

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

**ARTIKEL 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**

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

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

Oleh :
HANIK CAHYANINGRUM PUSPITASARI
NIM. 125080400111064



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

ARTIKEL SKRIPSI

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

Oleh:

HANIK CAHYANINGRUM PUSPITASARI
NIM. 125080400111064

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Agus Tjahjono, MS)
NIP. 19630820 198802 1 001

Tanggal : 15 AUG 2016

Dosen Pembimbing II



(Mochammad Fattah, S.Pi, M.Si)
NIP. 2015 0686 0513 1 001

Tanggal : 15 AUG 2016

Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK



(Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal : 15 AUG 2016

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

(Hanik Cahyaningrum Puspitasari¹, Agus Tjahjono² dan Mochammad Fattah³)

¹⁾ Mahasiswa SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

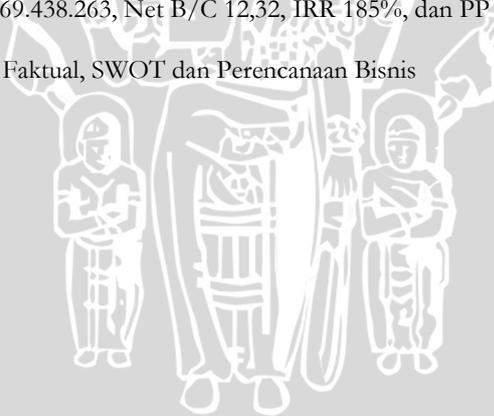
²⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

³⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

Abstrak

Ikan koi merupakan salah satu jenis ikan hias yang digemari masyarakat karena memiliki corak tubuh dan warna yang indah sehingga dapat memikat para konsumen. Selain perawatannya yang mudah, ikan koi juga merupakan ikan ekonomis tinggi. Salah satu usaha pembesaran ikan koi di Kediri adalah Pranggang Koi Farm, usaha ini bergerak dalam pembesaran ikan koi sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui kegiatan pembesaran dan strategi yang sudah direncanakan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan usaha pembesaran ikan koi dan memformulasi alternatif strategi yang sesuai dan dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pembesaran ikan koi. Metode yang digunakan yaitu deskriptif, jenis penelitian studi kasus, sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kuisioner. Hasil penelitian pada aspek teknis dilakukan secara terperinci dan terprosedur. Penelitian yang didapat pada aspek pemasaran yaitu permintaan ikan koi dari tahun ke tahun semakin meningkat, penetapan harga dilihat berdasarkan harga pasar dan biaya pembesaran ikan koi. Usaha ini memiliki 2 saluran pemasaran yang mempengaruhi margin pemasaran. Hasil Analisis SWOT yang didapatkan dari penelitian strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi berada di kuadran 1 yaitu strategi agresif yang mana kekuatan dan peluang lebih dominan. Perencanaan bisnis pada usaha ini adalah dengan meningkatkan pembelian bahan baku dan pakan sebesar 10%. Diperoleh keuntungan sebesar Rp. 372.876.875, NPV Rp 1.969.438.263, Net B/C 12,32, IRR 185%, dan PP selama 0,61 tahun.

Kata kunci : Kelayakan Bisnis Faktual, SWOT dan Perencanaan Bisnis



repository.ub.ac.id

DEVELOPMENT STRATEGY OF KOI FISH ENLARGEMENT ENTERPRISE ON "PRANGGANG KOI FARM" PRANGGANG VILLAGE, KEDIRI REGENCY, EAST JAVA

(Hanik Cahyaningrum Puspitasari¹, Agus Tjahjono² dan Mochammad Fattah³)

¹⁾ Student of SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

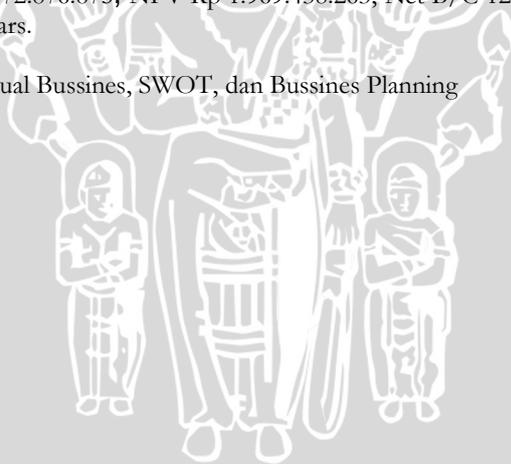
²⁾ Lecturer of SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

