# ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA IKAN HIAS DI PASAR SPLENDID KOTA MALANG, PROVINSI JAWA TIMUR

# ARTIKEL SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN

Oleh:

HANIS TANIA BR GURUSINGA

125080400111040



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG

2016

#### ARTIKEL SKRIPSI

# ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGA USAHA IKAN HIAS DI PASAR SPLENDID KOTA MALANG, PROVINSI JAWA TIMUR

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

Oleh:

# HANIS TANIA BR GURUSINGA

125080400111040

Menyetujui

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II

<u>Dr.Ir. Agus Tjahjono, MS</u> NIP. 19630820 198802 1 001

1 8 AUG 2016

<u>Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP</u> NIP. 19610417 199003 1 001

7 8 AUG 2016

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

Mengetahui, a Jurusan SEPK

1 8 AUG 2016

# ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGA USAHA IKAN HIAS DI PASAR SPLENDIDKOTA MALANG, PROVINSI JAWA TIMUR

(Hanis Tania Br Gurusinga<sup>1</sup>, Agus Tjahjono<sup>2</sup>, Nuddin Harahab<sup>3</sup>)

- 1) Mahasiswa SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang
- 2) Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya
- 3) Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Splendid, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur pada tanggal 21 April 2016 sampai dengan 20 Mei 2016. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kelayakan usaha ikan hias di pasar splendid, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Menganalisis strategi pengembangan usaha ikan hias di Pasar Ikan Splendid, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Menyusun perencanaan finansil pengembangan usaha Ikan hias di Pasar Ikan Splendid Kota Malang. Metode yang digunakan yaitu Analisis Deskriptif Kualitatif dan Deskriptif Kuantitatif, teknik pengambilan sampel dengan teknis *nonprobability sampling*. Informasi yang diperoleh dari masyarakat secara langsung terlibat dalam pengusaha ikan hias yang ada di pasar splendid, Kota Malang. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kelayakan usaha yang dimiliki pengusaha dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu aspek teknis, aspek manajeman, aspek pemasaran, dan aspek finansil dan usaha ini dapat dikatakan layak.Dan strategi pengembangan usaha yang dimiliki pengusaha berada pada kuadran I(pertama) yang bersifat *Agrasif*dan strategi yang digunakan ialah strategi SO. Sehingga melakukan perencanaan pengembangan usaha yangmeliputi perencanaan aspek teknis, Perencanaan aspek manajeman, serta aspek pemasaran.

Kata Kunci : Analisis, Pengembangan, Ikan Hias

# Analysis for Business Development Strategy on Decorative Fish Business in Splendid Market, Malang City, East Java

(Hanis Tania Br Gurusinga<sup>1</sup>, Agus Tjahjono<sup>2</sup>, Nuddin Harahab<sup>3</sup>)

- 1) Student of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang
- 2) Lecture of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang
- 3) Lecture of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang

#### Abstract

This research was conducted in the Market Splendid Malang City, East Java Province on April 21 2016 to May 20, 2016. The Purpose of this study analyze the feasibility of decorative fish in Market Splendid Malang City, East Java Province, Analyze the business development strategy for decorative fish in Market Splendid Malang City, East Java Province, development decorative fish in Market Splendid Malang City. The method used is descriptive analysis of qualitative and quantitative descriptive, sampling technique with nonprobability sampling. Information obtained from people directly involved in fish entrepreneurs in the market decorative fish, Malang City. Results of the study explained that the fesibility of the businesses owned by entrepreneurs can be seen from several aspect, namely technical, manageman aspects, marketing aspects, aspects finansil and this business can be said to be feasible. And business development strategies owned businesses are in quadrant I(firts) who is aggressive and strategy used is the strategy SO. So do the expansion plans, which include techinal planning, Manageman planning, and marketing planning.

