin	225.000
12	Benih ikan koi (ekor)	7.500.000
Total		**26.110.500**

- **Biaya Produksi**

Biaya Total (TC) = Total Biaya Tetap (FC) + Total Biaya Variabel (VC)
= Rp.10.863.583 + Rp.26.110.500
= Rp.36.974.083

- **Produksi dan Penerimaan**

Produksi pada pembesaran ikan koi pada UD. Mata Ikan selama 1 tahun sebanyak 11.000 ekor, yang terdiri dari beberapa tingkatan atau grade pada ikan koi yang dihasilkan. Adapun grade yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

a. Siklus 1. Tingkat kehidupan 75% dari penebaran 5.000 benih dari bulan Mei, Juni, Juli, dan Agustus (2014).

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	750	15.000	11.250.000
2.	Kualitas B (sedang)	1250	10.000	12.500.000
3.	Kualitas C (biasa)	1750	7.000	12.250.000
Total		**3750**		**36.000.000**

b. Siklus 2. Tingkat kehidupan 70% dari penebaran 5.000 benih (September, Oktober, November, dan Desember (2014).

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	500	15.000	7.500.000
2.	Kualitas B (sedang)	1450	10.000	14.500.000
3.	Kualitas C (biasa)	1550	7.000	10.850.000
	Total	**3500**		**32.850.000**

c. Siklus 3. Tingkat kehidupan 75%, dari penebaran 5.000 benih dari bulan Januari, Februari, Maret, dan April (2015).

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	900	15.000	13.500.000
2.	Kualitas B (sedang)	1100	10.000	11.000.000
3.	Kualitas C (biasa)	1750	7.000	12.250.000
	Total	**3750**		**36.750.000**

d. Total Penerimaan (TR) dalam 1 tahun

= Siklus 1 + Siklus 2 + Siklus 3

= Rp 36.000.000 + 32.850.000 + 36.750.000

= Rp 105.600.000

Jadi, total penerimaan pada usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” selama setahun sebesar Rp.105.600.000

Lampiran 5. RC Ratio, Keuntungan, dan Rentabilitas pada Usaha Pembesaran Ikan Koi

- ***Revenue Cost Ratio* (RC Ratio)**

RC Ratio $= \frac{\text{total penerimaan}}{\text{total biaya (modal kerja)}}$

$= \frac{\text{Rp } 105.600.000}{\text{Rp } 36.974.083}$

= 2,86

Jika nilai RC *Ratio* > 1, maka usaha sudah menghasilkan keuntungan. Nilai RC Ratio pada usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” sebesar 2,86 yang berarti usaha di UD.“Mata Ikan” mengalami keuntungan karena nilai RC Ratio lebih dari 1.

- **Keuntungan**

Keuntungan (π) = total penerimaan - total modal kerja

= Rp.105.600.000- Rp.36.974.083

= Rp.68.625.917

- **Rentabilitas**

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

$= \frac{\text{Rp } 68.625.917}{\text{Rp } 36.974.083}$ x 100%

= 186%

Rentabilitas adalah kemampuan usaha dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Hasil dari rentabilitas yaitu 186%, artinya usaha pembesaran ikan koi di UD.“Mata Ikan” mampu memperoleh keuntungan sebesar 186% dari modal yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional.

Lampiran 6. *Break Event Point* (BEP)

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

$= \frac{10.863.583}{1-\frac{26.110.500}{105.600.000}}$

$= \frac{10.863.583}{0,84}$

= Rp.14.432.024

✓ BEP Sales Mix = Ikan Kelas A: Ikan Kelas B: Ikan Kelas C

= 32.250.000 : 38.000.000 : 35.350.000

= 1 : 1,17 : 1,09

❖ Ikan Koi Kualitas A

Sales Ikan Koi Kelas A = $\frac{1}{3,27}$x14.432.024

= Rp.4.407.507 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas A = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ A}{Harga}$

$= \frac{\text{Rp.4.407.507}}{\text{Rp.15.000}}$= 293 ekor

❖ Ikan Koi Kualitas B

Sales Ikan Koi Kelas B = $\frac{1,17}{3,27}$x14.432.024

= Rp.5.193.342 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas B = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ B}{Harga}$

