

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias*  
*sp.*) PADA USAHA PERSEORANGAN “SUMBER MAKMUR” DI DESA  
PANDEAN KECAMATAN NGORO KABUPATEN JOMBANG**

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

Oleh:  
**ERLYANA AGUSTIN**  
**NIM. 115080402111002**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN**  
**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**  
**MALANG**  
**2017**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias*  
*sp.*) PADA USAHA PERSEORANGAN “SUMBER MAKMUR” DI DESA  
PANDEAN KECAMATAN NGORO KABUPATEN JOMBANG**

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

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

Oleh :

**ERLYANA AGUSTIN  
NIM. 115080402111002**



**FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2017**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBESARAN IKAN LELE (*Clarias sp.*)**  
**PADA USAHA PERSEORANGAN "SUMBER MAKMUR" DI DESA PANDEAN**  
**KECAMATAN NGORO KABUPATEN JOMBANG**

Oleh :  
**ERLYANA AGUSTIN**  
 NIM. 115080402111002

telah dipertahankan didepan penguji  
 Pada tanggal 13 Januari 2017  
 dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
 SK Dekan No. : \_\_\_\_\_  
 Tanggal : \_\_\_\_\_

Menyetujui,

**Dosen Penguji I**



**Dr. Ir. Anthon Efani, MP**  
 NIP. 19650717 199103 1 006  
 Tanggal: 20 JAN 2017

**Dosen Pembimbing I**



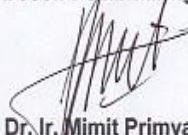
**Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP**  
 NIP. 19610417 199003 1 001  
 Tanggal: 20 JAN 2017

**Dosen Penguji II**



**Moch. Fattah, S.Pi.M.Si**  
 NIP. 20150686 0513 1 001  
 Tanggal: 20 JAN 2017

**Dosen Pembimbing II**



**Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP**  
 NIP. 19630511 198802 1 001  
 Tanggal: 20 JAN 2017



Mengetahui,  
 Ketua Jurusan

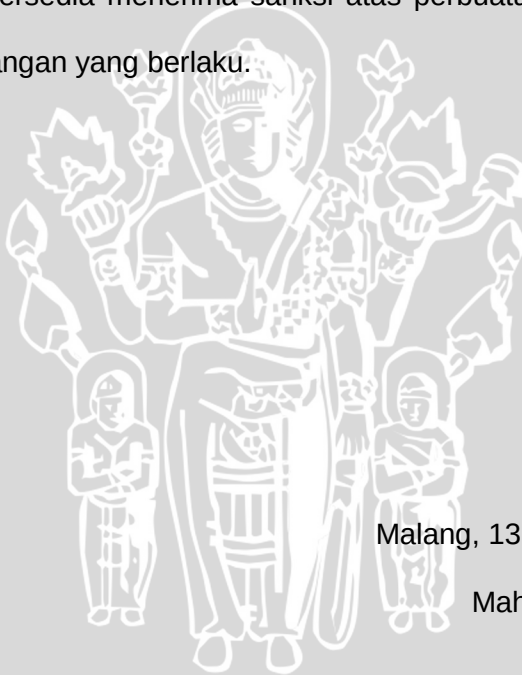
**Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP**  
 NIP. 19610417 199003 1 001  
 20 JAN 2017



### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan 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 jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.



Malang, 13 Januari 2017

Mahasiswa,

**ERLYANA AGUSTIN**

**NIM : 115080402111002**

## RINGKASAN

**ERLYANA AGUSTIN.** Penelitian Skripsi tentang Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp.*) Pada Usaha Perseorangan “Sumber Makmur” Di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang (Dibawah bimbingan **Dr. Ir. NUDDIN HARAHAH, MP** dan **Dr. Ir. MIMIT PRIMYASTANTO , MP**)

---

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang pada bulan Februari 2016. Tujuan dari Penelitian ini yaitu 1). mengetahui kondisi faktual usaha pembesaran ikan lele dari aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek manajemen di “Sumber Makmur” 2). menganalisis aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang di “Sumber Makmur” 3). menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha di “Sumber Makmur” 4). menyusun strategi pengembangan usaha di “Sumber Makmur” berdasarkan analisis SWOT. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2016.

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan menggunakan sampel *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif meliputi, aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen, faktor internal eksternal dan analisis SWOT. Sedangkan deskriptif kuantitatif meliputi, aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang.

Profil usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” berdiri pada tahun 2011. usaha pembesaran ini dijadikan usaha sampingan oleh Pak Athfian. Usaha yang diutamakan oleh Pak Athfian ini adalah usaha penggemukan kambing. Setelah usaha penggemukan kambing mengalami penurunan, maka Pak Athfian memutuskan untuk memulai usaha pembesaran ikan lele. Pada pembangunan kolam yang kedua pada tahun 2012 Pak Athfian mengubah kolam yang awalnya terpal menjadi beton sebanyak 9 petak untuk pembesaran ikan lele, setiap tahunnya terjadi penambahan kolam sebanyak 4-5 petak. Pada saat ini jumlah kolam sebanyak 20 petak kolam beton. Tiap petak memiliki ukuran kolam dengan luas 4x6 m<sup>2</sup>. Perkembangan usaha dari awal hingga sekarang mengalami kenaikan yang cukup baik.

Aspek teknis dalam usaha pembesaran ikan lele ini meliputi, sarana, prasarana, persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan, dan pemanenan. Adapun aspek pemasaran pada usaha pembesaran ikan lele meliputi strategi pemasaran (segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar), bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat) dan saluran pemasaran. Aspek manajemen usaha pembesaran ikan lele yaitu perencanaan (*planning*) yaitu menyediakan bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, kelancaran proses produksi, hingga proses distribusi kepada tengkulak. Pengorganisasian (*organizing*) yaitu dilakukan dari pemilik usaha langsung kepada tenaga kerja. Pergerakan (*actuating*) yaitu dilakukan oleh pemilik usaha berupa aplikasi kegiatan. Pengawasan (*controlling*) yaitu dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha mulai dari pengadaan bahan baku, kinerja tenaga kerja, proses produksi, dan proses distribusi dari pemilik usaha kepada tengkulak. Kemudian aspek



finansial dari usaha pembesaran ikan lele terbagi menjadi dua yaitu aspek finansial jangka pendek dan aspek finansial jangka panjang. Aspek finansial jangka pendek meliputi permodalan, modal yang digunakan oleh "Sumber Makmur" yaitu sebesar Rp. 181.902.400, Biaya Total sebesar Rp. 95.209.400, Penerimaan sebesar Rp. 161.160.000, R/C 1,69, Keuntungan sebesar Rp. 65.950.000, BEP (*Break Event Point*) sales sebesar Rp. 52.474.426 dan BEP (*Break Event Point*) unit 3.321,1662025 kg, REC sebesar 57%. Adapun aspek finansial jangka panjang meliputi sensitivitas dikatakan layak untuk dijalankan hingga 10 tahun kedepan dimulai pada tahun 2016 sampai 2025, penambahan investasi (re-invest) 10 tahun ke depan dengan nilai kenaikan 1% yaitu sebesar Rp.105.963.781, NPV (*Net Present Value*) dengan menggunakan diskon faktor sebesar 12% adalah Rp. 376.584.465, Net B/C (*Net Benefit Cost ratio*) 6,34, IRR (*Internal Rate of Return*) 89 % dan PP (*payback period*) 1,16 tahun.

Faktor internal yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan lele yaitu kekuatan dan kelemahan. Adapun kekuatan dari usaha pembesaran ikan lele meliputi produksi tidak tergantung pada musim, sarana dan prasarana yang mendukung, ilmu dan pengalaman dalam usaha, dan saluran pemasaran yang pendek. Sedangkan kelemahan meliputi manajemen pembukuan keuangan kurang baik, tidak melakukan pembenihan sendiri, target pasar yang kurang meluas, dan proses pembesaran yang masih tradisional. Faktor eksternal yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan lele yaitu peluang dan ancaman. Adapun peluang dari usaha pembesaran ikan lele meliputi permintaan konsumsi ikan lele tinggi, letak pembenihan tidak jauh dari lokasi pembesaran, sumberdaya manusia disekitar yang mendukung, dan penyuluhan dari Dinas Perikanan. Sedangkan ancaman meliputi harga benih tidak menentu, harga pakan tidak stabil, munculnya pesaing usaha, dan adanya hama penyakit.

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT usaha pembesaran ikan lele terletak di kuadran I yaitu menggunakan strategi *agresif* atau SO (*Strength Opportunities*), cara yang bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan yang harus dilakukan meliputi memanfaatkan permintaan ikan lele, memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana untuk bersaing, dan memanfaatkan sumberdaya manusia disekitar.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Alloh SWT, karena dengan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dan tidak lupa sholawat serta salam tetap saya pajatkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias sp.*) Pada Usaha Perseorangan "Sumber Makmur" Di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda yang selalu mendoakan kepada penulis yang tiada hentinya sehingga dapat terselesaikan laporan Skripsi.
2. Bapak Dr.Ir. Nuddin Harahab, MP selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Dr.Ir. Mimit Primyastanto, MP selaku dosen pembimbing 2 atas bimbingan, arahan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menyusun laporan Skripsi ini.
3. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberi dukungan dan semangat selama pembuatan laporan Skripsi.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Malang, 13 Januari 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

