

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI PADA
“PRANGGANG KOI FARM” DESA PRANGGANG KABUPATEN KEDIRI, JAWA
TIMUR.**

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

**Oleh :
HANIK CAHYANINGRUM PUSPITASARI.
NIM. 125080400111064**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI PADA
“PRANGGANG KOI FARM” DESA PRANGGANG KABUPATEN KEDIRI, JAWA
TIMUR.**

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

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

**Oleh :
HANIK CAHYANINGRUM PUSPITASARI.
NIM. 125080400111064**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

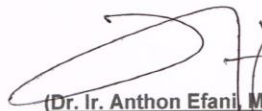
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN KOI PADA
"PRANGGANG KOI FARM" DESA PRANGGANG KABUPATEN KEDIRI,
JAWA TIMUR

Oleh :

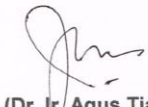
Hanik Cahyaningrum Puspitasari
NIM. 125080400111064

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 28 Juli 2016
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji I


(Dr. Ir. Anthon Efani, MP)
NIP. 19650717 199103 1 006
Tanggal: 15 AUG 2016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)
NIP. 19630820 198802 1 001
Tanggal: 15 AUG 2016

Dosen Penguji II


(Tiwi Nurjanati Utami, S.Pi, MM)
NIP. 19750322 200604 2 002
Tanggal: 15 AUG 2016

Dosen Pembimbing II


(Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si)
NIP. 20150686 0513 1 001
Tanggal: 15 AUG 2016

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK


(Dr. H. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 1999003 1 001
Tanggal: 15 AUG 2016

RINGKASAN

HANIK CAHYANINGRUM PUSPITASARI. Skripsi tentang Strategi Pengembangan Usaha Ikan Koi pada Pranggang Koi Farm Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri (dibawah bimbingan **Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS dan Mochammad Fattah, S.Pi, M,Si**)

Pada saat ini usaha budidaya perikanan telah mengalami perkembangan dan banyak dilakukan karena dapat berdampak baik bagi perekonomian masyarakat. Ikan koi merupakan jenis ikan air tawar yang sedang banyak dibudidayakan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan menjadi salah satu ikan yang digemari di kalangan masyarakat Indonesia. Perkembangan usaha usaha perikanan juga terjadi di Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Kabupaten Kediri mempunyai potensi perikanan budidaya yang sangat besar. Hal tersebut dikarenakan letak topografis kabupaten Kediri yang jauh dari laut sehingga mendorong didirikannya usaha pembesaran ikan koi yang dirintis oleh Pranggang Koi Farm (PKF) yang berlokasi di Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Dari proses kegiatan pembesaran dibutuhkan analisis mengenai aspek teknis, pemasaran, manajemen, dan finansial serta analisis SWOT untuk mengetahui strategi yang dapat dikembangkan pada usaha tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi yang dikelola oleh salah satu anggota dari PKF dan dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2016. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk Menganalisis aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansial operasional pembesaran ikan koi, mengetahui strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan analisis SWOT dan menyusun perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi berdasarkan aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansial.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode yang dilakukan dalam pengambilan data skripsi ini dilakukan dengan 3 cara yaitu observasi, wawancara dan kuisioner. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta menggunakan analisa deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan lele ini meliputi penyediaan sarana dan prasarana serta pelaksanaan usaha yang terdiri dari persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan, manajemen kualitas air dan pemanenan. Sarana yang digunakan terdiri dari kolam, benih ikan koi, pakan, obat - obatan, dan peralatan, sedangkan prasarana yang digunakan terdiri dari sumber air, sumber listrik, sistem transportasi dan sistem komunikasi. Persiapan kolam terdiri dari proses pengeringan yang berfungsi untuk membunuh bakteri dan pemberian pupuk berfungsi untuk meningkatkan pakan alami pada kolam. Setelah itu dilakukan pegisian air dan diamankan air kolam selama 3 – 4 hari untuk menumbuhkan

plankton. Selanjutnya penebaran benih dengan cara aklimatisasi agar benih dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan baru. Kegiatan pemeliharaan terdiri dari pemberian pakan berupa pelet, pemberian probiotik dan obat - obatan, pengisian air dan penanganan terhadap penyakit.

Aspek manajemen terdiri dari perencanaan yang meliputi keuangan, teknis, tenaga kerja, dan pemasaran. Pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan yang dilakukan langsung oleh pemilik usaha karena hanya mengandalkan satu orang tenaga kerja.

Aspek Pemasaran terdiri dari permintaan, penawaran, saluran pemasaran, dan margin pemasaran. Saluran pemasaran menggunakan saluran pemasaran secara langsung dan tidak langsung. Daerah pemasaran yang dituju adalah pasar Konsumen dan pengepul sedangkan untuk pembayarannya dilakukan secara langsung pada saat ikan diambil.

Aspek finansial jangka pendek pada usaha pembesaran ikan koi ini meliputi modal investasi sebesar Rp. 201.390.000, modal lancar sebesar Rp. 103.220.000 dan modal kerja sebesar Rp. 189.015.625. Usaha ini dapat dikatakan menguntungkan dengan mendapatkan total penerimaan sebesar Rp. 518.175.000, dengan penerimaan yang didapatkan dari grade A, grade B dan grade C. Keuntungan Rp. 329.159.375, *R/C Ratio* 2,74, Rentabilitas 174%, BEP Sales mix total Rp. 95.328.472 sehingga didapatkan Grade A untuk BEP sales Rp. 60.056.937 dengan unit sebesar 1.501 ekor, Grade B untuk BEP sales Rp. 20.972.263 dengan unit sebesar 2.097 ekor dan Grade C untuk BEP sales Rp. 14.299.270 dengan unit sebesar 2.042 ekor. Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini menguntungkan. Sedangkan pada aspek Finansial jangka panjang didapatkan hasil untuk Re-investasi tahun 2017 - 2026 sebesar Rp. 298.475.000, NPV sebesar Rp. 1.969.438.263, Net B/C sebesar 10,78, IRR sebesar 163%, PP sebesar 0,61 tahun sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak.

Analisis SWOT usaha pembesaran ikan koi didapatkan strategi SO yaitu mendukung strategi agresif. Strategi SO diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang pasar ikan koi yang masih terbuka, mempertahankan dan memperbaiki kualitas ikan koi, memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung dan meningkatkan sumberdaya manusia.

Perencanaan Pengembangan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Koi di Desa Pranggang adalah dengan meningkatkan jumlah benih dan pakan sebesar 10%. Sehingga didapatkan perencanaan pada aspek finansial untuk jangka pendek modal tetap Rp. 201.390.000, modal lancar Rp. 111.320.000 dan modal kerjanya Rp. 197.115.625. Biaya produksi yang digunakan untuk biaya tetap sebesar Rp. 85.795.625 dan biaya tidak tetap sebesar Rp. 197.115.625. penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 569.992.500, *R/C ratio* sebesar Rp. 2,89, keuntungan

sebesar Rp. 372.876.875, Rentabilitas sebesar Rp. 189,16%, BEP sales mix total sebesar Rp. 107.244.531 sehingga didapatkan Grade A untuk BEP sales Rp. 73.998.726 dengan unit sebesar 1.850 ekor, Grade B untuk BEP sales Rp. 25.738.687 dengan unit sebesar 2.574 ekor dan Grade C untuk BEP sales Rp. 53.622.265 dengan unit sebesar 7.661 ekor. Sedangkan pada aspek Finansial jangka panjang didapatkan hasil untuk Re-investasi tahun 2017 - 2026 sebesar Rp. 298.475.000, NPV sebesar Rp. 2.280.071.701, Net B/C sebesar 12.32, IRR sebesar 185%, PP sebesar 0,54 tahun sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak.

Pada perencanaan aspek manajemen untuk perencanaan yaitu ditambahnya benih dan pakan sebesar 10% dan lebih menjaga kualitas ikan koi agar lebih baik. Pada bagian pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan tidak terjadi perubahan karena sudah berjalan dengan baik.

Aspek pemasaran pada permintaan tidak terjadi perubahan. Namun pada saluran pemasaran dilakukan perencanaan yaitu dengan cara mengaktifkan kembali website Pranggang Koi Farm sebagai sarana pemasaran langsung kepada konsumen. Hal ini akan sangat membantu produsen untuk dapat mengetahui siapa saja konsumennya dan mempermudah promosi maupun pemasaran.



PERNYATAAN ORISINILITAS

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

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



Malang, 20 Juli 2016

Mahasiswa

Hanik Cahyaningrum P.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak terlepas dari dukungan moril dan materi dari semua pihak. Melalui kesempatan ini, dengan kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya Kepada :

- Allah SWT yang telah meridhoi dan memberi kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
- Dr. Ir Agus Tjahjono, MS dan Mochammad Fattah, S. Pi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, bimbingan, arahan dan nasehat bagi penulis.
- Djoko Adi Santoso dan Siti Munawaroh selaku kedua orang tua yang senantiasa memberikan Do'a, dukungan dan motivasi moril serta materi.
- Adek Vava Faizal Aditya Yogiantoro selaku saudara yang telah meberikan semangat serta motivasi.
- Bagus Prasetya Himawan yang telah senantiasa memberikan waktunya untuk menemani, memberikan semangat serta Do'a.
- Hidayatul Munawaroh, Raras Karina Daniswara, Enoo and The Genk (Retno, Roza, Walinda, Yenni, Nina dan Hanis), Della Ratnasari, dan saudara - saudara saya Agrobisnis Perikanan 2012 terimakasih atas segala dukungan dan ilmu yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi pada Pranggang Koi Farm Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri”. Laporan Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana Perikanan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya Malang. Laporan ini merupakan hasil Penelitian Skripsi yang dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2016.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, Laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis selalu terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Laporan Skripsi ini. Penulis berharap semoga Laporan Skripsi ini bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pihak yang memerlukan.

Malang, Juli 2016

Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Aspek Teknis Pembesaran Ikan Koi	27
2. EFAS	35
3. IFAS	37
4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian	48
5. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia	49
7. Peralatan Pembesaran Ikan Koi	55
8. Matrik Kode Peluang dan Ancaman Pada Faktor Eksternal	74
9. Matrik EFAS pada Usaha Pembesaran Ikan Koi	79
10. Matrik Kode Kekuatan dan Kelemahan pada Faktor Internal	80
11. Matris IFAS pada Usaha Pemesaran Ikan Koi	86
12. Matrik SWOT pada Usaha Pemesaran Ikan Koi	89
13. Asumsi Biaya Naik 45,90% dan Benefit Turun 36,80%	96
14. Asumsi Biaya Naik 73,3% dan Benefit Turun 26,8%	97
15. Asumsi Biaya Naik 146,8%	97
16. Asumsi Benefit Turun 53,55%	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Ikan Koi	8
2. Kolam Pembesaran Ikan Koi	54
3. Struktur Organisasi Usaha Pembesaran Ikan Koi	65
4. Saluran Pemasaran Ikan Koi	68
5. Diagram Hasil SWOT	88
6. Website Pranggang Koi Farm (PKF)	106

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta	115
2. Modal Investasi	116
3. Modal Lancar	118
4. Modal Kerja	119
5. Biaya Tetap	120
6. Biaya Tidak Tetap	121
7. Penerimaan	122
8. Perhitungan Finansil Jangka Pendek	123
9. Re – investasi	125
10. Perhitungan Finansil Jangka Panjang pada Keadaan Normal	126
11. Perhitungan Finansil Jangka Panjang Asumsi Biaya Naik 45,90% dan Biaya Turun 36,80%	127
12. Perhitungan Finansil Jangka Panjang Asumsi Biaya Naik 73,3% dan Benefit Turun 26,8%	128
13. Perhitungan Finansil Jangka Panjang Asumsi Biaya Naik 146,8% ..	129
14. Perhitungan Finansil Jangka Panjang Asumsi Benefit Turun 84% ...	130
15. Modal Lancar Kenaikan 10%	131
16. Modal Kerja Kenaikan 10%	132
17. Biaya Tetap Kenaikan 10%	133
18. Biaya Tidak Tetap Kenaikan 10%	134
19. Penerimaan Kenaikan 10%	135
20. Perhitungan Finansil Jangka Pendek Kenaikan 10%	136
21. Perhitungan Finansil Jangka Panjang Kenaikan 10%	138

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan sekitar 3.500 spesies ikan hias yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Tahun 2008 Indonesia menempati urutan ke 5 sebagai eksportir ikan hias terbesar di dunia dengan pangsa pasar sebesar 7%. Pasar utama Indonesia dalam mengekspor ikan hias tersebar di Asia, Uni Eropa, dan AS. Dan pada tahun 2012, nilai ekspor ikan hias Indonesia mencapai USD 4,7 juta dari target USD 10jt. Potensi nilai ekspor ini yang patut dimanfaatkan masyarakat Indonesia untuk menunjukkan keunggulan bangsanya di dunia internasional. Pada kurun waktu 10 tahun terakhir, ekspor komoditi perikanan Indonesia terus menunjukkan laju kenaikan. Krisis yang menerpa tidak mempengaruhi kegiatan ekspor ikan hias. Untuk produksi jenis ikan air tawar Indonesia sebesar 70 juta per tahun dengan 48.000 pembudidaya ikan air tawar diseluruh Indonesia (Kementrian Kelautan Perikanan, 2016).

Salah satu jenis ikan hias yang digemari masyarakat adalah ikan koi dan Ikan koi merupakan komoditi ikan hias unggulan. Corak sisiknya yang berwarna-warni membuat ikan ini banyak digemari, tidak saja didalam negeri tetapi juga oleh penggemar ikan hias di mancanegara. Harganya yang mencapai jutaan rupiah membuat ikan hias ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Selain dipasarkan di dalam negeri, ikan koi juga diekspor ke berbagai negara, seperti Jepang, Jerman dan Belanda (KKP, 201).

Ikan koi di Indonesia dibawa oleh Hani Moniaga pada tahun 1981 – 1982 dan saat itu juga Hani Moniaga 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 Indonesia 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 disisi 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 pengaruh dengan cuaca 4 musim (Bachtiar, 2002).

Ikan koi merupakan jenis ikan hias yang saat ini sedang menjadi kegemaran dikalangan masyarakat, khususnya pecinta ikan hias. Hal ini dikarenakan ikan koi memiliki warna yang indah dan eksotis serta bentuk dan gerakannya yang menarik. Harga ikan koi juga menjadi pertimbangan karena sangat ekonomis dan pangsa pasar ikan koi semakin terbuka (Bachtiar, 2002).

Di Indonesia sejak tahun 1975 ikan koi sudah dikenal sebagai ikan hias yang dibudidayakan oleh para petani ikan mas di Cisaat, Siakbumi, Jawa Barat. Sejalan dengan perkembangan jaman, kini sudah banyak anggota masyarakat yang secara khusus membudidayakan ikan koi dan tidak lagi didominasi oleh petani ikan di salah satu wilayah, tetapi sudah menyebar keseluruh wilayah (Susanto, 2010).

Koi merupakan raja ikan air tawar, mempunyai ukuran tubuh yang cukup besar dan warna yang cukup bervariasi. Populasi ikan koi menunjukkan kehidupan secara damai, tenang, mudah berdampingan dengan ikan jenis lain bila berada dalam satu wadah yang sama. Ikan koi bersifat omnifora (pemakan segala) dan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Oleh karena itu ikan koi mudah dipelihara diseluruh tempat di dunia (Effendy, 2003).

Dalam menunjang usaha ikan koi maka diadakanlah kontes ikan koi oleh Kementrian Kelautan dan Perikanan. Kontes koi semakin sering digelar, di Jakarta,

Bandung, dan Surabaya. Bahkan saat ini kontes ikan koi mulai merambah ke berbagai daerah seperti Medan, Makasar, Blitar, dan Kediri. Dalam perayaan kontes ikan koi yang ke 6 dengan peserta yang terus bertambah dapat mencapai 675 ikan yang diperlombakan. Ikan koi yang berkualitas datang dari berbagai daerah seperti Jakarta, Surabaya, Malang, Semarang, Tulungagung, Ponorogo, Jember, Bali, Samarinda, Madiun dan Kediri (Fransisca Easter dan Hendra, 2010).

Keadaan pasar ikan koi sampai saat ini yang di ekspor maupun di impor belum terkumpul secara rinci, sebab data tersebut belum terdapat pada data statistik Direktorat Jendral Perikanan maupun Kantor Pusat Karantina Ikan. Namun perdagangan ikan koi dapat dijumpai di setiap tempat penjualan ikan hias di berbagai kota di Indonesia. Harga setiap jenis ikan koi per ekornya tergantung dari ukuran, pola warna, dan kualitas warna yang dimilikinya. Ukuran ikan koi yang banyak dijumpai di pasaran cukup 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 pada tubuh, kualitasnya dapat di bedakan menjadi 5 kelas. Sedangkan ikan koi yang berukuran sekitar 40 cm, berkualitas bagus dan pernah memenangkan lomba pameran ikan koi nasional, haragnya dapat mencapai sekitar 50 – 100 juta rupiah (Effendy, 2003).

Berdasarkan latar belakang dapat diketahui bahwa pembesaran ikan koi di Indonesia memiliki potensi yang cukup besar di bidang perikanan terutama budidaya ikan hias air tawar yaitu ikan koi. Hal ini dikarenakan mudahnya cara budidaya ikan koi yang ditunjang oleh luas lahan, biaya yang sedang, cuaca yang mendukung dan akses air yang mudah. Apabila potensi tersebut dapat dioptimalkan maka ikan koi dari Indonesia dapat bersaing pada pasar Internasional dengan meningkatkan ekspor. Sehingga perlu adanya suatu penelitian tentang perencanaan bisnis

pengembangan usaha pembesaran ikan koi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ikan koi, pendapatan masyarakat, dan perlu adanya perhitungan aspek finansial untuk mengetahui usaha pembesaran ikan koi pada Prangang Koi Farm layak atau tidak. Selain itu juga untuk memanfaatkan peluang ikan hias terutama ikan koi yang pasarnya masih terbuka lebar untuk pasar internasional maupun nasional dengan nilai ekonomis yang tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

“Prangang Koi Farm (PKF)” merupakan penghasil ikan koi yang cukup besar di Kabupaten Kediri. Usaha ini memiliki luas lahan. Dilihat dari infrastuktur jalan dan sumber air yang sangat mendukung serta memiliki prospek pasar yang tinggi menjadikan usaha pembesaran ikan koi pada PKF ini sebagai usaha yang menjanjikan. Dalam pengembangan usaha ini banyak yang perlu diperhatikan mulai dari aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran dan aspek finansial. Aspek finansial 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 kondisi faktual dari usaha pembesaran ikan koi pada PKF berdasarkan aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansial?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF?
3. Bagaimana menyusun perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi faktual dari usaha pembesaran ikan koi pada PKF berdasarkan aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansial.
2. Menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF.
3. Menyusun perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Penulis, dapat menerapkan teori – teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan didalam memahami sejauh mana teori – teori tersebut dapat dipergunakan untuk pemecah masalah yang ada dan juga dapat dipraktekan dalam dunia bisnis setelah lulus dari bangku perkuliahan.
2. Pengusaha, sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, menjalankan maupun mengembangkan usahanya.
3. Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pembangunan disektor perikanan budidaya di Jawa Timur, khususnya penegmbangan budidaya ikan koi.
4. Masyarakat umum, sebagai informasi mengenai perkembangan sektor usaha pemebasaran ikan koi.

5. Peneliti, sebagai pembelajaran untuk menambah wawasan, pengetahuan dan informasi tentang usaha pembesaran ikan koi serta pedoman untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Ikan Koi (*Cyprinus carpio* L) salah satu ikan hias air tawar yang mempunyai permintaan relatif stabil bahkan mengalami kenaikan dan ditunjang dengan harga yang cukup mahal dengan keuntungan yang cukup menjanjikan dibandingkan dengan ikan hias lainnya. Oleh karena itu penduduk setempat banyak yang 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 memberi 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 berkisar antara 1,7 – 9,4 atau $R/C > 1$. Hal ini berarti bahwa usaha pembesaran ikan koi dapat dikatakan menguntungkan, karena total permintaan yang diperoleh nilainya lebih besar dari pada total biaya yang dikeluarkan (Hermawan, 2007).

Menurut Alfiansyah (2014), permintaan terhadap ikan hias terutama pada ikan koi semakin tahun permintaan selalu semakin meningkat dilihat dari perkembangan setiap siklus pemanenan, permintaan terhadap ikan koi selalu bertambah untuk permintaan daerah lokal maupun luar kota ataupun provinsi. Penghobi ikan hias terutama ikan koi banyak sekali peminatnya untuk dijadikan hiasan rumah atau untuk diikuti lomba kontes koi yang setiap tahunnya ada event tertentu diseluruh Indonesia. Baru - baru ini Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten dijadikan tempat

sentra koi oleh pemerintah Kabupaten Kediri agar Desa Pranggang dapat memenuhi permintaan dari penghobi ikan hias terutama pada ikan koi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran hanya melalui lima segmen yaitu dimulai dari produsen kemudian pedagang pengepul, show room, dan lelang ikan dan berakhir pada konsumen.

Menurut Kham (2015), pembesaran ikan koi dapat dikatakan sederhana dan dengan modal yang relatif kecil. Hali ini dikarena ikan koi sangatlah mudah untuk dibudidayakan. Saat ini banyak sekali penghobi ikan koi yang terjun langsung dan memelihara ikan koi. Berdasarkan hasil analisis finansil pada usaha ini meliputi jangka pendek selama 1 tahun memperoleh penerimaan sebesar Rp. 105.600.000, R/C sebesar 2,86 yang artinya lebih dari 1 usaha ini menguntungkan, keuntungan sebesar Rp. 68.625.917, rentabilitas sebesar 186%, BEP sales mix kelas A sebanyak 293 ekor dengan harga Rp. 15.000 dan permintaan sebesar Rp. 4.407.507 per tahun. BEP sales mix kelas B sebanyak 519 ekor dengan harga Rp. 10.000 dan permintaan sebesar Rp. 5.193.342 per tahun. BEP sales mix kelas C sebanyak 690 ekor dengan harga Rp. 7.000 dan permintaan sebesar Rp. 4.831.175 per tahun.

2.2 Morfologi dan Kalsifikasi Ikan Koi (*Cyprinus carpio*)

Menurut Fransisca Easter dan Hendra (2010), tubuh ikan koi (*Cyprinus carpio*) berbentuk bulat lonjong memanjang dan agak sedikit pipih kesamping (Compresed). Ada pula yang menyebut bentuk ikan ini mirip torpedo atau kapal selam dan ada pula yang mengidentifikasi seperti zeppelin pesawat berbahan gas. Pasa sisi badannya, dari ujung kepala hingga batang ekor memiliki gurat sisi (linea latelaris) yang berfungsi untuk merasakan getaran suara. Ada sepasang sungut menghiasi

mulutnya dengan alat ini koi dapat menegnali pakannya, bahkan mencari diantara tumpukan lumpur. Sisik koi berukuran besar dengan tipe lingkaran (Cycloid). Letaknya beraturan, mulai dari penutup (Operculum) hingga pangkal ekor. Namun ada beberapa jenis koi yang tidak memiliki sisik disebut Doitsu. Ada juga sisik koi yang berukuran besar, disebut Shusui.

Klasifikasi dari ikan koi (*Cyprinus carpio*) menurut Bachtiar (2002) adalah sebagai berikut:

Filum : Chordata
Subfilum : Vertebrata
Super Kelas : Gnathostomata
Kelas : Osteichthyes
Super Ordo : Telostei
Ordo : Ostariophysi
Famili : Cyprinidae
Genus : Cyprinus
Spesies : *Cyprinus carpio*



Gamabar 1. Ikan Koi (*Cyprinus Carpio*)

2.3 Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinis Carpio*)

Pengusaha budidaya ikan hias di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah pengusaha yang memiliki modal besar, kelompok ini tanggap terhadap perubahan situasi pasar local 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 temurun. Tujuannya tidak lain hanya untuk menambah penghasilan sehari – hari. Jenis ikan hias yang dibudidayakan juga relatif terbatas (Effendy, 2003).