³⁾ Lecturer of SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

Abstract

Koi is one of favourite decorative fish among people's, because it has beautiful stripe and colour that can attract consumers. Beside it has easy treatment, koi fish is also include among high economic fish. One of the koi fish enlargement enterprise in Kediri is Pranggang Koi Farm. This enterprise engaged in the englargement koi fish so that researcher is interest to discover enlargement action and planned strategy. This research aims to discover factors which affect development of koi fish enlargement enterprise and formulated alternative strategy which suitable and can apply on enterprise development. Method of this research is descriptive, kind of research is case study, data sources are primary and secondary data. Kind of data in this research are quantitative and qualitative . Data collecting technique are used observation, interview, and questionnaire. Result of this research on technical aspect, researcher found that technical aspect performed with detailed and according to procedure. Another result from marketing aspect show that demand of koi fish are increase every years, determination of price based on market price and enlargement cost. This enterprise has 2 marketing channels that affect its marketing margin. The result of SWOT analysis obtained from research of development strategy of enlargement koi fish enterprise shows that, on quadrant 1 the proper strategy is agresive because strength and opportunity on this enterprise is dominant. Bussines planning of this enterprise are by increasing raw materials procurement and fodder in the amount of 10%. Obtained profit is Rp. 372.876.875, NPV Rp 1.969.438.263, Net B/C 12,32, IRR 185%, and PP during the process of 0,61 years.

Keywords : Feasibility of Factual Bussines, SWOT, dan Bussines Planning



PENDAHULUAN

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, 2016).

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian

keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan (Umar, 2005)

Menurut Rangkuti (2008), menyatakan bahwa perencanaan strategi adalah proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi – strategi yang bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi – kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Analisis SWOT adalah sebuah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakneses) dan sebuah ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan suatu perusahaan (Rangkuti, 2008).

Keadaan pasar ikan koi sampai saat ini untuk ekspor maupun 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 (KKP, 2016)

Keberadaan Pranggang Koi Farm (PKF) ini sangat penting untuk membantu para konsumen dalam mendapatkan ikan koi untuk kebutuhan ikan hias. Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha pada pembesaran ikan koi dalam kaitannya untuk meningkatkan pendapatan dan mengetahui pengeluaran dalam pengembangan usaha pembesaran ikan pada Pranggang Koi Farm, Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Selain itu, peneliti tertarik untuk mengetahui kelayakan usaha pada PKF mengenai aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen dan aspek finansil, strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi dan *business plan*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui agar pendapatan yang didapatkan sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan. Namun dalam suatu usaha sangatlah penting dalam melihat suatu perkembangan usaha tersebut, apakah usaha tersebut layak atau tidak layak, untuk itu peneliti melakukan sebuah penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha ikan koi yang baik pada PKF.

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kondisi faktual dari usaha pembesaran ikan koi pada PKF berdasarkan aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan aspek finansil. Untuk Menganalisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF. Menyusun perencanaan bisnis pengembangan usaha pembesaran ikan koi pada PKF.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2016 di Pranggang Koi Farm (PKF), yang berlokasi di Desa Pranggang, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah data mengenai sejarah berdirinya usaha ikan koi PKF, sarana pada usaha ikan koi di PKF. Jumlah produksi, harga, modal kerja, modal lancar, modal tetap, biaya tetap dan biaya tidak tetap pada usaha koi di PKF. Sistem pemasaran pada usaha pembesaran ikan koi dan fungsi-fungsi manajemen pada usaha pembesaran ikan koi. Analisis SWOT meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan koi yang diperoleh dari wawancara, kuesioner, dan observasi. Data sekunder yang digunakan adalah mengenai data keadaan umum lokasi penelitian dan keadaan umum usaha perikanan Kabupaten Kediri.

Analisis data kualitatif untuk mengetahui kelayakan bisnis secara faktual yang dilihat dari aspek teknis, pemasaran, dan aspek manajemen. Aspek finansil jangka pendek dan jangka panjang menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis data untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada PKF menggunakan analisis SWOT. Dan untuk mengetahui perencanaan bisnis pada PKF menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek – Aspek Kelayakan Bisnis secara Faktual

Aspek teknis pada usaha ini meliputi ketersediaan bahan baku dan pasar. Lokasi PKF juga mendukung dalam menjalankan usaha pembesaran ikan koi. Pengelolaan tenaga kerja baik, dengan fasilitas – fasilitas yang mendukung, dan bisa dikatakan bahwa dalam menjalankan aspek teknis telah dilakukan secara prosedur dan terperinci pada usaha ini.

Permintaan ikan koi dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Hal ini dapat dibuktikan bahwa pada usaha ini selalu mengalami peningkatan untuk permintaan ikan hias koi. Untuk itu diperlukan penanganan khusus agar dapat menghasilkan ikan koi yang berkualitas baik dan memiliki tingkat kematian yang rendah. Penetapan harga yang di tetapkan oleh usaha ini berdasarkan harga pasar ikan koi dan biaya yang dikeluarkan untuk pembesaran ikan koi.