### Halaman

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| SAMPUL                                                  |     |
| HALAMAN JUDUL                                           |     |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                 | i   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                           | ii  |
| RINGKASAN .....                                         | iii |
| KATA PENGANTAR .....                                    | v   |
| DAFTAR ISI .....                                        | vi  |
| <b>1. PENDAHULUAN</b>                                   |     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                               | 3   |
| 1.3 Tujuan .....                                        | 3   |
| 1.4 Kegunaan .....                                      | 4   |
| <b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b>                              |     |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                          | 5   |
| 2.2 Klasifikasi dan Morfologi Ikan Lele .....           | 7   |
| 2.3 Studi Kelayakan Bisnis .....                        | 8   |
| 2.3.1 Teknis .....                                      | 9   |
| 2.3.2 Pemasaran .....                                   | 10  |
| 2.3.3 Manajemen .....                                   | 11  |
| 2.3.4 Finansial .....                                   | 12  |
| 2.3.4.1 Aspek Finansial Jangka Pendek .....             | 12  |
| 2.3.4.2 Aspek Finansial Jangka Panjang .....            | 14  |
| 2.4 Analisis SWOT .....                                 | 15  |
| 2.5 Kerangka Pemikiran .....                            | 17  |
| <b>3. METODE PENELITIAN</b>                             |     |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....                   | 19  |
| 3.2 Jenis dan Metode Penelitian .....                   | 19  |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                       | 20  |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data .....                         | 21  |
| 3.4.1 Data Primer .....                                 | 21  |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                               | 21  |
| 3.5 Teknik Penentuan Sampel .....                       | 22  |
| 3.6 Metode Analisis Data .....                          | 22  |
| 3.6.1 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Pertama ..... | 22  |
| 3.6.2 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Kedua .....   | 24  |
| 3.6.3 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Ketiga .....  | 29  |
| 3.6.4 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Keempat ..... | 29  |
| <b>4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>                |     |
| 4.1. Keadaan Geografis dan Topografi .....              | 35  |
| 4.2 Kondisi Sosial Ekonomi Penduduk Desa Pandean .....  | 36  |
| 4.2.1 Berdasarkan Umur .....                            | 36  |
| 4.2.2 Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....              | 37  |
| 4.2.3 Berdasarkan Mata Pencaharian .....                | 37  |



|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3 Keadaan Umum Usaha Perikanan .....                             | 38 |
| 4.4 Sejarah dan Perkembangan Usaha .....                           | 38 |
| <b>5. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                                     |    |
| 5.1 Kondisi Faktual Usaha Pembesaran Ikan Lele .....               | 40 |
| 5.1.1 Teknis .....                                                 | 40 |
| 5.1.2 Pemasaran .....                                              | 47 |
| 5.1.3 Manajemen .....                                              | 51 |
| 5.2 Finansial .....                                                | 53 |
| 5.2.1 Analisis Jangka Pendek .....                                 | 53 |
| 5.2.2 Analisis Jangka Panjang .....                                | 55 |
| 5.3 Faktor Internal dan Eksternal Usaha Pembesaran Ikan Lele ..... | 57 |
| 5.3.1 Faktor Internal .....                                        | 57 |
| 5.3.2 Faktor Eksternal .....                                       | 61 |
| 5.4 Strategi Pengembangan Usaha .....                              | 65 |
| 5.4.1 Matrik SWOT .....                                            | 65 |
| 5.4.2 Diagram SWOT .....                                           | 67 |
| <b>6. KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                     |    |
| 6.1 Kesimpulan .....                                               | 70 |
| 6.2 Saran .....                                                    | 71 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                        | 73 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                              | 75 |



## DAFTAR TABEL

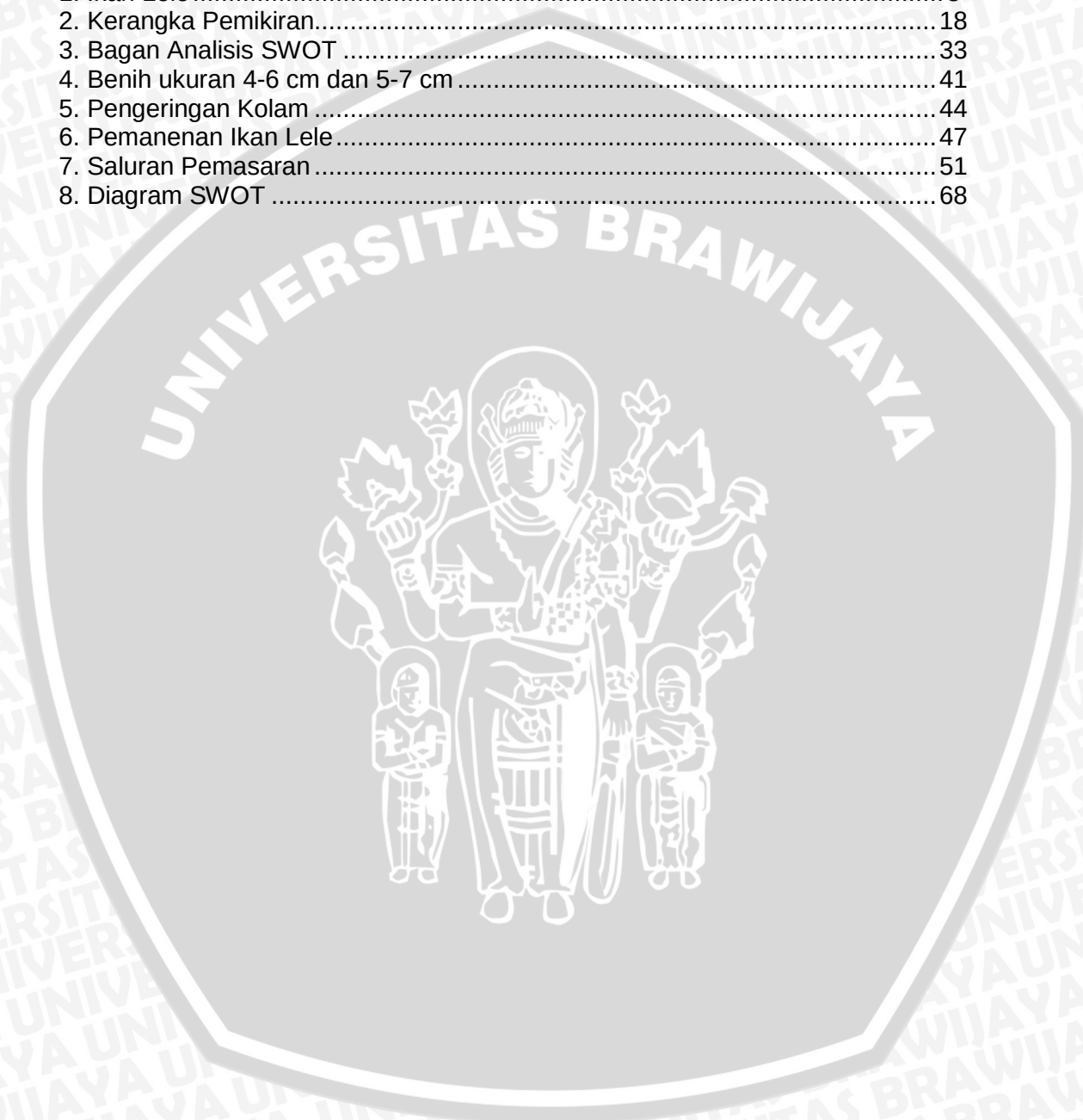
| Lampiran                                                             | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Matrik Faktor Internal dan Eksternal .....                        | 16      |
| 2. Matrik SWOT .....                                                 | 30      |
| 3. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Umur .....               | 36      |
| 4. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... | 37      |
| 5. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Mata Pencaharian .....   | 37      |
| 6. Peralatan .....                                                   | 41      |
| 7. Matrik IFAS .....                                                 | 61      |
| 8. Matrik EFAS .....                                                 | 64      |
| 9. Matrik SWOT .....                                                 | 65      |





## DAFTAR GAMBAR

| Lampiran                                | Halaman |
|-----------------------------------------|---------|
| 1. Ikan Lele .....                      | 8       |
| 2. Kerangka Pemikiran.....              | 18      |
| 3. Bagan Analisis SWOT .....            | 33      |
| 4. Benih ukuran 4-6 cm dan 5-7 cm ..... | 41      |
| 5. Pengeringan Kolam .....              | 44      |
| 6. Pemanenan Ikan Lele .....            | 47      |
| 7. Saluran Pemasaran .....              | 51      |
| 8. Diagram SWOT .....                   | 68      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                                                   | Halaman |
|------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Peta Lokasi Penelitian .....                            | 75      |
| 2. Modal Tetap Usaha di “Sumber Makmur” .....              | 76      |
| 3. Modal Lancar Usaha di “Sumber Makmur” .....             | 77      |
| 4. Analisis Jangka Pendek Usaha di “Sumber Makmur” .....   | 78      |
| 5. Kenaikan Investasi (Re- Invest) .....                   | 81      |
| 6. Analisis Jangka Panjang (Normal) .....                  | 82      |
| 7. Analisis Jangka Panjang (Biaya Naik Benefit Turun)..... | 83      |
| 8. Analisis Jangka Panjang (Biaya Naik Benefit Turun)..... | 84      |
| 9. Analisis Jangka Panjang (Biaya Naik).....               | 85      |
| 10. Analisis Jangka Panjang (Benefit Turun) .....          | 86      |



## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu : wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan disisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)” (Q.S. Al-Imran : 14) (Al-Qur’an 1989).*

Indonesia menyimpan beranekaragam sumber daya alam yang bisa diperoleh di darat maupun di laut yang seluruhnya memberikan keuntungan baik secara finansial dalam menjaga keharmonisan alam. Sumber daya alam yang berada di dilaut bisa dalam bentuk hayati seperti makhluk hidup di dalam air misalnya ikan, rumput laut, dan organisme lain yang berada di dalam air, sedangkan yang non hayati misalnya air. Begitu besar potensi sumber daya alam yang ada di Indonesia terutama sumber daya laut yang banyak dimanfaatkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Potensi perikanan Indonesia sebesar 65 juta ton per tahun. Dari potensi tersebut hingga saat ini dimanfaatkan sebesar 9 juta ton. Sektor perikanan pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Potensi perikanan tangkap (laut dan perairan umum) hanya sebesar 7,3 ton per tahun dan telah dimanfaatkan sebesar 65,75%. Sedangkan potensi perikanan budidaya hanya sebesar 57,7 juta ton per tahun dan baru dimanfaatkan 2,08% (Putra, 2011).

Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk semakin tinggi dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan tingkat kebutuhan konsumsi



protein yang berasal dari ikan semakin meningkat. Salah satu komoditas perikanan yang sangat prospektif untuk dibudidayakan adalah ikan lele (Jatnika, 2014).

Menurut Hutagalung (2007) dalam Aquarista (2012), ikan lele masuk ke Indonesia pada tahun 1985, ikan lele dijadikan komoditas yang diunggulkan karena membutuhkan lahan yang terbatas dengan padat tebar tinggi, mudah diterapkan masyarakat, dan pemasarannya relatif murah. Dengan adanya peningkatan permintaan ikan lele mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan budidaya ikan lele, budidaya ikan lele adalah salah satu bentuk manajemen usaha, dimana manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kabupaten Jombang adalah salah satu sentra penghasil ikan lele di Jawa Timur selain Kabupaten Blitar dan Tulungagung, produksi ikan lele di Kabupaten Jombang berkembang cukup baik disetiap Kecamatan. Pembudidaya ikan lele di Kabupaten Jombang terdiri dari pembudidaya kelompok dan individu, pembudidaya kelompok yaitu mereka yang tergabung dalam anggota kelompok tani sedangkan pembudidaya individu yaitu mereka yang mempunyai usaha secara perseorangan dengan menggunakan modal sendiri.

Berdasarkan informasi diatas, maka perlu adanya suatu penelitian tentang strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas lele dan pendapatan masyarakat terutama di "Sumber Makmur" selain itu untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk memenuhi permintaan ikan lele nasional maupun internasional. Agar peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang aspek yang ada dalam lokasi penelitian tersebut seperti teknis, pemasaran, manajemen dan finansial. Strategi pengembangan

usaha pembesaran ikan lele sehingga akan ditemukan bagaimana perencanaan strategi pengembangan usaha yang baik di “Sumber Makmur” agar keuntungan yang didapatkan dapat sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan.

## 1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana kondisi faktual usaha pembesaran ikan lele dari aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek manajemen di “Sumber Makmur”?
2. Bagaimana aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang di “Sumber Makmur”?
3. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha di “Sumber Makmur”?
4. Bagaimana strategi pengembangan usaha di “Sumber Makmur” berdasarkan analisis SWOT?

## 1.3 Tujuan

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

1. Mengetahui kondisi faktual usaha pembesaran ikan lele dari aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek manajemen di “Sumber Makmur”.
2. Menganalisis aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang di “Sumber Makmur”.
3. Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha di “Sumber Makmur”.

4. Menyusun strategi pengembangan usaha di “Sumber Makmur” berdasarkan analisis SWOT.

#### 1.4 Kegunaan

Penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele

“Sumber Makmur” diharapkan dapat berguna bagi :

1. Pembudidaya

Sebagai bahan informasi evaluasi usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha pembesaran ikan lele.

2. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan usaha sektor perikanan, khususnya usaha pembesaran ikan lele.

3. Akademis

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



## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut Penelitian Jatnika (2014), dengan judul Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Lahan Kering di Kabupaten Gunung kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta didapatkan hasil berdasarkan analisis kelayakan memiliki prospek yang menjanjikan dan layak untuk dikembangkan. Untuk memaksimalkan pendapatan petani lele, kombinasi strategi SO, strategi WO dan strategi ST merupakan strategi yang tepat untuk dipilih petani. Dalam memaksimalkan pendapatan pembudidaya ikan lele, dilakukan penambahan jumlah dan luas kolam, serta mengembangkan usaha budidaya, menerapkan cara-cara pemeliharaan dan budidaya yang baik, serta memperluas jangkauan pasar mulai dari konsumen perorangan, pasar tradisional rumah makan dan restoran hingga ke pasar modern untuk meningkatkan efisiensi modal dan meningkatkan keuntungan bagi petani lele pada lahan kering di Kabupaten Gunung Kidul.

Menurut penelitian Primyastanto *et al* (2015), dengan judul Studi Kelayakan Usaha Penggemukkan Kepiting Bakau (*Scylla sp.*) Di Kabupaten Gresik Jawa Timur didapatkan hasil studi kelayakan usaha penggemukkan kepiting bakau ini bisa dikatakan layak untuk dijalankan dan di kembangkan. Bila dilihat dari aspek pasar, untuk kepiting rata-rata peluang pasar yang belum dapat terisi tiap tahunnya sebesar 135.886,82 ton. Sedangkan dari aspek finansialnya baik dalam perhitungan jangka pendek maupun jangka panjang usaha penggemukkan kepiting ini menguntungkan untuk dijalankan untuk masa sekarang ataupun sepuluh tahun kedepan. Hal ini dapat dilihat dari nilai R/C ratio sebesar 1,36.

dengan tingkat keuntungan yang diperoleh untuk satu kolam dalam satu tahun rata-rata sebesar Rp15.611.580. Dari perhitungan Rentabilitas pada usaha penggemukkan kepiting ini, diperoleh nilai rentabilitas sebesar 31,24%. Nilai BEP sales sebesar Rp 15.851.428,88 per tahunnya. Untuk kelayakan finansial jangka panjang dapat dilihat dari nilai NPV yang diperoleh sebesar Rp 73.625.458,2. Nilai Net B/C pada usaha penggemukkan kepiting sebesar 2,72. Nilai PP pada usaha penggemukkan kepiting ini sebesar 2,15. Sedangkan nilai IRR sebesar 51,7%.

Menurut Penelitian Sijabat (2015), dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat (*Anguilla bicolor*) Pada PT. 7 SiripEmas Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur didapatkan hasil tentang kendala dari faktor internal dan eksternal pada usaha ini. Kendala internal yaitu kurangnya benih ikan sidat, kurangnya pakan alami ikan sidat, kurangnya promosi dan kurangnya teknologi dalam membedakan species ikan sidat. Sedangkan kendala eksternal yaitu adanya penyakit yang menyerang ikan sidat, harga benih ikan sidat yang tidak menentu. Analisis strategi pengembangan usaha pembesaran ikan sidat PT. 7 Sirip Emas dengan SWOT terletak pada kuadran 1 dengan menggunakan strategi agresif, yaitu mengoptimalkan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki.

Menurut Penelitian Lathoif (2011), dengan judul Analisis Kelayakan Usaha Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele di Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga didapatkan hasil analisis SWOT diketahui bahwa usaha budidaya ikan lele di Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga mempunyai keunggulan dalam produktivitas dan sumber daya, dan memiliki kelemahan dalam hal kurangnya



modal dan pengetahuan serta kurangnya modal dan pengetahuan serta kurangnya promosi hasil produksi ikan sehingga pemasaran kurang maksimal. Usaha budidaya ikan lele di Kecamatan Sidorejo memiliki peluang pasar yang cukup tinggi dan perhatian yang baik pemerintah dan memiliki ancaman dalam hal persaingan dengan petani ikan wilayah lain.

Menurut Penelitian Riska (2015), dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) Pada Usaha Perseorangan “Toni Makmur” Di Kawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Jawa Timur didapatkan hasil analisis SWOT usaha budidaya ikan lele “Toni Makmur” berada pada kuadran 1, artinya usaha ini memiliki kekuatan untuk menangkap peluang yang ada dan mendukung strategi pertumbuhan. Implementasi penelitian yaitu meningkatkan kreatifitas dan kerja keras dari sumberdaya manusia yang dimiliki untuk dapat memanfaatkan sarana budidaya dengan tujuan meningkatkan produksi ikan lele yang tidak tergantung dengan musim agar berjalan secara efektif dan efisien. Peningkatan tersebut ditunjukkan untuk memenuhi permintaan ikan lele yang meningkat serta menjadikan ikan lele menjadi salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Jombang melalui program pengembangan kawasan agropolitan dengan memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia.

## 2.2 Klasifikasi dan Morfologi Ikan Lele

Dalam taksonomi hewan, ikan lele diklasifikasikan sebagai berikut :

Regnum : Animalia  
Phylum : Vertebrata  
Superclass : Pisces



Classis: Osteichthyes

Ordo : Ostariophysi

Subordo : Siluridae

Familia : Clariidae

Genus : Clarias

Spesies : *Clarias batrachus*

Ikan lele memiliki bentuk badan yang berbeda dengan ikan lainnya, sehingga dapat dengan mudah dibedakan dengan jenis-jenis ikan lain. Ikan lele memiliki bentuk badan yang memanjang, tidak bersisik, kepalanya pipih, selain itu memiliki empat pasang kumis yang memanjang sebagai alat peraba, dan memiliki alat pernapasan tambahan larborescent organ. Bagian depan badan ikan lele membulat, bagian tengah sedang dan bagian belakang berbentuk pipih (Suryaningsih, 2014).



**Gambar 1. Ikan Lele**

Sumber : Google image, 2016

### 2.3 Studi Kelayakan Bisnis

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

Menurut Longenecker (2001) dalam Primyastanto (2011), perencanaan bisnis adalah dokumen tertulis yang menguraikan ide dasar yang mendasari pertimbangan pendirian bisnis dan hal yang berkaitan dengan pendirian bisnis tersebut. Bagi para wirausahawan yang sedang memulai usaha baru, perencanaan bisnis mempunyai empat tujuan dasar. Pertama, perencanaan bisnis mengidentifikasi lingkup dan konteks kesempatan bisnis (mengapa timbul kesempatan seperti ini?). Kedua, menyajikan pendekatan yang digunakan oleh para wirausahawan dalam mengeksplorasi kesempatan tersebut. Ketiga, mengidentifikasikan faktor-faktor yang menentukan jika usaha tersebut berhasil. Keempat yaitu perencanaan bisnis berfungsi sebagai alat untuk menaikkan modal keuangan.