Keyword: Analysis, Development, Decorative Fish



#### I. PENDAHULUAN

Perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai potensi dan peranan penting bagi perekonomian Indonesia.Pembangunan perikanan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peranan sektor perikanan dalam pembangunan nasional terutama bisa dilihat dari fungsinya sebagai penyedia bahan baku pendorong peningkatan agroindustri, devisa melalui penyediaan nelayan atau petani ikan dan pembangunan daerah serta peningkatan kelestarian sumberdaya perikanan lingkungan hidup. Perikanan dan kelautan Indonesia memiliki potensi pembangunan ekonomi dan termasuk prospek bisnis yang cukup besar, sehingga dapat dijadikan sebagai sektor andalan untuk mengatasi krisis ekonomi (Dahuri, 2000).

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dengan keragaman spesies ikan hias, baik ikan hias air laut maupun air tawar. Ikan hias air laut sekitar 650 spesies, sudah teridentifikasi 480 spesies dan diperdagangkan sekitar 200 spesies. Sedangkan jumlah spesies ikan hias air tawar Indonesia diperkirakan sekitar 400 spesies dari 1.100 spesies ikan hias yang ada diseluruh dunia. Ikan hias air tawar yang dibudidayakan di Indonesia tidak hanya komoditas ikan hias lokal saja tetapi ikan hias air tawar asal impor seperti Koi (Cyrpinus carpio), Maskoi (Carrasius auratus), Black Ghost (Apteronotus albifrons), Discus (Symphysodon discus), Guppy (Poecilia reticulate), dan Kardinal Tetra (Paracheirodon axelrodi) juga teah di

budidayakan. Jumlah ikan hias yang diperdagangkan Indonesia mencapai 1.600 jenis, dimana 750 jenis diantaranya adalah ikan hias air tawar.

Ikan hias tawar termasuk komoditas yang dapat dibudidayakan secara terus menerus dan dan dapat diperbaharui sewaktu — waktu. Sedangkan Ikan Hias air laut tidak dapat dibudidayakan dan diperbaharui, jika terus menerus dilakukan penangkapan, keseimbangan ekosistem air laut dapat berubah. Ikan hias air laut memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan ikan hias air tawar. Tetapi keterbatasan ikan hias air laut menyebabkan peluang pasar ikan hias air tawar semakin terbuka lebar, khususnya pasar splendid Kota Malang.

Pasar Ikan Splendid kota malang merupakan salah satu tempat pengembangan usaha pembesaran ikan hias air tawar. Pasar ikan yang berdiri sejak 1960 ini banyak dikunjungi oleh masyarakat baik yang berada di kota malang ataupun yang berada diluar kota malang, misalnya masyarakat Kediri, blitar, tulungagung, sidoarjo dan daerah lainnya. Jumlah ikan yang ada di pasar ikan Splendid bekisar 1000 ekor ikan hias dan dengan ukuran yang berbeda beda. Pengembangan ikan hias yang ada di sana di bagi dengan beberapa toko namun dalam proses pengembangan usahanya dikontrol oleh satu kepala lingkungan yang ada di pasar ikan hias Splendid. Pasar Ikan Splendid yang ada di kota malang, Provinsi Jawa Timur tentunya memiliki strategi dalam melakukan pengembangan usaha agar tetap bertahan dan meraih kemenangan dalam setiap persaingan bisnis pada sektor ini, namun dalam setiap pengambilan prioritas kebijakan strategi pengembangan usaha, Pasar Ikan Splendid, Kota Malang sering sekali menghadapi permasalahan yang muncul baik dari faktor internal maupun faktor eksternal.

# II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Ikan Hias Splendid, Kota Malang pada tanggal 21 April sampai dengan 20 Mei 2016.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif.Metode analisis yang digunakan ialah metode analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.Populasi yang ada dilokasi penelitian menyangkut kelompok besar pada usaha ikan hias.

Teknis pengambilan sampel yang digunakan ialah Nonprobability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode acak yang tidak memberikan kemungkinan yang sama bagi unsur dalam populasi untuk dipilih sehingga dapat diambil kesimpulan atau generalisasi yang berlaku bagi keseluruhan. Kemudian Metode pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara, dan kuesioner. Jenis data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder.