$= \frac{\text{Rp.4.407.507}}{\text{Rp.10.000}}$= 519 ekor

❖ Ikan Koi Kualitas C

Sales Ikan Koi Kelas C = $\frac{1,09}{3,27}$x14.432.024

= Rp.4.831.175 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas C = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ C}{Harga}$

$= \frac{\text{Rp.4.407.507}}{\text{Rp.7.000}}$= 690 ekor

Lampiran 7. Analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Usaha Pembesaran Ikan Koi

No	Modal Tetap	Jumlah (Satuan)	Harga (Rp/Satuan)	Harga Total	UT (Tahun)	Penyusutan (per Tahun)	Nilai Kenaikan 1%	Re-Invest Tahun Ke 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sisa UT (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)
1	Kolam Semi Permanen	7	6.000.000	42.000.000	7	6.000.000	420.000							44.940.000				6	36.000.000
2	Kolam Tradisional	7	3.000.000	21.000.000	14	1.500.000	210.000				21.840.000							13	19.500.000
3	Jaring	14	20.000	280.000	2	140.000	2.800		285.600		291.200		296.800		302.400		308.000	1	140.000
4	Seser	6	40.000	240.000	1	240.000	2.400	242.400	244.800	247.200	249.600	252.000	254.400	256.800	259.200	261.600	264.000	0	0
5	Tabung Oksigen	1	1.000.000	1.000.000	6	166.667	10.000						1.060.000					5	833.333
6	Timba	10	15.000	150.000	3	50.000	1.500			154.500			159.000			163.500		2	100.000
7	Cangkul	2	70.000	140.000	3	46.667	1.400			144.200			148.400			152.600		2	93.333
8	Sabit	4	60.000	240.000	3	80.000	2.400			480.000			720.000			960.000		2	160.000
9	Ember Sortir	4	25.000	100.000	2	50.000	1.000		200.000		300.000		400.000		500.000		600.000	1	50.000
10	pipa paralon (4m)	7	23.000	161.000	4	40.250	1.610				167.440				173.880			3	120.750
	Total			**65.311.000**		**8.313.583**	653.110	242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000		56.997.417

Lampiran 8. Analisis Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Koi dalam Keadaan Normal

NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	0,50	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		105.600.000	113.150.400	121.240.654	129.909.360	139.197.880	149.150.528	159.814.791	171.241.548	183.485.319	196.604.519
	Nilai Sisa											56.997.417
	Gross Benefit(A)		105.600.000	113.150.400	121.240.654	129.909.360	139.197.880	149.150.528	159.814.791	171.241.548	183.485.319	253.601.936
	PVGB		98.232.558	97.912.731	97.593.946	97.276.198	96.959.485	96.643.803	96.329.148	96.015.519	95.702.910	123.046.120
	Jumlah PVGB											995.712.416
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		36.974.083	39.617.730	42.450.398	45.485.601	48.737.822	52.222.576	55.956.490	59.957.380	64.244.332	68.837.802
	Gross Cost (B)	65.311.000	37.216.483	40.348.130	43.476.298	68.333.841	48.989.822	55.261.176	101.153.290	61.192.860	65.782.032	70.009.802
	PVGC	32.655.500	34.619.984	34.914.553	34.996.706	51.168.417	34.124.283	35.807.116	60.970.642	34.310.973	34.310.821	33.968.331
	Jumlah PVGC											421.847.325
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	68.383.517	72.802.270	77.764.356	61.575.519	90.208.058	93.889.352	58.661.500	110.048.689	117.703.287	183.592.134
	PVNB	-32.655.500	63.612.574	62.998.178	62.597.240	46.107.781	62.835.201	60.836.687	35.358.507	61.704.546	61.392.089	89.077.789
iii	NPV	541.209.591	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	9,29	> 1 (layak)									
v	IRR	109%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	0,96	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 9. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 90% dan Benefit Turun 43%