Dalam evaluasi proyek ada beberapa aspek yang dapat dilakukan. Tetapi, dalam realisasinya evaluasi proyek tidaklah meneliti semua aspek yang ada, tapi setidaknya ada beberapa aspek utama yang harus diteliti yaitu teknis, pemasaran, manajemen dan finansial.

### 2.3.1 Teknis

Aspek teknis atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang dijalankan, karena setiap jenis usahamemiliki prioritas tersendiri (Kasmir dan Jakfar, 2008).

#### a. Persiapan Kolam

Menurut Mahyuddin (2010),sebelum digunakan untuk kegiatan pembesaran ikan lele, kolam perlu dipersiapkan terlebih dahulu. Persiapan kolam bertujuan untuk menyediakan lingkungan hidup yang optimal bagi ikan lele.Pada usaha ini kolam yang digunakan adalah kolam beton.

#### b. Penebaran Benih Ikan Lele

Penebaran benih adalah menempatkan ikan yang masih berukuran kecil ke dalam suatu tempat atau wadah budidaya dengan padat tebar tertentu. Ukuran benih ikan lele yang ditebar akan menentukan lama waktu dalam kegiatan pembesaran ikan lele (Mahyuddin, 2010).

#### c.Pemeliharaan Ikan Lele

Pemeliharaan yang dilakukan pada usaha ini dengan pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit hal ini dilakukan untuk menjaga kelangsungan hidup benih ikan lele sampai ikan ukuran konsumsi atau siap dijual (Mahyuddin, 2010).

#### d. Pemanenan Ikan Lele

Pemanenan ikan lele ini adalah tahap final pada kegiatan pembesaran ikan lele karena ukuran lele sudah mencapai ukuran ikan konsumsi dan bobot



ikan lele yang sesuai dengan permintaan pasar. Ikan lele berukuran konsumsi dengan lama produksi sekitar 2,5 – 3 bulan. Pemanenan yang dilakukan dengan cara yaitu dengan membuang air kolam pada saluran outlet sehingga kolam mencapai batas air maksimal 10 cm, hal ini dilakukan untuk mempermudah pemanenan dengan cara diserok dengan jaring serok kemudian dimasukan dalam keranjang dan ditimbang lalu dimasukan tempat kotak pengiriman atau drum pada pembeli ikan tersebut (Mahyuddin, 2010).

Aspek teknis yang akan diteliti adalah dimulai dari sarana dan prasarana, persiapan kolam, penebaran benih ikan lele, pemeliharaan ikan lele dan pemanenan ikan lele.

### **2.3.2 Pemasaran**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian pula pemasaran tanpa pasar juga tidak ada artinya. Setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

#### **a. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan suatu usaha yang digunakan untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran pada suatu usaha meliputi segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar.

#### **b. Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran merupakan kumpulan dari variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan suatu usaha untuk mencapai tujuan

pemasaran dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran pada suatu usaha meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

c. Saluran Pemasaran

Menurut Saefuddin (1982) dalam Arga (2013), menyatakan bahwa saluran pemasaran merupakan aliran yang dilalui oleh barang dan jasa melalui lembaga pemasaran sampai barang dan jasa tersebut tiba di tangan konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu usaha tergantung dari jarak antara produsen ke konsumen.

Aspek pemasaran yang akan diteliti adalah strategi pemasaran, bauran pemasaran dan saluran pemasaran yang diperoleh sehingga dapat diperoleh data yang digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang ada di "Sumber Makmur".

### 2.3.3 Manajemen

Menurut Handoko (2003), manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan kepada para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

a. Perencanaan (*Planning*)

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

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

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

c. Pergerakan (*Actuating*)

Menurut Wiryoputro (2008), pergerakan adalah upaya yang dilakukan agar sumberdaya manusia yang ada dalam organisasi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Sehingga pergerakan harus dilaksanakan agar SDM (sumber daya manusia) yang ada dalam organisasi terkoordinasi dengan baik sehingga tujuan organisasi tercapai sesuai dengan apa yang direncanakan.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah cara menerapkan dan peralatan untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan yang ditetapkan. Maksud dari pengertian diatas adalah mencoba atau ingin mengetahui apakah pekerjaan sudah sesuai dengan tujuan organisasi yang sudah ditetapkan dengan mengawasi semua pekerjaan dan selalu mengecek kegiatan para karyawan (Handoko, 2003).

#### 2.3.4 Finansii

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



#### 2.3.4.1 Finansiiil Jangka Pendek

Kegiatan pemasaran bukan merupakan kegiatan yang paling akhir dari adanya suatu usaha. Setelah kegiatan pemasaran dilakukan kegiatan menghitung dan menganalisis yang berguna untuk menentukan layak dan untungnya suatu usaha khususnya pada “Sumber Makmur” dengan menggunakan aspek finansiiil jangka pendek. Adapun bagian-bagian dari aspek finansiiil jangka pendek yaitu sebagai berikut :

a. Permodalan

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

b. Biaya Total (*Total Cost*)

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

c. Penerimaan (*Total Revenue*)

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

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

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

e. Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara penghasilan total atau *Total Revenue* (TR) dengan pembiayaan total atau *Total Cost* (TC). Penghasilan total atau *Total Revenue* (TR) adalah jumlah uang atau nilai yang diperoleh dari hasil penjualan sejumlah produk yang dihasilkan. Pembiayaan total atau *Total Cost* (TC) terdiri dari biaya tetap dan tidak tetap (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

f. *BEP (Break Event Point)*

*BEP (Break Event Point)* merupakan titik impas, yaitu keadaan dimana suatu usaha berada pada posisi tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian. *BEP* adalah teknik analisa mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, volume kegiatan dan keuntungan (Riyanto, 2001).

g. *REC (Return Equity Capital)*

Menurut Soekartawi (1986) dalam Primyastanto (2003), *Return to Equity Capital* adalah suatu analisis untuk mengetahui nilai imbakkan terhadap modal sendiri dalam suatu usaha.

#### 2.3.4.2 Finansiiil Jangka Panjang

Analisis jangka panjang untuk mengukur suatu usaha dalam jangka waktu yang lama. Adapun komponen yang di harus hitung dalam menganalisis jangka



panjang adalah NPV (*Net Present Value*), Net B/C (*Net Benefit Cost Ratio*), IRR (*Internal Rate of Return*), dan PP (*Payback Period*).

a. NPV (*Net Present Value*)

Menurut Sulisty (2015), NPV merupakan ukuran yang digunakan untuk mendapatkan hasil neto (*net benefit*) secara maksimal yang dapat dicapai dengan investasi modal atau pengorbanan sumber-sumber lain. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh selama umur ekonomi proyek. Proyek dikatakan layak dilaksanakan jika nilai NPV yang diperoleh lebih besar atau sama dengan nol, dan tidak layak atau ditolak jika nilai NPV kurang dari nol atau negatif.

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

Menurut Husnan dan Suwarsono (1999) dalam Ashshiddiqi (2015), *Profitabilitas Index* atau *Benefit and Cost Ratio (Net B/C)* adalah metode menghitung perbandingan antara nilai sekarang dengan penerimaan – penerimaan kas bersih di masa datang dengan dengan nilai sekarang investasi. Investasi dikatakan layak untuk dilakukan apabila nilai Net B/C menunjukkan angka lebih dari satu, sebaliknya apabila Net B/C menunjukkan angka kurang dari satu maka investasi tidak layak.

c. IRR (*Internal Rate Of Return*)

Menurut Husnan dan Suwarsono (2000) dalam Primyastanto (2011), metode *Internal Rate of Return (IRR)* adalah menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan – penerimaan kas bersih di masa-masa mendatang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar dari pada tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil dikatakan merugikan.



d. PP (*Payback Period*)

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

## 2.4 Analisis SWOT

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

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

Matrik SWOT bisa dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Matrik Faktor Internal dan Eksternal**

| Faktor<br>Eksternal<br>Faktor<br>Internal                                 | Faktor<br>Internal  | <i>Strengths (S)</i><br><br>Tentukan 5-10 faktor<br>kekuatan internal                                      | <i>Weaknesses (W)</i><br><br>Tentukan 5 -10<br>faktor kelemahan<br>internal     |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                           | Faktor<br>Eksternal |                                                                                                            |                                                                                 |
| <i>Opportunities (O)</i><br><br>Tentukan 5-10 faktor<br>peluang eksternal |                     | Strategi (SO)<br><br>Menciptakan situasi<br>yang menggunakan<br>kekuatan, untuk<br>memanfaatkan<br>peluang | Strategi (WO)<br><br>Meminimalkan<br>kelemahan untuk<br>memanfaatkan<br>peluang |
| <i>Threats (T)</i><br>Tentukan 5-10 faktor<br>ancaman eksternal           |                     | Strategi (ST)<br>Menggunakan<br>kekuatan untuk<br>mengatasi ancaman                                        | Strategi (WT)<br>Meminimalkan<br>kelemahan dan<br>menghindari<br>ancaman        |

Sumber : Rangkuti, 2008

Berdasarkan matriks SWOT menurut Rangkuti (2008), maka didapatkan empat langkah strategi yaitu sebagai berikut:

#### 1. Strategi SO

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

#### 2. Strategi ST

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

### 3. Strategi WO

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

### 4. Strategi WT

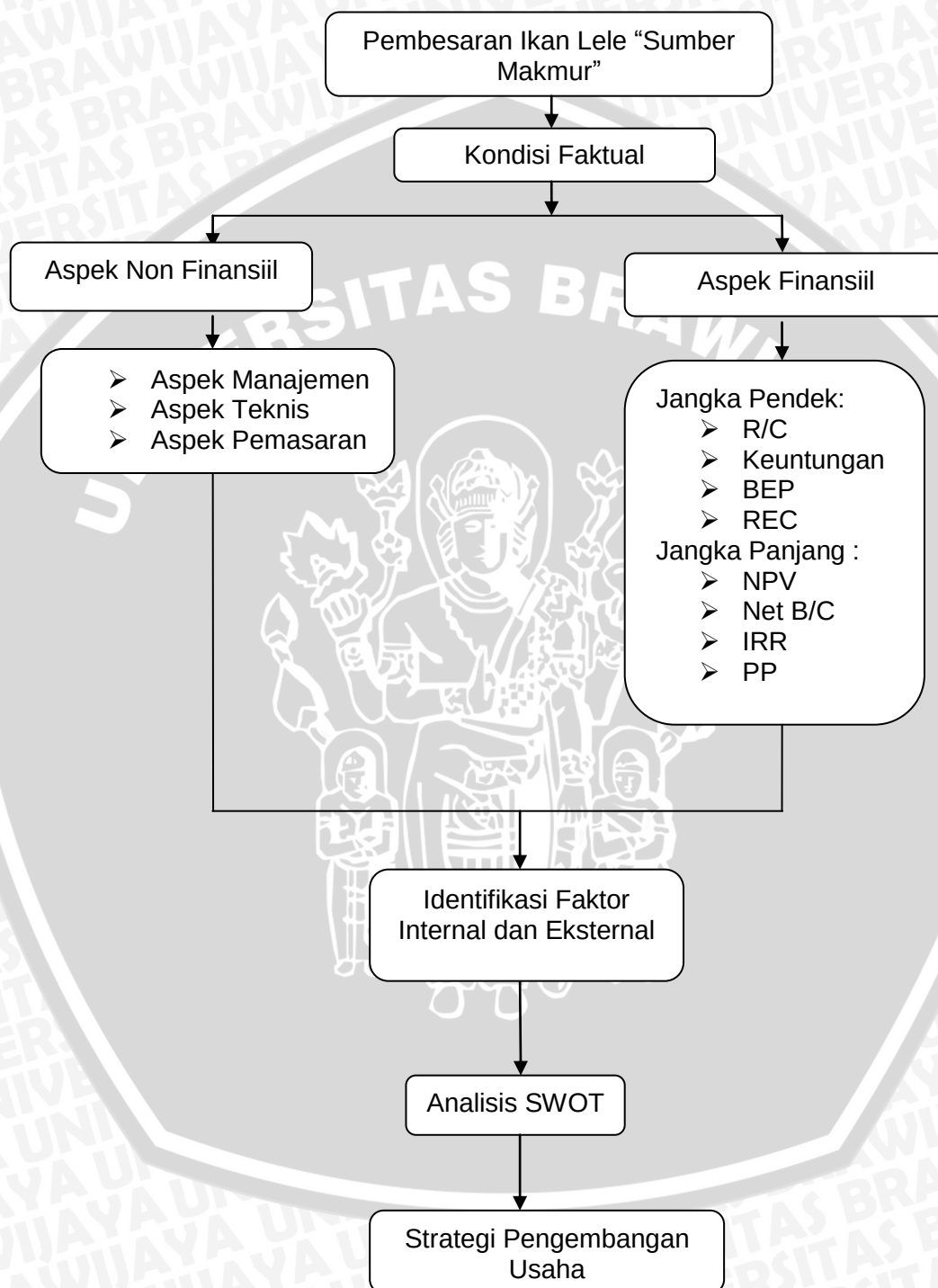
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

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



Kerangka pemikiran usaha pembesaran Ikan Lele “Sumber Makmur” dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” Desa Pandean, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang. Waktu pelaksanaan yaitu pada bulan Februari 2016.

#### 3.2 Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Arikunto (2002), metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan lapang, kondisi yang dimana hasilnya dibentuk dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif bisa dikatakan penelitian yang paling sederhana daripada penelitian yang lain, karena pada penelitian deskriptif peneliti tidak mengubah, menambah atau memanipulasi penelitian yang sudah dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti hanya memotret apa yang terjadi pada objek penelitian kemudian dituliskan dalam bentuk laporan yang hasilnya sesuai dengan apa yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah studi kasus. Menurut Nazir (2005), studi kasus atau penelitian kasus (*case study*) adalah penelitian tentang status subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subyek penelitian dapat saja individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Dari teori diatas didapatkan metode penelitian dan jenis penelitian untuk usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” yaitu metode penelitian deskriptif dan jenis penelitian studi kasus, dengan menggunakan ini maka mengetahui masalah dan solusi apa yang digunakan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

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

#### a. Observasi

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

#### b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan penjawab dengan alat yang dinamakan *interview* secara langsung dengan pembudidaya ikan lele untuk mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi usaha tersebut (Nazir, 2005).

#### c. Kuesioner

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



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

d. Dokumentasi

Menurut Nazir (2005), data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar barang yang tidak bermakna.

e. Studi Pustaka

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

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

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

#### 3.4.1 Data Primer

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

Adapun data primer yang akan dikumpulkan adalah sebagai berikut :

1. Proses pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”
2. Sarana dan prasarana pada usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”
3. Sejarah berdirinya usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”
4. Biaya operasional usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”
5. Bauran pemasaran usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diambil dari sumber kedua, data sekunder bisa bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dapat berasal dari peneliti sebelumnya, lembaga pemerintah, lembaga swasta, dan lain sebagainya (Usman dan Abdi, 2012).

Adapun data sekunder yang akan dikumpulkan adalah sebagai berikut :

- Geografis dan topografi daerah penelitian
- Keadaan penduduk di daerah penelitian
- Keadaan umum perikanan di Kabupaten Jombang

#### **3.5 Teknik Penentuan Sampel**

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara skematis dibagi menjadi 2 yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono, 2011).

Sampel yang dipilih untuk penelitian ini dengan menggunakan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan ini tidak memberikan peluang kepada semua unsur

untuk dapat terpilih. Responden telah dipilih yaitu pemilik usaha di usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Adapun metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif, analisis data digunakan untuk menjawab tujuan yang ingin dicapai dalam permasalahan yang ada pada penelitian ini.

#### **3.6.1 Analisis Data untuk Mencapai Tujuan Pertama**

Tujuan pertama pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi faktual usaha dari aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek manajemen yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”. Analisa data yang digunakan untuk teknis, pemasaran dan manajemen adalah analisa data deskriptif kualitatif.

##### **a. Teknis**

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek teknis dengan pengembangan usaha pembesaran ikan lele, aspek teknis yang akan diteliti dimulai dari sarana prasarana, persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan dan pemanenan.

##### **b. Pemasaran**

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek pemasaran dengan pengembangan usaha pembesaran ikan lele, aspek pemasaran yang akan diteliti yaitu strategi pemasaran (segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar), bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) dan saluran pemasaran.



### c. Manajemen

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek manajemen dengan pengembangan usaha pembesaran ikan lele, aspek manajemen yang akan diteliti dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengawasan dan struktur organisasi.

- Penelitian yang dilakukan dalam perencanaan usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” adalah untuk menjelaskan tujuan yang ingin dicapai dengan menambah produksi untuk kedepannya, ketepatan pengiriman bahan baku, mengatur ketersediaan akan bahan baku (ikan, pakan, obat dll), dan mengetahui perkembangan kedepannya.
- Penelitian yang dilakukan dalam pengorganisasian usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” dilihat dari lokasi usaha meliputi pemilik usahadan pegawai. Pemilik usaha mengawasi semua proses produksi, pemasaran dan manajemen. Pemilik usaha memberikan arahan untuk dapat melakukan tugas dengan baik.
- Penelitian yang dilakukan dalam pergerakan usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” dengan melihat bagaimana hasil kerja yang dilakukan oleh pegawai apa sudah sesuai dengan arahan yang dilakukan oleh pemilik usaha agar dapat memenuhi target yang dicapai.
- Penelitian yang dilakukan dalam pengawasan usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” dengan melihat sejauh mana pengawasan yang dilakukan terhadap hasil pekerjaan apakah sudah sesuai dengan target yang ingin dicapai, sejauh mana sistem pengawasan terhadap karyawan dan sejauh mana pengawasan terhadap pelaksanaan.

### 3.6.2 Analisis Data untuk Mencapai Tujuan Kedua

Tujuan kedua pada penelitian ini yaitu untuk menganalisa aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang di “Sumber Makmur”. Analisa data yang digunakan untuk aspek finansial jangka pendek dan jangka panjang adalah analisa data deskriptif kuantitatif.

#### a. Analisis Jangka Pendek

##### ➤ Permodalan

Menurut Riyanto (1995) dalam Primyastanto (2011), modal usaha dalam pengertian ekonomi adalah barang atau uang yang bersama-sama faktor produksi tanah dan tenaga kerja bekerja untuk menghasilkan suatu barang baru. Modal usaha tersebut biasanya berupa modal tetap/aktiva dan modal kerja.