Menurut Sugiyono (2012), bahwa analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan

yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini analisis yang digunaan ialah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yang meliputi aspek teknis, aspek manajeman, aspek pemasara dan aspek finansil. Strategi pengembangan usaha yang digunakan ialah mengguanakan analisis SWOT, yaitu menentukan strategi kebijakan yang akan diimplementasikan, sebuah organisasi harus memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan sekaligus dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada, sehingga dapat dicapai keseimbangan antara kondisi internal dengan kondisi eksternal (Asmarani,2010).Perencanaan pengembangan usaha yang dilakukan dengan menambah investasi usaha dari aspek teknis, aspek manajeman, serta aspek pemasaran.

# III. HASIL DAN PEMBAHASAN

# 3.1 Kondisi Kelayakan Usaha Ikan Hias Di Pasar Splendid

#### a. AspekTeknis

Aspek teknis yang dilakukan mulai dari persiapan aquarium dimana akuarium yang dibeli sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan, menata akuarium dengan manambah hiasan akuarium, persiapan air yang layak digunakan secara langsung, penerbaran benih ikan hias tidak bisa dilakukan secara langsung melainkan haru menunggu 24 jam, agar ikan hias mampu menyesuaikan dengan lingkungannya, untuk pakan jenis pakan yang digunakan ialah pakan Takari dan waktu pemberian pakan terhadap ikan disesuaikan dengan ukuran ikan, misalnya

ikan yang berukuran 0,8 inc- 2 inc diberikan sebanya enam kali dalam seminggu, sedangkan ukuran ikan yang 3 inc – 5 inc frekuensi pakan yang diberikan sebanyak 3 kali – 4 kali dalam seminggu. Dan persiapan alat – alat yang dibutuhkan dalam usaha ikan hias ialah Filter Armada, Aerator, lampu akuarium, heart dan thermometer.

# b. Aspek Manajeman

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan(Handoko, 2003).

Fungsi – Fungsi manajeman yang dilakukan dan yang sangat berperan dalam usaha ikan hias ialah Perencanaan. Organisasi, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan pada usaha ikan hias yang dimiliki meliputi perencanaan modal/biaya, perencanaan aspek teknis, perencanaan manajemen dan perencanaan pemasaran. Organisasi pada usaha ikan hias diketuai oleh Bapak Haji Abdula Rahab dan dengan satu tenaga kerja. Pelaksanaan pada usaha ikan hias ialah dengan mengelola toko ikan hias yang dimiliki dan diberikan kekuasan kepada kerja memperoleh untuk keuntungan. pengawasan dilakukan oleh pemilik toko sendiri dan dibantu oleh tukang parker demi keamanan pasar splendid tersebut.

#### c. Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran.Defenisi bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah seperangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Yang menjadi variabel pada bauran pemasaran ialah P4 yaitu : product, price, place promotion, (produk, harga, distribution dan promosi).

# 1. Produk (Product)

Produk ikan hias yang dihasilkan dalam usaha ikan hias adalah hanya ikan hias tersebut. Dan untuk jenis ikan hiasnya ialah Ikan Sumatra (Puntius tetrazona), Ikan arwana (Scleropages sp), Ikan Koi (Cyprinus carpio L), Ikan Cupang (Betta sp), Ikan Maskoki (Carrasius auratus), Ikan Discus (Symphysodon discus), Ikan Black Ghost (Apterontus albifrons), Ikan Komet (Carassius auratus), Ikan Dolar (Metynnis schreltmuellerl), Ikan Patin (Pangasius pangasius).

# 2. Harga (Price)

Dalam penentuan harga usaha ikan hias tersebut ditentukan berdasarkan harga pasaran khusus ikan hias itu tersendiri. Namun apabila saat hari – hari sabtu sampai dengan minggu atau hari – hari besar, harga ikan hias akan cendrung meningkat, dimana dalam hal ini kesempatan bagi penjual ikan hias untuk mendapatkan keuntungan yang lebih.