	Biaya Naik	**90%**	**Dari**		**36.974.083**		**Menjadi**		**70.250.758,33**			**90%**
	Benefit Turun	**43%**	**Dari**		**105.600.000**		**Menjadi**		**59.980.800**			**43%**
NO	**URAIAN**	**TAHUN KE**										
		0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		59.980.800	67.531.200	75.621.454	84.290.160	93.578.680	103.531.328	114.195.591	125.622.348	137.866.119	150.985.319
	Nilai Sisa											56.997.417
	Gross Benefit(A)		59.980.800	67.531.200	75.621.454	84.290.160	93.578.680	103.531.328	114.195.591	125.622.348	137.866.119	207.982.736
	PVGB		55.796.093	58.436.950	60.872.288	63.116.517	65.183.037	67.084.316	68.831.952	70.436.731	71.908.689	100.911.961
	Jumlah PVGB											682.578.534
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		70.250.758	72.894.405	75.727.073	78.762.276	82.014.497	85.499.251	89.233.165	93.234.055	97.521.007	102.114.477
	Gross Cost (B)	65.311.000	70.493.158	73.624.805	76.752.973	101.610.516	82.266.497	88.537.851	134.429.965	94.469.535	99.058.707	103.286.477
	PVGC	65.311.000	65.575.031	63.709.945	61.783.117	76.086.009	57.303.439	57.369.121	81.028.320	52.969.279	51.667.384	50.113.971
	Jumlah PVGC											682.916.616
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	-10.512.358	-6.093.605	-1.131.519	-17.320.356	11.312.183	14.993.477	-20.234.375	31.152.814	38.807.412	104.696.259
	PVNB	-65.311.000	-9.778.938	-5.272.995	-910.829	-12.969.492	7.879.598	9.715.196	-12.196.369	17.467.452	20.241.305	50.797.989
iii	NPV	-338.082	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,99	> 1 (layak)									
v	IRR	7,45%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	-6,21	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 10. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 35% dan Benefit Turun 60%

	Biaya Naik	**35%**	**Dari**		**36.974.083**		**Menjadi**		**42.039.533**			**14%**
	Benefit Turun	**60%**	**Dari**		**105.600.000**		**Menjadi**		**31.680.000**			**70%**
NO	**URAIAN**	**TAHUN KE**										
		0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		31.680.000	39.230.400	47.320.654	55.989.360	65.277.880	75.230.528	85.894.791	97.321.548	109.565.319	122.684.519
	Nilai Sisa											56.997.417
	Gross Benefit(A)		31.680.000	39.230.400	47.320.654	55.989.360	65.277.880	75.230.528	85.894.791	97.321.548	109.565.319	179.681.936
	PVGB		29.469.767	33.947.345	38.091.260	41.924.863	45.469.871	48.746.487	51.773.506	54.568.409	57.147.460	87.180.584
	Jumlah PVGB											488.319.552
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		42.039.533	44.683.180	47.515.847	50.551.051	53.803.271	57.288.026	61.021.940	65.022.829	69.309.782	73.903.251
	Gross Cost (B)	65.311.000	42.281.933	45.413.580	48.541.747	73.399.291	54.055.271	60.326.626	106.218.740	66.258.309	70.847.482	75.075.251
	PVGC	65.311.000	39.332.030	39.297.852	39.074.193	54.961.428	37.652.666	39.089.332	64.023.866	37.151.182	36.952.875	36.426.056
	Jumlah PVGC											489.272.480
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	-10.601.933	-6.183.180	-1.221.094	-17.409.931	11.222.608	14.903.902	-20.323.949	31.063.239	38.717.837	104.606.685
	PVNB	-65.311.000	-9.862.263	-5.350.507	-982.932	-13.036.565	7.817.205	9.657.155	-12.250.360	17.417.228	20.194.584	50.754.528
iii	NPV	-952.928	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,99	> 1 (layak)									
v	IRR	7,37%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	-6,16	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 11. Analisis Sensitivitas dengan Asumsi Biaya Naik 99%