2.4 Aspek Teknis

Aspek Teknis Merupakan aspek yang berkaitan dengan pelaksanaan proyek secara teknis. Dalam aspek teknis biasanya mengkaji mengenai hal – hal yang perlu dipersiapkan untuk pelaksanaan suatu usaha seperti pemilihan peralatan yang akan digunakan, pemilihan lokasi, perencanaan kapasitas produksi, proses produksi dan juga pemasaran (Subagyo, 2007).

1. Fisiologi

Ikan koi hidup di daerah beriklim sedang pada perairan tawar. Ikan koi juga dapat hidup pada kisaran temperatur air $8^{\circ} - 30^{\circ} \text{C}$ sehingga dapat dipelihara di daerah dataran tinggi atau rendah 150 – 600 meter di atas permukaan laut (mdpl). Namun idealnya ikan koi hidup pada perairan dengan temperatur $20^{\circ} - 30^{\circ} \text{C}$. Ketahanan tubuh pada ikan koi tidak dapat menerima perubahan suhu yang drastis. Penurunan

5° C saja dalam tempo singkat dapat menyebabkan ikan stres, bahkan berujung pada kematian. Pada suhu rendah 7° C, koi akan bergerak dengan lambat dan cenderung berada didasar air. Meskipun termasuk hewan air tawar, tetapi ikan koi masih bisa bertahan di air payau dengan kadar garam 20 – 30 ppm (Rahardi, 1997).

2. Pembuatan Kolam

Pembuatan kolam perlu dilandaskan pada kenyamanan untuk pertumbuhan ikan koi, sehingga penentuan kedalaman kolam harus sesuai dengan tujuan dan fungsinya. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan kedalaman kolam karena hal ini dianggap penting. Kedalaman kolam akan memberikan kebebasan gerak pada ikan koi baik secara horizontal maupun vertikal, cara berenang yang seimbang menyebabkan ikan koi menjadi sehat dan pertumbuhan bagian – bagian tubuhnya pun seimbang. Jika ikan koi cenderung horizontal dalam bergerak, tubuhnya akan menjadi gemuk dan pendek (Tiana dan Muharianto, 2004).

3. Persiapan Kolam

Persiapan kolam sebelum digunakan meliputi pengeringan, pengerukan, pengapuran, pemupukan dan pengisian air kolam. Kolam baru atau kolam bekas pakai perlu dikeringkan. Pengeringan pada kolam dilakukan dengan tujuan untuk menghilangkan desinfektan atau bakteri yang ada dalam kolam. Pengeringan dilakukan dengan cara membuang semua air dalam kolam hingga surut. Setelah itu kolam di diamkan selama 2 – 4 hari agar benar – benar kering. Setelah itu dilakukan Pengerukan atau pencangkulan berfungsi untuk mengemburnakn tanah pada kolam yang sudah kering. Sehingga dalam proses selanjutnya pengapuran dan pemupukan dapat terserap dngan baik kedalam tanah. Pengapuran dilakukan dengan menyebar kapur yang sudah direndam dengan air selama 1 – 2 hari sampai kapur larut degan air. Setelah itu air kapur ditebar pada kolam. Pengapuran

bertujuan untuk menaikkan pH tanah apabila pH tanah terlalu basa agar menjadi netral. Setelah dilakukan pengapuran dapat dilakukan pemupukan yang bertujuan untuk meningkatkan zooplankton atau pakan alami ikan. Sehingga benih – benih ikan dapat memanfaatkan pakan alami tersebut untuk kelangsungan hidupnya. Pupuk yang digunakan biasanya pupuk kandang. Proses terakhir adalah pengisian air kolam menggunakan air tawar dari pengeboran atau sungai. Air pada sumur bor digunakan karena pH pada air netral (Firdaus, 2010).

4. Penebaran Benih

Penebaran benih merupakan suatu kegiatan awal yang menentukan keberhasilan pembesaran ikan. Kesalahan dalam penebaran, baik secara perlakuan maupun waktu penebaran dapat menyebabkan ikan stres dan akhirnya mati.

Ikan koi dapat ditebar di kolam tradisional maupun semi intensif pada saat usia 5 - 7 hari. Penebaran ikan koi yang baik dilakukan pada pukul 05.00 – 07.00 pagi atau pukul 16.00 - 17.00 sore hal ini dilakukan untuk menghindari suhu ekstrim pada kolam. Sehingga penebaran benih merupakan hal utama yang sangat perlu diperhatikan pada saat akan melakukan usaha pembesaran (Firdaus, 2010).

5. Pemeliharaan

Keberlangsungan hidup ikan sangat tergantung pada pemeliharaan yang dilakukan. Pemeliharaan yang baik dapat ditinjau melalui berbagai aspek. Yang utama adalah pemberian pakan dan cara pencegahan penyakit. Pemberian pakan yang baik adalah pakan yang mengandung gizi seimbang sesuai dengan kebutuhan ikan koi. Jenis pakan yang digunakan untuk memacu pertumbuhan ikan koi agar tubuh ideal adalah wheat germ. Pakan terbuat dari bahan yang mengandung protein tinggi seperti, gandum, tepung udang, tepung ikan, dan bungkil kacang kedelai. Sementara, pakan untuk mencemerlangkan / mempertajam warna koi adalah pakan

mengandung zat karoten. Zat tersebut dapat merangsang munculnya warna pada ikan koi. Pakan ikan koi yang mengandung zat karoten diantaranya adalah wortel, alga atau ganggang Spirullina, Chlorella, semangka, sawi, kubis dan cabai hijau. Sedangkan pakan dari hewan bisa diberikan adalah kepiting, udang-udangan, salmon, dan cacing sutra. Pakan sebaiknya diberikan dua kali sehari, pagi dan sore agar kebutuhan gizi ikan terpenuhi (Firdaus, 2010).

Kualitas air dalam 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. Hal ini membuat ikan koi sakit dan akhirnya mengurangi keindahan ikan koi tersebut. Air PAM berkualitas untuk dimasukan kedalam kolam pembesaran adalah air PAM yang selama ini dihindari. Air PAM mampu memberikan suhu ideal untuk ikan koi, yaitu $15^{\circ} - 25^{\circ} \text{C}$. Pada kisaran suhu ini, fungsi tubuh koi sangat efektif dan tahan terhadap berbagai ancaman serangan penyakit. Pada dasarnya, semua jenis ikan termasuk ikan koi adalah hewan berdarah dingin, yakni hewan yang bersuhu $0^{\circ} - 30^{\circ} \text{C}$. Namun pada suhu ekstrim, misalnya 0°C ikan koi akan berhenti makan dan sistem kekebalan tubuhnya menurun (Tiana dan Muhartono, 2004).

Pemeliharaan ikan koi yang baik dapat dilakukan selama 3 – 4 bulan. Hal ini dilakukan agar pemilik usaha dapat membedakan ikan koi dari berbagai grade atau kelas. Grade yang digunakan biasanya adalah Grade A yaitu ikan koi yang mempunyai warna, corak dan bentuk badan yang bagus dan sesuai dengan pola ikan koi yang ada seperti Showa, Kohaku, Thanco, Sanke, dan masih banyak jenis lainnya. Kemudian Grade B adalah ikan yang memiliki pola hampir sesuai dengan jenis ikan koi namun masih mempunyai kekurangan dari segi warna, corak maupun

bentuk tubuh. Sedangkan untuk Grade C adalah ikan koi yang tidak mempunyai pola seperti jenis ikan koi yang sudah ada (Nurulita, 2014).

6. Pemanenan

Padat penebaran adalah jumlah ikan yang ditebarkan atau dipelihara dalam satuan luas tertentu. Kepadatan ikan yang terlalu tinggi dapat menurunkan mutu air, pertumbuhan ikan menjadi lambat, tingkat kelangsungan hidup ikan yang rendah serta tingkat keragaman ukuran ikan yang tinggi dan kepadatan yang tinggi dalam kegiatan budidaya dapat mengakibatkan produksi rendah. Padat tebar yang tinggi akan mengganggu laju pertumbuhan meskipun kebutuhan makanan tercukupi. Sehingga dapat diasumsikan bahwa nilai kelulus hidupan ikan pada saat dipanen berkisar antar 80% - 90% dari jumlah benih yang ditebar. Pemanenan dapat dilakukan pada saat usia ikan sudah 3 – 4 bulan. Pemanenan dilakukan dengan cara membuka saluran pembuangan untuk mengurangi airnya. Saluran pembuangan diberi saringan agar benih ikan koi tidak ikut terbawa oleh air. Ketika air mulai surut atau tinggal sedikit ikan dapat diambil menggunakan jaring dan dipindahkan di jaring – jaring atau bak fiber untuk dilakukan seleksi grade (Tiana dan Muhartono, 2004).

2.5 Aspek Manajemen

Aspek manajemen merupakan aspek yang membahas tentang rencana pembangunan proyek. Untuk menyusun rencana penyelesaian proyek dengan tepat waktu maka harus dilakukan pengkoordinasian berbagai kegiatan dan sumberdaya yang ada. Seperti mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses kegiatan. Secara lebih luas aspek manajemen merupakan penerapan proses

perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan dalam organisasi (Stanton 1996).

Terlaksananya sebuah manajemen yang baik adalah seorang manajer harus mampu melaksanakan fungsi – fungsi manajemen. Fungsi – fungsi manajemen tersebut terdiri dari:

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Menurut Handoko (2003), perencanaan adalah penetapan tujuan dan menyusun rencana – rencana penentuan strategi kebijakan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan agar perusahaan tersebut lebih mudah dan lancar dalam menjalankan suatu perusahaan, tanpa suatu perencanaan yang matang dalam menjalankan usaha maka usaha tersebut akan sulit untuk mencapai tujuan yang lebih baik untuk kedepannya.

2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan langkah penegmbangan kerja dan hubungan terhadap oarang – orang yang ada dalam suatu organisasi sehingga setiap orang yang ada dalam organisasi mempunyai hunungan satu sama lain. Pengorganisaian yang dirancang dengan baik akan memberikan kemudahan dalam pencapaian tujuan organisasi (Hasibuhan, 2014).

3. Fungsi Pergerakan (*Aktuating*)

Menurut Siagian (2012), pergerakan merupakan langkah – langkah yang digunakan dalam organisasi agar seluruh anggota dapat berkerja dengan maksimal dan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan organisai dengan efektif dan efisien. Fungsi pergerakan merupakan bagian dari fungsi manajerial yang sangat penting karena berhadapan langsung dengan manusia sehingga dalam melaksanakan

fungsi pergerakan seorang pemimpin harus memiliki keterampilan terutama dalam menggerakkan anggota organisasinya.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses penilaian terhadap keseluruhan kegiatan dalam organisasi untuk mengetahui apakah kegiatan yang dijalankan telah sesuai dengan apa yang direncanakan atau belum. Dengan adanya fungsi pengawasan ini seorang manajer akan mengetahui permasalahan dan penyimpangan yang terjadi dari apa yang direncanakan sebelumnya (Siagian, 2012).

2.6 Apek Pemasaran

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), aspek pemasaran sangat penting untuk kelancaran pendistribusian barang. Pentingnya fungsi pemasaran bidang perikanan dapat dilihat dari pokok pembangunan perikanan, dimana antara lain ditetapkan bahwa pelaksanaan 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.

a) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan langkah – langkah atau penunjang yang diperlukan agar produk yang dihasilkan dan ditawarkan dapat diminati dan dibeli oleh konsumen. Strategi pemasaran sangat penting diterapkan untuk menghadapi persaingan pasar dari waktu ke waktu yang semakin ketat (Rangkuti, 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 kedalam 4 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:

1. Meningkatkan penjualan dan laba
2. Menguasai pasar
3. Mengurangi saingan
4. Menaikan presentase produk tertentu dipasaran
5. Memenuhi pihak – pihak tertentu

2.7 Aspek Finansii

Aspek keuangan (finansii) 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 umur investasi, proyeksi neraca dan laporan laba rugi untuk beberapa periode kedepan, kriteria penilaian investasi dan resiko keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan (Kasmir dan Jakfar, 2008).

2.7.1 Aspek Finansii Jangka Pendek

Didalam suatu usaha aspek finansii sangat penting untuk menunjang agar usaha tersebut berjalan lancar. Aspek Finansii dibedakan menjadi dua yaitu aspek finansii jangka pendek dan aspek finansii jangka panjang.

a. Permodalan

Menurut Riyanto (2008), 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 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.

b. Biaya Produksi

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak mengalami perubahan atau jumlahnya sama meskipun terdapat peningkatan maupun penurunan volume produksi. Sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya mengalami perubahan jika terjadi perubahan volume produksi (Riyanto, 2008).

c. Penerimaan

Menurut Soekartawi (1995), penerimaan merupakan hasil kali antara hasil produksi yang diperoleh dengan harga jual. Penerimaan akan semakin meningkat jika jumlah produk yang dihasilkan dan harga jual per unit dari produk tersebut meningkat. *Total Revenue* (TR) didapat dari perkalian antara produk yang dihasilkan (Q) dengan harga penjualan (P).

c. Keuntungan

Keuntungan merupakan pendapatan bersih yang diperoleh dalam melakukan suatu usaha. Keuntungan didapatkan dari pengurangan hasil pendapatan dari penjualan barang atau jasa dengan keseluruhan biaya yang dipakai dalam usaha tersebut. Biaya yang dikeluarkan merupakan biaya untuk proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap (Soekartawi, 1995).

d. R / C

Menurut Effendi dan Oktariza (2006), R/C merupakan suatu analisa pada faktor keuangan usaha jangka pendek. R/C digunakan untuk mengetahui keuntungan relatif yang diperoleh dalam suatu usaha terhadap total biaya yang digunakan dalam usaha tersebut.

e. Rentabilitas

Menurut Riyanto (2008), rentabilitas merupakan perbandingan antara laba yang diperoleh perusahaan dengan modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Perhitungan rentabilitas dapat digunakan untuk melihat kelayakan usaha dalam jangka pendek.

g. BEP (*Break Event Point*)

Menurut Riyanto (2008), analisis *break event point (BEP)* adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Titik impas *break event point* merupakan titik potong antara kurva penghasilan total (TR) dengan kurva pembiayaan (TC) atau dengan kata lain $TR = TC$.

2.7.2 Aspek Finansial Jangka Panjang

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

a. NPV (*Net Present Value*)

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 menunjukkan angka yang positif, usaha investasi dapat diperetimbang dan diterima. Penilaian kelayakan investasi dengan metode ini digunakan sebagai alat bantu dalam penilaian investasi dengan metode *Profitability Index* (Arifin, 2007).

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

- A) Terima jika $NPV > 0$
- B) Tolak jika $NPV < 0$
- C) Kemungkinan diterima jika $NPV = 0$

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

Dari uraian diatas NPV dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana usaha tersebut dapat menguntungkan dalam jangka panjang. Jika nilai NPV negatif maka usaha tersebut tidak layak untuk dilanjutkan lagi dan harus dilakukan evaluasi usaha agar usaha dapat tetap berjalan. Tetapi apabila NPV positif maka usaha tersebut layak dijalankan tetapi harus dijaga agar usaha tersebut tidak mengalami penurunan dalam jangka waktu tertentu.

b. Net B/C

Net B/C merupakan perbandingan antara *benefit* bersih dari tahun – tahun yang bersangkutan yang telah di present 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 $Net\ B/C > 1$, dan begitu pula sebaliknya, bila suatu proyek memberi hasil $Net\ B/C < 1$, proyek tidak diterima (Pudjosumartono, 1988).

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).

c. IRR (*Internal Rate of Return*)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) pada dasarnya merupakan metode yang 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 error*) (Umar, 2007).

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek menurut (Riyanto, 2008). Kriteria penilaiannya adalah jika IRR yang didapat ternyata lebih besar Rate of return yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

d. PP (*Payback Periode*)

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

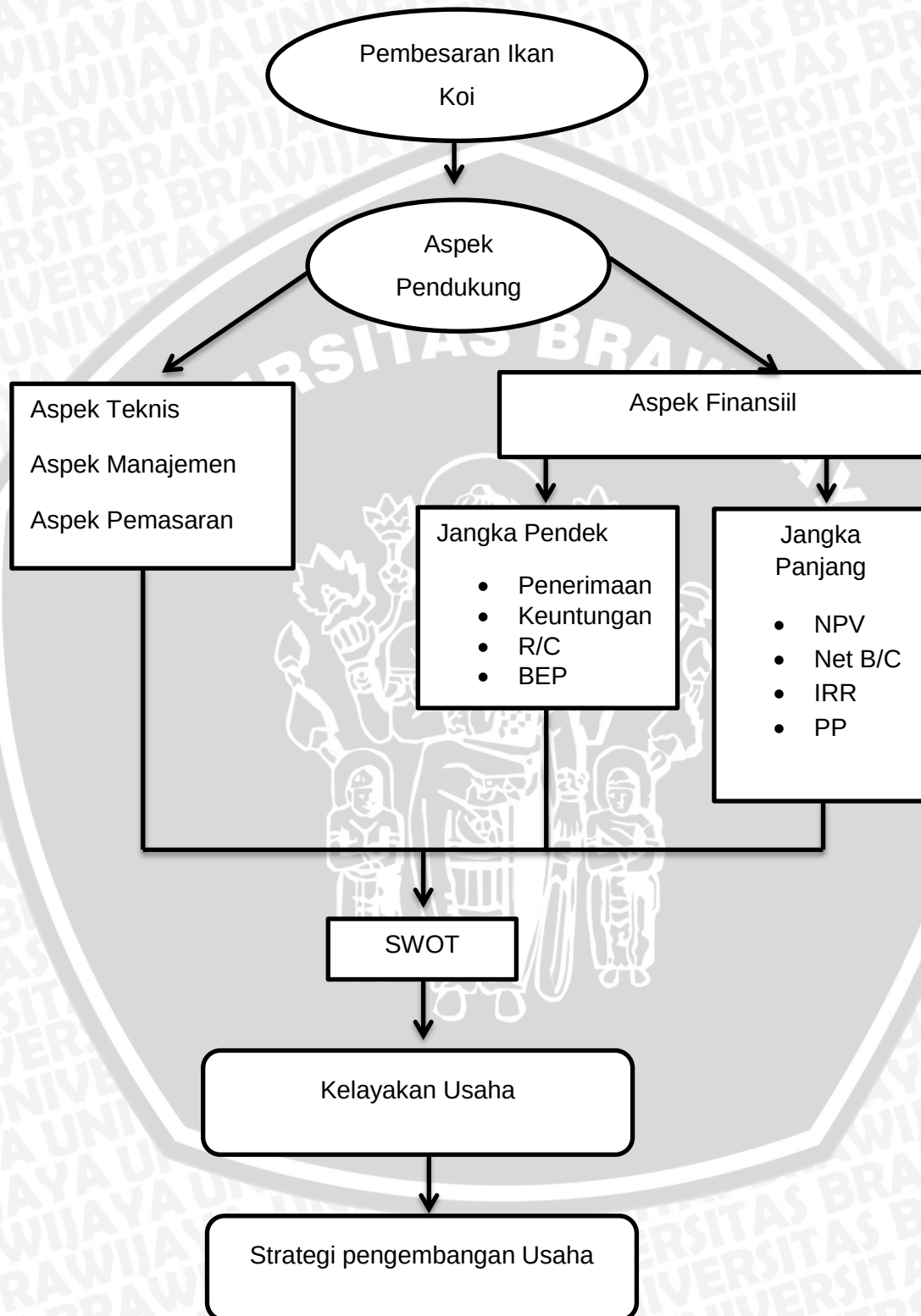
Investasi kas bersih aliran kas masuk bersih x 1 tahun Kriteria penilaiannya adalah jika proyek *payback period* lebih pendek waktunya dibandingkan periode *payback* maksimum maka usulan investasi layak diterima.

2.8 Analisa SWOT

Menurut Rangkuti (2008), penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisa SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strenghts* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknesses*).



2.9 Kerangka Berfikir



III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di usaha pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian adalah pada bulan Maret – April 2016.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah usaha pembesaran ikan koi pada milik bapak Aris Yudi Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri. Penelitian ini difokuskan pada pemilik usaha sekaligus ketua pada Pranggang Koi Farm untuk memperoleh sumber data.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu jenis penelitian yang terperinci mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu, termasuk lingkungan dan kondisi masa lalunya, dengan cukup mendalam dan menyeluruh. Selanjutnya peneliti berusaha menemukan hubungan diantara faktor – faktor yang ada didalamnya. Studi kasus kadang – kadang melibatkan peneliti dengan unit terkecil seperti perusahaan atau kelompok – kelompok masyarakat (Umar, 1997).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Menurut Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (1998), Observasi mempunyai 2 arti, pertama, cara mengumpulkan data dengan pengamatan oleh peneliti seperti

yang dilakukan oleh antropolog. Kedua, informasi atau data yang dikumpulkan dalam penelitian.

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

1. Bentuk, Kontruksi dan peralatan – peralatan yang digunakan dalam kegiatan pemeliharaan ikan koi.
2. Kegiatan usaha pembesaran ikan koi yang meliputi kegiatan pra panen, pasca panen serta pengangkutan hasil panen.
3. Kondisi lingkungan masyarakat desa Pranggang dengan adanya usaha pembesaran ikan koi.

3.4.2 Wawancara

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan antara pewawancara dengan yang diwawancarai. Berdasarkan strukturnya, pada penelitian kualitatif ada dua jenis wawancara yaitu wawancara relatif tertutup dan wawancara terbuka. Kedua jenis wawancara ini dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan (Djunaedi, 2012).

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

1. Profil usaha
2. Permodalan yang digunakan oleh pemilik usaha
3. Jumlah hasil panen dan harga jual
4. Jumlah tenaga kerja dan upah tenaga kerja
5. Sumber dana yang digunakan dalam usaha dan penerimaan yang diperoleh
6. Daerah pemasaran ikan koi

7. Lama waktu pembesaran ikan koi
8. Kontribusi yang diberikan dari usaha pembesaran ikan koi terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar
9. Ancaman yang muncul dari pembudidaya lainnya.

3.4.3 Kuisisioner

Kuisisioner 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 dari informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2006).

Kuisisioner dalam kegiatan penelitian pada usaha pembesaran ikan koi berisi pertanyaan – pertanyaan tentang aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, faktor penghambat dan faktor pendukung pada usaha pembesaran ikan koi yang diajukan kepada responden untuk memberikan informasi dalam penelitian ini.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang yang didapat dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Narimawati, 2008).

Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuisisioner atau lisan dengan metode wawancara. Dalam penelitian ini metode atau kategori yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus menggunakan individu

atau kelompok sebagai bahan studinya. Biasanya studi kasus bersifat longitudinal (Sarwono, 2006).

Data primer digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi mengenai keadaan umum usaha pembesaran ikan koi, permintaan pasar, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek finansial pada pembesaran ikan koi. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara, dan kuisioner yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi.

3.5.2 Data Skunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku literatur dan bacaan (Sugiyono, 2008).

Data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen – dokumen yang dihasilkan oleh usaha pembesaran ikan koi seperti laporan tahunan yang berisi data mengenai hasil produksi, studi kepustakaan yang berupa laporan – laporan penelitian terdahulu, buku – buku bacaan atau referensi, dan data statistik kecamatan dan sebagainya.

3.6 Analisa Data

Analisa data merupakan bagian dari metode ilmiah yang penting dilakukan dalam pengambilan data. Hal ini dikarenakan dengan menganalisis data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah pada penelitian yang dilakukan.