##### ➤ Biaya Total

Menurut Soekartawi (2003), rumus dari biaya total yaitu :

Dimana :

$$TC = FC + VC$$

TC = Total Cost (biaya total)

FC = Fixed Cost (biaya tetap)

VC = Variable Cost (biaya variabel)

##### ➤ Penerimaan

Menurut Soekartawi (2003), penerimaan secara umum dirumuskan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR = Total Revenue (total penerimaan)

P = Price (harga)

Q = Quantity (jumlah barang per unit)

➤ *RC Ratio*

Menurut Soekartawi (2003), *RC Ratio* dapat dirumuskan seperti berikut:

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

Apabila :

$R/C > 1$ , maka usaha tersebut dapat dikatakan menguntungkan (layak)

$R/C = 1$ , maka usaha tersebut dikatakan tidak untung dan tidak rugi

$R/C < 1$ , maka usaha tersebut mengalami kerugian

➤ *Keuntungan*

Menurut Soekartawi (2003), keuntungan ini biasa disebut dengan penerimaan bersih yang berasal dari penjualan hasil produksi suatu perusahaan dikurangi dengan biaya total yang dikeluarkan untuk memproduksi, sehingga dapat dinotasikan seperti berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$\pi$  = Penerimaan bersih (keuntungan)

$TR$  = Total Revenue (pendapatan kotor)

$TC$  = Total Cost (total biaya untuk produksi)

➤ *Break Event Point (BEP)*

Menurut Riyanto (2001), BEP dapat dirumuskan sebagai berikut :

BEP atas dasar sales (BEP sales) :

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



Keterangan :

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

VC = Variabel Cost (biaya variabel)

S = Volume penjualan (jumlah penerimaan)

BEP atas dasar unit (BEP unit) :

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

Keterangan :

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

p = *Price* (harga jual per unit)

v = Variabel per unit

➤ REC (*Return Equity Capital*)

Menurut Primyastanto (2003), nilai REC dirumuskan sebagai berikut:

$$REC = \frac{I - NKK}{M} \times 100\%$$

Keterangan :

REC = Nilai imbalan terhadap modal

I = Pendapatan

NKK = Nilai Kerja Keluarga

## b. Analisis Jangka Panjang

➤ NPV (*Net Present Value*)

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

Dimana :

Bt = Benefit pada tahun

Ct = Cost pada tahun t

n = Umur ekonomis suatu proyek

i = tingkat suku bunga yang berlaku

NPV>0 = Layak dijalankan

NPV<0 = Tidak layak dijalankan

(Primyastanto, 2003)

➤ Net Benefit Cost ratio (Net B/C)

Adapun rumus menurut Gray (1997) dalam Supit (2015), untuk menghitung

Net B/C adalah sebagai berikut

$$NetB / C = \frac{\sum_{i=1}^n \overline{NB_i (+)}}{\sum_{i=1}^n \overline{NB_i (-)}}$$

Indikator :

Net B/C > 1 berarti proyek (usaha) layak dikerjakan

Net B/C < 1 berarti proyek tidak layak dikerjakan

Net B/C = 1 berarti cash in flows = cash out flows (BEP)

➤ IRR (*Internal Rate Of Return*)

Menurut Supit (2015), rumus dari IRR (*Internal Rate Of Return*) sebagai

berikut :

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

Dimana :

NPV' = NPV yang diperoleh dari tingkat *discount factor* 1

NPV'' = NPV yang diperoleh dari tingkat *discount factor* 2

I' = tingkat *discount factor* 1

I'' = tingkat *discount factor* 2

Kriteria perhitungan IRR :

Jika  $IRR > \text{discount rate}$  yang telah ditentukan, maka usaha layak dijalankan

Jika  $IRR < \text{discount rate}$  yang telah ditentukan, maka usaha tidak layak dijalankan

Jika  $IRR < \text{discount rate}$  yang telah ditentukan, maka usaha tidak layak dijalankan

➤ PP (*Payback Period*)

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

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

*Payback Period* digunakan dalam strategi pengembangan usaha karena *Payback Period* termasuk ke dalam analisis finansial jangka panjang, analisis finansial diperlukan untuk merencanakan strategi bisnis, agar finansial yang sudah finansial diperkirakan dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang direncanakan.



### 3.6.3 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Ketiga

Tujuan ketiga pada dalam penelitian ini adalah menganalisa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi terhadap pengembangan usaha di “Sumber Makmur”. Analisa data yang digunakan untuk faktor internal dan eksternal adalah analisa data deskriptif kualitatif.

Faktor internal dan eksternal pada usaha di “SumberMakmur” meliputi :

1. Faktor internal adalah faktor dari dalam usaha yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha di “SumberMakmur”.
  - Kekuatan adalah kompetensi khusus yang terdapat pada usaha pembesaran ikan lele “SumberMakmur” dan kemampuan dalam pengembangan usaha.
  - Kelemahan adalah kekurangan dalam hal keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang kinerja yang dapat menjadi penyebab terjadinya kerugian pada usaha pembesaran ikan lele “SumberMakmur”.
2. Faktor eksternal adalah faktor dari lingkungan luar usaha yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur”.
  - Peluang adalah perubahan yang dapat dilihat sebelumnya untuk waktu dekat, di masa mendatang dan akan memberikan keuntungan bagi usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur”.
  - Ancaman adalah gejala-gejala yang merupakan dampak negatif, namun umumnya berada di luar kendali pada usaha pembesaran ikan lele “SumberMakmur”.

### 3.6.4 Analisis Data Untuk Mencapai Tujuan Keempat

Tujuan keempat pada penelitian ini yaitu untuk menyusun strategi pengembangan usaha di “Sumber Makmur” berdasarkan analisis SWOT. Analisa data yang digunakan untuk strategi pengembangan usaha adalah analisa data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Menurut Rangkuti (2008), SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang *Opportunities* dan ancaman *Threats* dengan faktor internal kekuatan *Strengths* dan kelemahan *Weaknesses*.

Matrik SWOT bisa dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Matrik SWOT**

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

Sumber : Rangkuti, 2008

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

- a) Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
- b) Beri bobot masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis
- c) Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.
- d) Mengkalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e) Menggunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotnya dihitung.
- f) Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total



ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

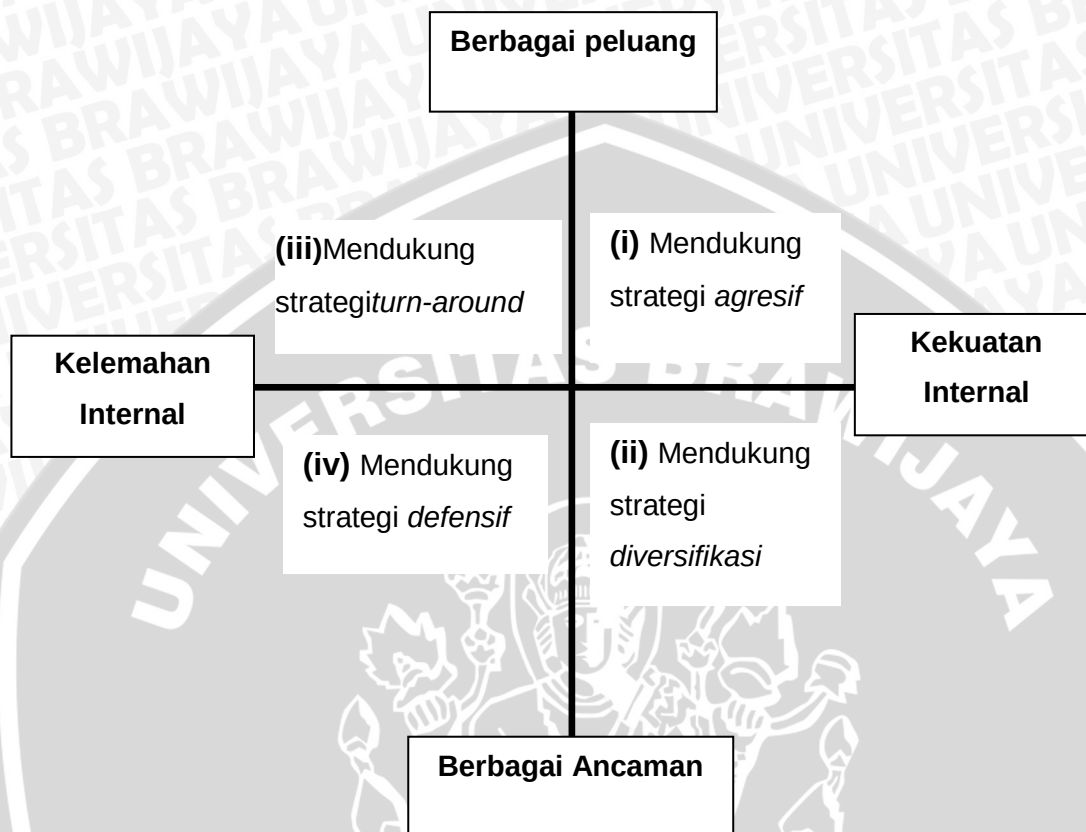
Sedangkan tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor – faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan. Tahapnya adalah:

- a) Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b) Beri bobot masing – masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) samapai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor – faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata – rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata – rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata – rata industri, nilainya adalah 4.

- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f) Menjumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Cara lain untuk menyusun strategi usaha adalah membandingkan faktor internal dan eksternal usaha dengan menggunakan bagan analisis SWOT. Bagan ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Sehingga dapat menghasilkan strategi alternatif yang bisa digunakan.

Bagan analisis SWOT dapat dilihat pada gambar 3.



**Gambar 3. Bagan Analisis SWOT**

Sumber : Rangkuti, 2008

Pengisian bagan SWOT ini adalah dengan menghitung selisih antara (peluang terhadap ancaman) pada tabel EFE dan selisih (kekuatan terhadap kelemahan) pada tabel IFE dan tandai titik potongnya secara vertikal dan horizontal selanjutnya menterjemahkan titik potong tersebut yang berada pada salah satu kuadran.

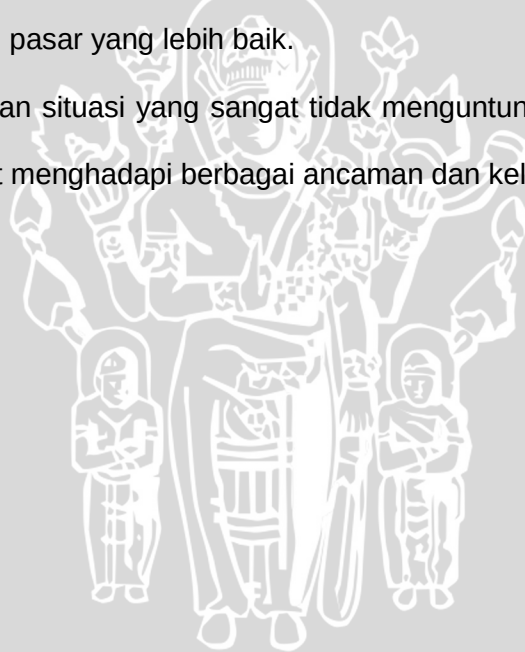
**Kuadran 1** : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).