	Biaya Naik	99%	Dari	36.974.083			Menjadi	115.950.725				214%
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		105.600.000	113.150.400	121.240.654	129.909.360	139.197.880	149.150.528	159.814.791	171.241.548	183.485.319	196.604.519
	Nilai Sisa											56.997.417
	Gross Benefit(A)		105.600.000	113.150.400	121.240.654	129.909.360	139.197.880	149.150.528	159.814.791	171.241.548	183.485.319	253.601.936
	PVGB		98.232.558	97.912.731	97.593.946	97.276.198	96.959.485	96.643.803	96.329.148	96.015.519	95.702.910	123.046.120
	Jumlah PVGB											995.712.416
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		115.950.725	118.594.372	121.427.040	124.462.243	127.714.464	131.199.218	134.933.132	138.934.022	143.220.974	147.814.444
	Gross Cost (B)	65.311.000	116.193.125	119.324.772	122.452.940	147.310.483	127.966.464	134.237.818	180.129.932	140.169.502	144.758.674	148.986.444
	PVGC	65.311.000	108.086.628	103.255.617	98.569.788	110.306.168	89.136.145	86.980.941	108.574.200	78.593.353	75.503.732	72.287.318
	Jumlah PVGC											996.604.889
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	-10.593.125	-6.174.372	-1.212.286	-17.401.123	11.231.416	14.912.710	-20.315.142	31.072.047	38.726.645	104.615.492
	PVNB	-65.311.000	-9.854.070	-5.342.886	-975.843	-13.029.970	7.823.340	9.662.862	-12.245.051	17.422.166	20.199.178	50.758.802
iii	NPV	-892.473	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,99	> 1 (layak)									
v	IRR	7%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	-6,17	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 12. Analisis Sensitivitas dengan Benefit Turun 84%

	Benefit Turun	84%	Dari		105.600.000		Menjadi	59980800				43%
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	1,00	0,93	0,87	0,80	0,75	0,70	0,65	0,60	0,56	0,52	0,49
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		59.980.800	67.531.200	75.621.454	84.290.160	93.578.680	103.531.328	114.195.591	125.622.348	137.866.119	150.985.319
	Nilai Sisa											6.997.417
	Gross Benefit(A)		59.980.800	67.531.200	75.621.454	84.290.160	93.578.680	103.531.328	114.195.591	125.622.348	137.866.119	207.982.736
	PVGB		55.796.093	58.436.950	60.872.288	63.116.517	65.183.037	67.084.316	68.831.952	70.436.731	71.908.689	100.911.961
	Jumlah PVGB											682.578.534
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		36.974.083	39.617.730	42.450.398	45.485.601	48.737.822	52.222.576	55.956.490	59.957.380	64.244.332	68.837.802
	Gross Cost (B)	65.311.000	70.493.158	73.624.805	76.752.973	101.610.516	82.266.497	88.537.851	134.429.965	94.469.535	99.058.707	103.286.477
	PVGC	65.311.000	65.575.031	63.709.945	61.783.117	76.086.009	57.303.439	57.369.121	81.028.320	52.969.279	51.667.384	50.113.971
	Jumlah PVGC											682.916.616
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	-10.512.358	-6.093.605	-1.131.519	-17.320.356	11.312.183	14.993.477	-20.234.375	31.152.814	38.807.412	104.696.259
	PVNB	-65.311.000	-9.778.938	-5.272.995	-910.829	-12.969.492	7.879.598	9.715.196	-12.196.369	17.467.452	20.241.305	50.797.989
iii	NPV	-338.082	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,99	> 1 (layak)									
v	IRR	7%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	-6,21	lama waktu pengembalian Investasi									

Lampiran 13. Perencanaan Bisnis Meningkatkan Pembelian Benih Sebesar 10% pada Usaha Pembesaran Ikan Koi di UD. "Mata Ikan"

- **Modal Tetap**

No	Modal Tetap	Jumlah (Satuan)	Harga (Rp/Satuan)	Harga Total	Umur Teknis (Tahun)	Penyusutan (per Tahun)
1	Kolam Semi Permanen	7	6.000.000	42.000.000	7	6.000.000
2	Kolam Tradisional	7	3.000.000	21.000.000	14	1.500.000
3	Jaring	14	20.000	280.000	2	140.000
4	Seser	6	40.000	240.000	1	240.000
5	Tabung Oksigen	1	1.000.000	1.000.000	6	166.667
6	Timba	10	15.000	150.000	3	50.000
7	Cangkul	2	70.000	140.000	3	46.667
8	Sabit	4	60.000	240.000	3	80.000
9	Ember Sortir	4	25.000	100.000	2	50.000
10	Pipa paralon (4m)	7	23.000	161.000	4	40.250
	Total			**65.311.000**		**8.313.583**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. "Mata Ikan" adalah modal sendiri