3.6.1 Analisa Data Kualitatif

3.6.1.1 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan aspek yang berkaitan dengan pelaksanaan proyek secara teknis. Dalam aspek teknis biasanya mengkaji mengenai hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk pelaksanaan suatu usaha seperti pemilihan peralatan yang akan digunakan, pemilihan lokasi, perencanaan kapasitas produksi dan proses produksi (Subagyo, 2008).

Menurut Mahyuddin dan Kholis (2012), aspek teknis pada pembesaran ikan koi sangat bervariasi dari setiap petani/pembudidaya ikan. Hal tersebut dikarenakan penyesuaian beberapa aspek pendukung pertumbuhan ikan. Sehingga perlu adanya ketrampilan untuk bisa mengembangkan usaha pembesaran yaitu dengan terus mengembangkan sistem budidaya. Ada 5 kegiatan yang dilakukan dalam usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Aspek teknis pada pembesaran ikan koi

Kode	No.	Kegiatan	Karakteristik
A. Persiapan Kolam	1.	Pengeringan	Pengeringan dilakukan selama 2 – 4 hari untuk menghilangkan bakteri pada kolam.
	2.	Pengerukan	Agar pemupukan dan pengapuran dapat terserap dengan baik kedalam tanah.
	3.	Pengapuran	Air kapur direndam selama 2 – hari dan ditebar dalam kolam sehingga pH tanah menjadi netral.
	4.	Pemupukan	Agar pakan alami zooplankton dan fitoplanton dapat berkembang yang dapat digunakan sebagai pakan alami pada benih ikan.
	5.	Pengisian Air	Menggunakan air taawar dari sumur bor atau sungai karena pH pada air tawar netral
B. Penebaran Benih	1.	Penebaran Benih	Dilakukan pada pagi hari atau sore hari untuk menghindari suhu ekstrim.

C. Pemeliharaan	1.	Pemberian Pakan	Pemberian pakan ikan yang baik dilakukan pada pagi hari dan sore hari.
	2.	Pencegahan Penyakit	Pencegahan penyakit menggunakan dapat menggunakan obat – obatan kimia dan obat – obatan organik
	3.	Penerapan teknologi	Teknologi modern dapat dimanfaatkan untuk pengembangan budidaya
D. Manajemen Kualitas Air	1.	Drainase	Perputaran air dilakukan setiap hari agar kotoran dan sisa bakteri dapat terurai
	2.	pH Air Kolam	pH air kolam untuk budidaya ikan hias adalah netral
E. Pemanenan	1.	Pemanenan	Pemanenan sebaiknya dilakukan pada pagi hari atau sore hari untuk menghindari cuaca ekstrim seperti pada saat pennebaran benih.

3.6.1.2 Aspek Manajemen

Menurut Hasibuan (2014), aspek manajemen merupakan aspek yang membahas mengenai tahap rencana pembangunan proyek. Untuk menyusun rencana penyelesaian proyek dengan tepat waktu, maka harus dilakukan

pengkoordinasian berbagai kegiatan dan sumberdaya yang ada serta melakukan persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Secara lebih luas aspek manajemen merupakan penerapan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi. Adapun fungsi – fungsi manajemen adalah:

1) Perencanaan (*Planing*)

Perencanaan merupakan langkah penetapan tujuan suatu organisasi dengan memilih alternatif terbaik dari berbagai alternatif yang ada. Perencanaan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam suatu organisasi. Tanpa adanya perencanaan tentunya tidak ada kejelasan mengenai pedoman dan tujuan yang ingin dicapai.

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan langkah pengembangan kerja dan hubungan terhadap orang – orang yang dalam suatu organisasi sehingga setiap orang yang ada dalam organisasi mempunyai hubungan satu sama lain. Pengorganisaian yang dirancang dengan baik akan memberikan kemudahan dalam pencapaian tujuan organisasi.

3) Pergerakan (*Actuating*)

Pergerakan merupakan langkah – langkah yang digunakan dalam organisasi agar seluruh anggota dapat berkerja dengan maksimal dan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien. Fungsi pergerakan merupakan bagian dari fungsi manajerial yang sangat penting karena berhadapan langsung dengan manusia sehingga dalam melaksanakan fungsi pergerakan seorang pemimpin harus memiliki keterampilan tertentu dalam menggerakkan anggota organisasinya.

4) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses penilaian terhadap keseluruhan kegiatan dalam organisasi untuk mengetahui apakah kegiatan yang dijalankan telah sesuai dengan apa yang direncanakan atau belum. Dengan adanya fungsi pengawasan ini seorang manajer akan mengetahui permasalahan dan penyimpangan yang terjadi dari apa yang direncanakan sebelumnya

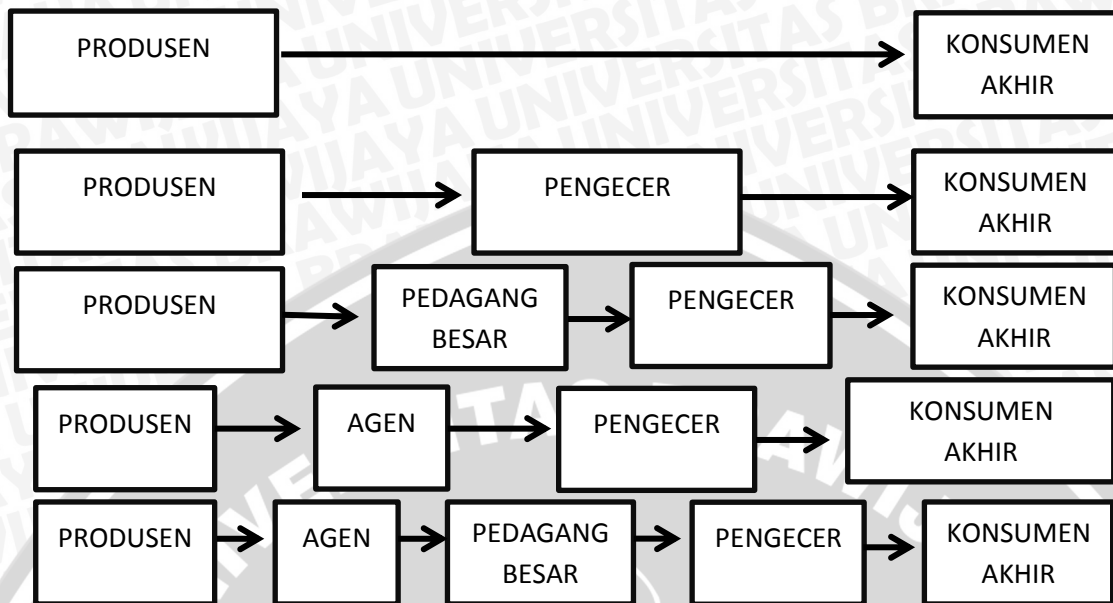
Penelitian aspek manajemen yang perlu dianalisis yaitu untuk mengetahui apakah usaha pembesaran ikan koi sudah melaksanakan fungsi – fungsi manajemen yang meliputi fungsi perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pergerakan (*Actuating*), dan pengawasan (*Controlling*).

3.6.1.3 Aspek Pemasaran

Dalam kegiatan usaha pemasaran sangatlah penting, hal ini dikarenakan pemasaran merupakan ujung tombak dari sebuah usaha. Untuk menyampaikan produk hasil panen kepada konsumen, pemilik usaha harus melakukan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran yaitu produk (*Product*), Harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Selain strategi pemasaran, saluran pemasaran sangat dibutuhkan untuk menyalurkan barang – barang dari produsen ke pihak konsumen dengan satu atau lebih perantara. Pedagang perantara ini yang lebih dikenal dengan saluran pemasaran, sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran terdiri dari pedagang perantara yang membeli dan menjual barang hasil produksi (Kasmir dan Jakfar, 2008)

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

Saluran pemasaran dapat dilihat dari 5 tahap yaitu :



3.7 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.



Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha 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 usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (Produk/pasar).

Kuadran 3 : Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala / kelemahan internal. Konsisi kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, usaha tersebut mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.8 Strategi Pengembangan Usaha

Konsep dalam strategi berkembang, mulai dari sekedar alat untuk mencapai tujuan, kemudian berkembang menjadi alat yang menciptakan keunggulan bersaing dan menjadi tindakan dinamis untuk memberi respon terhadap kekuatan – kekuatan internal dan eksternal sampai menjadi alat untuk memberikan kekuatan motivasi kepada *Stakeholder* agar perusahaan dapat memberikan kontribusi secara optimal

(Rangkuti, 2008). Dalam menerapkan misi strategi perusahaan untuk mendukung strategi operasional adalah sebagai berikut :

1. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Untuk menyusun *factor strategi eksternal*, langkah yang harus diketahui terlebih dahulu adalah factor strategi (EFAS). Faktor untuk menentukan strategi eksternal adalah sebagai berikut :

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 dari 10 peluang dan ancaman)
- b) Berilah bobot dari masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategi.
- c) Hitung (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi di usaha PKF. Pada penentuan pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4), akan tetapi jika peluang kecil, maka diberi rating +1). Pada pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikan. Misalnya, jika ancaman sangat besar maka ratingnya 1, sedangkan jika ancamannya lebih sedikit maka rating yang diberikan adalah 4.
- d) Kemudian, bobot dikalikan pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3. Untuk memperoleh faktor dari pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
- e) Kemudian, langkah selanjutnya jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4. Untuk memperoleh total skor bagi pengembangan usaha pembesaran ikan koi. Nilai yang diperoleh menunjukkan bagaimana usaha pengembangan tersebut

berpotensi terhadap faktor – faktor strategi eksternal. Kemudian, total skor yang didapatkan dapat digunakan untuk membandingkan besarnya potensi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan potensi pengembangan usaha ditempat lainnya dalam kelompok pemeliharaan yang sama. Tabel EFAS dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. EFAS

Faktor Sukses Utama	Bobot	Peluang	Skor
1. Peluang			
2. Ancaman			
Total	1,00		

Sumber : Rangkuti (2008)

2. Matrik Faktor Strategi Internal

Setelah diidentifikasi dari faktor – faktor strategis internal pada pengembangan usaha pembesaran ikan koi maka tabel IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor strategis internal dalam kerangka *Strenght and Weaknees* pada pengembangan usaha pembesaran ikan koi. Tahap yang dilakukan untuk menyusun straetgi IFAS adalah berikut :

- Susunlah dalam kolom (5-10 kekuatan dan kelemahan)
- Berilah bobot pada masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Dari faktor – faktor tersebut

kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Dari semua jumlah bobot yang diperoleh tidak boleh melebihi skot 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 dari faktor kondisi usaha budidaya ikan koi. Variabel yang bersifat positif diberikan nilai +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata – rata industri dengan pesaing utama. Sedangkan, pada variable yang bersifat positif. Contohnya, jika terdapat kelemahan pada usaha pembesaran ikan koi berpotensi besar dalam pengembangan dibandingkan dengan pembesaran ikan koi di tempat lain, nilainya adalah 1.
- d) Kemudian kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.
- e) Kemudian langkah selanjutnya, jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4. Untuk memperoleh total skor pembobotan bagi pengembangan usaha pembesaran ikan koi. Nilai tersebut menunjukkan bagaimana potensi pengembangan usaha pembesaran ikan koi bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internalnya. Total skor dapat digunakan untuk membandingkan besarnya potensi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dengan potensi pengembangan usaha ditempat lainnya dalam kelompok industri yang sama. Tabel IFAS dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. IFAS

Faktor Sukses Utama	Bobot	Peluang	Skor
1. Kekuatan			
2. Kelemahan			
TOTAL	1,00		

Sumber : Rangkuti (2008)

3. Faktor Eksternal – Internal

Menurut Rangkuti (2008), hasil yang diperoleh dari perhitungan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), jika digabungkan dalam matriks Eksternal – Internal untuk mengetahui bagaimana posisi dari potensi usaha Pembesaran ikan koi pada PKF, sehingga dapat diketahui strategi pengembangan yang tepat untuk mengembangkan potensi yang terdapat di usaha pembesaran ikan koi tersebut.

3.9.2 Analisia Data Kuantitatif

a. Aspek Finansii

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008), dengan dibuatnya aliran kas pada 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 Periode* (PP), *Average Rate of Return* (ARR), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI), dan *Break Event Point* (BEP).

3.9.2.1 Analisis Jangka Pendek

Analisa jangka pendek pada suatu usaha dapat dilihat dari satu siklus produksi. Komponen yang dihitung pada analisis jangka pendek meliputi:

a. Modal

Menurut Riyanto (2008), 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 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.

b. Biaya Produksi

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak mengalami perubahan atau jumlahnya sama meskipun terdapat peningkatan maupun penurunan volume produksi. Sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya mengalami perubahan jika terjadi perubahan volume produksi (Riyanto, 2008).

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = *Total Cost* (biaya total)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = *Variable Cost* (biaya variabel)

c. Penerimaan

Menurut Soekartawi (1995), penerimaan merupakan hasil kali antara hasil produksi yang diperoleh dengan harga jual. Penerimaan akan semakin meningkat jika jumlah produk yang dihasilkan dan harga jual per unit dari produk tersebut meningkat. *Total Revenue* (TR) didapat dari perkalian antara produk yang dihasilkan (Q) dengan harga penjualan (P). Penerimaan dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = *Total Revenue* (penerimaan total)

P = Harga Produk

Q = Jumlah Produk yang terjual

d. Keuntungan

Keuntungan merupakan pendapatan bersih yang diperoleh dalam melakukan suatu usaha. Keuntungan didapatkan dari pengurangan hasil pendapatan dari penjualan barang atau jasa dengan keseluruhan biaya yang dipakai dalam usaha tersebut (Soekartawi, 1995) Keuntungan dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

π = Keuntungan

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya

e. R/C

Menurut Effendi dan Oktariza (2006), R/C merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui keuntungan relatif yang diperoleh dalam suatu usaha terhadap total biaya yang digunakan dalam usaha tersebut. Secara matematis R/C dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = TR/TC$$

Dimana :

TR = Total Revenue (total penerimaan)

TC = Total Cost (total biaya yang digunakan)

Adapun kriteria pengujian dengan R/C adalah sebagai berikut :

$R/C < 1$: Usaha yang dilakukan tidak efisien dan mengalami kerugian

$R/C = 1$: Usaha yang dilakukan tidak menguntungkan dan tidak mengalami kerugian

$R/C > 1$: Usaha yang dilakukan efisien dan menguntungkan.

f. Rentabilitas

Menurut Riyanto (2008), rentabilitas merupakan perbandingan antara laba yang diperoleh perusahaan dengan modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Secara matematis perhitungan rentabilitas sebagai berikut :

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

Dimana :

L : Laba yang diperoleh dalam periode tertentu

M : Modal yang digunakan untuk menghasilkan laba

g. BEP

Break Event Point (BEP) merupakan suatu titik yang menunjukkan keadaan dimana suatu usaha berada pada titik impas atau tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian. *Break Event Point* (BEP) juga digunakan sebagai teknik analisa yang mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan keuntungan (Riyanto, 2008).

Secara matematis cara perhitungan BEP ada 2 yaitu :

BEP atas dasar sales atau volume penjualan

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

Dimana :

FC : *Fix Cost* (biaya tetap)

VC : *Variable Cost* (biaya variabel)

S : Volume penjualan

BEP atas dasar unit atau volume produksi

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

Dimana :

FC : *Fix Cost* (biaya tetap)

P : Harga per unit

v : Biaya variabel per unit

3.9.2.2 Analisa Jangka Panjang

Sedangkan analisa jangka panjang dalam suatu usaha dapat dihitung dengan harapan pada tahun – tahun berikutnya usaha tersebut dapat lebih maju dan berkembang sesuai potensinya. Berikut beberapa komponen yang dihitung pada analisa jangka panjang diantaranya yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Periode* (PP), dan analisa Net B/C.

a. NPV (Net Present Value)

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 menunjukkan angka yang positif, usaha investasi dapat diperetimbang dan diterima. Penilaian kelayakan investasi dengan metode ini digunakan sebagai alat bantu dalam penilaian investasi dengan metode *Profitability Index* (Arifin, 2007).

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{values_i}{(1 + rate)^i}$$

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

- Terima jika $NPV > 0$
- Tolak jika $NPV < 0$
- Kemungkinan diterima jika $NPV = 0$

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

Dari uraian diatas NPV dapat digunakan untuk menganalisis sejauh mana usaha tersebut dapat menguntungkan dalam jangka panjang. Jika nilai NPV negatif maka usaha tersebut tidak layak untuk dilanjutkan lagi dan harus dilakukan evaluasi usaha agar usaha dapat tetap berjalan. Tetapi apabila NPV positif maka usaha tersebut

layak dijalankan tetapi harus dijaga agar usaha tersebut tidak mengalami penurunan dalam jangka waktu tertentu.

b. Net B/C

Net B/C merupakan perbandingan antara *benefit* bersih dari tahun – tahun yang bersangkutan yang telah di present 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* > 1, dan begitu pula sebaliknya, bila suatu proyek memberi hasil *Net B/C* < 1, proyek tidak diterima (Pudjosumartono, 1988).

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* adalah sebagai berikut:

Rumus :

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

c. IRR (*Internal Rate of Return*)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) pada dasarnya merupakan metode yang 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 error*) (Umar, 2007).

Metode ini digunakan untuk menghitung tingkat bunga yang dapat menyamakan antara nilai sekarang dari semua aliran kas masuk dengan aliran kas keluar dari suatu investasi proyek menurut (Riyanto, 2008).

Rumus yang digunakan untuk menghitung IRR adalah :

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

Keterangan:

i_1 = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV_1

i_2 = tingkat discount rate yang menghasilkan NPV_2

NPV_1 = NPV 1

NPV_2 = NPV 2

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

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

Kriteria penilaiannya adalah jika IRR yang didapat ternyata lebih besar Rate of return yang ditentukan maka investasi dapat diterima.

d. PP (*Payback Periode*)

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

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih per Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Investasi kas bersih aliran kas masuk bersih x 1 tahun Kriteria penilaiannya adalah jika proyek *payback period* lebih pendek waktunya dibandingkan periode *payback* maksimum maka usulan investasi layak diterima.

IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Topografis

Penelitian dilakukan pada Pranggang Koi Farm (PKF) di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Secara letak geografis Kabupaten Kediri memiliki posisi geografi yaitu antara $111^{\circ} 18' 20''$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 36' 12''$ sampai dengan $8^{\circ} 0' 32''$ Lintang Selatan. Sedangkan bila dilihat dari kondisi topografi Kabupaten Kediri terdiri dari daratan rendah dan pegunungan yang dilalui aliran sungai Brantas yang membelah dari selatan ke utara. Kisaran suhu udara di Kabupaten Kediri berkisar antara 23° C sampai dengan 31° C dengan tingkat curah hujan antara 1652 mm per hari. Secara keseluruhan luas wilayah ada sekitar 1.386.05 Km² atau $\pm 5\%$, dari luas wilayah propinsi Jawa Timur.

Letak topografis Kabupaten Kediri adalah dataran rendah dengan ketinggian rata – rata 67m diatas permukaan laut, tingkat kemiringan lahan anatar 0 – 400m. Sedangkan rata – rata luas kemiringan lahan wilayah Kota Kediri terdiri dari:

- Datar (0-20) seluas 5.737 Ha
- Bergelombang (3-150) seluas 197 Ha
- Curam (16-400) seluas 182 Ha
- Sangat Curam (>400) seluas 224 Ha

Dari seluruh lahan yang ada mempunyai lapisan tanah yang terdiri dari alluvial elabu coklat 68,79%, regusol coklat keabuan 26,48% dan litosol coklat kemerahan 4,73%.

Kecamatan Plosoklaten merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kediri yang terdiri dari 15 Desa. Salah satunya adalah Desa Pranggang dengan kode Desa

012 dan luas daerah 704,51 Ha. Adapun batas-batas wilayah Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri yaitu:

- Sebelah Utara : Desa Sumberagung Kecamatan Plosoklaten
- Sebelah Selatan : Desa Plosolor Kecamatan Plosoklaten
- Sebelah Timur : Desa Wonorejo Trisulo Kecamatan Plosoklaten
- Sebelah Barat : Desa Punjul Kecamatan Plosoklaten

4.2 Keadaan Penduduk

Untuk mengetahui kepadatan penduduk, mata pencaharian, tingkat pendidikan serta usia dari masyarakat perlu adanya survei. Survei dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Survei yang dilakukan secara langsung yaitu meliputi pengambilan data dengan mendata satu persatu anggota keluarga pada Desa terdebut. Sedangkan survei secara tidak langsung adalah mengambil data yang telah ada pada kantor Desa, kecamatan ataupun kabupaten pada daerah tersebut. Jumlah penduduk Desa Pranggang sebanyak 9178 jiwa yang terdiri dari 4563 laki – laki dan 4615 perempuan, 496 orang KK kaya, 1.114 KK sedang, dan 605 orang RTM (Rumah Tangga Menengah). Desa Pranggang mempunyai potensi sumber daya alam pada area pertanian semi teknis sebesar 62 Ha dan lahan kering sebesar 96 Ha serta memiliki panjang sungai 9 km.

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Desa pranggang merupakan daerah yang cukup potensial untuk dijadikan daerah pertanian maupun perikanan. Sehingga membuat penduduk Desa Pranggang mempunyai mata pencaharian mayoritas yaitu petani. Berdasarkan mata pencahariaannya, komposisi penduduk Desa Pranggang dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Keadaan Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)
1.	Petani	1.027
2.	Pedagang	58
3.	Peternak	174
4.	Pegawai Negri Sipil	63
5.	TNI / Polri	12
6.	Pengrajin	12
7.	Lain – Lain	869

Sumber : Desa Pranggang (2016).

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari 9178 jiwa warga desa Pranggang 691 jiwa terdaftar sebagai warga yang tidak sekolah. Berdasarkan tingkat pendidikannya, komposisi warga desa Pranggang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1.	Tidak Sekolah	691
2.	Tamat SD	675
3.	Tamat SLTP	207
4.	Tamat SLTA	416
5.	Tamat Diploma (1,2,3)	59
6.	Tamat Sarjana (1,2)	46

Sumber : Desa Pranggang (2016).

4.2.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia

Berdasarkan data dari monografi desa tahun 2015 jumlah penduduk berdasarkan tingkat usia mayoritas adalah 18 – 56 tahun. komposisi tingkat usia penduduk desa pranggang dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)
1.	0 – 7	560
2.	8 – 15	1108
3.	15 – 20	1365
4.	20 – 54	4346
5.	>54	1799

Sumber : Desa Pranggang (2016).

4.3 Keadaan Umum Perikanan

Kabupaten Kediri mempunyai daerah yang didominasi oleh usaha budidaya. Hal ini dikarenakan Kabupaten Kediri tidak memiliki wilayah pantai dan laut. Usaha budidaya di Kabupaten Kediri sedang berkembang. Terutama pada sektor budidaya ikan gurame, nila, lele dan ikan hias koi.

Desa Pranggang adalah satu penghasil ikan koi terbesar di Kabupaten Kediri. Desa pranggang terdiri dari dataran lereng gunung yang merupakan daerah pemukiman padat, pertanian, perkebunan, dan perikanan (budidaya kolam). Berdasarkan karakteristik sumber data alam (SDA) yang dimiliki Desa Pranggang dapat dikategorikan sebagai kawasan pemukiman dan kawasan perikanan karena Desa Pranggang mempunyai suhu yang baik untuk pertumbuhan ikan dan air yang masih bersih dan belum tercemar oleh limbah yang dapat merusak perairan.