#### 3. Lokasi (Place)

Lokasi usaha dari usaha ikan hias ini berada di tengah kota malang dan banyak dilewati kendaraan dan angkutan umum. Untuk letaknya di jantung kota Malang (sekitar 300 meter dari balai kota Malang atau tugu Malang). Usaha ikan hias ini di buat oleh

pemerintah namun dikelola oleh beberapa pedagang termasuk salah satunya Bapak Haji Abdula Rahab yang merupaan pengusaha ikan hias dan menjabat sebagai ketua coordinator pasar ikan hias.

#### 4. Promosi (Promotion)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkonsumsikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk member informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang untuk bertindak (Tjiptono, 2002)

#### 5. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran usaha ikan hias ini menggunakan saluran pemasaran yang secara langsung. Saluran pemasaran secara langsung ialah Tengkulak ikan hias dan dari grosir Peralatan kemudian di alokasi ke pengusaha ikan di Splendid, kemudia di salurkan kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran yang ada di pasar splendid ialah saluran pemasaran ikan hias dan saluran pemasaran peralatan. Dan masing – masing saluran memperoleh margin pemasaran berdasarkan jenis ikan hias dan jenis peralatan yang dibutuhkan.

# d. Aspek Finansil

Aspek finansil dalam usaha pemasaran ikan hias, yaitu menganalisis aspek finansil jangka pendek dan aspek finansil jangka panjang. Analisis finansil jangka pendek meliputi, modal usaha, biaya produksi/ biaya total (*Total cost*), penerimaan, "*Revenue Cost Ratio (R/C)*, *Break Event Point* (BEP), keuntungan, rentabilitas. Analisis finansil jangka panjang meliputi, *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit – Cost Ratio* (Net B/C), *Payback Period, Internal Rate of Return* (IRR).

- 1. Kelayakan Aspek Finansil Jangka Pendek
- a. Modal usaha

Menurut Munawir (2002) modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditujukan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang di tahan, atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluluruh hutang – hutangnya.Besarnya modal tetap yang digunakan dalam usaha ikan hias ialah sebesar Rp 61.755.000, dengan nilai penyusutan pertahun sebesar Rp 39.744.082.

#### b. Biaya Produksi

Biaya produksi/ biaya total (TC) yang digunakan dalam usaha ikan hias ialah terdiri dari biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Biaya total yang digunakan dalam usaha ikan hias yang dilakukan oleh Bapak Haji Abdula Rahab ialah penjumlahan antara biaya tetap (FC) dan biaya variabel (VC). Namun untuk biaya tetap (FC) yang keluarkan bapak Haji Abdula Rahab ialah sekitar Rp 40.344.082 dan biaya variabel (VC) yang digunakan Bapak Haji Abdula Rahab ialah sekitar Rp 6.650.000. Sedangkan untuk biaya totalnya ialah sekitar Rp 46.994.082.

#### c. Penerimaan

Usaha pemasaran ikan hias untuk hasil penerimaan yang di peroleh pengusaha ikan hias seperti Bapak Haji Abdula Rahab ialah dibagi berdasarkan jenis penjualannya, namun untuk ikan hias itu sendiri jumlah penerimaan yang diperoleh dalam satu tahun ialah sebesar Rp 112.850.000, sedangkan untuk penerimaan dari peralatan usaha ikan hias Bapak Haji Abdula Rahab memperoleh penerimaan sebesar Rp 176.750.000 Maka dari untuk hasil penerimaan keseluruhan yang dapat di peroleh dari usaha ikan hias dan usaha peralatan ikan hias ialah sebesar Rp 288.600.000.