- **Modal Lancar**

No	Modal Lancar	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total (Rp)
1	Cacing Sutera (kaleng)	22	10.000	3	660.000
2	Pelet (sak)	4,4	250.000	3	3.300.000
3	Probiotik (botol)	5	25.000	3	375.000
4	Kantong Plastik	15	6.000	3	270.000
5	Karet (kg)	1	3.500	3	10.500
6	Listrik (per bulan)		200.000	3	600.000
7	Telpon		200.000	3	600.000
8	Upah Tenaga Kerja	2	2.000.000	3	12.000.000
9	Oksigen	1	300.000	3	900.000
10	Kapur Bangunan (kantong)	4	2.500	3	30.000
11	Bensin	10	7.500	3	225.000
12	Benih ikan koi (ekor)	5.500	500	3	8.250.000
	Total		**3.005.000**		**27.220.500**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD Mata Ikan adalah modal sendiri

- **Modal Kerja**

No	Modal Kerja	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Jumlah Siklus/Tahun	Harga Total
1	Penyusutan Investasi (Setahun)				8.313.583
2	Perawatan Kolam				400.000
3	Pajak Bumi Bangunan				150.000
4	Sewa Tanah				2.000.000
5	Cacing Sutera (Kaleng)	22	10.000	3	660.000
6	Pelet (sak)	4,4	250.000	3	3.300.000
7	Probiotik (botol)	5	25.000	3	375.000
8	Kantong Plastik	15	6.000	3	270.000
9	Karet (kg)	1	3.500	3	10.500
10	Listrik (per bulan)		200.000	3	600.000
11	Telepon		200.000	3	600.000
12	Upah Tenaga Kerja	2	2.000.000	3	12.000.000
13	Oksigen	1	300.000	3	900.000
14	Kapur Bangunan (kantong)	4	2.500	3	30.000
15	Bensin	10	7500	3	225.000
16	Benih ikan koi (ekor)	5.500	500	3	8.250.000
	Total				**38.084.083**

Keterangan: Semua modal yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata” Ikan adalah modal sendiri.

- **Biaya Tetap**

No	Komponen Biaya Tetap	Nilai (Rp)
1	Penyusutan Investasi (Setahun)	8.313.583
2	Perawatan Kolam	400.000
3	Pajak Bumi Bangunan	150.000
4	Sewa Tanah	2.000.000
	Total	**10.863.583**

- **Biaya Tidak Tetap Usaha Pembesaran Ikan Koi**

No	Komponen Biaya Tidak Tetap	Nilai (Rp)
1	Cacing Sutera (kaleng)	660.000
2	Pelet (sak)	3.300.000
3	Probiotik (botol)	375.000
4	Kantong Plastik	270.000
5	Karet (kg)	10.500
6	Listrik (per bulan)	600.000
7	Telpon	600.000
8	Upah Tenaga Kerja	12.000.000
9	Oksigen	900.000
10	Kapur Bangunan (kantong)	30.000
11	Bensin	225.000
12	Benih ikan koi (ekor)	8.250.000
Total		**27. 220.500**

- **Biaya Produksi**

Biaya Total (TC) = Total Biaya Tetap (FC) + Total Biaya Variabel (VC)
= Rp.10.863.583 + Rp.27.220.500
= Rp.38.084.083

- **Produksi dan Penerimaan**

Produksi pada perencanaan bisnis dengan menambahkan jumlah benih 10% ikan koi pada usaha pembesaran ikan koi di UD. Mata Ikan selama 1 tahun sebanyak 12.100 ekor, yang terdiri dari beberapa tingkatan atau great pada ikan koi yang dihasilkan. Adapun grade yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

e. Siklus 1. Tingkat kehidupan 75% dari penebaran 5.500 benih dari bulan Mei, Juni, Juli, dan Agustus.