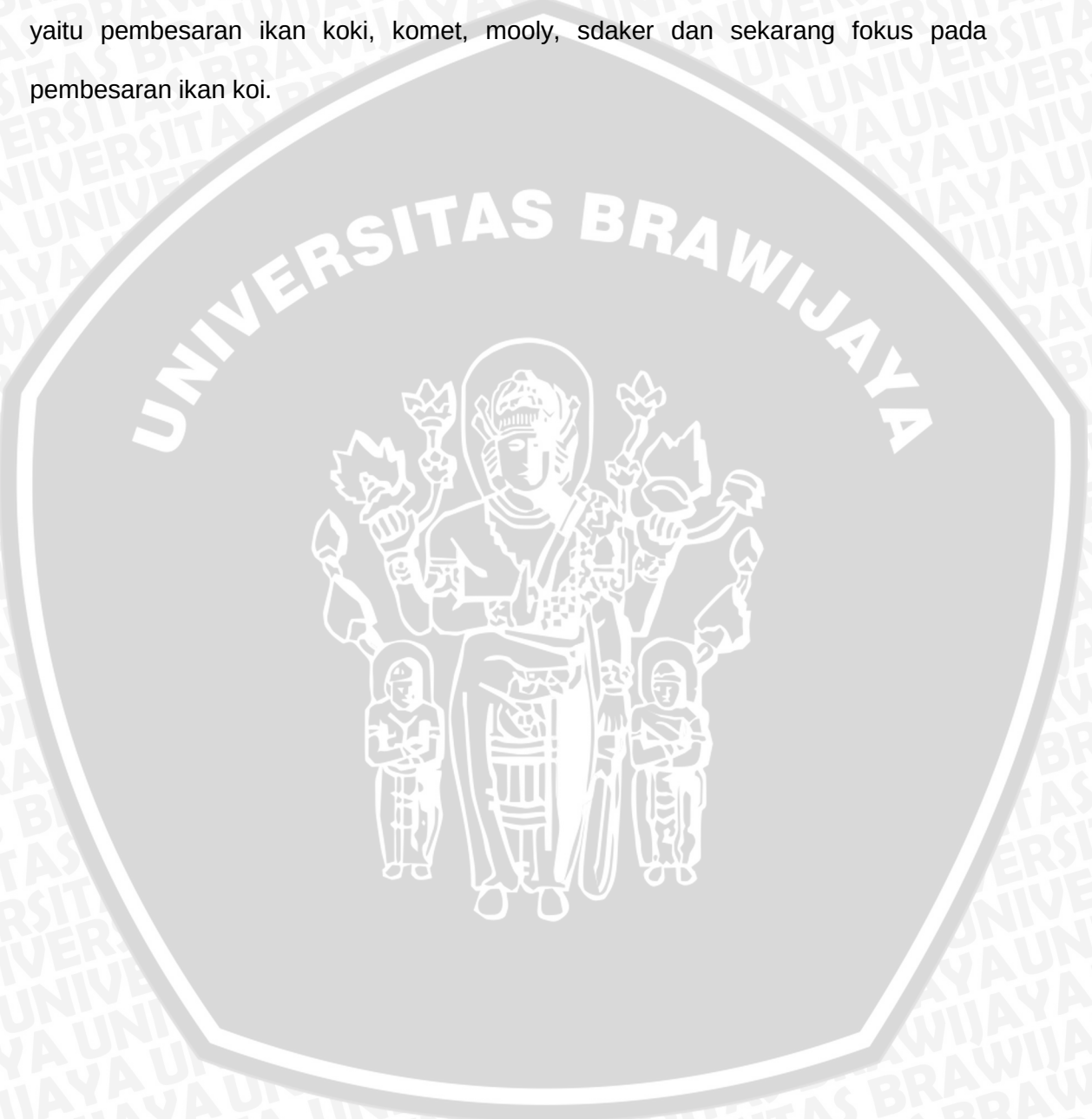
Pada tahun 2010 Desa Pranggang dijadikan sentra pemasaran ikan koi oleh Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Kediri. Hal ini dilakukan untuk mensuplai permintaan pasar ikan hias koi yang semakin meningkat dari pembeli lokal maupun luar kota. Pemerintah berharap adanya sentra koi di Desa Pranggang dapat membantu pemasaran dan distribusi ikan koi. Dan juga dapat menghasilkan ikan koi yang berkualitas bagus seperti grade A dan grade Kontes.

4.4 Sejarah Berdirinya Usaha Pranggang Koi Farm (PKF)

Sejarah pembesaran ikan koi pada PKF diawali dari 17 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 1999. Bapak Aris Yudi sebagai penggagas utama sekaligus ketua kelompok PKF merupakan warga Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Bapak Aris Yudi yang berusia 46 tahun dengan tingkat pendidikan Setara sarjana pada Sekolah Tinggi Perikanan Jepara merupakan seorang petani. Berawal dari nilai ekonomis ikan koi yang tinggi serta mempunyai seni dan daya tarik tersendiri, pemilik usaha mencoba menjalani usaha pembesaran ikan koi.

Pemilik usaha memulai usaha pembesaran ikan koi dengan modal yang cukup besar pada jamannya dan menggunakan sawah sebagai lahan pembesaran ikan koi secara tradisional. Karena kerja kerasnya, pemilik dapat mengembangkan usahanya. Dulu hanya memiliki 3 kolam dengan ukuran 5 x 7 meter dan saat ini memiliki lebih dari 20 kolam yang ukuran panjang dan lebarnya bervariasi yang terletak di Desa Pranggang. Pemilik juga memiliki kolam karantina di rumahnya, kolam ini hanya diperuntukan untuk ikan koi yang sedang terkena penyakit seperti bakteri dan virus agar tidak menular pada ikan koi lainnya.

Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah pemilik usaha pembesaran ikan koi yaitu bapak Aris Yudi. Beliau merupakan warga Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Pada awalnya beliau memulai usaha yaitu pembesaran ikan koki, komet, mooly, sdaker dan sekarang fokus pada pembesaran ikan koi.

The logo of Universitas Brawijaya is a large, light-gray shield shape. Inside the shield, the words "UNIVERSITAS BRAWIJAYA" are written in a bold, white, sans-serif font, following the upper curve of the shield. Below the text is a white line-art illustration of a central figure, likely a deity or a person of high status, seated and holding multiple objects in their hands. Two smaller figures stand on either side of the central figure. The entire logo is centered on the page.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

“Pranggang Koi Farm (PKF)” merupakan penghasil ikan koi yang cukup besar di Kabupaten Kediri. Usaha ini memiliki lahan yang luas sehingga dapat memproduksi ikan koi yang cukup banyak. Dilihat dari infrastuktur jalan dan sumber air yang ada juga sangat mendukung serta memiliki prospek pasar yang tinggi menjadikan usaha pembesaran ikan koi pada PKF ini sebagai usaha yang menjanjikan. Dalam pengembangan usaha ini banyak yang perlu diperhatikan mulai dari aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran dan aspek finansial.

5.1 Aspek Teknis Pembesaran Ikan Koi

Desa Pranggang memiliki potensi perikanan yang cukup besar karena sumber daya alamnya sangat mendukung. Berdasarkan dari tabel mata pencaharian pada desa Pranggang adalah mayoritas petani. Petani disini juga berarti sebagai pembudidaya karena mereka memanfaatkan lahan persawahan yang dijadikan kolam tradisional.

Pembudidaya yang ada di desa pranggang masih banyak yang menggunakan kolam tradisional yang juga menggunakan inlet dan outlet yang tersambung dengan sungai sebagai filter agar air dalam kolam tetap mengalir. Kolam yang terletak di area persawahan ukurannya bervariasi. Pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi ini masih tergolong tradisional dan menggunakan peralatan yang sederhana dan alami.

Pada usaha pembesaran ikan koi di desa Pranggang terdapat Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Kediri yang memiliki peran sebagai fasilitator dan konsultan perikanan. Petugas biasanya melakukan penyuluhan di kantor desa dan juga langsung ke tempat usaha. Hal ini dilakukan

agar ada sharing mengenai usaha dan komunikasi yang baik antara pembudidaya dan pemerintahan.

Pemilik usaha memiliki beberapa kegiatan teknis dalam melangsungkan usaha pembesarannya, antara lain adalah pembajakan sawah, pengeringan, pemupukan, pengapuran, pengisian air kolam, penebaran benih, pemberian pakan, perawatan, seleksi sampai dengan pemanenan.

5.1.1 Sarana

Sarana adalah segala jenis peralatan dan perlengkapan kerja yang memiliki fungsi sebagai alat utama atau alat bantu dalam pelaksanaan pekerjaan. Sarana yang dimiliki pada usaha ini untuk melakukan suatu kegiatan pembesaran ikan koi adalah lokasi, kolam, peralatan, dan transportasi / kendaraan.

Lokasi Desa Pranggang yang memiliki panjang sungai 9 km dan suhu rata – rata $20^{\circ}\text{C} - 25^{\circ}\text{C}$. Lokasi ini sangat cocok untuk melakukan kegiatan pembesaran ikan koi karena dalam kegiatan pembesaran ikan koi seharusnya tidak terjadi fluktuasi suhu yang ekstreme. Lokasi ini juga sangat strategis karena akses jalan yang mudah dan juga memiliki pasar ikan hias koi yang cukup besar. Selain itu juga untuk melakukan kegiatan pembesaran ikan koi diperlukan sarana dan prasarana yang baik dan menunjang agar memudahkan dalam berlangsungnya proses kegiatan pembesaran ikan koi.

a. Kolam

Kolam yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi ini adalah kolam tradisional dengan ukuran yang bervariasi sesuai lahan yang ada dan keinginan pembudidaya. Kolam tradisional yang digunakan untuk benih ikan koi yang baru ditebar berukuran $20 \times 20 \text{ m}$ sebanyak 17 kolam, $10 \times 20 \text{ m}$ sebanyak 11 kolam

dengan masing – masing kedalaman 80 cm. Kolam tradisional digunakan agar ikan dapat memperoleh pakan alami seperti plankton, perawatan yang mudah dan juga biaya yang dibutuhkan tidak begitu mahal. Pada sisi kolam juga terdapat saluran masuk dan keluar air irigasi. Gambar kolam dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kolam pembesaran ikan koi

b. Peralatan

Usaha pembesaran ikan koi ini memiliki alat – alat yang mampu mendukung proses pembesaran ikan koi. Peralatan yang terdapat pada usaha pembesaran ikan koi antara lain adalah timba, seser, jaring tangkap, jaring sortir, tabung oksigen, dan cangkul. Peralatan pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Peralatan Pembesaran Ikan Koi

No.	Gambar	Keterangan
1.		Nama : Timba Fungsi : digunakan untuk mengambil air pada kolam dan juga sebagai wadah pakan ikan agar praktis dan mudah di bawa.
2.		Nama : Jaring Fungsi : digunakan untuk mengambil ikan dalam ukuran besardan jumlah yang banyak pada saat pemanenan maupun penyortiran.
3.		Nama : Sesor / Serok Fungsi : Digunakan untuk mnegambil ikan dalam ukuran kecil dan jumlah yang sedikit.
4.		Nama : Jaring Sortir Fungsi : Digunakan untuk mengumpulkan ikan pada kolam yang akan di sortir berdasarkan kualitasnya yaitu Grade A, Grade B, dan juga Grade C.

5.		Nama : Bak Sortir Fungsi : Digunakan sebagai alat grading (pemilihan) benih guna mengetahui pertumbuhan benih ikan.
6.		Nama : Tabung Oksigen Fungsi : untuk mengisi oksigen pada saat pengemasan, agar ikan dapat tetap hidup.
7.		Nama : Cangkul Fungsi : untuk mengolah tanah agar nutrisi dari tanah dapat dimanfaatkan sebagai pakan alami ikan, dan juga membersihkan pematang sawah.

Sumber : Data Diolah, (2016)

C. Transportasi

Dalam usaha pembesaran ikan koi adanya sarana transportasi berupa jalan raya yang dapat menunjang dalam hal kelancaran usaha. Kelancaran transportasi sangat menunjang hubungan antara konsumen dan produsen, karena dengan adanya kelancaran transportasi maka akan memudahkan untuk mencapai lokasi usaha. Selain itu juga akan memudahkan transportasi dalam hal proses pemebesaran.

Lokasi pembesaran ikan koi sangat strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli. Jarak loksai dengan jalan raya sekitar 1 – 2 km yang dapat dilalui dengan

menggunakan kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Sehingga hal ini sangat menunjang dalam hal pemasaran kepada konsumen.

5.1.2 Prasarana

Prasarana dalam usaha pembesaran ikan koi merupakan fasilitas yang secara tidak langsung dapat menunjang kegiatan produksi usaha pembesaran ikan koi.

Prasarana untuk usaha pembesaran ikan koi antara lain adalah:

a. Sumber Air

Menurut Farikhah dan Huda (2013), tingkat ketersediaan air merupakan unsur yang cukup vital bagi kehidupan ikan. Adnya tingkat ketersediaan air digunakan sebagai media hidup bagi ikan dengan berbagai aktivitasnya. Air digunakan sebagai tempat tinggal, makan, berenang, tumbuh, melepaskan limbah – limbah metabolisme dan juga bereproduksi.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa air memegang peranan penting karena sebagai media hidup ikan. Selain itu dalam penyediaan air sebagai media hidup juga harus memperhatikan kebersihan dan kualitas air. Sumber air bersih pada pembesaran ikan koi ini berasal dari sumber air alami dari sungai yang mengalir disekitar kolam dan juga air yang memancar dari dalam tanah dasar kolam.

b. Kondisi Jalan

Konsisi jalan merupakan hal yang harus diperhatikan termasuk dalam usaha pembesaran ikan koi. Kondisi jalan akan mempengaruhi kelancaran dalam proses pendistribusian peralatan, ikan koi kepada konsumen dan hal – hal yang berkaitan dengan proses produksi ikan koi. Dengan adanya kondisi jalan yang memadai, proses produksi akan semakin efektif. Kondisi jalan menuju usaha pembesaran ikan

koi ini berupa jalan aspal dan juga jalan yang tidak beraspal namun masih bisa dilewati kendaraan beroda 2 maupun beroda 4. Selain itu pembeli biasanya membeli ikan kerumah pemilik karena jalan akses kerumah pemilik lebih mudah dari pada akses ke kolam.

c. Alat Komunikasi

Kegiatan operasional dalam usaha pembesaran ikan koi didukung oleh prasarana berupa alat komunikasi, alat komunikasi yang digunakan oleh pemilik berupa HP (*Handphone*). Alat komunikasi sangat membantu dalam usah pembesaran ikan koi yaitu untuk berhubungan langsung dengan konsumen dan mengetahui berbagai informasi terkait dengan usaha. Alat komunikasi ini sangatlah praktis, efisien dan efektif.

5.1.3 Proses Produksi

Proses produksi dari persiapan kolam hingga pemanenan yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi ini yaitu meliputi:

a. Pengeringan Kolam

Pengeringan kolam dilakukan selama 4 – 7 hari tergantung dari cuaca dan sinar matahari. Pengeringan kolam bertujuan untuk menghilangkan hama dan penyakit yang ada pada kolam yang terkena sengatan sinar matahari. Selain itu apabila tidak dilakukan pengeringan kolam maka proses selanjutnya yaitu pencangkulan atau pengerukan akan semakin susah karena tanah masih basah dan licin akibat lumut yang tumbuh pada kolam. Lumut pada kolam juga dapat mempengaruhi pergerakan benih yang akan menyebabkan kematian.

b. Pembajakan Tanah dan Pemupukan

Pembajakan pada kolam tradisonal ini masih sangatlah sederhana yaitu menggunakan cangkul. Pada saat tanah dibajak, dimasukkan pupuk organik atau pupuk urea. Namun pembajakan tanah tdiak selalu dilakukan oleh pemilik karena plakton sudah banyak terdistribusi dari air sungai yang mengalir sebagi sumber air pada kolam.

Setelah proses pembajakan selesai, maka proses selanjutnya adalah pengisian air kolam setinggi 10 – 20 cm. Setelah itu diamkan selama 2 – 4 hari agar pupuk yang ditebar dapat bercampur dengan air kolam dan menumbuhkan pakan alami pada perairan berupa plankton.

c. Pengapuran

Proses pengapuran dilakukan setelah pembajakan dan pemupukan pada kolam pembesaran. Teknik pengapuran yang dilakukan adalah menggunakan kapur dolomit pada kolam yang bersisi air setinggi 10 – 20 cm dan sudah di diamkan selama 2 – 4 hari. Kapur yang ditebar sebanyak 20 – 30 gram per meternya. Pemberian kapur bertujuan untuk menormalkan pH pada tanah kolam.

d. Penambahan Air

Penambahan air dilakukan setelah proses pengapuran selesai. Air pada kolam di isi hingga setinggi 80 cm. Sebelum dilakukan proses selanjutnya yaitu penebaran benih, air pada kolam yang sudah di isi harus didiamkan selama 2 – 3 hari terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan jasad renik dan juga pakan alami pada kolam. Sehingga saat dilakukan penebaran benih pada kolam maka benih ikan koi dapat memanfaatkan pakan alami yang sudah tumbuh dalam perairan.

e. Penebaran Benih

Penebaran benih dilakukan dengan cara aklimatisasi selama 1 – 2 jam dengan mempersiapkan karamba dipinggir kolam. Hal ini bertujuan agar ikan koi mampu beradaptasi dengan lingkungan barunya dan tidak stres dan mengalami kematian. Benih yang ditebar juga dipindahkan ke kolam lain setelah 1 bulan, hal ini bertujuan agar perkembangan benih semakin baik.

Benih yang digunakan oleh pemilik pada pembesaran ikan koi berukuran kurang lebih 12cm atau berumur 10 – 12 hari dengan bobot 2 – 3 gram / ekor. Benih yang ditebar sebanyak 100.000 ekor benih untuk 17 kolam besar dan 40.000 ekor benih untuk 11 kolam kecil.

f. Penyortiran Ikan Koi

Penyortiran ikan koi dilakukan setelah ikan koi berumur 1 – 2 bulan. Penyortiran ini disebut dengan penyortiran tahap 1 yang bertujuan untuk menentukan kelas atau grade ikan koi yang terdiri dari grade A, B, C, dan kontes.

Cara membedakan ikan koi yang masuk dalam grade A, B, C maupun kontes dapat dilihat dari corak, warna yang tajam dan cerah, bentuk tubuh yang proposional anatara lebar dan panjang, gerakan ikan yang lincah didalam air, keseimbangan pola warna dan motif pada tubuh ikan dan pastikan tidak ada kecacatan pada tubuh ikan. Tahap penyortiran dapat menentukan kualitas ikan koi dan memperkecil biaya produksi untuk mendapatkan ikan yang benar – benar berkualitas baik serta bernilai jual tinggi.

Dalam 1 tahun terdapat 4 kali siklus panen pada usaha pembesaran ikan koi ini. Tiap siklusnya masing – masing terbagi atas 0 – 3 bulan dalam proses produksi ikan koi. Untuk tahapan seleksi tahap 1 yaitu saat ikan koi berusia 1 bulan, kemudian

tahap 2 dilakukan setelah berumur 1,5 bulan hingga 2 bulan dan tahap 3 yaitu tahap terakhir yaitu pada saat bulan ke 3 atau saat dilakukan pemanenan. Pada saat pemanenan biasanya didapatkan 25% ikan koi Grade A dan kontes, 40 ikan koi Grade B, dan 35 ikan koi grade C dengan tingkat mortalitas 10%.

g. Pemberian Pakan

Frekuensi pemberian pakan dilakukan berdasarkan umur ikan, pakan yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi ini terdiri dari 2 macam yaitu pakan alami berupa plankton dan dapnia sedangkan untuk pakan buatan adalah pelet yang didapatkan langsung dari agen. Benih ikan yang berumur 1 – 2 minggu di kolam sawah hanya mengandalkan pakan alami, setelah itu diberikan pakan buatan pada pagi dan sore hari setiap hari.

h. Pengendalian Hama dan Penyakit

Hama dan penyakit merupakan salah satu kendala dalam usaha pembesaran ikan koi ini. Pada usaha ini adapun hama yang terdapat dan sering ditemukan adalah pemangsa dengan jenis ular dan burung, pesaing dengan jenis ikan kecil, kecebong, udang sawah, keong/kul, dan perusak dengan jenis kepting sawah, dan belut.

Sedangkan penyakit dan cara pengendaliannya yang ditemukan pada usaha pembesaran ini adalah:

- **Insang Busuk**

Penyakit insang busuk sering ditemukan pada usaha pembesaran ikan koi ini. Penyakit ini disebabkan oleh virus atau bakteri yang menyerang pada perairan. Penularan penyakit ini cukup cepat sehingga perlu dilakukan penanggulangan yang cepat.

Cara menanggulangnya adalah dengan mengkarantina ikan yang terkena penyakit insang busuk agar tidak menular ke ikan lain yang ada dikolam. Dikolam karantina harus selalu dilakukan pembersihan air kolam dan pemberian sedikit garam agar bakteri atau virus mati. Setelah itu dapat diberikan obat dengan merek hoki apabila treatment sebelumnya tidak dapat mengatasi penyakit.

- **Kutu Ikan dan Jamuran**

Penyakit kutu ikan dan jamur juga sering ditemukan pada usaha pembesaran ikan koi ini. Cara menanggulangnya adalah dengan mengambil kutu pada ikan bila ikan yang terkena kutu berjumlah sedikit. Apabila banyak ikan yang terkena kutu dan jamur maka dilakukan pergantian air kolam atau pemindahan ikan ke kolam lain yang lebih bersih kemudian dapat digunakan obat dengan nama kutu clean yang bisa dibeli di toko pertanian dan peternakan.

- i. **Pemanenan**

Pemanenan dilakukan setelah ikan koi berumur 3 bulan. Cara yang dilakukan adalah dengan menutup pintu air masuk kolam dan membuka pintu keluarnya air yang sebelumnya dipasang jaring agar tidak ada ikan koi yang keluar dari kolam. Setelah air surut dan ikan berkumpul, ikan dapat di tangkap dengan bantuan jaring atau seser dengan hati – hati agar tidak merusak tubuh ikan dan membuat ikan stres.

Setelah itu masukkan pada jaring sortir untuk menyeleksi grade dan memastikan bahwa tidak ada penyakit yang menyerang tubuh ikan. Dan yang terakhir adalah pengemasan. Pengemasan dan pemanenan dilakukan dalam satu tahap agar ikan tidak stres. Pengemasan menggunakan plastik yang diisi air secukupnya dan

ditambah oksigen kemudian ditutup rapat dengan karet. Pemanenan yang baik dapat dilakukan pada pagi hari atau sore hari untuk menghindari terik matahari.

5.2 Aspek Manajemen

Aspek manajemen sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan suatu usaha. Ada 4 fungsi dasar manajemen yang harus dijalankan dalam sebuah usaha yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengerakan dan pengawasan. Berikut ini adalah penerapan 4 fungsi manajemen pada usaha pembesaran ikan koi.

5.2.1 Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Menurut Hasibuan (2014), perencanaan merupakan langkah penetapan tujuan suatu organisasi dengan memilih alternatif terbaik dari berbagai alternatif yang ada. Perencanaan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam suatu organisasi. Tanpa adanya perencanaan tentunya tidak ada kejelasan mengenai pedoman dan tujuan yang ingin dicapai.

Usaha pembesaran ikan koi yang dijalani oleh Bapak Aris Yudi pastinya sudah melalui perencanaan yang matang. Perencanaan yang biasa dilakukan sebelum produksi adalah merencanakan modal, teknis serta meramalkan permintaan pasar terhadap ikan koi.

Perencanaan modal dalam bidang keuangan sangat diperlukan dalam jalannya suatu usaha, setelah itu barulah dilakukan pengalokasian dana untuk berjalannya suatu usaha yaitu untuk pengadaan input yang optimal yang dapat menghasilkan output yang maksimal. Sehingga keuntungan dari hasil yang optimal dapat dijadikan investasi untuk memperbesar usaha.