Saluran pemasaran merupakan hal penting dalam menjalankan sebuah usaha hal ini dikarenakan agar produk yang dihasilkan dapat terdistribusi ke konsumen dengan cepat. Terdapat 2 saluran pemsaran pada usaha ini yaitu yang pertama adalah produsen langsung ke konsumen dan yang kedua adalah produsen ke pengepul dan diteruskan kepada konsumen.

Margin pemasaran untuk ikan koi Grade C didapatkan sebesar Rp. 3.000, Grade B sebesar Rp. 5.000. Grade A sebesar 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 diincar oleh konsumen kalangan atas dan memiliki harga

jual yang tinggi dibandingkan dengan grade ikan koi yang lain.

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).

Dalam usaha pembesaran ikan koi pada PKF perencanaan yang dilakukan meliputi perencanaan pada persiapan kolam, penebaran benih, pemberian pakan, penyortiran ikan, dan pemanenan, daerah pemasaran dan konsumen yang dituju. Pada fungsi organnisasi yang dilakukan pemilik usaha adalah mengelola semua bidang dari teknis hingga finansil, hal ini disebabkan pemilik usaha hanya mengandalkan 1 tenaga kerja. Sehingga sistem organisasi bersifat garis. Pada usaha pembesaran ikan koi ini pemilik melakukan pendekatan terhadap tenaga kerjanya dengan berkomunikasi baik, memberikan motivasi kerja seperti diberikannya bonus pada saat panen, memberikan pelatihann mengenai usaha pembesaran ikan koi. Tidak hanya dengan karyawan pemilik juga mampu menjalin hubungan baik kepada para pengepul dan konsumennya. Pengawasan yang dilakukan oleh pemilik adalah dengan cara setiap pagi dan sore hari 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.

Aspek finansial yang diperoleh dalam jangka pendek adalah modal tetap yang dipergunakan pada usaha ikan koi di PKF adalah sebesar Rp. 201.390.000,-, modal Lancar yang dipergunakan Rp. 103.220.000,-, modal Kerja yang dipergunakan sebesar Rp. 189.015.625,-. Biaya tetap sebesar Rp. Rp. 85.795.625, biaya tidak tetap sebesar Rp. 103.220.000. Total Penerimaan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan koi ini dalam waktu setahun adalah sebesar Rp 518.175.000,-. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) yang didapat dalam setahun adalah sebesar 2,74. Keuntungan yang diperoleh dalam waktu setahun adalah sebesar Rp. 329.159.375. Rentabilitas dalam waktu setahun adalah sebesar 174%. dengan BEP sales sebesar Rp. 559.052.380,-. Sehingga diperoleh BEP sales total mix sebesar Rp. 95.328.937 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.

Aspek finansial jangka panjang diperoleh Penambahan investasi pada usaha ikan koi di PKF milik bapak Aris Yudi 10 tahun sebesar Rp. 298.475.000,-. Nilai NPV didapatkan sebesar Rp. 1.969.438.263,-. IRR diperoleh

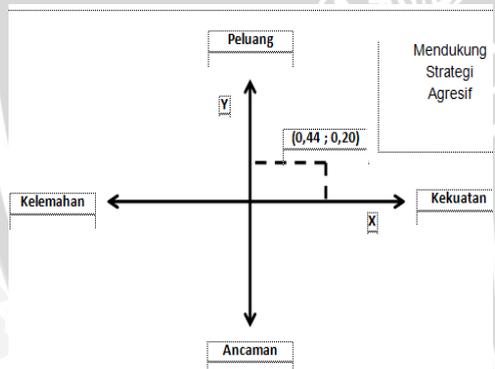
hasil sebesar 163%. *Net Benefit Cost Ratio* diperoleh hasil sebesar 10,78. analisis *Payback Period* diperoleh hasil sebesar 0,61 tahun. Pada analisis sensitivitas dengan asumsi biaya naik 45,90% dan benefit turun 36,80%, diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu Rp. - 1.950.426 sehingga dapat dikatakan NPV kurang dari 0. Kemudian nilai Net B/C yaitu 0,99 dan nilai IRR 6,3%. PP yang diperoleh adalah 3,89 tahun. Asumsi biaya naik 73,3% dan benefit turun 26,8%, diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu Rp. -1.727.024, 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. Asumsi biaya naik 146,8%, diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu Rp. - 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. Asumsi biaya benefit turun 53,55%, diperoleh hasil NPV yang bernilai negatif yaitu Rp. -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 koi pada asumsi ini dapat dikatakan tidak layak.

2. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Koi

Hasil Analisis SWOT yang didapatkan dari penelitian strategi pengembangan usaha ikan koi pada PKF, diperoleh skor dari kekuatan sebesar 1,46 dan kelemahan sebesar 1,02. Sedangkan untuk faktor eksternal diperoleh skor peluang sebesar 1,65 dan ancaman sebesar 1,45. untuk mengetahui posisi strategi pengembangan usaha ikan koi ini dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal.

- a. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Hasil nilai koordinat $X = 1,46 - 1,02 = 0,44$
- b. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (Peluang dan ancaman). Hasil nilai koordinat $Y = 1,65 - 1,45 = 0,20$

dari hasil kedua faktor tersebut dapat diartikan bahwa ikan koi ini memiliki peluang yang jauh lebih besar dibandingkan dengan ancaman, dan dari hasil analisis SWOT berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif karena kekuatan dan peluang lebih dominan dalam usaha ini dalam artian usaha pembesaran ikan koi ini memiliki kesempatan dalam mengembangkan usahanya dengan menjaga kualitas ikan koi, meningkatkan promosi dan meningkatkan produksi. Berikut adalah gambar diagram SWOT



3. Perencanaan Bisnis Pada Pengembangan Usaha Ikan Koi

Perencanaan bisnis pada usaha ikan koi dilihat dari aspek teknis yaitu meningkatkan produksi ikan koi agar permintaan pasar terpenuhi dan menambah sarana produksi yaitu dengan menambah benih ikan koi dan pakan sebesar 10%. Aspek pemasaran dengan meningkatkan promosi, aspek manajemen cukup baik. Pada Aspek finansial, modal tetap pada usaha ikan koi selama setahun adalah

sebesar Rp. 201.390.000, modal lancar sebesar Rp. 111.320.000, modal kerja sebesar Rp. 197.115.625, biaya tetap sebesar Rp. 111.320.000 dan biaya tidak tetap sebesar Rp.197.115.625. Untuk total penerimaan sebesar Rp. 569.992.500. R/C ratio sebesar 2,89, Keuntungan sebesar Rp. 372.876.875, rentabilitas 189,16%. BEP total sales mix didapatkan Rp. 107.244.531 dengan BEP sales pada ikan koi grade A sebesar Rp. 73.998.726 dengan BEP unit sebesar 1.850 ekor, untuk BEP sales pada ikan koi grade B diperoleh sebesar Rp. 25.738.697 dengan BEP unit diperoleh sebesar 2.574 ekor dan untuk BEP sales pada ikan koi grade C diperoleh sebesar Rp. 53.622.265,- dengan BEP unit sebesar 7.661 ekor. sudah dapat dikatakan usaha ini layak untuk dikembangkan. Untuk Finansial jangka panjang penambahan investasi sebesar Rp 298.475.000,- NPV Rp 1.969.438.263, IRR 163% dengan nilai suku bunga sebesar 6,75%. Net B/C ratio sebesar 12,32 dan lebih dari satu. Sedangkan *payback period* sebesar 0,54 tahun, dapat dikatakan secara jangka panjang usaha ikan koi dapat dikatakan layak.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, implikasi dari penelitian ini adalah usaha pembesaran ikan koi dalam menjalankan ini adalah sebagai berikut: Meningkatkan promosi untuk memperluas pasar dengan cara mengaktifkan kembali web PKF, Meningkatkan produksi agar permintaan pasar terpenuhi, dan menambah fasilitas produksi untuk memperlancar jalannya suatu kegiatan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Aspek Teknis usaha pembesaran ikan koi meliputi persiapan kolam hingga pemanenan. Aspek manajemen pada usaha ini bersifat sederhana yang di pimpin dan dijalankan langsung oleh pemilik usaha. Aspek pemasaran mempunyai 2 saluran pemasaran dan margin pemasaran terbesar diperoleh pada ikan koi grade A. Dilihat dari aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang usaha ini dapat dikatakan layak.
2. Hasil Analisis SWOT diperoleh skor dari faktor internal kekuatan 1,46 dan kelemahan 1,02. Sedangkan pada faktor eksternal kelemahan diperoleh peluang 1,65 dan ancaman 1,45. 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 pemasaran penambahan promosi pada 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.

Saran

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 komposisi lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Kelautan Perikanan. 2016. Minapolitan Budidaya. Semilir kkp.go.id/index.php/arsip. Diakses pada tanggal 21 Januari 2016 pukul 09.00 WIB
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Stanton, W. J. 1996. Prinsip Pemasaran. Edisi VII. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Umar, Husain. 2005. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi-3. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