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

Analisis R/C Racio merupakan alat analisis untuk melihat keuntungan relative suatu usaha dalam satu tahun terhadap biaya yang dipakai dalam kegiatan tersebut. Suatu usaha dikatakan layak bila R/C lebih besar dari 1 (R/C > 1) hal ini menggambarkan semakin tinggi nilai R/C, maka tingkat keuntungan suatu usaha semakin tinggi (Primyastanto,2011).

Hasil perhitungan R/C pada usaha pemasaran ikan hias ini adalah sebesar 6,14. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pada usaha ini adalah sebesar 6,14 kali dari total biaya yang dikeluarkan selama satu tahun produksi.

#### e. Break Event Point (BEP)

Menurut Primyastanto (2011), Break Event Point atau titik impas adalah keadaan dimana suatu usaha berada pada posisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian.Dari hasil perhitungan analisis usaha pemasaran ikan hias, nilai BEP dibagi menjadi dua bagian yaitu BEP Peralatan dan BEP Ikan hias. Untuk BEP Sales yang diperoleh dari Peralatan ialah sebesar Rp 43.150.443,35 dan Untuk BEP Unit Peralatan ialah sebesar 5.654. Dan Untuk BEP Sales Ikan hias ialah sebesar Rp 42.467.545,73 sedangkan untuk BEP unit ikan Ratting sebesar 53.763 unit, BEP Unit ikan potea sebesar 13.440 unit, BEP unit ikan arwana sebesar 672 unit, BEP Ikan Maskoki sebesar 8.960. Untuk nilai BEP koi kecil sebesar 53.763 unit, BEP ikan koi besar sebesar 21.505 unit, BEP ikan Cupang sebesar 21.505 unit, BEP ikan Monoduc sebesar 8.602 unit, BEP ikan Discus sebesar 2.150 unit, BEP ikan Komet sebesar 17.921 unit.

# f. Keuntungan

Keuntungan atau laba adalah selisih antara penerimaan (TR) dengan tota; biaya (TC).Keuntungan usaha pendapatan bersih adalah besarnya penerimaan setelah dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi Baik tetap maupun tidak tetap. Dalam usaha pemasaran usaha ikan hias diperoeleh keuntungan sebesar Rp 241.605.918.

# g. Rentabilitas

Menurut Riyanto (2008) yang dimaksud dengan Rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Adapun perbandingan laba dan modal yang dihasilkan pengusaha dalam setiap sirkulasi ialah 391% per tahun.

- 2. Kelayakan Aspek Finansil Jangka Panjang
  - a. Penambahan Investasi

Perencanaan Re-Investasi pada usaha pemasaran ikan hias milik Bapak Haji Adula Rahab sampai 10 tahun kedepannya dari tahun 2017 – 2027, dengan kenaikan peralatan 1%. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk usaha pemasaran ikan hias untuk Re-Investasi pada tahun 2017-2027 sebesar Rp 301.842.800.

# b. Net Present Value (NPV)

Net Present Value merupakan alat analisis yang digunakan untuk menghitung selisis nilai sekarang investasi (aliran kas masuk/ cash in) diwaktu yang akan datang, jika hasil menunjukkan angka positif, maka ususlan investasi menunjukkan angka negative, maka usulan sebaiknya ditolak (Arifin,2007).

Dari hasil analisis NPV yang dimiliki, usaha pemasaran ikan hias yang dimiliki Bapak Haji Abdula Rahab ialah memperoleh nilai sebesar Rp 164.573.728,81, yang artinya pengusaha ikan hias seperti Bapak Haji Abdula Rahab bersifat posttif dan NPV>0 sehingga usaha ini layak dijalankan dan menguntungkan.

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

Nilai yang diperoleh pada usaha pemelihara ikan hias milik Bapak Haji Abdula Rahab dalam keadaan normal ialah sebesar 2.206.024.775 yang artinya usaha pemelihara ikan hias yang dimiliki Bapak Haji Abdula Rahab memiliki B/C ratio >1 maka usaha ini layak untuk dijalankan dan menguntungkan.