Perencanaan teknis yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi yaitu merencanakan penyediaan sarana dan prasarana penunjang agar usaha dapat

berjalan dengan lancar. Dengan adanya perencanaan teksis maka diharapkan usah yang dijalankan dapat menghasilkan output yang maksimal dan mempunyai kualitas baik. Selain itu peramalan permintaan pasar bertujuan untuk mengetahui potensi pasar ikan koi sehingga dapat dijadikan acuan dalam melakukan usaha.

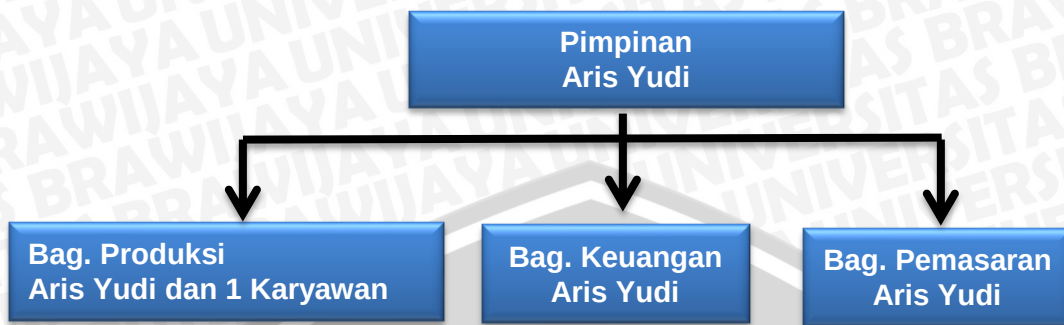
Serta perencanaan pemasaran yang dilakukan yaitu melakukan survei harga pasar, lokasi yang efisien dan sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan adanya perencanaan pemasaran tersebut diharapkan bisa lebih efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Tujuan dari usaha pembesaran ikan koi ini dapat dilihat dalam rencana jangka panjang dan jang pendek. Untuk tujuan jangka panjang pemilik ingin mengembangkan usahanya dalam kurun waktu kurang lebih 5 tahun. Sedangkan rencana jangka pendek yaitu pemilik usaha ingin mendapatkan keuntungan dari usaha pembesaran ikan koi ini.

5.2.2 Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan langkah penegmbangan kerja dan hubungan terhadap oarang – orang yang da dalam suatu organisai sehingga setiap orang yang ada dalam organisasi mempunyai hunungan satu sam alain. Pengorganisaian yang dirancang dengan baik akan memberikan kemudahan dalam pencapaian tujuan organisasi (Hasibuhan, 2014).

Sistem pengorganisasian yang dilakukan dalam usaha pembesaran ikan koi ini adalah model garis yaitu hanya dengan menggunakan 1 tenaga kerja. Dari pemberian pakan, pengairan, penanggulangan hama dan penyakit hingga proses pemanenan semuanya diorganisir sendiri oleh pemilik usaha dan juga 1 orang tenaga kerja.



Gambar 3. Struktur Organisasi Usaha Pembesaran Ikan Koi

5.2.3 Fungsi Pergerakan (Aktuating)

Menurut Siagian (2012), pergerakan merupakan langkah – langkah yang digunakan dalam organisasi agar seluruh anggota dapat berkerja dengan maksimal dan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien. Fungsi pergerakan merupakan bagian dari fungsi manajerial yang sangat penting karena berhadapan langsung dengan manusia sehingga dalam melaksanakan fungsi pergerakan seorang pemimpin harus memiliki keterampilan tertentu dalam menggerakkan anggota organisasinya.

Pemilik usaha terjun langsung dalam kegiatan usahanya karena hanya menggunakan 1 tenaga kerja. Meskipun hanya menggunakan 1 tenaga kerja harus dipimpin dan digerakan sesuai fungsi pergerakan. Seperti pada sapek teknis yaitu diberikannya motivasi kerja dan pelatihan mengenai budidaya ikan koi. Aspek manajemen pemilik usaha menjalin hubungan yang baik dengan tenaga kerja. Aspek pemasaran dengan memberikan contoh mengenai pemasaran yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Aspek finansial yaitu apabila saat musim panen tenaga kerja diberikan bonus atas kinerjanya selama proses

pembesaran ikan ikan berlangsung agar tenaga kerja juga merasa mempunyai tanggung jawab terhadap usaha pembesaran ikan koi tersebut.

5.2.4 Fungsi Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses penilaian terhadap keseluruhan kegiatan dalam organisasi untuk mengetahui apakah kegiatan yang dijalankan telah sesuai dengan apa yang direncanakan atau belum. Dengan adanya fungsi pengawasan ini seorang manajer akan mengetahui permasalahan dan penyimpangan yang terjadi dari apa yang direncanakan sebelumnya (Siagian, 2012).

Pengawasan yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan koi dilakukan langsung oleh Bapak Aris Yudi sebagai pemilik, karena hanya menggunakan 1 tenaga kerja maka beliau harus ekstra siap apabila terjadi hal yang tidak diinginkan dan harus cepat ditangani. Setiap hari pagi dan sore setelah memebrikan pakan pemilik selalu mengawasi kolamnya, selain itu pemilik juga mendapatkan informasi dari tenaga kerja sehingga beliau akan segera mengetahui apabila terjadi kesalahan pada usahanya. selain itu pemilik selalu mengontrol hubungan baik dengan konsumen. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi dalam usaha pembesaran ikan koi dan dapat segera melakukan tindakan untuk menanggulangi kesalahan tersebut.

5.3 Aspek Pemasaran

Apek pemasaran pada usaha pembesaran ikan koi di Pranggang Koi Farm meliputi permintaan dan penawaran, pemasaran, dan margin pemasaran.

5.3.1 Permintaan dan Penawaran

Permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga setiap 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 apabila harga turun maka permintaan barang oleh konsumen akan naik. Oleh sebab itu hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah negatif (Pracoyo, 2006).

Permintaan ikan hias terutama koi pada usaha ini selalu meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari luas kolam dan benih yang ditebar yang selalu meningkat. Menurut informasi dari pemilik permintaan ikan koi dari pedangang lokal, luar kota maupun berbeda provinsi selalu meningkat terutama bagi penghobi ikan koi. Ikan koi juga bisa dijadikan sebagai hiasan rumah dan juga bisa di ikut sertakan pada kontes koi yang setiap tahunnya diadakan event di seluruh indonesia. Hal ini didukung oleh data dari dinas peternakan dan perikanan kabupaten kediri (2015), menyatakan bahwa target perikanan budidaya kabupaten kediri mengalami kenaikan 12,37% per tahun.

5.3.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan keputusan yang sangat kompleks dan penuh tantangan yang perlu dihadapi oleh perusahaan. Setiap sistem saluran menciptakan tingkat penjualan dan biaya yang berbeda. Pedagang perantara dapat dimanfaatkan bila mereka mampu memanfaatkan fungsi saluran lebih efisien daripada yang dapat dilaksanakan perusahaan. Perusahaan memiliki banyak saluran kuat yang memungkinkan mereka meraih pasar dan memutuskan penjualan langsung atau

menggunakan satu, dua, tiga, bahkan lebih banyak lagi tingkat saluran pemasarannya. Saluran pemasaran merupakan ciri perubahan dramatik yang bersifat sementara maupun berkelanjutan (Suyanto, 2004).

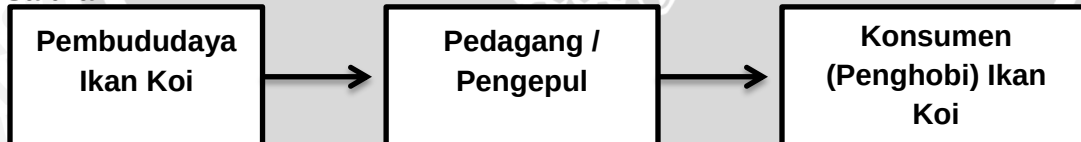
Saluran pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam aspek pemasaran supaya produk yang dihasilkan dapat tersalurkan sampai kepada tangan konsumen akhir dengan cepat. Saluran pemasaran pada pembesaran ikan koi ini meliputi pengepul yang biasanya datang langsung ke tempat pembesaran ikan koi. Ada 5 pelanggan tetap yaitu bapak Anjar, Ruri, Agung, Sokip, dan Pak Suri. Para pengepul ini biasanya membeli ikan koi dengan grade B dan C untuk dijual ke konsumen.

Selain itu ikan yang memiliki kualitas bagus Grade A dan kontes biasanya dipelihara sendiri oleh pemilik agar kualitasnya lebih bagus. Pemilik akan mengikuti ikan koi yang berkualitas grade A dan kontes pada acara koi show. Hal ini bertujuan agar ikan koi dapat dilelang dengan harga yang lebih tinggi.

Saluran 1:



Saluran 2:



Gambar 4. Saluran Pemasaran Ikan Koi

5.3.3 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen sebagai perbedaan harga yang dibayarkan oleh penjual pertama

(Produsen) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Berdasarkan uraian diatas menunjukan selisih tingkat rantai pemasaran yang saling berinteraksi (Handayai dan Nurlaila, 2011).

Selisih harga yang diperoleh oleh pemilik usaha dengan hasil penjualan yang dihasilkan oleh pengepul dengan grade atau kualitas tertentu adalah berbeda.

- Grade C dengan ukuran 20 – 25 cm selisih harga yang diperoleh pemilik dengan menjual ke pengepul dengan harga Rp. 7.000 dan pengepul menjual kepada konsumen dengan harga Rp. 10.000 dan didapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga di tingkat konsumen dengan harga jual produsen yaitu selisinya Rp. 3.000
- Grade B dengan ukuran 20 – 25 cm selisih harga yang diperoleh pemilik dengan menjual ke pengepul dengan harga Rp. 10.000 dan pengepul menjual kepada konsumen dengan harga Rp. 15.000 dan didapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga di tingkat konsumen dengan harga jual produsen yaitu selisinya Rp. 5.000.
- Grade A dengan ukuran 20 – 25 cm selisih harga yang diperoleh pemilik dengan menjual ke pengepul dengan harga Rp. 40.000 dan pengepul menjual kepada konsumen dengan harga Rp. 50.000 dan didapatkan selisih harga dengan cara mengurangi antara harga di tingkat konsumen dengan harga jual produsen yaitu selisinya Rp. 10.000

Pada usaha pembesaran ikan koi ini didapatkan margin paling tinggi pada ikan koi grade A dikarenakan ikan koi grade A merupakan ikan koi yang banyak dicari oleh konsumen kalangan atas dan memiliki harga jual yang tinggi dibandingkan dengan grade ikan koi yang lain.

5.4 Aspek Finansii

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 pada aspek teknis adalah sumber – sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan 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 kedepan, kriteria penilaian investasi, dan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan.

Aspek Finansii pada usaha pembesaran ikan meliputi permodalan, analisa jangka pendek yang meliputi penerimaan, *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), keuntungan, rentabilitas, dan *Break Even Point* (BEP). Sedangkan untuk analisa jangka panjang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Benefit and Cost Ratio* (B/C Ratio), *Payback Periode* (PP), dan Analisis Sensitivitas.

5.4.1 Permodalan

Modal investasi adalah biaya yang masa kegunaannya dapat berlangsung untuk waktu yang relatif lama. Dalam praktek penelitian ini modal investasi yang digunakan pada usaha pembesaran ikan koi adalah sebesar Rp. 201.390.000 (uraian modal investasi dapat dilihat pada lampiran 2). Adapun modal lancar pada pembesaran ikan koi sebesar Rp. 103.220.000 (uraian modal lancar dapat dilihat pada lampiran 3) dan untuk modal kerja pada usaha pembesaran ikan koi sebesar Rp. 189.015.625 (uraian modal kerja dapat dilihat pada lampiran 4).

5.4.2 Biaya Produksi

Biaya produksi pada usaha pembesaran ikan koi meliputi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Menurut 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 milik bapak Aris Yudi adalah sebagai berikut:

a. Biaya Tetap (*Fix Cost*)

Biaya tetap yang digunakan dalam perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan koi selama setahun adalah sebesar Rp. 85.795.625 yang meliputi, biaya penyusutan, gaji tenaga kerja, dan pajak bumi bangunan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 5.

b. Biaya Tidak Tetap (*Variabel Cost*)

Biaya tidak yang digunakan dalam perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan koi selama setahun sebesar Rp. 103.220.000 meliputi pembelian bahan baku ikan tenggiri, pembelian bahan pembantu yaitu garam, gas, pembayaran tagihan listrik dan PDAM. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 6.

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 ini. Biaya tetap selama satu tahun adalah Rp. 85.795.625 dan untuk biaya tidak tetap selama satu tahun

adalah Rp.103.220.000. Sehingga didapatkan biaya total dalam satu tahun sebesar Rp. 189.015.625. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 8.

5.4.3 Analisis Finansial Jangka Pendek

1) Jumlah Produksi dan Penerimaan

Penerimaan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi selama setahun sebesar Rp. 518.175.000 yang meliputi ikan koi grade A sebanyak 7.875 ekor dengan harga Rp. 40.000, Grade B sebanyak 12.600 ekor dengan harga Rp. 10.000, dan Grade C sebanyak 11.025 ekor dengan harga Rp. 7.000. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 7.

2. Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) pada usaha pembesaran ikan koi selama setahun sebesar 2,74. Artinya usaha dikatakan layak jika nilai R/C Ratio lebih dari satu. Hasil yang didapat selama setahun lebih dari 1. Maka usaha layak untuk dijalankan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 8.

3. Keuntungan

Keuntungan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi selama setahun adalah sebesar Rp.329.159.375 hasil ini diperoleh dari pengurangan biaya penerimaan Rp.518.175.000 dikurangi biaya total Rp.189.015.625. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 8.

4. Rentabilitas

Rentabilitas yang diperoleh dari usaha pembesaran ikan koi selama setahun sebesar 174% di dapat dari perhitungan jumlah keuntungan dibagi modal kerja kemudian dikalikan 100%. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 8.

5. Break Event Poin (BEP)

Break Event Point (BEP) pada usaha pembesaran ikan koi menggunakan BEP sales mix, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut, nilai perbandingan dari 3 produk yaitu ikan koi grade A, ikan koi grade B dan ikan koi grade C 6,3 : 2,25 : 1,5 dengan BEP sales total mix sebesar Rp 95.328.472 Sehingga diperoleh BEP sales pada ikan koi grade A sebesar Rp. 60.056.937 dengan BEP unit sebesar 1.501 ekor, untuk BEP sales pada ikan koi grade B diperoleh sebesar Rp. 20.972.263 dengan BEP unit diperoleh sebesar 2.097 ekor dan untuk BEP sales pada ikan koi grade C diperoleh sebesar Rp. 14.299.270,- dengan BEP unit sebesar 2.042 ekor.

5.5 Analisis SWOT Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi

Seorang pengusaha yang sedang membangun perusahaannya harus mampu mengetahui pengaruh – pengaruh apa saja yang 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 ancaman yang dialami pada usaha tersebut. Untuk mengantisipasi terjadinya gangguan terhadap usaha maka harus mengidentifikasi faktor yang mendukung maupun yang mengancam jalannya usaha yang sedang dijalankan dengan analisis SWOT.

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan starategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan faktor eksternal seperti peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal seperti kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*). Setelah mengetahui faktor – faktor tersebut diharapkan dapat memeberikan gambaran tentang usaha yangs edang dijalankan untuk kondisi

lingkungan internal maupun eksternal pada usaha tersebut. Sehingga untuk kedepannya dapat diketahui prospek penembangan dan pertumbuhan usaha serta dapat mengantisipasi ancaman yang mungkin akan terjadi dalam usaha tersebut.

5.5.1 Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang berada diluar dari sebuah usaha yang keberadaanya dapat mempengaruhi pertumbuhan atau perkembanganya. Menganalisa peluang dan ancaman bisa dijadikan dasar oleh pemilik usaha untuk menentukan strategi penegmbangan eksternal apa yang akan dilakukan agar kedepannya usaha pemebasaran ikan koi dapat bejalan lebih baik. Berikut matrik kode peluang dan ancaman pada faktor eksternal dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Matrik kode peluang dan ancaman pada faktor eksternal

Lingkungan	Keterangan	Peluang	Kode	Keterangan	Ancaman	Kode
Mikro	Teknologi	Sarana dan Prasarana	O1			
				Ekologi	Perubahan Iklim dan Cuaca	T1
				Ekologi	Serangan Hama dan Penyakit	T2
Makro	Sosial	Adanya Kelompok Budidaya Ikan Koi dan Penyuluh Perikanan	O2			
	Pemerintah	Adanya dukungan dari Instansi	O3			
				Pesaing	Adanya Impor Ikan Koi	T3
				Ekonomi	Kenaikan Harga Pakan	T4

A. Identifikasi Faktor Peluang

Faktor peluang dapat diartikan sebagai kesempatan yang muncul atau terjadi pada suatu peristiwa yang mungkin dapat menguntungkan. Tujuan dari identifikasi faktor peluang adalah untuk mengetahui peluang yang ada dilingkungan sekitar dan mengidentifikasi bahwa peluang tersebut akan memberikan keuntungan dalam waktu dekat dan dimasa yang akan datang untuk usaha tersebut. Adapun peluang – peluang yang dapat diidentifikasi pada usaha pembesaran ikan di desa Pranggang antara lain:

1. Permintaan ikan koi yang semakin meningkat

Samapai saat ini permintaan ikan hias, terutama pada jenis ikan koi mulai mengalami peningkatan permintaan sebagai peliharaan ikan hias dirumah, restoran, tempat rekreasi, bahkan sampai dijadikan ikan kontes pada perlombaan. Permintaan ikan koi yang meningkat dan belum diimbangi dengan produksi ikan koi di desa Pranggang yang selalu kurang untuk memenuhi permintaan konsumen ataupun para pengepul. Peningkatan permintaan terhadap ikan hias koi adalah peluang yang bagus untuk bapak Aris Yudi selaku pemilik usaha pembesaran ikan koi untuk memenuhi permintaan konsumen. Selain itu ikan koi juga memiliki mitos atau kepercayaan 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 keluar Jawa Timur, seperti Jawa Tengah dan Jawa Barat. Ikan koi sudah memiliki banyak penggemar, sikarenakan ikan koi berbeda dengan ikan hias lainnya yang hanya sekedar sebagai ikan hias di akuarium. Ikan ini juga bisa dijadikan ikan yang mahal bila sudah memenangkan beberapa kontes atau perlombaan. berdasarkan pada kondisi lapang terhadap permintaan ikan koi maka

relative sebesar 0,18 diberikan karena permintaan ikan koi yang meningkat dan rating sebanyak 4 karena sangat berpengaruh pada usaha tersebut.

2. Adanya Kelompok Budidaya Ikan Koi dan Penyuluh Perikanan

Keberadaan kelompok budidaya ikan koi dan juga penyuluh perikanan dapat membantu menjalankan usaha pembesaran ikan koi. Dengan adanya kelompok budidaya dan penyuluh perikanan maka antar pembudidaya dapat melakukan kegiatan sharing yang didampingi penyuluh perikanan. Hal ini sangat bermanfaat untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pada usaha pembesaran ikan koi. Berdasarkan kondisi dilapang, adanya kelompok budidaya perikanan dan tim penyuluh cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi. Maka diberi relative sebesar 0,09 dan rating sebesar 3 karena sebagian dari kelompok budidaya ikan koi dan penyuluh berpengaruh pada usaha

3. Adanya dukungan dari Instansi Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Kediri

Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Kediri memberikan dukungan terhadap pembudidaya ikan koi di Desa Pranggang yang memberikan pengaruh baik terhadap usaha ikan koi. Pihak instansi tidak jarang memberikan penyuluhan dan seminar yang berhubungan dengan usaha budidaya ikan koi. Selain itu pihak instansi terkait juga mengirimkan petugas teknis perikanan untuk membantu para pembudidaya dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan pada kondisi lapang adanya dukungan dari instansi maka relative yang diberikan sebesar 0,09 karena instansi mulai mendukung usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena dukungan dari instansi berpengaruh terhadap usaha.

4. Sarana dan Prasarana yang Mendukung

Sarana dan prasarana merupakan faktor pendukung yang sangat penting terhadap keberhasilan suatu usaha yang ingin berkembang. Sarana dan prasarana

pembesaran ikan koi antara lain adalah lahan, transportasi, jalan raya, air yang belum tercemar dan jaringan komunikasi yang memadai. Sarana dan prasarana tersebut dapat mempermudah usaha pembesaran ikan koi dalam proses produksi maupun dalam kegiatan penyaluran pemasaran. Berdasarkan pada konsisi lapang terhadap sarana dan prasarana maka relative yang diberikan sebesar 0.13 karena sarana dan prasarana yang ada sebagian mendukung dan rating sebesar 3 karena sebagian sarana dan prasarana berpengaruh terhadap usaha.

B. Identifikasi Faktor Ancaman

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

1. Adanya Impor Ikan Koi

Ikan koi impor merupakan saingan yang berat bagi para pembudidaya ikan koi di indonesia. Ikan koi impor biasanya didatangkan dari negara Jepang. Masyarakat indonesia cenderung menyukai ikan koi impor dibandingkan dengan ikan koi lokal dikarenakan kualitas ikan koi impor lebih baik. Oleh sebab itu apabila negara tetap melakukan impor ikan koi dari luar negeri maka hal ini akan menjadi ancaman besar bagi para pembudidaya ikan koi asli Indonesia. Berdasarkan pada kondisi lapang adanya persaingan dengan ikan koi impor dari luar negri maka diberikan relative 0,13 karena adanya impor ikan koi merupakan ancaman yang penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan diberikan rating sebesar 3 karena adanya impor ikan koi berpengaruh terhadap usaha.

2. Kenaikan Harga Pakan

Dalam hal budidaya perikanan, maka pakan adalah salah satu faktor yang penting dan harus diperhatikan. Pakan merupakan faktor pendukung kelangsungan hidup ikan koi pada usaha pembesaran ikan koi ini. Kenaikan harga pakan akan menyebabkan pembengkakan dana untuk biaya produksi. Dengan kenaikan harga pakan pemilik usaha masih fokus pada satu produk pakan saja. Namun pemilik usaha sedang mencoba jenis pakan lain karena menghindari kenaikan harga pakan yang cukup tinggi dengan kualitas yang hampir sama dengan pakan sebelumnya digunakan. Berdasarkan kondisi lapang kenaikan harga pakan diberikan relative sebesar 0,13 karena kenaikan harga pakan merupakan ancaman penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena kenaikan harga pakan berpengaruh pada usaha.

3. Perubahan Iklim dan Cuaca yang Tidak Menentu

Iklim dan cuaca yang tidak menentu merupakan salah satu faktor ancaman bagi para pembudidaya ikan koi. Perubahan iklim dan cuaca yang tidak menentu akan membuat ikan koi menjadi stres dan bila tidak segera ditangani maka akan menimbulkan kematian dan merugikan pembudidaya. Berdasarkan pada kondisi lapang, perubahan iklim dan cuaca diberikan relative sebesar 0,09 karena perubahan iklim dan cuaca masih dapat diatasi pada usaha pembesaran ikan koi dan diberikan rating sebesar 2 karena perubahan iklim dan cuaca cukup berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi.

4. Serangan Hama dan Penyakit

Dalam usaha budidaya ikan ikan serangan hama dan penyakit menjadi ancaman yang sering muncul. sama halnya dengan usaha pembesaran ikan koi ini, serangan hama dan penyakit juga menjadi salah satu hal yang merugikan bagi pemilik usaha

karena dapat memnbuat ikan mati atau cacat yang nantinya akan membuat harga jual ikan menjadi rendah. Berdasarkan pada kondisi lapang serangan hama dan penyakit diberikan relative sebesar 0.09 karena penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan diberikan rating sebesar 3 karena serangan hama dan penyakit berpengaruh poada usaha.