*Kuadran2* : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan 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* : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak dia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

*Kuadran4:*Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



#### 4. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

##### 4.1 Keadaan Geografis dan Topografi

Penelitian ini dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Berdasarkan informasi yang ada, Kecamatan Ngoro memiliki luas wilayah sebesar 49,86 km<sup>2</sup> (Kantor Desa Pandean, 2015).

Secara geografis Desa Pandean merupakan Desa berdataran rendah dengan kemiringan 5% dengan suhu rata-rata tiap harinya sebesar 31<sup>0</sup> C. Secara topografi Desa ini merupakan Desa dataran sedang, dengan kondisi topografi menjadikan Desa ini mudah diakses oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Selain memudahkan akses jalan, keadaan ini bermanfaat untuk kelangsungan hidup ikan lele yang dapat bertahan pada kondisi dataran rendah, karena keadaan topografi tersebut akan menjadikan mortalitas ikan lele rendah (Kantor Desa Pandean, 2016).

Potensi sumberdaya alam yang dimiliki oleh Desa Pandean memang cukup baik, dilihat dari kondisi lahan yang subur juga dapat dimanfaatkan sebagai lahan pertanian dan palawija yang menjadi produk unggulan Kecamatan Ngoro. Potensi ekonomi yang dimiliki oleh Desa Pandean yaitu di bidang agribisnis sayur-mayur, perdagangan dan jasa di bidang pertanian, potensi ini didukung dengan adanya transportasi, kondisi jalan dan sarana irigasi yang baik (Kantor Desa Pandean, 2016).

Desa Pandean merupakan Desa yang terdiri dari 4 dusun yaitu Dusun Kauman, Dusun Tegalan, Dusun Sedati, dan Dusun Krenggang.

Adapun batas-batas wilayah Desa Pandean adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Ngoro
- Sebelah Timur : Desa Ngoro – Rejoagung
- Sebelah Selatan : Desa Rejoagung
- Sebelah Barat : Desa Genukwatu

#### 4.2 Kondisi Sosial Ekonomi Penduduk Desa Pandean

Kondisi sosial ekonomi penduduk sekitar pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang dapat diketahui berdasarkan jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan mata pencaharian.

##### 4.2.1 Berdasarkan Umur

**Tabel 3. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Umur**

| No | Kelompok Umur (Tahun) | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|----|-----------------------|---------------|----------------|
| 1. | <17                   | 1.300         | 29             |
| 2. | 17-56                 | 2.297         | 51             |
| 3. | >56                   | 902           | 20             |
|    | Jumlah                | 4.499         | 100            |

Sumber : Kantor Balai Desa Pandean, 2016

Dari data tersebut, maka dapat diketahui bahwa penduduk yang memiliki usia produktif antara umur 17-56 tahun, dengan persentase 51% yang berjumlah 2.297 jiwa. Sedangkan penduduk yang memiliki usia pra-produktif antara umur 0-17 tahun dengan persentase 29% yang berjumlah 1.300 jiwa. Untuk penduduk yang memiliki usia post-produktif antara umur 56 keatas dengan persentase 20% dengan jumlah 902 jiwa. Hal tersebut dapat diartikan bahwa hampir separuh



penduduk di Desa Pandean berusia produktif. Dengan cukup besarnya usia produktif otomatis akan berdampak meningkatnya kualitas hidup sumberdaya manusia yang berhubungan erat pada naiknya kesejahteraan hidup masyarakat karena banyaknya angkatan kerja yang sudah masuk dalam usia kerja bekerja.

#### 4.2.2 Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| No.    | Tingkat Pendidikan       | Jumlah | Persentase % |
|--------|--------------------------|--------|--------------|
| 1.     | <i>Play group</i> /TK/RA | 312    | 10           |
| 2.     | SD/SMP/MTs               | 2.186  | 68           |
| 3.     | SMA                      | 585    | 18           |
| 4.     | Perguruan Tinggi         | 106    | 3            |
| 5.     | Belum sekolah            | 15     | 1            |
| Jumlah |                          | 3.204  | 100          |

Sumber : Kantor Balai Desa Pandean, 2016

Komposisi penduduk di Desa Pandean berdasarkan tingkat pendidikannya bermacam-macam, mulai dari yang belum sekolah hingga perguruan tinggi. Tingkat pendidikan terakhir penduduk Desa Pandean terbanyak ialah SD/SMP/MTs yaitu berjumlah 2.186 orang, sedangkan paling sedikit adalah belum sekolah yaitu berjumlah 15 orang.

#### 4.2.3 Berdasarkan Mata Pencaharian

**Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Pandean Berdasarkan Mata Pencaharian**

| No.    | Mata Pencaharian | Jumlah | Persentase % |
|--------|------------------|--------|--------------|
| 1.     | PNS              | 52     | 3            |
| 2.     | TNI/Polri        | 8      | 1            |
| 3.     | Swasta           | 361    | 17           |
| 4.     | Wiraswasta       | 273    | 13           |
| 5.     | Petani           | 92     | 4            |
| 6.     | Pertukangan      | 57     | 3            |
| 7.     | Pensiunan        | 47     | 2            |
| 8.     | Buruh Tani       | 57     | 7            |
| 9.     | Lain-lain        | 1.060  | 50           |
| Jumlah |                  | 2.104  | 100          |

Sumber : Kantor Balai Desa Pandean, 2016

Penduduk di Desa Pandean memiliki mata pencaharian yang bervariasi, diantaranya adalah sebagai PNS, TNI/Polri, Swasta, Wiraswasta dan mata pencaharian lainnya. Mata pencaharian paling banyak ialah mata pencaharian lainnya dengan jumlah 1.060 orang.. Sedangkan mata pencaharian paling sedikit ialah sebagai TNI/Polri dengan jumlah 8 orang.

#### **4.3 Keadaan Umum Usaha Perikanan**

Desa Pandean adalah Desa yang daerahnya sebagian besar daerah pertanian yang termasuk di dalamnya kegiatan perikanan. Luas wilayah perikanan di Desa Pandean sebesar  $\pm 5,6$  Ha, luas tersebut dimanfaatkan untuk kegiatan budidaya terutama pembesaran ikan lele. Pembesaran ikan lele pada Desa tersebut didukung dengan adanya fotografi Desa yang berdataran rendah. Kondisi perikanan yang ada di Desa Pandean Kecamatan Ngoro berdampingan dengan kegiatan pertanian. Hal ini, dapat menyebabkan pencemaran kegiatan tentang perikanan dan pertanian. Seringnya kematian ikan lele disebabkan oleh masuknya insektisida ke dalam kolam sehingga air kolam tercemar oleh bahan kimia pertanian yang menyebabkan ikan mati dan sakit. Sebaliknya berbanding terbalik untuk kegiatan pertanian di Desa ini mendapatkan keuntungan dengan adanya limbah air oleh kegiatan perikanan budidaya, aliran air yang keluar dari kolam mengandung senyawayang dibutuhkan oleh tumbuhan untuk tumbuh subur.

Kegiatan perikanan yang ada di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang berjalan perseorangan artinya usaha ini belum memberikan kontribusi terhadap pendapatan desa, hal dan keuntungan yang didapat bersifat pribadi (milik sendiri). Pengusaha yang ada di Desa Pandean Kecamatan Ngoro

bergerak di bidang perikanan berjumlah sebanyak 50 orang. Kegiatan budidaya ikan lele yang dilakukan pada Desa Pandean masih bersifat tradisional karena belum memanfaatkan teknologi budaya yang sedang berkembang, penggunaan teknologi masih tradisional dikarenakan belum adanya pengenalan teknologi baru untuk budidaya ikan lele oleh pihak Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jombang.

#### **4.4 Sejarah dan Perkembangan Usaha**

Pada awalnya usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” berdiri pada tahun 2011 dengan jumlah kolam sebanyak 5 petak kolam terpal, usaha pembesaran ini dijadikan usaha sampingan oleh Pak Athfian. Usaha yang diutamakan oleh Pak Athfian ini adalah usaha penggemukan kambing. Setelah usaha penggemukan kambing mengalami penurunan, maka Pak Athfian memutuskan untuk memulai usaha pembesaran ikan lele. Pada pembangunan kolam yang kedua pada tahun 2012 Pak Athfian mengubah kolam yang awalnya terpal menjadi beton sebanyak 9 petak untuk pembesaran ikan lele, setiap tahunnya terjadi penambahan kolam sebanyak 4-5 petak. Pada saat ini jumlah kolam sebanyak 20 petak kolam beton. Tiap petak memiliki ukuran kolam dengan luas  $4 \times 6 \text{ m}^2$ . Perkembangan usaha dari awal hingga sekarang mengalami kenaikan yang cukup baik.

Kondisi usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” saat ini sudah memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, akan tapi usaha pembesaran ikan lele ini belum memiliki surat izin usaha, kolam yang dibangun belum dimanfaatkan secara optimal untuk pembesaran.



Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini berdiri di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. Usaha ini memiliki lokasi yang sangat strategis untuk dijangkau oleh kendaraan karena berada di pertigaan Desa Pandean, usaha ini menggunakan satu tenaga kerja, pakan yang digunakan yaitu pakan buatan yang dibuat oleh PT. Matahari Sakti, benih ikan lele didapatkan dari rekan pemilik usaha.

Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah usaha yang bergerak dibidang perikanan, usaha menghasilkan produk ikan lele segar. Usaha ini melakukan 3 siklus produksi selama 1 tahun, distribusi ikan lele secara langsung pada saat pemanenan oleh pemilik kepada tengkulak yang datang dari Kabupaten Jombang dan Kota Sidoarjo. Usaha pembesaran ini adalah salah satu usaha yang memanfaatkan sumberdaya alam (lahan) seluas 0,150 Ha untuk pembesaran dengan tujuan mendapatkan keuntungan, usaha ini mampu menangkap peluang bisnis yang mampu dimanfaatkan di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang.