#### d. Internal Rate of Return (IRR)

Menurut Husnan dan Sarwono (2000), metode *Internal Rate of Return* (IRR) adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaaan – penerimaan kas bersih dimasa – masa mendatang.

Nilai IRR pada usaha pemasaran ikan hias yang dimiliki Bapak Haji Abdula Rahab ialah sebesar 397% sehingga nilai tersebut berada diatas tingkat suku bunga bank yaitu sebesar 6,75%.

# e. Payback Period (PP)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2003) metode *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengambilan investasi suatu proyek atau usaha.Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (*proceed*) yang diperoleh setiap tahun.Berdasarkan hasil analisis pada usaha pemasaran ikan hias untuk pengembalian investasi dibutuhkan waktu sekitar 0,25 tahun.

# 3.2 Strategi Pengembangan Usaha Ikan Hias Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan faktor ekternal seperti peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal pada usaha seperti kekuatan (Strenght) dan kelemahan (Weakness). Setelah mengetahui faktor – faktor tersebut diharapkan dapat member gambaran tentang usaha yang sedang dijalani untuk kondisi

lingkungan internal maupun ekternal pada usaha tersebut.

ikan hias, Serangan Hama dan Penyakit, Perubahan Iklim dan Cuaca yang tidak menentu, Adanya perselisihan dalam suatu organisasi.

#### a. Faktor Ekternal

#### - Identifikasi Faktor Peluang

Faktor peluang dapat diartikan sebagai kesempatan yang muncul atau terjadi pada suatu peristiwa yang mungkin dapat menguntungkan. Jadi salah satu tujuannya yaitu untuk melihat peluang yang ada di lingkungan sekitar untuk mengidentifikasi peluang yang akan memberikan keuntungan dalam waktu dekat dan dimasa yang akan datang untuk usaha tersebut.

Yang menjadi faktor peluang pada usaha ikan hias ialah permintaan ikan hias yang semakin meningkat, adanya dukungan dari instansi pemerintahan, sarana dan prasarana yang mendukung, lingkungan yang bersih danterjaga, dan mengetahui lebih awal berjalnnya usaha dengan baik.

#### - Indentifikasi Faktor Ancaman

Ancaman merupakan tantangan atau gejala – gejala yang timbul bersifat negatif yang dapat merusak perkembangan usaha yang tidak menguntungkan atas keberhasilan suatu usaha pemasaran ikan hias bapak Haji Abdula Rahab. Apabila tidak diatasi maka akan mengganggu perkembangan tujuan suatu usaha untuk kedepannya. Yang menjadi ancaman dalam usaha ikan hias ini ialah kenaikan harga pakan dan obar – obatan, adanya pesaing sesame pemasaran

#### b. Faktor Internal

#### - Identifikasi Faktor Kekuatan

Kekuatan merupakan keunggulan dan kemampuan khusus yang dimilki oleh pengusaha yang tidak dimiliki oleh pengusaha lainnya dalam mengambangkan suatu usaha.Faktor kekuatan yang dimiliki Pengusaha ikan hias ialah pengetahuan dan pengalaman dalam usaha pemasaran ikan hias. Lokasi usaha yang strategi, sumberdaya yang mendukung, kualitas ikan hias yang baik, adanya perencanaan yang baik dalam usaha ikan hias.

#### Identifikasi Faktor Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki pengusaha ikan hias ialah keterbatasan modal, manajeman pembukuan yang kurang baik, tingkat mortalitas ikan hias yang masih tinggi, produksi ikan hias yang relative sedikit, adanya pemadaman listrik yang berkepanjangan.