Setelah Mengidentifikasi matriks strategi eksternal pada usaha pembesaran ikan koi, selanjutnya data faktor – faktor eksternal dimasukkan kedalam tabel analisis faktor strategis eksternal (EFAS). Adapun matrik EFAS pada usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 9.

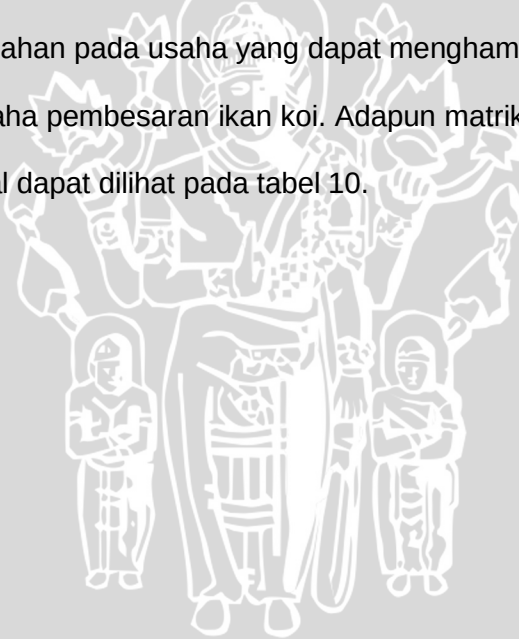
Tabel 9. Matriks EFAS pada usaha pembesaran ikan koi

No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Relative (R)	Rating (R)	R x R
Peluang					
1.	Permintaan Ikan Hias Koi yang meningkat	4	0,18	4	0,72
2.	Adanya Kelompok Budidaya Ikan Koi dan Penyuluh Perikanan	2	0,09	3	0,27
3.	Adanya dukungan dari Instansi Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Kediri	2	0,09	3	0,27
4.	Sarana dan Prasarana yang Mendukung	3	0,13	3	0,39
Jumlah			0,49	-	1,65
Ancaman					
1.	Adanya Impor Ikan Koi	3	0,13	3	0,39
2.	Kenaikan Harga Pakan	3	0,13	3	0,39
3.	Perubahan Iklim dan Cuaca	3	0,13	3	0,39
4.	Serangan Hama dan Penyakit	2	0,09	3	0,27
Jumlah			0,49	-	1,44
Total			1,00	-	3,09

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil dari faktor strategi eksternal pada usaha pembesaran ikan koi diperoleh skor faktor peluang sbesar 1,65 sedangkan faktor ancaman diperoleh skor 1,44. 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.

5.5.2 Faktor Internal

Faktor strategi internal merupakan alat untuk menganalisa lingkungan internal pada usaha pembesaran ikan koi. Faktor internal berguna untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki oleh usaha tersebut untuk pengembangan kedepannya dan mengetahui faktor kelemahan pada usaha yang dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan pada usaha pembesaran ikan koi. Adapun matrik kode kekuatan dan kelemahan faktor internal dapat dilihat pada tabel 10.



Tabel 10. Matrik kode kekuatan dan kelemahan faktor internal

No.	Aspek	Kekuatan	Kode	Kelemahan	Kode
1.	Teknis	Lokasi Usaha yang Strategis	S1		
				Tingkat Mortalitas Ikan Koi	W1
		Kualitas Ikan Koi yang Baik	S2		
2.	Manajemen	SDM yang Baik	S3		
				Kurangnya Tenaga Kerja	W2
				Manajemen Pembukuan Keuangan	W3
		Keinginan Untuk Mengembangkan Usaha	S4		
		Pengetahuan dan Pengalaman dalam Usaha Pembesaran Ikan Koi	S5		
				Perencanaan Usaha	W4
3.	Pemasaran				
4.	Finansiil			Modal Usaha	W6

A. Identifikasi Faktor Kekuatan

Kekuatan merupakan keunggulan dan kemampuan khusus yang dimiliki oleh perusahaan dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain dalam mengembangkan suatu usaha. Pada usaha pembesaran ikan koi ini mempunyai keunggulan yang berbeda dengan petani lainnya, agar keunggulan tersebut dapat menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha kedepannya.

1. Lokasi usaha yang strategis

Lokasi usaha juga berperan dalam menentukan pencapaian keberhasilan suatu usaha. Lokasi usaha dapat dilihat dari lingkungan sekitar dan transportasi yang

mendukung. Lokasi pada usaha pembesaran ikan koi ini mempunyai lingkungan sekitar yang sudah mendukung untuk kegiatan usaha pembesaran ikan koi. Hal ini didukung dengan adanya aliran sungai disekitar kolam yang tidak pernah surut dan juga air yang memncar dari dalam kolam, sehingga dapat mengemat biaya produksi. Air pada sungai juga belum tercemar sehingga dalam proses budidaya tidak mengalami kesulitan dalam persediaan air. Untuk keadaan transportasi pada usaha pembesaran ikan koi ini masih belum memadai, karena tempatnya yang berada jauh dari pusat kota dan jalan raya. Namun keadaan transportasi ini tidak mengganggu jalnnya usaha pembesaran ikan koi karena konsumen sudah memiliki hubungan baik dengan produsen. Berdasarkan pada kondisi lapang lokasi yang strategis maka diberikan relative sebesar 0,13 karena lokasi yang strategis penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena lokasi usaha yang strategis cukup berpengaruh bagi usaha pembesaran ikan koi.

2. Sumber Daya Manusia yang baik

Sumber daya manusia yang baik sangat mempengaruhi pemasaran dan manajemen pada sebuah usaha. Untuk itu pendistribusian ikan koi sangat tergantung pada pengepul, sehingga hubungan baik dengan pengepul akan sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha. Adanya hubungan baik dengan pengepul menyebabkan pada waktu tibanya panen maka hasil panen yang diperoleh dapat langsung diambil oleh pengepul sehingga tidak perlu binggung lagi untuk menjual hasil panen ikan koi. Berdasarkan pada kondisi lapang hubungan baik dengan pengepul maka diberikan relative sebesar 0.13 karena hubungan baik dengan pengepul penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan diberikan rating sebesar 3 karena hubungan baik dengan pengepul berpengaruh terhadap usaha.

3. Kualitas Ikan Koi yang Baik

Bapak Aris Yudi selalu memperhatikan aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan koi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan ikan koi yang berkualitas baik dan memiliki harga yang tinggi dipasaran. Berdasarkan pada kondisi lapang usaha ikan koi sering memenangi beberapa kontes sehingga diberikan relative sebesar 0.18 karena kualitas ikan koi yang baik sangat penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena kualitas ikan koi berpengaruh terhadap usaha.

4. Keinginan Untuk Mengembangkan Usaha

Usaha pembesaran ikan koi milik Bapak Aris Yudi sudah dapat dikatakan dalam skala menengah. Hal ini bisa dilihat dari jumlah benih dan jumlah panen yang didapatkan. Selain itu luas kolam yang digunakan juga cukup besar sehingga usaha ini harus dikembangkan. Untuk mengembangkan usahanya pemilik menerapkan berbagai strategi dalam hal pembesaran maupun peningkatan ilmu budidaya yang dimilikinya. Pemilik sering mengikuti pelatihan mengenai pembesaran maupun pembenihan ikan koi yang nantinya dapat diterapkan pada usahanya. berdasarkan pada kondisi lapang keinginan untuk mengembangkan usaha maka diberikan relative sebesar 0.13 karena keinginan untuk mengembangkan usahanya penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan diberikan rating sebesar 2 karena keinginan untuk mengembangkan usahanya cukup berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi.

B. Identifikasi Faktor Kelemahan

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam suatu usaha. Seperti kelemahan pada ketrampilan dan sumberdaya pada usaha pembesaran ikan koi ini secara tidak langsung akan menghambat kinerja yang akan menyebabkan

kerugian pada usaha pembesaran ikan koi. Adapun identifikasi kelemahan – kelemahan yang ada pada usaha pembesaran ikan koi ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Tenaga Kerja

Untuk mempersiapkan proses produksi pada kegiatan usaha pembesaran ikan koi tenaga kerja sangat berperan penting. Pekerjaan yang harus dilakukan tenaga kerja adalah dari mempersiapkan kolam hingga pemanenan. Apabila terjadi kesalahan pada salah satu tahap pembesaran ikan koi maka hasilnya akan mengurangi kualitas terhadap hasil produksi. Namun pada usaha pembesaran ikan koi ini hanya mempunyai satu tenaga kerja dan pemilik turun langsung pada usaha tersebut. Berdasarkan pada kondisi lapang kurangnya tenaga kerja diberikan relative sebesar 0.09 karena kurangnya tenaga kerja cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 karena kurangnya tenaga kerja cukup berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi.

2. Manajemen Pembukuan Keuangan

Pemilik usaha pembesaran ikan koi belum bisa mengelola pembukuan keuangan dengan baik. Tidak ada pembukuan keuangan seperti pengeluaran dan pemasukan terhadap usaha tersebut, sehingga pemilik tidak dapat mengetahui perkembangan usaha dan laba yang diperoleh secara tertulis. Uang yang biasanya diterima dari hasil penjualan ikan masih sering tercampur dengan kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan lainnya. Pemilik terkadang juga merasa bingung karena keulitan dalam keuangan pada saat memenuhi keperluan yang dibutuhkan untuk usaha yang disebabkan karena tidak adanya pembukuan keuangan. Berdasarkan pada konsisi lapang manajemen pembukuan keuangan maka diberikan relative sebesar 0.09 karena manajemen keuangan cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena manajemen keuangan lebih berpengaruh terhadap usaha.

3. Tingkat Mortalitas Ikan Koi

Perubahan cuaca dan suhu yang tidak menentu membuat tingkat mortalitas pada benih ikan menjadi tinggi. Benih ikan koi yang baru beradaptasi dengan kolam tidak bisa mempertahankan hidupnya apabila terserang cuaca ekstreme. Sehingga usaha pemebasaran ikan koi ini sedikit mengalami kerugian akibat tingkat mortalitas benih ikan koi. Selain itu serangan hama dan penyakit yang tidak segera teratasi juga menjadi kelemahan pemilik. Berdasarkan kondisi dilapang masih kurang mengerti dalam mengatasi mortalitas ikan koi maka diberikan relative sebesar 0.13 karena tingkat mortalitas ikan koi masih tinggi lebih penting dibandingkan faktor kelemahan yang ada di usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 3 karena tingkat mortalitas lebih berpengaruh pada usaha.

4. Modal Usaha

Modal adalah hal yang utama yang hraus disediakan untuk melakukan kegiatan produksi dan menentukan besar kecilnya skala produksi pada usaha pemesaran ikan koi. Sejak pertama berdirinya usaha pemilik hanya mengandalkan modla sendiri. Karena modal yang dipakai berasal dari modal sendiri maka sudah tentu modal yang sigunakan sangat terbatas. Dengan keterbatasan modal ini akan membuat kesulitan dalam penembangan usaha. Berdasarkan pada kondisi lapang modal usaha maka diberikan relative sebesar 0.09 karena modal usaha cukup penting bagi usaha pembesaran ikan koi dan rating sebesar 2 kerena modal usaha cukup berpengaruh terhadap usaha.

Setelah mengidentifikasi matriks strategi internal pada usaha pembesaran ikan koi, selanjutnya data faktor – faktor internal dimasukkan ke dalam tabel analisis faktor strategi internal (IFAS) dan dilakukan pemberian skor tiap – tiap faktor. Adapun matrik IFAS pada usaha pembesaran ikan koi dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Matrik IFAS Pada Usaha Pembesaran Ikan Koi

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Relative (R)	Rating (R)	R x R
Kekuatan					
1.	Lokasi Usaha yang Strategis	3	0,13	2	0,26
2.	Sumberdaya Manusia yang baik	3	0,13	3	0,39
3.	Kualitas Ikan Koi yang Baik	4	0,18	3	0,54
4.	Keinginan Untuk Mengembangkan Usaha	3	0,13	2	0,26
Jumlah		13	0,57	-	1,45
Kelemahan					
1.	Kurangnya Tenaga Kerja	2	0,09	2	0,18
2.	Manajemen Pembukuan Keuangan	2	0,09	3	0,27
3.	Tingkat Mortalitas Ikan Koi	3	0,13	3	0,39
4.	Modal Usaha	2	0,09	2	0,18
Jumlah		9	0,43	-	1,02
Total			1,00	-	2,47

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil dari faktor strategi internal pada usaha pembesaran ikan koi diperoleh skor faktor kekuatan sebesar 1,45 sedangkan pada faktor kelemahan sebesar 1,02. Sehingga dapat disimpulkan hasil dari matrik analisis faktor strategi internal (IFAS) dalam usaha pembesaran ikan koi yaitu faktor kekuatan lebih dominan atau lebih berpengaruh dari pada faktor kelemahan.

5.5.3 Analisis Diagram SWOT

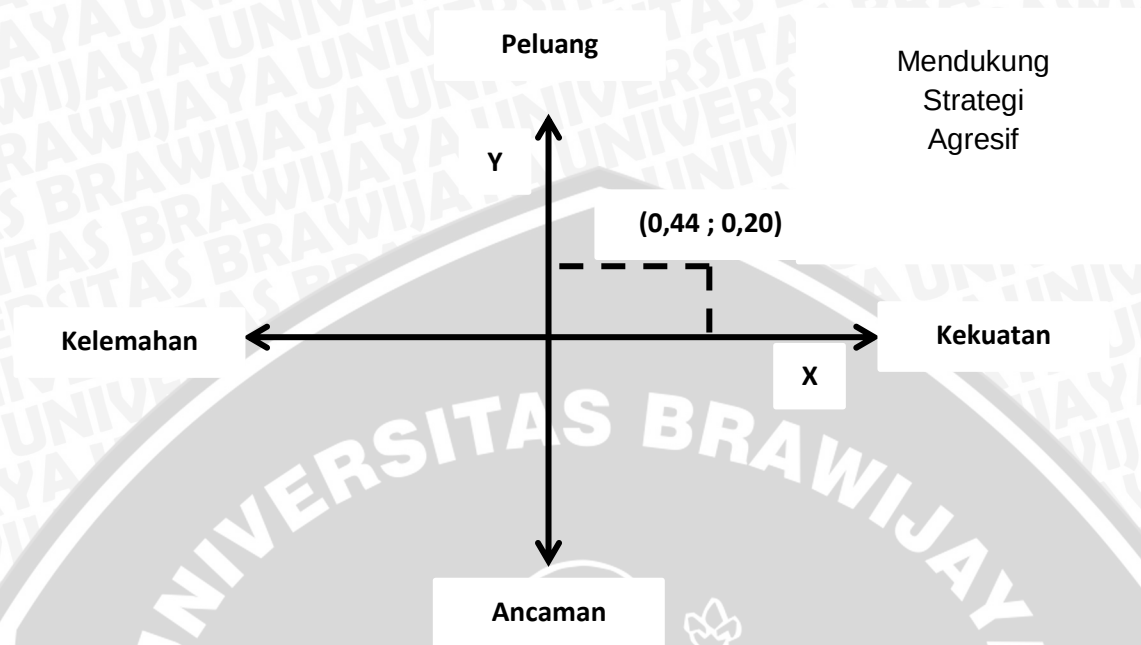
Setelah mengidentifikasai dari dua faktor analisis matrik EFE dan IFE, selanjutnya adalah melakukan analisis diagram SWOT dengan cara mengetahui letak posisi usaha pembesaran ikan koi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamanyang dimiliki oleh usaha ini.

Hasil dari analisa dan perhitungan pad 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 dari faktor ekstrenal pembesaran ikan koi untuk peluang sebesar 1,65 dan untuk hasil faktor ancaman sebesar 1,44 sehingga untuk penjumlahan kedua faktor peluang dan ancaman adalah sebesar 3,09. Selanjutnya hasil yang diperoleh dari faktor internal untuk kekuatan pada usaha pembesaran ikan koi sebesar 1,45 dan untuk hasil faktor kelemahan sebesar 1,02. Sehingga diperoleh hasil penjumlahan 2,47.

Setelah diketahui hasil dari masing – masing faktor eksternal dan internal selanjutnya menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi penegmbangan usaha pemebasaran 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 $X = 1,46 - 1,02 = 0,44$
- Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan diperoleh nilai koordinat $Y = 1,65 - 1,45 = 0,20$

Hasil perhitungan diperoleh nilai – nilai koordinat diagram SWOT bernilai positif, sumbu horizontal (X) diperoleh nilai (0,44) dan sumbu vertikal (Y) diperoleh nilai (0,20). Gambar daigram SWOT dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Diagram Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan pada gambar 5, hasil diagram hasil analisis SWOT pada posisi (X,Y) dimana hasil X diperoleh dari faktor internal yaitu pengurangan antara kekuatan 1,46 dengan kelemahan 1,02 yaitu 0,44 dan untuk hasil Y diperoleh dari faktor eksternal yaitu pengurangan antara peluang 1,65 dengan ancaman 1,45 hasil yang diperoleh yaitu 0,20. Sehingga apabila ditarik garis lurus didapatkan titik potong atau titik koordinat pada posisi (0,44 ; 0,20) yaitu pada posisi kuadran I. Meskipun pada usaha pemasaran ikan koi memiliki banyak ancaman tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *agresif* (produk/pasar).

Tabel 12. Matrik SWOT Usaha Pembesaran Ikan Koi

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	• Lokasi usaha yang strategis • Sumberdaya Manusia yang Baik • Kualitas Ikan Koi yang Baik • Keinginan Untuk Mengembangkan Usaha	• Kurangnya Tenaga Kerja • Manajemen Pembukuan Keuangan • Tingkat Mortalitas Ikan Koi • Modal Usaha
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
• Permintaan Ikan Hias Koi yang meningkat • Adanya Kelompok Budidayakan Koi dan Penyuluh Perikanan • Adanya dukungan dari Instansi Dinas Peternakan dan Perikanan Kab. Kediri • Sarana dan Prasarana yang Mendukung	• Memanfaatkan peluang pasar ikan koi yang masih terbuka • Mempertahankan dan memperbaiki kualitas ikan koi • Memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung • Meningkatkan sumberdaya manusia	• Menggunakan modal pinjaman untuk menambah kapasitas produksi • Mengikuti seminar maupun pelatihan budidaya ikan koi • Memperbaiki manajemen agar lebih baik
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
• Adanya Impor Ikan Koi • Kenaikan Harga Pakan • Perubahan Iklim dan Cuaca • Serangan Hama dan Penyakit	• Mencari pakan alternatif sebagai tambahan untuk pakan yang terlalu mahal • Menjalin kerja sama dengan pengepul	• Mengefisienkan tenaga kerja untuk lebih optimal dalam usaha pembesaran ikan koi.

Berdasarkan tabel diatas, matrik SWOT untuk pengembangan usaha pembesaran ikan koi menggunakan strategi SO (*Streght Opportunities*) yang diterapkan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, karena itu analisis diagram SWOT pada usah pembesaran ikan koi terletak

pada posisi kuadran I yang menunjukkan kondisi ini menggunakan strategi agresif (produk/pasar). Strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi adalah sebagai berikut:

1. Memanfaatkan peluang pasar ikan koi yang masih terbuka

Peluang pasar untuk ikan hias koi masih terbuka lebar dikarenakan pecinta ikan koi di Indonesia maupun luar negeri semakin meningkat. Dilihat dari data Kementerian Kelautan dan Perikanan disebutkan bahwa nilai ekspor ikan hias Indonesia mencapai USD 4,7 juta dari target USD 10jt. Selain itu berkembangnya media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berinteraksi dengan konsumen secara tidak langsung. Sehingga hal ini sangat dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi pasar ikan koi. Ikan hias koi dipercaya membawa untung, mudah dipelihara sebagai ikan hias rumah dan bisa juga diikutkan dalam kontes. Oleh karena itu para pecinta ikan hias koi semakin meningkat setiap tahunnya.

2. Mempertahankan dan memperbaiki kualitas ikan koi

Mempertahankan dan memperbaiki kualitas ikan koi merupakan salah satu upaya untuk dapat bertahan dipasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan kualitas ikan koi pemilik dapat memanfaatkan pakan dan kualitas air. Pakan ikan koi dapat ditambah nutrisi sehingga yang dapat memperbaiki warna, corak dan bentuk tubuh ikan. Para penghobi ikan koi mereka biasanya sangat mementingkan kualitas ikan koi, sehingga dengan mempertahankan dan memperbaiki kualitas ikan koi maka pembeli akan meningkatkan harga jual ikan koi dan akan meningkatkan jumlah konsumen.

3. Memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung

Sumberdaya Alam (SDA) di Desa Pranggang adalah sebagai penunjang terhadap usaha pembesaran ikan koi dengan memanfaatkan lahan dan ketersediaan air yang

melimpah. Ketersediaan air yang melimpah akan sangat menekan biaya produksi, karena air yang digunakan sebagai sarana utama pembesaran ikan koi dapat didapatkan tanpa harus mengeluarkan biaya. Sarana dan prasarana yang ada seperti jalan raya dapat dimanfaatkan sebagai proses produksi pembesaran ikan koi dan mempermudah dalam pendistribusian ikan koi.

4. Meningkatkan Sumberdaya Manusia

Peningkatan sumberdaya manusia dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan pelatihan yang diadakan oleh instansi terkait maupun kelompok budidaya untuk mendalami dan mengetahui proses pembesaran ikan koi yang baik. Selain itu juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana sharing antar pembudidaya untuk kemajuan perkembangan usaha kedepannya. Peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat berpengaruh pada usaha pembesaran ikan koi, karena dari sumberdaya manusia yang baik akan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

5.6 Perencanaan Kelayakan Finansial Jangka Panjang

Perencanaan kelayakan finansial untuk 10 tahun kedepan menggunakan analisis jangka panjang pada usaha pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi di Desa Pranggang meliputi biaya penambahan investasi, *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 penggantian peralatan baru karena peralatan yang digunakan akan mengganti penyusutan tiap tahunnya. Maka dari itu perlu adanya Re-Investasi untuk dapat menunjang kelancaran kegiatan usaha pembesaran ikan koi. 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 ini untuk 10 tahun kedepan dari tahun 2017-2026, dengan kenaikan nilai peralatan setiap tahunnya 1%. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk usaha pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi untuk Re-Investasi pada tahun 2017-2026 sebesar Rp. 298.475.000 dapat dilihat pada lampiran 9.

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 menunjukkan angka yang positif, usaha investasi dapat diperetimbangkan dan diterima. Penilaian kelayakan investasi dengan metode ini digunakan sebagai alat bantu dalam penilaian investasi dengan metode *Profitability Index* (Arifin, 2007).

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

- Terima jika $NPV > 0$
- Tolak jika $NPV < 0$
- Kemungkinan diterima jika $NPV = 0$

$NPV > 0$ berarti proyek tersebut dapat menciptakan *cash flow* dengan presentase lebih besar dibandingkan *opportunity cost* modal yang ditanamkan. Apabila $NPV = 0$ maka proyek kemungkinan dapat diterima karena *cash flow* yang diperoleh sama

dengan *opportunity cost* dari modal yang ditanamkan. Jadi semakin besar nilai NPV, maka semakin baik juga bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan (Rangkuti, 2006).

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 dan harus ada koreksi usaha demi kemajuan usaha dimasa akan datang. Apabila NPV positif maka usaha tersebut layak dijalankan tetapi usaha tersebut harus tetap dijaga agar tidak mengalami penurunan dalam jangka waktu tertentu. Usaha milik bapak Aris Yudi dari analisis NPV dalam keadaan normal diperoleh nilai positif sebesar Rp. 1.969.438.263 yang artinya usaha pembesaran ikan koi ini bernilai positif dan $NPV > 0$ sehingga usaha ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan. Untuk penjelasannya dapat dilihat pada lampiran 10.