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	825	15.000	12.375.000
2.	Kualitas B (sedang)	1375	10.000	13.750.000
3.	Kualitas C (biasa)	1925	7.000	13.475.000
Total		**4125**		**39.600.000**

f. Siklus 2. Tingkat kehidupan 70% dari penebaran 5.500 benih September, Oktober, November, dan Desember.

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	550	15.000	8.250.000
2.	Kualitas B (sedang)	1595	10.000	15.935.000
3.	Kualitas C (biasa)	1705	7.000	11.935.000
Total		**3850**		**36.135.000**

g. Siklus 3. Tingkat kehidupan 75%, dari penebaran 5.500 benih dari bulan Januari, Februari, Maret, dan April.

No.	Kualitas Koi	Produksi (ekor)	Harga (Rp)	Penerimaan (Rp)
1.	Kualitas A (super)	990	15.000	14.850.000
2.	Kualitas B (sedang)	1210	10.000	12.100.000
3.	Kualitas C (biasa)	1925	7.000	13.475.000
Total		**4125**		**40.425.000**

h. Total Penerimaan (TR) dalam 1 tahun

= Siklus 1 + Siklus 2 + Siklus 3

= Rp.39.600.000 + 36.135.000 + 40.425.000

= Rp.116.160.000

Jadi, total penerimaan pada perencanaan bisnis dengan menambahkan jumlah benih 10% ikan koi pada usaha pembesaran ikan koi di UD. “Mata Ikan” selama setahun sebesar Rp.116.160.000.

- ***Revenue Cost Ratio*** **(RC Ratio)**

$$\text{RC Ratio} = \frac{\text{total penerimaan}}{\text{total biaya (modal kerja)}}$$

$$= \frac{\text{Rp.116.160.000}}{\text{Rp.38.084.083}}$$

= 3,05

Jika nilai RC *Ratio* > 1, maka usaha sudah menghasilkan keuntungan. Nilai RC Ratio pada perencanaan bisnis dengan menambahkan jumlah benih 10% ikan koi di UD. “Mata Ikan” sebesar 3,05 yang berarti usaha di UD. “Mata Ikan” mengalami keuntungan karena nilai RC Ratio lebih dari 1.

- **Keuntungan**

Keuntungan (π) = total penerimaan - total modal kerja

= Rp.116.160.000 - Rp.38.084.083

= Rp.78.075.917

- **Rentabilitas**

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

$= \frac{\text{Rp.78.075.917}}{\text{Rp 38.084.083}}$ x 100%

= 205%

Rentabilitas adalah kemampuan usaha dengan modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan keuntungan. Hasil dari rentabilitas pada perencanaan bisnis dengan menambahkan jumlah benih 10% ikan koi yaitu 205%, artinya usaha pembesaran ikan koi di UD. "Mata Ikan" mampu memperoleh keuntungan sebesar 205% dari modal yang dikeluarkan untuk kegiatan operasional.

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

$= \frac{10.863.583}{1-\frac{27.220.500}{116.160.000}}$

= Rp.14.188.452

✓ BEP Sales Mix = Ikan Kelas A: Ikan Kelas B: Ikan Kelas C

= 35.475.000 : 41.800.000 : 38.885.000

= 1 : 1,17 : 1,09

❖ Ikan Koi Kualitas A

Sales Ikan Koi Kelas A = $\frac{1}{3,27}$ x 14.188.452

= Rp.4.333.121 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas A = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ A}{Harga}$

$=\frac{\text{Rp.4.333.121}}{\text{Rp.15.000}}$= 288 ekor

❖ Ikan Koi Kualitas B

Sales Ikan Koi Kelas B = $\frac{1,17}{3,27}$ x 14.188.452

= Rp.5.105.693 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas B = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ B}{Harga}$