# c. Matrik SWOT

Berdasarkan hasil analisis perencanaan usaha yang ada di pasar splendid, maka ditemukan bahwa gambar diagram SWOT pada usaha pemasaran ikan hias terletak di kuadran I yang merupakan situasai yang sangat menguntungkan, perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan

sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.Dan dalam strategi ini yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Sehingga diperlukan penyusunan strategi dengan menggunakan matrik SWOT yang dignakan untuk menyusun suatu rencana strategi yang didasarkan pada strategi SO (strengths opportunities)

# 3.3 Perencanaan Finansil Pengembangan Usaha

Perencanaan finansil pengembangan usaha ikan hias dapat dilihat berdasarkan aspek finansil jangka panjang usaha selama sepuluh tahun kedepannya.Dimana dalam merencanakan finansil pengembangan usaha didasari oleh adanya strategi yang mendukung suatu kekuatan dan peluang dalam usaha ikan hias sebelumnya.Strategi yang saat ini tersedia ialah dengan memanfaatkan sumberdaya mendukung, mempertahankan kualitas ikan hias, memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung, memanfaatkan dukungan dari instansi pemerintah, dan adanya pengontrolan usaha yang dapat membantu berjalannya usaha kearah lebih baik.Strategi kekuatan dan peluang yang tersedia juga dapat didukung dari beberapa aspek dalam memperoleh perencanaan finansil pengembangan usaha, yaitu terdiri dari aspek teknis, aspek manajeman, dan aspek pemasaran.

#### a. Aspek Teknis

Proses dalam persiapan perencanaan aspek teknis, startegi yang digunakan ialah memanfaatkan sumberdaya yang mendukung serta memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung. Dalam melakukan perencanaan finansil pengembangan usaha dalam aspek teknis, maka dibutuhkanlah biaya – biaya dalam pengembangan usaha. Biaya yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha bidang aspek teknis yang dimiliki Bapak Haji Abdula Rahab ialah berkesar Rp 93.155.000.

# b. Aspek Manajeman

Perencanaan finansil dalam aspek manajeman ialah perencanaan yang membutuhkan biaya dalam aspek manajeman. Perencanaan ini yang sifatnya dipakai untuk masa depan, dimana pengusaha ikan hias seperti Bapak Haji Abdula Rahab, biaya yang dibutuhkan dalam jangka panjang khusus bidang manajeman ialah sekitar Rp 16.160.000.

# c. Aspek Pemasaran

Dalam melakuakan perencanaan pengembangan usaha dibutuhkan juga strategi yang akan dilakukan dalam menjalankan usaha ikan hias, strategi yang digunakan ialah memanfaatkan dukungan dari instansi pemerintah serta mempertahankan kualitas ikan hias. Perencanaan finansil pengembangan usaha dalam aspek pemasaran membutuhkan biaya sebesar Rp 67.985.000

Penambahan investasi yang direncanakan dalam jangka panjang ialah menjadi Rp Rp 161.500.000 dengan persentase 60%, dimana dapat dilihat dari penjumlahan modal tetap dengan modal lancar usaha dengan penjumlahan perencanaan biaya aspek teknis, aspek

manajeman serta aspek pemasaran. Denga menaikkan investasi sebesar 60% maka memperoleh benefit (penerimaan) sebesar 43%. Namun dengan kenaikan 60% dan menerima benefit 43% maka kelayakan usahanya dapat dilihat dengan nilai NPV yang bersifat positif yaitu sebesar 2.125.678.907. Kemudian nilai Net B/C sebesar 27 dimana lebih dari 1 dan nilai IRR sebesar 315% dan nilai PP sebesar 0,32 tahun.

# Kesimpulan

1. Kelayakan usaha ikan hias di Pasar Splendid kota Malang diukur dari aspek teknis yaitu melakukan persiapan peralatan yang dibutuhkan, persiapan akuarium, pengadaan tenaga kerja, proses penebaran ikan hias, persiapan pakannya. Dari aspek manajeman yaitu memberikan gambaran proses perencanaan, organisasi, pelaksanaan, dan pengawasa. Dari aspek pemasaran saluran pemasaran yang diguakan ialah saluran pemasaran langsung. Dan saluran pemasaran yang digunakan ialah saluran pemasaran ikan hias dan saluran pemasaran peralatan. Dari aspek finansial kelayakan usaha yang dilihat ialah dari analisis finansil jangka pendek yaitu, Modal usaha sebesar Rp 61.755.000. nilai penyusutan sebesar Rp 39.744.082, biaya produksi sebesar Rp 486.944.082 biava total sebesar Rp 40.344.082 dengan biaya variabel sebesar Rp 6.650.000.Total penerimaan sebesar 112.850.000 dan penerimaan dalam peralatan sebesar Rp 176.750.000, maka dari itu total penerimaan sebesar Rp 288.600.000. Nilai Revenue Cost Ratio sebesar 6,14, nilai R/C