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

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

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).

Nilai yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi ini dalam keadaan normal sebesar 10,78 yang artinya usaha pembesaran ikan koi memiliki B/C ratio > 1 maka usaha ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan. Rincian untuk B/C ratio dapat dilihat pada lampiran 10.

4) Internal Rate of Return (IRR)

Metode *Internal Rate of Return* (IRR) pada dasarnya merupakan metode yang 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 error) (Umar, 2007).

Metode IRR pada dasarnya untuk menghitung tingkat bunga dan nilai investasi dengan menyamakan hasil penerimaan kas bersih (inflow) dimasa akan datang dimana apabila nilai yang diperoleh diatas tingkat suku bunga yang telah ditentukan maka usaha tersebut layak dijalankan dan menguntungkan. Sebaliknya jika lebih kecil maka dikatakan rugi. Pada usaha pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi nilai IRR dalam keadaan normal diperoleh sebesar 163% yang artinya hasil analisis IRR lebih tinggi dari tingkat suku bunga relevan (tingkat suku bunga yang diisyaratkan) sehingga layak untuk dijalankan. Rincian untuk IRR dapat dilihat pada lampiran 10.

5) Payback Periode (PP)

Payback period merupakan metode yang digunakan untuk menghitung lama periode yang diperlukan untuk mengembalikan uang yang telah diinvestasikan dari aliran kas masuk (*proceeds*). Apabila *proceeds* setiap tahunnya jumlahnya sama

maka *payback period* (PP) dari suatu investasi dapat dihitung dengan cara membagi jumlah investasi dengan proceeds (Suliyanto 2010).

Payback periode pada dasarnya menggambarkan panjang waktu pengembalian dana investasi yang sudah ditanamkan pada usaha tersebut untuk dapat kembali sepenuhnya. Berdasarkan perhitungan PP pada usaha pembesaran ikan koi ini pengembalian investasi kurang dari 0,61 tahun. Rincian untuk PP dapat dilihat pada lampiran 10.

6) Analisis Sensitivitas

Analisis sensitivitas merupakan unsur pokok dalam analisis resiko, yang bertujuan untuk menentukan bahwa proyek akan memberikan NPV yang bernilai negatif. Hal ini dilakukan dengan cara memeriksa hasil berbagai kombinasi parameter pokok, dimana diusahakan mengatur probabilitas terjadinya setiap kombinasi. Dalam analisis ini digunakan untuk mengetahui parameter yang bersifat pokok dan memilih nilai – nilai yang wajar sebagai nilai batas dalam analisis sensitivitas (Grey, 2002).

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

1. Asumsi Biaya Naik 45,90% dan Benefit turun 36,80%

Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi ini didapat analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 45,90 % dan Benefit turun 36,80% dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Asumsi Biaya Naik 45,90% dan Benefit Turun 36,80%

No.	Analisis	Nilai
1.	NPV	-1.950.426
2.	Net B/C	0,99
3.	IRR	6,3%
4.	PP	3,89

Berdasarkan tabel diatas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 45,90% dan benefit turun 36,80%, diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu -1.950.426 sehingga dapat dikatakan NPV kurang dari 0. Kemudian nilai Net B/C yaitu 0,99, dan nilai IRR 6,3%, PP yang diperoleh adalah 3,89tahun. Dapat dikatakan bahwa usaha pembesaran ikan koidengan asumsi ini dapat dikatakan tidak layak. Adapun rincian perhitungan sensitivitas dengan asumsi biaya naik 45.90% dan benefit turun 36,80% dapat dilihat pada lampiran 11.

2. Asumsi Biaya Naik 73,3% dan Benefit turun 26,8%

Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi ini didapat analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 73,3%dan Benefit turun 26,8%dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Asumsi Biaya Naik 73,3% dan Benefit Turun 26,8%

No.	Analisis	Nilai
1.	NPV	-1.737.024
2.	Net B/C	0,99
3.	IRR	6,4%
4.	PP	3,89

Berdasarkan tabel diatas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 73,3% dan benefit turun 26,8% diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu -1.737.024 sehingga dapat dikatakan NPV kurang dari 0. Kemudian nilai Net B/C yaitu 0,99, dan nilai IRR 6,4%, PP yang diperoleh adalah 3,89 tahun. Dapat dikatakan bahwa usaha pembesaran ikan koi dengan asumsi ini dapat dikatakan tidak layak. Adapun rincian perhitungan sensitivitas dengan asumsi biaya naik 73,3% dan benefit turun 26,8% dapat dilihat pada lampiran 12.

3. Asumsi Biaya Naik 146,8%

Perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan koi ini didapat analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 146,8% dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Asumsi Biaya Naik 146,8%

No.	Analisis	Nilai
1.	NPV	-2.151.977
2.	Net B/C	0,99
3.	IRR	6,3%
4.	PP	3,90

Berdasarkan tabel diatas, dengan menggunakan asumsi biaya naik 146,8% diperoleh hasil NPV yang bernilai positif yaitu -2.151.977 sehingga dapat dikatakan NPV kurang dari 0. Kemudian nilai Net B/C yaitu 0,99 dan nilai IRR 6,3%. PP yang diperoleh adalah 3,90 tahun. Dapat dikatakan bahwa usaha ikan tenggiri pada asumsi ini dapat dikatakan tidak layak. Adapun rincian perhitungan sensitivitas dengan asumsi biaya naik 146,8% dapat dilihat pada lampiran 13.

4. Asumsi Benefit Turun 53,55%

Perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan koi ini didapat analisis sensitivitas dengan asumsi benefit turun 53,55% dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Asumsi Benefit Turun 53,55%

No.	Analisis	Nilai
1.	NPV	-2.207.222
2.	Net B/C	0,99
3.	IRR	6,25%
4.	PP	3,90

Berdasarkan tabel diatas, dengan menggunakan asumsi benefit turun 53,55% diperoleh hasil NPV yang bernilai positif yaitu -2.207.222 sehingga dapat dikatakan NPV kurang dari 0. Kemudian nilai Net B/C yaitu 0,99 dan nilai IRR 6,25% . PP yang diperoleh adalah 3,90 tahun. Dapat dikatakan bahwa usaha ikan tenggiri pada asumsi ini dapat dikatakan tidak layak. Adapun rincian perhitungan sensitivitas dengan asumsi benefit turun 53,55% dapat dilihat pada lampiran 14.

5.7 Perencanaan Pengembangan Bisnis Usaha Pembesaran Ikan Koi di Desa Pranggang

Perencanaan bisnis adalah alat yang digunakan sebagai alat untuk mencari dana dari pihak ketiga. Beberapa hal yang harus ada dalam perencanaan bisnis antara lain adalah penjelasan 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 finansial, aspek manajemen dan aspek pemasaran.

5.7.1 Aspek Finansial

Analisis aspek finansial dalam usaha pembesaran ikan koi yaitu analisis jangka pendek dan jangka panjang pada tiap – tiap responden pembudidaya. Untuk penilaian analisis jangka pendek meliputi permodalan, biaya produksi, jumlah produksi, 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), *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. 201.390.000 tidak terjadi perubahan, sedangkan modal lancar yang direncanakan adalah sebesar Rp. 111.320.000 dan modal kerjanya Rp. 197.115.625 dimana mengalami perubahan dikarenakan pada perencanaannya menambah jumlah pakan

sebesar 10% dan benih ikan koi 10%. Perhitungan permodalan dapat dilihat pada lampiran 20.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi yang digunakan dalam perencanaan bisnis ini mengalami perubahan. Biaya tetap pada perencanaan bisnis ini sebesar Rp. 85.795.625 sedangkan untuk biaya tetap yaitu Rp. 111.320.000 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.197.115.625 perhitungan biaya produksi dapat dilihat pada lampiran 20.

5.7.1.1 Analisis Finansial Jangka Pendek (Operasional)

a. Produksi dan Penerimaan

Produksi ikan koi dengan perencanaan bisnis ditambah 10% dari keadaan faktual yaitu sebanyak 38.500 ekor dari 90% hasil penebaran sebanyak 34.650 ekor. Dari rencana tersebut didapatkan hasil penerimaan sebanyak Rp. 569.992.500 dalam satu tahun. Perhitungan penerimaan dapat dilihat pada lampiran 20.

b. R/C Ratio

Bertambahnya total penerimaan dan biaya produksi, maka akan mengakibatkan nilai R/C ratio juga bertambah. Sehingga akan diperoleh nilai R/C ratio sebesar 2,89 perencanaan bisnis dapat dikatakan menguntungkan, karena nilai R/C ratio yang dihasilkan melebihi 1 sesuai dengan kriteria R/C ratio. Perhitungan dapat dilihat pada lampiran 20.

c. Keuntungan

Penerimaan dan total biaya yang bertambah, mempengaruhi jumlah penerimaan yang diperoleh. Keuntungan yang akan dihasilkan pada perencanaan bisnis ini sebesar Rp. 372.876.875 perhitungan besarnya keuntungan dapat dilihat pada lampiran 20.

d. Rentabilitas

Besarnya modal kerja yang direncanakan serta keuntungan yang akan dihasilkan. Maka rentabilitas yang akan dihasilkan juga bertambah. Modal kerja pada perencanaan bisnis ini adalah sebesar Rp. 179.115.625 dengan keuntungan yang dihasilkan sebesar Rp.372.876.875 maka rentabilitas yang akan didapatkan adalah sebesar 189,16%. Artinya, perencanaan bisnis ini akan menghasilkan keuntungan sebesar 189,16% dari modal kerja yang dikeluarkan. Perhitungan besarnya keuntungan dapat dilihat pada lampiran 21.

e. Break Even Poin (BEP)

Analisis perhitungan *Break Even Point* (BEP) pada usaha pembesaran ikan koi dalam perencanaan bisnis ditambah 10% mengalami penurunan harga dan unit yang dikeluarkan. BEP total didapat hasil sebesar Rp. 107.244.531, sedangkan untuk hasil BEP sales mix adalah sebagai berikut:

- Grade A harus menghasilkan ikan sebanyak 1.850 ekor dengan harga per ekor Rp. 40.000 dan hasil penjualan Rp. 73.998.726
- Grade B harus menghasilkan ikan sebanyak 2.574 ekor dengan harga per ekor Rp. 10.000 dan hasil penjualan Rp. 25.738.687

- Grade C harus menghasilkan ikan sebanyak 7.661 ekor dengan harga per ekor Rp. 7.000 dan hasil penjualan Rp. 53.622.265 (Perhitungan besarnya keuntungan dapat dilihat pada lampiran 20).

5.7.1.2 Analisis Finansial Jangka Panjang

Perkiraan benefit (*cash in flow*) dan perkiraan biaya (*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 2017 – 2026. Tidak adanya pengaruh pada modal tetap dari keadaan faktual maka kenaikan nilai peralatan setiap tahunnya 1% tetap tidak ada perubahan sebesar Rp. 298.475.000 Untuk penjelasan biaya yang dikeluarkan pada penambahan investasi mulai tahun 2017 – 2026 dapat dilihat pada lampiran 9.

b. Net Present Value (NPV)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai NPV yang dihasilkan adalah sebesar Rp. 1.969.438.263 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. 2.280.071.701 hasil tersebut lebih dari 0 bahkan melebihi NPV dari keadaan faktual yang ada. Rincian perhitungan NPV pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 21.

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

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai net B/C yang dihasilkan adalah sebesar 10,78 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 sebesar 12.32 hasil hal tersebut lebih dari 1 bahkan melebihi Net B/C dari keadaan faktual. Berarti perencanaan bisnis yang diusulkan lebih layak daripada keadaan faktual yang ada. Rician perhitungan Net B/C pada keadaan normal dapat dilihat pada lampiran 21.

d. Internal Rate of Return (IRR)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai IRR yang dihasilkan adalah sebesar 163% 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 6,75%. Sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan, nilai IRR dalam keadaan normal dihasilkan 185% hasil tersebut lebih dari nilai tingkat suku bunga yang ditetapkan, yaitu 6,75% 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 21.

e. Payback Periode (PP)

Berdasarkan keadaan faktual yang ada, nilai PP yang dihasilkan adalah sebesar 0,61 artinya bahwa jangka waktu yang dibutuhkan agar modal yang diinvestasikan dapat kembali adalah selama 0,61 tahun. Sedangkan dalam perencanaan bisnis yang diusulkan, nilai PP dalam keadaan normal dihasilkan sebesar 0,54, 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 21.

5.7.2 Aspek Manajemen

Aspek manajemen pada perencanaan bisnis ini meliputi Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pergerakan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*).

5.7.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Berdasarkan keadaan faktual, aspek finansial 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 pembelian 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. Menyediakan vitamin dan obat – obatan dan menambah nutrisi pakan agar kualitas ikan terjaga dan lebih baik.

5.7.2.2 Pengorganisasian (*organizing*)

Tidak ada perubahan pengorganisasian pada aspek manajemen di perencanaan bisnis ini. Pengorganisasian pada usaha pembesaran ikan koi ini masih belum terlaksana dengan baik dikarenakan pemilik sekaligus pimpinan usaha masih mengerjakan sendiri usahanya yang hanya dibantu oleh istrinya dan 1 orang tenaga kerja. Namun ada tenaga kerja lepas tangan yang digunakan untuk membantu pada saat – saat tertentu seperti pada saat pemanenan dan persiapan kolam.

5.7.2.3 Pergerakan (*Actuating*)

Pelaksanaan atau pergerakan pada perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi ini tidak terjadi perubahan. Tetap dilakukan oleh pemilik usaha beserta istri dan 1 orang pekerjanya seperti penebaran benih, pemberian pakan, penyortiran ikan, pengendalian hama dan penyakit. Namun pemilik usaha biasanya menggunakan tenaga borongan pada saat persiapan kolam dan juga pemanenan, karena pemilik usaha tidak mampu mengerjakannya sendiri.

5.7.2.4 Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan yang dilakukan tidak terjadi perubahan terhadap usaha pembesaran ikan koi. Pengawasan yang dilakukan pada usaha ini antara lain adalah pengawasan pada pengendalian hama dan penyakit, kualitas air pada kolam, dan bangunan kolam apakah terjadi kebocoran atau tidak. Pengawasan selanjutnya adalah melihat jumlah produksi ikan setiap pertumbuhannya sesuai pada tahap penyortiran. Dalam pembukuan keuangan tidak ada pencatatan khusus sehingga kurang bisa mengetahui kondisi keuangan usaha seperti pengeluaran yang dikeluarkan setiap bulannya untuk usaha dan apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau kerugian.

5.7.3 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dalam perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi ini meliputi permintaan dan saluran pemasaran.

5.7.3.1 Permintaan

Perencanaan bisnis pada usaha ini tidak merubah permintaan terhadap ikan koi pada usaha milik bapak Aris Yudi yang semakin tahun semakin meningkat. Dilihat dari perkembangan setiap siklus pemanenan dan permintaan terhadap ikan koi yang 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 diikuti pada lomba kontes ikan koi yang setiap tahunnya ada event tertentu di seluruh Indonesia.

5.7.3.2 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dalam perencanaan bisnis usaha pembesaran ikan koi ini yaitu dengan cara mengaktifkan kembali website milik kelompok Pranggang Koi Farm (PKF). Sehingga dapat memasarkan ikan koi secara langsung, melalui perantara website yang sudah dibuat oleh kelompok Pranggang Koi Farm (PKF). Saluran pemasaran ini memiliki tahap yang pendek, dimana hanya ada produsen dan konsumen. Saluran pemasaran yang sedemikian rupa merupakan pemasaran yang efisien.



Gambar 6. Webiste Pranggang Koi Farm (PKF)

5.8 Implikasi Hasil Penelitian Strategi Pengembangan Usaha Ikan Koi pada Pranggang Koi Farm “PKF” di Desa Pranggang

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

1. Aspek Teknis dalam usaha pembsaran ikan koi sudah berjalan dengan baik meskipun ada sedikit perbedaan dengan litelatur. Dimana pada litelatur disebutkan bahwa pada pembesaran ikan koi seharusnya menggunakan air yang mengalir dengan menggunakan aerator dan bak filter, tapi pada usaha pembesaran ikan koi ini hanya memanfaatkan aliran air sungai dan air yang bersumber dari kolam yang tidak pernah kering. Selain itu dengann penataan kolam yang baik air dapat tetap mengalir dengan lancar.proses tersebut dapat meminimalkan biaya pada usaha tersebut.
2. Aspek manajemen memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dan terstruktur guna kelancaran usaha. Hal tersebut dapat dilakukan melalui pencatatan transaksi keuangan, sehingga setiap permintaan dan pengeluaran tercatat dengan jelas. Pencatatan keuangan akan sangat membantu dalam mengetahui penerimaan dan pengeluaran yang dilakukan dalam usaha ini. Dari pencatatan keuangan pemilik juga dapat mengetahui apakah usaha tersebut mengalami keuntungan atau kerugian secara terlulis dan terperinci.
3. Pada aspek pemasaran, strategi pemasaran dengan menghasilkan ikan koi yang berkualitas baik dilakukan dengan cara menjual ke konsumen langsung atau ke pengepul yang sudah berkerjasama dengan baik. Proses pemsaran secara langsung tanpa mengeluarkan biaya transportasi apabila ikan dibeli oleh pengepul akan sangat menguntungkan bagi produsen. Penerapan harga

berdasarkan grade atau kualitas ikan koi dan harga dipasaran. Sistem pembayaran dapat dilakukan secara langsung maupun transfer dari bank.

4. Aspek finansial pada usaha pembesaran ikan koi sudah dikatakan layak hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai R/C Ratio > 1 yaitu sebesar 2,74 dan nilai rentabilitas diperoleh 174%, yang artinya setiap penambahan biaya sebesar Rp. 100 maka akan dihasilkan keuntungan sebesar Rp. 174. Namun untuk meningkatkan pendapatan pembesaran ikan koi ini diperlukan penambahan jumlah produksi karena kolam, sarana dan prasarana yang ada masih dapat dimaksimalkan untuk penambahan jumlah produksi.
5. Pada diagram analisis SWOT terdapat strategi pengembangan usaha menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang diterapkan dengan mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.
6. Pada perencanaan pengembangan finansial jangka panjang selama 10 tahun usaha pembesaran ikan koi dikatakan layak dijalankan. Hal tersebut bisa dilihat dari nilai NPV > 0 , Net B/C > 1 , dan IRR $>$ suku bunga bank yang ditentukan yaitu 6,75% jadi hal tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk perencanaan pengembangan usaha pembesaran ikan koi agar kedepannya terus mengalami peningkatan.
7. Perencanaan bisnis pada pembesaran ikan koi dapat dilihat pada aspek finansial dengan menambah jumlah benih ikan koi dan pakan sebesar 10%. Aspek pemasaran yaitu dengan mengaktifkan kembali website Pranggang Koi Farm. Aspek manajemen yaitu dengan membenahi struktur administrasi keuangan pada usaha pembesaran ikan koi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada penelitian tentang Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi Pada Pranggang Koi Farm (PKF) Di Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek Teknis usaha pembesaran ikan koi ini sudah berjalan dengan baik dan sesuai prosedur pembesaran ikan koi dimulai dari persiapan kolam hingga pemanenan. Hal ini dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang juga menunjang pembesaran ikan koi. Pada usaha pembesaran ikan koi menggunakan kolam tradisional yang berjumlah 17 untuk ukuran 20 x 20 m dan 10 x 20 sebanyak 11 kolam. Aspek manajemen pada usaha ini bersifat sederhana dengan struktur organisasi model garis yang di pimpin langsung dan dijalankan langsung oleh pemilik usaha. Aspek pemasaran mengalami sedikit kekurangan pada bagian promosi. Dilihat dari aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang usaha ini dapat dikatakan layak dimana didapatkan R/C Ratio sebesar 2,74 dan keuntungan Rp. 329.159.375. Sedangkan Net B/C didapatkan hasil 10,78 yang jauh lebih besar dari 1.
2. Hasil Analisis SWOT diperoleh skor dari faktor internal kekuatan 1,46 dan kelemahan 1,05. Sedangkan pada faktor eksternal kelemahan diperoleh peluang 1,65 dan ancaman 1,44. Sehingga pada diagram SWOT didapatkan pada kuadran 1 yaitu mendukung strategi agresif karena kekuatan dan peluang lebih dominan

dalam usaha ini sehingga pemilik harus mengembangkan usahanya dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

3. Perencanaan bisnis pada usaha pembesaran ikan koi ini pada aspek teknis adalah dengan menambah jumlah beih ikan koi dan pakan ikan koi sebesar 10%. Pada aspek manajemen dan aspek pemasaran sudah dilakukan dengan baik hanya penambahan promosi pada aspek pemasaran dengan mengaktifkan kembali web PKF. Untuk perencanaan aspek Finansial dengan kenaikan jumlah benih dan jumlah pakan sebesar 10% didapatkan R/C Ratio sebesar 2,98, keuntungan Rp. 372.876.875 untuk analisis jangka pendek. sedangkan untuk analisis jangka panjang didapatkan NPV sebesar Rp. 2.280.071.701, Net B/C 12,32, IRR 185% dan PP 0,54 tahun.

6.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada Pranggang Koi Farm (PKF) di Desa Pranggang, Kecamatan Plososklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur adalah sebagai berikut:

1. Pada usaha pembesaran ikan koi milik bapak Aris Yudi harus lebih meningkatkan mutu dan kualitas ikan agar usaha dapat berjalan lebih baik dengan cara peningkatan sumberdaya manusia dan penambahan nutrisi pada pakan.
2. Pemerintah harus lebih mengawasi industri menengah dengan memberikan pelatihan maupun bantuan secara langsung untuk meningkatkan produksi dan juga kualitas ikan koi, sehingga dapat meningkatkan potensi dan perekonomian daerah di Kabupaten Kediri.

3. Masyarakat harus lebih belajar untuk memanfaatkan sumberdaya alam yang melimpah. Sehingga dapat memaksimalkan potensi sumberdaya alam dan meningkatkan pendapatan.
4. Peneliti harus dapat lebih mengerti dan memahami informasi dan data yang diperoleh pada penelitian ini agar dapat bermanfaat. Selain itu juga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengembangan usaha pada komoditi lain.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, Bambang. 2014. Perencanaan Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur. Skripsi. FPIK UB. Malang
- Arifin, Johar. 2007. Aplikasi Exel Untuk Perencanaan Bisnis (Bussiness Plan) PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Bachtiar, Yusuf. 2002. Mencemerlangkan Ikan Koi. Agromedia Pustaka. Depok
- Dayat, Muhammad dan Sitanggang. 2004. Budidaya Koi Blitar Pengalaman dari Cianjur. PT. Agro Media Pustaka. Depok
- Djunaedi, Achmad. 2012. Metode Permodelan dalam Penelitian Arsitektural dan Perencanaan. Magister Perencanaan Kota dan Daerah. Fakultas Teknik. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Effendy, Hersanto. 2003. Mengenal Beberapa Jenis Koi. Penerbit Kanisius. Yogyakarta
- Fransisca Easter & Hendra. 2010. Panduan Praktis Memelihara Koi. PT Agromedia Pustaka. Depok
- Handoko, T. Hani. 2003. Manajemen. BPFE – YOGYAKARTA. Yogyakarta
- Hasibuhan, Malayu S.P. 2014. Manajemen : Dasar, Penegertian dan Masalah. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Kamsir dan Jakfar. 2008. Studi Kelayakan Bisnis. Perintis Media. Jakarta
- Kementrian Kelautan Perikanan. 2016. Minapolitan Budidaya. Semilir kkp.go.id/index.php/arsip. Diakses pada tanggal 21 Januari 2016 pukul 09.00 WIB

Kham, M. Maulana, Tsabit. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Koi (*Cyprinus carpio*) Pada UD "MATA IKAN" di Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Skripsi. FPIK – UB

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.