$=\frac{\text{Rp.5.105.693}}{\text{Rp.10.000}}$= 510 ekor

❖ Ikan Koi Kualitas C

Sales Ikan Koi Kelas C = $\frac{1,09}{3,27}$ x 14.118.452

= Rp.4.749.638 Per Tahun

Unit Ikan Koi Kelas C = $\frac{Sales\ Ikan\ Kelas\ C}{Harga}$

$=\frac{\text{Rp.4.749.638}}{\text{Rp.7.000}}$= 678 ekor

Analisis Penambahan Investasi (*Re-investasi*) Usaha Pembesaran Ikan Koi dengan Perencanaan Bisnis 10%

No	Modal Tetap	Jumlah (Satuan)	Harga (Rp/Satuan)	Harga Total	UT (Tahun)	Penyusutan (per Tahun)	Nilai Kenaikan 1%	Re-Invest Tahun Ke 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sisa Umur Teknis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)
1	Kolam Semi Permanen	7	6.000.000	42.000.000	7	6.000.000	420.000							44.940.000				6	36.000.000
2	Kolam Tradisional	7	3.000.000	21.000.000	14	1.500.000	210.000				21.840.000							13	19.500.000
3	Jaring	14	20.000	280.000	2	140.000	2.800		285.600		291.200		296.800		302.400		308.000	1	140.000
4	Seser	6	40.000	240.000	1	240.000	2.400	242.400	244.800	247.200	249.600	252.000	254.400	256.800	259.200	261.600	264.000	0	0
5	Tabung Oksigen	1	1.000.000	1.000.000	6	166.667	10.000						1.060.000					5	833.333
6	Timba	10	15.000	150.000	3	50.000	1.500			154.500			159.000			163.500		2	100.000
7	Cangkul	2	70.000	140.000	3	46.667	1.400			144.200			148.400			152.600		2	93.333
8	Sabit	4	60.000	240.000	3	80.000	2.400			480.000			720.000			960.000		2	160.000
9	Ember Sortir	4	25.000	100.000	2	50.000	1.000		200.000		300.000		400.000		500.000		600.000	1	50.000
10	pipa paralon (4m)	7	23.000	161.000	4	40.250	1.610				167.440				173.880			3	120.750
	Total			65.311.000		8.313.583	653.110	242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000		56.997.417

Analisis Jangka Panjang Usaha Pembesaran Ikan Koi dalam Keadaan Normal dengan Perencanaan Bisnis 10%

NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,075	Df (7,5%)	0,50	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		116.160.000	124.465.440	133.364.719	142.900.296	153.117.668	164.065.581	175.796.270	188.365.703	201.833.851	216.264.971
	Nilai Sisa											56.997.417
	Gross Benefit(A)		116.160.000	124.465.440	133.364.719	142.900.296	153.117.668	164.065.581	175.796.270	188.365.703	201.833.851	273.262.388
	PVGB		108.055.814	107.704.004	107.353.340	107.003.818	106.655.433	106.308.183	105.962.063	105.617.070	105.273.201	132.585.251
	Jumlah PVGB											1.092.518.178
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	65.311.000										
	Penambahan Investasi		242.400	730.400	1.025.900	22.848.240	252.000	3.038.600	45.196.800	1.235.480	1.537.700	1.172.000
	Biaya Operasional		38.084.083	40.807.095	43.724.803	46.851.126	50.200.981	53.790.352	57.636.362	61.757.362	66.173.013	70.904.383
	Gross Cost (B)	65.311.000	38.326.483	41.537.495	44.750.703	69.699.366	50.452.981	56.828.952	102.833.162	62.992.842	67.710.713	72.076.383
	PVGC	32.655.500	35.652.543	35.943.749	36.022.551	52.190.922	35.143.460	36.822.974	61.983.192	35.320.227	35.316.789	34.971.024
	Jumlah PVGC											432.022.931
	Net Benefit (A-B)	-65.311.000	77.833.517	82.927.945	88.614.016	73.200.930	102.664.686	107.236.629	72.963.108	125.372.861	134.123.138	201.186.004
	PVNB	-32.655.500	72.403.271	71.760.255	71.330.789	54.812.895	71.511.973	69.485.209	43.978.871	70.296.843	69.956.412	97.614.228
iii	NPV	627.839.747	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	10,61	> 1 (layak)									
v	IRR	124%	> 7,5% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	0,84	lama waktu pengembalian Investasi									