Rationya lebih dari 1. BEP sales dari peralatan sebesar Rp 43.150.443,35 dan untuk BEP Unit Peralatan sebesar 5.654., untuk BEP sales Ikan hias sebesar Rp 42.467.545,73, untuk BEP unit ikan hias sebesar 3.840. Keuntungan sebesar Rp 241.605.918 dengan rentabilitasnya 391% pertahun..

- 2. Dalam strategi pengembangan usaha, strategi yang digunakan ialah strategi SO yaitu memnfaatkan sumberdaya yang mendukung, mempertahankan kualitas ikan, memanfaatkan sarana dan prasarana yang mendukung, memanfaatkan dukungan dari instansi pemerintah. Mengontrol berjalannya usaha agar lebih baik, karena usaha ikan hias ini merupakan usaha yang agresif.
- 3. Perencanaan finansil pengembangan usaha yang dilakukan ialah pengembangan dari 3 aspek perencanaan aspek teknis, vaitu 📄 manajeman, serta aspek pemasaran. Dan dalam meningkatkan biaya dalam suatu perencaan finansil pengembangan usaha, biaya yang naikkan ialah sebesar 60% yaitu Rp 161.500.000. sehingga memperoleh penerimaan sebesar 43% yaitu sebesar Rp 413.900.000. Dalam hal ini kelayakan usaha yang direncanakan dapat dijalankan, dan dengan asumsi biaya naik sebesar 60% dan Benefit naik sebesar 43% nilai NPV yang diperoleh ialah sebesar 2.125.678.907 dan nilai Net B/C diperoleh sebesar 27, Biaya IRR diperoleh sebesar 315%, dan untuk biaya PP diperoleh sebesar 0,32. Dan usaha ini dikatakan layak untuk dilaksanakan.

#### Saran

# 1. Bagi Perusahaan

Pihak perusahaan yaitu pengusaha ikan hias milik Bapak Haji Abdula Rahab supaya mampu meningkatkan pengembangan usaha lagi dan melakukan pengembangan dalam hal aspek teknis, aspek manajeman, aspek pemasaran.

# 2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang lain, tidak hanya SWOT saja, mungkin lebih di tambahkan biaya di bidang pemasarannya supaya dalam pengembangan usaha mampu lebih mengetahui kelayakan usaha yang ada di Pasar splendid, khususnya di Toko Bapak Haji Abdula Rahab.

# 3. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah hendaknya lebih mamfasilitasi sarana dan prasarana pengusaha ikan hias yang ada di pasar splendid, dan bagi pemerintah juga di hendaknya lebih banyak melakukan seminar – seminar dalam bidang pengembangan usaha khusus nya dalam bidang perikanan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arifin, Johar. 2007. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Setia Purna Inves Bandung

Dahuri, R.2000. Prospek Bisnis Perikanan dan Kelautan Indonesia. Agrimedia : 6 (I):26-29.

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

Jakfar dan Kasmir.2003. *Studi Kelayakan Bisnis*.Penada Media Kencana.Jakarta

Primyastanto, M.2011. Feasibilty Study (Usaha Perikanan Sebagai Aplikasi dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan). Universitas Brawijaya Press. Malang.

Riyanto, B. 2009. Dasar – Dasar Pembelanjaan
Perusahaan. BPFEYogyakarta.Yogyakarta.

Sugiyono.2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Alfabeta. Bandung.