Mardialis. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara. Jakarta

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

Primyastanto, Mimit. 2011. *Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi dan Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan)*. UB Press. Malang.

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

Rahardi, F. 1997. *Agribisnis Perikanan*. Penebar Swadaya. Jakarta

Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Riyanto, Bambang. 2010. *Daasar – Dasar Pembelajaran Perusahaan*. BPFE – YOGYAKARTA. Yogyakarta

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

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

Sidarta, 1974. *Pengantar Marketing Coresspondence Center*. Direktorat Jendral Perikanan. Jakarta

Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. 1987. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan). Jakarta

Soekartawi. 1995. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Universitas Brawijaya. Malang

Stanton, W. J. 1996. Prinsip Pemasaran. Edisi VII. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Subagyo, Ahmad. 2007. Study Kelayakan. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta

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

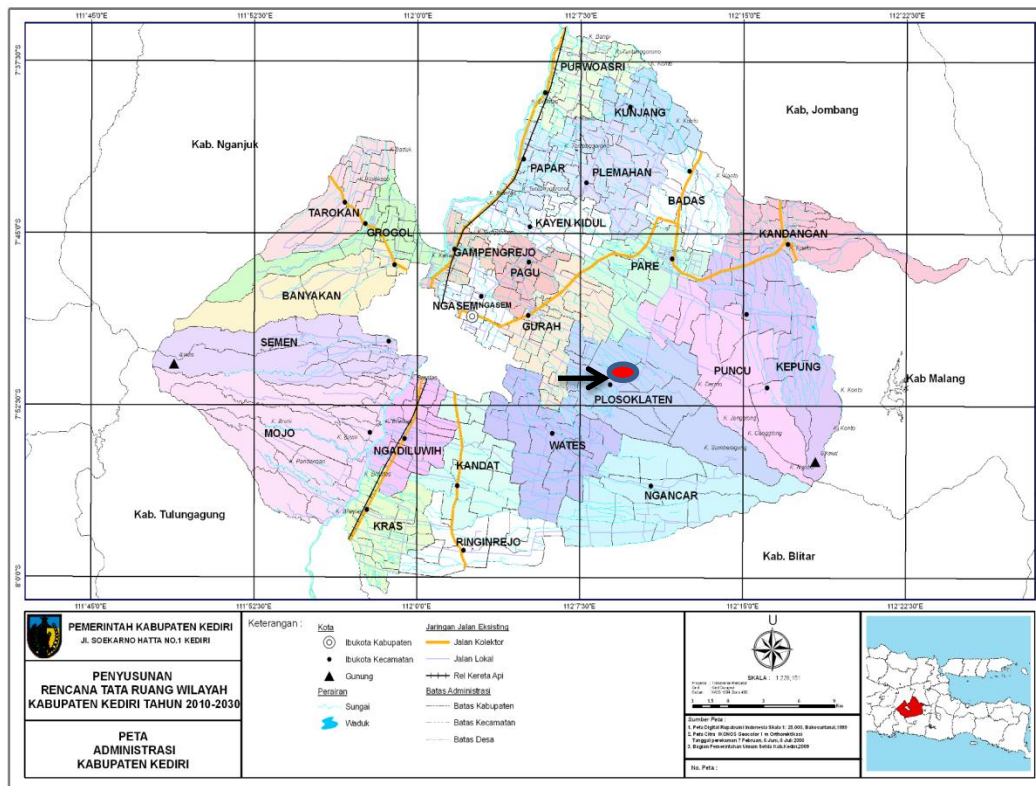
Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Andi. Yogyakarta

Tiana Agnes Denbie dan Muhartanto. 2004. Membedah Rahasia Sukses Memelihara Koi. PT. AgromediaPustaka. Depok

Umar, Husein. 1997. Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Alfabeta. Bandung



LAMPIRAN 1. Peta Lokasi Penelitian Skripsi



Sumber : www.eastjava.com, 2016

LAMPIRAN 2. Modal Investasi

No	Bentuk Modal Investasi	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/unit)	Umur Teknis (tahun)	Harga Total (Rp)	Nilai Penyusutan Rp / Thn
1.	Bangunan Kolam Besar	17	3.000.000	5	51.000.000	4.250.000
2.	Bangunan Kolam Kecil	11	2.000.000	5	22.000.000	1.833.333
3.	Jaring	5	120.000	3	600.000	50.000
4.	Serit	6	360.000	3	2.160.000	180.000
5.	Timbangan kecil	2	450.000	5	900.000	75.000
6.	Timbangan Besar	1	2.220.000	5	2.220.000	185.000
7.	Ember Besar	5	90.000	3	450.000	37.500
8.	Ember Kecil	10	35.000	3	350.000	29.167
9.	Seser Kecil	5	20.000	3	100.000	8.333
10.	Seser Besar	3	50.000	3	150.000	12.500
11.	Timba	4	50.000	3	200.000	16.667
12.	Aerator Besar	3	70.000	5	210.000	17.500
13.	Aerator Kecil	5	40.000	5	200.000	16.667
14.	Bak sortir	5	35.000	3	175.000	14.583
15.	Pompa air Kecil	3	700.000	10	2.100.000	175.000
16.	Pompa Air Besar	1	3.100.000	10	3.100.000	258.333
17.	Pipa Air	12	200.000	10	2.400.000	200.000
18.	Transportasi (kendaraan motor + mobil)	1	110.000.000	10	110.000.000	9.166.667
19.	Sabit	1	25.000	5	25.000	2.083

20.	Cangkul	2	100.000	5	200.000	16.667
21	Selang Aerator (B)	7	50.000	5	350.000	29.167
22.	Selang Aerator (K)	5	20.000	5	100.000	8.333
23.	Tabung Gas	4	600.000	5	2.400.000	200.000
Jumlah					201.390.000	16.782.500



LAMPIRAN 3. Modal Lancar

No	Modal Lancar	Jumlah (unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Harga Siklus (3bln)	Harga Siklus (1thn)
1.	Pakan (Sak)	50	300.000	15.000.000	60.000.000
2.	Probiotik (botol)	28	35.000	980.000	3.920.000
3.	Kantong Plastik	3	110.000	330.000	1.320.000
4.	Karet (Kg)	3	30.000	90.000	360.000
5.	Listrik (Per Bulan)	1	300.000	300.000	1.200.000
6.	Telepon	1	600.000	600.000	2.400.000
7.	Upah Tenaga Kerja	4	75.000	300.000	1.200.000
8.	Oksigen	3	300.000	900.000	3.600.000
9.	Kapur Bagunan	30	5.000	150.000	600.000
10.	Bahan Bakar	1	500.000	500.000	2.000.000
11.	Benih Ikan Koi	35.000	150	5.250.000	21.000.000
12.	Pupuk	23	35.000	805.000	3.220.000
13.	Obat - Obatan	1	600.000	600.000	2.400.000
Total			2.890.150	25.805.000	103.220.000

LAMPIRAN 4. Modal Kerja

No	Modal Lancar	Jumlah (unit)	Harga (Rp/Unit/Siklus)	Harga Siklus (3bln)	Harga Siklus (1thn)
1.	Pakan (Sak)	50	300.000	15.000.000	60.000.000
2.	Probiotik (botol)	28	35.000	980.000	3.920.000
3.	Kantong Plastik	3	110.000	330.000	1.320.000
4.	Karet (Kg)	3	30.000	90.000	360.000
5.	Listrik (Per Bulan)	1	300.000	300.000	1.200.000
6.	Telepon	1	600.000	600.000	2.400.000
7.	Upah Tenaga Kerja	4	75.000	300.000	1.200.000
8.	Oksigen	3	300.000	900.000	3.600.000
9.	Kapur Bagunan	30	5.000	150.000	600.000
10.	Bahan Bakar	1	500.000	500.000	2.000.000
11.	Benih Ikan Koi	35.000	150	5.250.000	21.000.000
12.	Pupuk	23	35.000	805.000	3.220.000
13.	Obat - Obatan	1	600.000	600.000	2.400.000
14.	Penyusutan (thn)				4.195.625
15.	Sewa Tanah				60.000.000
16.	PBB				600.000
17.	Perawatan				3.000.000
18.	Upah TK				18.000.000
Jumlah			2.890.150	25.805.000	189.015.625

LAMPIRAN 5. Biaya Tetap

No.	Komponen Biaya Tetap	Nilai (Rp. / Thn)
1.	Penyusutan	4.195.625
2.	Tanah (Sewa)	60.000.000
3.	PBB	600.000
4.	Perawatan	3.000.000
5.	Upah Tenaga Kerja (3 orang dengan gaji per hari Rp 50.000)	18.000.000
Jumlah		85.795.625



LAMPIRAN 6. Biaya Tidak Tetap

No.	Komponen Biaya Variabel	Jumlah	Harga (Rp)	Harga Total per 3 Bln	Harga Total Per Tahun
1.	Benih ikan koi (ekor)	35.000	150	5.250.000	21.000.000
2.	Oksigen	3	300.000	900.000	3.600.000
3.	Transportasi (bahan bakar)	1	500.000	500.000	2.000.000
4.	Pakan (sak/siklus)	50	300.000	15.000.000	60.000.000
5.	Probiotik/obat	28	35.000	980.000	3.920.000
6.	Listrik	1	300.000	300.000	1.200.000
7.	Obat	1	600.000	600.000	2.400.000
8.	Kapur bangunan	30	5.000	150.000	600.000
9.	Kantong Plastik	3	110.000	330.000	1.320.000
10.	Telepon	1	600.000	600.000	2.400.000
11.	Pupuk (karung)	23	35.000	805.000	3.220.000
12.	Upah TK Borongan (hari)	4	75.000	300.000	1.200.000
13.	Karet	3	30.000	90.000	360.000
Jumlah				25.805.000	103.220.000

LAMPIRAN 7. Penerimaan

No.	Jenis / Grade	Jumlah (ekor)	Harga Satuan (Rp.)	Harga Total (Rp.)
1.	Grade A	7.875	40.000	315.000.000
2.	Grade B	12.600	10.000	126.000.000
3.	Grade C	11.025	7.000	77.175.000
Total Penerimaan		31.500		518.175.000

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



LAMPIRAN 8. Perhitungan Analisis Jangka Pendek Usaha Pembesarn Ikan Koi

NO	Perhitungan	Uraian Perhitungan
1	Penerimaan	$TR = 518.175.000$
2	Biaya Tetap	$Rp. 85.795.625$
3	Biaya Tidak Tetap	$Rp 103.220.000$
4	Total Cost	$\textbf{Total Cost (TC)}$ $= \textbf{Total Biaya Tetap} + \textbf{Total Biaya Variabel}$ $= Rp 85.795.625 + Rp 103.220.000$ $= Rp 189.015.625$
5	R/C Ratio	$\frac{R}{C} \text{ Ratio} = \frac{\textbf{TotalRevenue}}{\textbf{TotalCost}}$ $= \frac{Rp518.175.000}{Rp. 189.015.625}$ $= 2,74$
6	Keuntungan	$\textbf{Keuntungan (\pi)}$ $= \textbf{Total Penerimaan (TR)} - \textbf{Biaya Total (TC)}$ $= Rp. 518.175.000 - Rp 189.015.625$ $= \textbf{Rp 329.159.375}$
7	Rentabilitas	$\textbf{Rentabilitas} = \frac{\textbf{Keuntungan}}{\textbf{Modal Kerja}} \times 100\%$ $= \frac{Rp. 329.159.375}{Rp. 189.015.625} \times 100\% = 174\%$
6.	BEP	Perbandingan Sales Mix Grade A : Grade B : Grade C $315.000.000 : 126.000.000 : 77.175.000$ $6,3 : 2,25 : 1,5$ BEP Sales Total Mix $\textbf{BEP sales total mix} = \frac{FC}{1-VC/S}$ $\textbf{BEP} = \frac{85.795.625}{1 - 103.220.000/518.175.000}$ $= \frac{85.795.625}{1-0,1}$ $= \textbf{Rp 95.328.472}$ BEP Grade A

	$BEP\ Sales = \frac{A}{Jumlah\ Penerimaan} \times BEP\ Sales\ Total\ Mix$ $= \frac{6,3}{10,05} \times 95.328.472$ $= 0,63 \times 95.328.472$ $= Rp. 60.056.937$ $BEP\ Unit = \frac{BEP\ Sales\ Grade\ A}{P1}$ $= \frac{60.056.937}{40.000}$ $= 1501\ ekor$ BEP Grade B $BEP\ Sales = \frac{B}{Jumlah\ Penerimaan} \times BEP\ Sales\ Total\ Mix$ $= \frac{2,25}{10,05} \times 95.328.472$ $= 0,22 \times 95.328.472$ $= Rp\ 20.972.263$ $BEP\ Unit = \frac{BEP\ Sales\ Grade\ B}{P2}$ $= \frac{20.972.263}{10.000}$ $= 2.097\ ekor$ BEP Grade C $BEP\ Sales = \frac{C}{Jumlah\ Penerimaan} \times BEP\ Sales\ Total\ Mix$ $= \frac{1,5}{10,05} \times 95.328.472$ $= 0,15 \times 95.328.472$ $= Rp. 14.299.270$ $BEP\ Unit = \frac{BEP\ Sales\ Grade\ C}{P1}$ $= \frac{14.299.270}{7.000}$ $= 2.042\ ekor$
--	---

LAMPIRAN 9. Re-investasi tahun 2017 – 2026

No	Bentuk Modal Investasi	Jumlah	Harga (Rp/unit)	Umur Teknis (tahun)	Harga Total (Rp)	Nilai Penyusutan		Nilai Kenaikan Tahun Penambahan Pengadaan Investasi Tetap												Sisa Umur Teknis	Nilai Sisa (Rp)
		(Unit)				Rp / Thn	Rp / 3 bln	1% 2017 (t1)	2018 (t2)	2019 (t3)	2020 (t4)	2021 (t5)	2022 (t6)	2023 (t7)	2024 (t8)	2025 (t9)	2026 (t10)				
1.	Bangunan Kolam Besar	17	3.000.000	5	51.000.000	4.250.000	1.082.500	510.000						51.000.000					51.000.000	-	-
2.	Bangunan Kolam Kecil	11	2.000.000	5	22.000.000	1.833.333	458.333	220.000						22.000.000					22.000.000	-	-
3.	Jaring	5	120.000	3	600.000	50.000	12.500	6.000			600.000			600.000			600.000		1	200.000	
4.	Serit	6	380.000	3	2.160.000	180.000	45.000	21.600			2.160.000			2.160.000			2.160.000		1	720.000	
5.	Timbangan kecil	2	450.000	5	900.000	75.000	18.750	9.000						900.000				900.000	-	-	
6.	Timbangan Besar	1	2.220.000	5	2.220.000	185.000	46.250	22.200						2.220.000				2.220.000	-	-	
7.	Ember Besar	5	90.000	3	450.000	37.500	9.375	4.500			450.000			450.000			450.000		1	150.000	
8.	Ember Kecil	10	35.000	3	350.000	29.167	7.292	3.500			350.000			350.000			350.000		1	116.667	
9.	Seser Kecil	5	20.000	3	100.000	8.333	2.083	1.000			150.000			100.000			100.000		1	33.333	
10.	Seser Besar	3	50.000	3	150.000	12.500	3.125	1.500			200.000			150.000			150.000		1	50.000	
11.	Timba	4	50.000	3	200.000	16.667	4.167	2.000			210.000			200.000			200.000		1	66.667	
12.	Aerator Besar	3	70.000	5	210.000	17.500	4.375	2.100					210.000					210.000	-	-	
13.	Aerator Kecil	5	40.000	5	200.000	16.667	4.167	2.000					200.000					200.000	-	-	
14.	Bak sortir	5	35.000	3	175.000	14.583	3.646	1.750			175.000			175.000			175.000		1	58.333	
15.	Pompa air Kecil	3	700.000	10	2.100.000	175.000	43.750	21.000										2.100.000	-	-	
16.	Pompa Air Besar	1	3.100.000	10	3.100.000	258.333	64.583	31.000										3.100.000	-	-	
17.	Pipa Air	12	200.000	10	2.400.000	200.000	50.000	24.000										2.400.000	-	-	
18.	Transportasi (kendaraan motor + mobil)	1	110.000.000	10	110.000.000	9.166.667	2.291.667	1.100.000										110.000.000	-	-	
19.	Sabit	1	25.000	5	25.000	2.083	521	250						25.000				25.000	-	-	
20.	Cangkul	2	100.000	5	200.000	16.667	4.167	2.000						200.000				200.000	-	-	
21.	Selang Aerator (B)	7	50.000	5	350.000	29.167	7.292	3.500						350.000				350.000	-	-	
22.	Selang Aerator (K)	5	20.000	5	100.000	8.333	2.083	1.000						100.000				100.000	-	-	
23.	Tabung Gas	4	600.000	5	2.400.000	200.000	50.000	24.000						2.400.000				2.400.000	-	-	
	Jumlah				201.390.000	16.782.500	4.195.625	2.013.900	-	-	4.295.000	-	79.605.000	4.185.000	-	-	4.185.000	197.205.000		1.395.000	
											Re - Inves	289.475.000									

NORMAL

[illegible]

12. Perencanaan Finansial Jangka Panjang dengan Asumsi Biaya Naik 73,3% dan Benefit Turun 26,8%

Dari	189.015.625	Menjadi		327.564.078
Dari	518.175.000	Menjadi		379.304.100

TAHUN KE									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1,00	0,94	0,88	0,82	0,77	0,72	0,68	0,63	0,59	0,
	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.1
	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.1
	355.320.000	332.852.459	311.805.582	292.089.538	273.620.176	256.318.666	240.111.163	224.928.490	210.705.8
201.390.000									
	0	0	4.295.000	0	79.605.000	4.185.000	0	0	4.185.0
	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.0
201.390.000	327.564.078	327.564.078	331.859.078	327.564.078	407.169.078	331.749.078	327.564.078	327.564.078	331.749.0
201.390.000	306.851.595	287.448.801	272.803.571	252.246.259	293.721.252	224.182.869	207.358.138	194.246.499	184.288.7
-201.390.000	51.740.022	51.740.022	47.445.022	51.740.022	-27.864.978	47.555.022	51.740.022	51.740.022	47.555.0
-201.390.000	48.468.405	45.403.658	39.002.011	39.843.279	-20.101.075	32.135.798	32.753.025	30.681.991	26.417.1
-1.757.024,0638415	> 0 (layak)								
0,99	> 1 (layak)								
6,4%	> 12% suku bunga deposito (layak)								
3,89	lama waktu pengembalian Investasi								

Biaya Naik		Dari		189.015.625		Menjadi		327.564.078		73,30%		
Benefit Turun		Dari		518.175.000		Menjadi		379.304.100		26,80%		
NO	URAIAN	TAHUN KE										
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0,0675	Df (6,75%)	1,00	0,94	0,88	0,82	0,77	0,72	0,68	0,63	0,59	0,56	0,52
i	Inflow (Benefit)											
	Hasil Penjualan		379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100
	Nilai Sisa											1.395.000
	Gross Benefit(A)		379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	379.304.100	380.699.100
	PVGB		355.320.000	332.852.459	311.805.582	292.089.538	273.620.176	256.318.666	240.111.163	224.928.490	210.705.845	198.108.456
	Jumlah PVGB											2.695.860.377
ii	Outflow(Cost)											
	Investasi Awal	201.390.000										
	Penambahan Investasi		0	0	4.295.000	0	79.605.000	4.185.000	0	0	4.185.000	197.205.000
	Biaya Operasional		327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078	327.564.078
	Gross Cost (B)	201.390.000	327.564.078	327.564.078	331.859.078	327.564.078	407.169.078	331.749.078	327.564.078	327.564.078	331.749.078	524.769.078
	PVGC	201.390.000	306.851.595	287.448.801	272.803.571	252.246.259	293.721.252	224.182.869	207.358.138	194.246.499	184.288.728	273.079.689
	Jumlah PVGC											2.697.617.401
	Net Benefit (A-B)	-201.390.000	51.740.022	51.740.022	47.445.022	51.740.022	-27.864.978	47.555.022	51.740.022	51.740.022	47.555.022	-144.069.978
	PVNB	-201.390.000	48.468.405	45.403.658	39.002.011	39.843.279	-20.101.075	32.135.798	32.753.025	30.681.991	26.417.118	-74.971.233
iii	NPV	-1.757.024,0638415	> 0 (layak)									
iv	Net B/C	0,99	> 1 (layak)									
v	IRR	6,4%	> 12% suku bunga deposito (layak)									
vi	PP	3,89	lama waktu pengembalian Investasi									

LAMPIRAN 20. Perhitungan Analisis Jangka Pendek Usaha Pembesarn Ikan Koi dengan kenaikan jumlah benih da pakan 10%

No	Perhitungan	Uraian Perhitungan
1	Penerimaan	$TR = 569.992.500$
2	Biaya Tetap	$Rp. 85.795.625$
3	Biaya Tidak Tetap	$Rp 111.320.000$
4	Total Cost	$\textbf{Total Cost (TC)}$ $= \textbf{Total Biaya Tetap} + \textbf{Total Biaya Variabel}$ $= Rp 85.795.625 + Rp 111.320.000$ $= Rp 197.115.625$
5	R/C Ratio	$\frac{R}{C} \text{ Ratio} = \frac{\textbf{TotalRevenue}}{\textbf{TotalCost}}$ $= \frac{Rp569.992.500}{Rp. 197.115.625}$ $= 2,89$
6	Keuntungan	$\textbf{Keuntungan} (\pi)$ $= \textbf{Total Penerimaan (TR)} - \textbf{Biaya Total (TC)}$ $= Rp. 569.992.500 - Rp 197.115.625$ $= Rp 372.876.875$
7	Rentabilitas	$\textbf{Rentabilitas} = \frac{\textbf{Keuntungan}}{\textbf{Modal Kerja}} \times 100\%$ $= \frac{Rp. 372.876.875}{Rp. 197.115.625} \times 100\% = 189,16\%$
6.	BEP	Perbandingan Sales Mix Grade A : Grade B : Grade C $346.500.000 : 138.600.000 : 84.892.500$ $7 : 2,8 : 1,7$ BEP Sales Total Mix $\textbf{BEP sales total mix} = \frac{FC}{1-VC/S}$ $\textbf{BEP} = \frac{85.795.625}{1-111.320.000/569.992.500}$ $= \frac{85.795.625}{1-0,2}$ $= Rp 107.244.531$ BEP Grade A $\textbf{BEP Sales} = \frac{A}{\textbf{Jumlah produksi}} \times \textbf{BEP Sales Total Mix}$ $= \frac{7}{11,5} \times 107.244.531$ $= 0,69 \times 107.244.531$ $= Rp. 73.998.726$

		$\text{BEP Unit} = \frac{\text{BEP Sales Grade A}}{P1}$ $= \frac{73.998.726}{40.000}$ $= 1850 \text{ ekor}$ BEP Grade B $\text{BEP Sales} = \frac{B}{\text{Jumlah produksi}} \times \text{BEP Sales Total Mix}$ $= \frac{2,8}{11,5} \times 107.244.531$ $= 0,24 \times 107.244.531$ $= \text{Rp } 25.738.687$ $\text{BEP Unit} = \frac{\text{BEP Sales Grade B}}{P2}$ $= \frac{25.738.687}{10.000}$ $= 2574 \text{ ekor}$ BEP Grade C $\text{BEP Sales} = \frac{C}{\text{Jumlah produksi}} \times \text{BEP Sales Total Mix}$ $= \frac{1,7}{11,5} \times 107.244.531$ $= 0,15 \times 107.244.531$ $= \text{Rp } 53.622.265$ $\text{BEP Unit} = \frac{\text{BEP Sales Grade C}}{P1}$ $= \frac{53.622.265}{7.000} = 7661 \text{ ekor}$
--	--	--

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