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Kondisi Faktual Usaha Pembesaran Ikan Lele

#### 5.1.1 Teknis Usaha Pembesaran Ikan Lele

Aspek teknis merupakan aspek terpenting dalam suatu usaha karena aspek ini berpengaruh untuk mencapai keberhasilan dari usaha yang dijalankan.

Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” memiliki aspek teknis seperti saranaprasarana, persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan dan pemanenan.

##### a. Sarana

Sarana merupakan fasilitas yang dapat digunakan sebagai alat bantu untuk menunjang kegiatan produksi usaha pembesaran ikan lele diantaranya kolam dan peralatan. Sarana usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah sebagai berikut:

- Kolam

Kolam merupakan media utama yang digunakan dalam melakukan pembesaran ikan lele. Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini mempunyai 20 kolam beton dengan ukuran 4x6 m<sup>2</sup>. Harga benih ikan pada saat ini untuk ukuran 4-6 cm yaitu Rp 100 dan benih ukuran 5-7 cm Rp 140. Benih ikan lele ini didapatkan dari pemilik usaha budidaya ikan lele yang letaknya tidak jauh dari tempat usaha ( $\pm 1,5$  km), ketersediaan benih ikan lele melimpah dikarenakan rekan pemilik usaha ini melakukan usaha pembenihan ikan lele saja.



Benih ikan lele pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dapat dilihat pada gambar 4.



(a)

(b)

**Gambar 4. (a) benih ukuran 4-6 cm dan (b) benih ukuran 5-7 cm**

- Peralatan

Peralatan merupakan hal yang dibutuhkan dalam melakukan usaha pembesaran ikan lele. Peralatan yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6. Peralatan Dalam Usaha Pembesaran Ikan Lele “Sumber Makmur”**

| No | Alat            | Fungsi                                                         | Gambar                                                                               |
|----|-----------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Kolam Beton     | Untuk tempat pembesaran ikan lele                              |  |
| 2. | Jaring segitiga | Untuk memisahkan ikan-ikan kecil dan besar pada saat pemanenan |  |



| No | Alat              | Fungsi                                                              | Gambar                                                                               |
|----|-------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Seser             | Untuk memisahkan ikan lele ukuran kecil dan besar                   |    |
| 4. | Keranjang         | Untuk tempat ikan setelah di panen saat dipindahkan ke mobil angkut |    |
| 5. | Selang            | Untuk pengisian air                                                 |   |
| 6. | Timbangan gantung | Untuk menimbang ikan lele dalam skala besar                         |  |
| 7. | Bak Plastik       | Untuk tempat lele yang melebihi ukuran                              |  |

| No | Alat     | Fungsi                                                         | Gambar                                                                             |
|----|----------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 8. | Pipa PVC | Untuk mengalirkan air dari sumber air kedalam kolam pembesaran |  |

#### b. Prasarana

Prasarana merupakan penunjang sarana yang tidak bergerak dalam melakukan usaha pembesaran ikan lele diantaranya akses jalan, sumber air, sumber listrik dan alat komunikasi. Prasarana usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah sebagai berikut:

- Akses Jalan

Akses jalan menuju tempat usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini cukup baik, beraspal dan lokasinya sangat strategis karena terletak dipertigaan jalan sehingga mudah ditempuh untuk mencapai lokasi.

- Sumber Air

Pasokan sumber air yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” sangat melimpah dan bersih, bahkan menurut Pak Athfian tidak pernah kehabisan atau kekeringan. Sumber air didapat dari sumur bor untuk proses sirkulasi.

- Sumber Listrik

Listrik adalah faktor yang sangat penting untuk penerangan, pompa air, dan beberapa alat yang menggunakan listrik. Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini juga memiliki *suplay* listrik yang cukup baik, karena kawasan usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dekat dengan gardu listrik.



- Alat Komunikasi

Alat bantu komunikasi yang digunakan untuk proses pembelian benih dan penjualan ikan lele oleh Pak Athfian dengan tengkulak adalah *handphone*.

c. Persiapan Kolam

Sebelum melakukan usaha pembesaran ikan lele langkah awal yang dilakukan oleh usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah melakukan persiapan kolam. Persiapan kolam dilakukan dengan cara membersihkan kolam dengan menyikat bagian dinding yang tertempel oleh lumut kemudian dibersihkan dengan air sampai bersih. Pembersihan kolam terjadi saat pasca panen telah selesai, cara ini dilakukan agar kolam tetap terjaga kebersihannya dari sisa-sisa kotoran seperti sisa pakan yang bisa menyebabkan racun pada air adapun lumut yang dapat menimbulkan bakteri atau hama.

Setelah dilakukan pembersihan kolam langkah selanjutnya mengeringkan kolam dengan cara mengeluarkan air tanpa tersisa melalui outlet. Setelah kering biarkan kolam agar terkena sinar matahari tanpa terisi air selama 2 – 3 hari bertujuan agar bakteri yang ada pada kolam tersebut dapat mati dengan suhu tinggi melalui sinar matahari.

Setelah dilakukan pembersihan dan pengeringan kolam langkah selanjutnya yaitu pengisian air ke dalam kolam tersebut. Cara awal yaitu isi air dengan cara bertahap sekitar 20 – 30 cm, hal ini dilakukan untuk pemberian obat dan didiamkan selama 2 hari dengan tujuan agar kolam ini benar – benar seteril dari bakteri dan hama.





**Gambar 5. Pengeringan Kolam**

d. Penebaran Benih Ikan lele

Penebaran benih jumlah ikan tidak asal yang akan ditebar kedalam kolam melainkan harus melihat ukuran kolam terlebih dahulu agar tahu berapa benih yang akan ditebar kedalam ukuran kolam, karena untuk mencegah kematian benih yang disebabkan oleh penebaran benih secara berlebihan. Benih yang ditebarkan dalam kolam “Sumber Makmur” memiliki ukuran tebar benih 4-6 cm dengan harga 100/ekor yaitu dengan padat benih 250-350 ekor/m<sup>2</sup> dan ukuran tebar benih 5-7 cm dengan harga 140/ekor yaitu dengan padat benih 150-250 ekor/m<sup>2</sup> dengan ukuran kolam 4x6 m<sup>2</sup>. Waktu yang tepat untuk melakukan penebaran benih yaitu pada pagi atau sore karena sinar matahari pada siang hari sangat tinggi dan dapat menyebabkan ikan stres dan kemudian menimbulkan kematian pada benih.

Penebaran dilakukan dengan cara bertahap dan tidak secara langsung dimasukan benih kedalam air kolam. Pertama benih yang berada dalam plastik dimasukkan kedalam air dengan keadaan plastik terikat selama 15-20 menit, agar benih ikan lele dapat beradaptasi dengan kolam tersebut. Penebaran benih tidak langsung pada 20 kolam melainkan secara bertahap agar proses produksi dapat terus berjalan.

#### e. Pemeliharaan

Pemeliharaan yang dilakukan pada usaha ini dengan cara pemberian pakan, pengolahan air dan pencegahan penyakit untuk menjaga kelangsungan hidup benih ikan lele sampai menjadi ikan ukuran konsumsi atau siap dipasarkan.

Pakan merupakan suatu kebutuhan penting dalam kegiatan budidaya, karena semua makhluk hidup membutuhkan makanan untuk pertumbuhan dan bertahan hidup. Pakan merupakan kebutuhan yang sangat penting untuk pembesaran ikan lele. Ikan lele merupakan jenis ikan yang membutuhkan pakan yang cukup banyak untuk itu pemberian pakan pada ikan lele harus diberikan secara teratur karena mengingat ikan lele memiliki sifat kanibal dan daya saing memperoleh pakan yang tinggi, sehingga dalam pemberian pakan pada ikan lele diusahakan tidak boleh telat karena mereka dapat memakan ikan lele yang lain, akibatnya dapat mengurangi jumlah hasil panen. Dalam kegiatan pembesaran ikan lele ini pemberian pakan dilakukan 2-3 kali sehari dengan pakan pellet, yaitu pagi dan sore atau waktu gelap karena ikan lele merupakan hewan nokturnal yang aktif disaat gelap. Jenis pakan yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yaitu Lp 2. Harga pakan/sak Lp 2 sebesar Rp. 270.000.

Jenis pakan ikan lele yang diberikan pada pembesaran “Sumber Makmur” adalah pakan buatan pabrik. Pakan buatan pabrik memiliki kandungan gizi yang baik untuk pertumbuhan ikan lele. Pakan yang digunakan adalah pakan yang didistribusikan oleh PT. Matahari Sakti yang terletak di kios pakan di pasar Ngoro.



Pergantian air dalam pembesaran ikan lele sangat penting, karena perlu adanya sirkulasi air secara teratur agar kualitas perairan kolam selalu terjaga. Selain itu, pergantian air kolam bertujuan untuk menghilangkan kotoran dan sisa pakan yang mengendap di dasar kolam yang dapat menimbulkan penyakit yang mengganggu ikan lele. Pergantian air pada pembesaran ikan lele tidak perlu terlalu sering atau setiap hari tetapi dilakukan setiap 1 minggu sekali, karena ikan lele merupakan ikan yang cukup tahan terhadap kondisi perairan yang keruh.

Pecegahan penyakit yang dilakukan ini tergantung permasalahan terjadi biasanya dilakukan dengan mengidentifikasi ikan yang memiliki tingkah laku yang aneh atau ada warna dan bentuk yang berbeda dengan lainnya biasanya ikan itu diambil dan ditempatkan pada tempat yang terpisah sehingga tidak tertular dengan ikan yang lain. Kemudian kolam tersebut diberi probiotik sehingga air pada kolam tersebut dapat kembali normal.

#### f. Pemanenan

Pemanenan ikan ini adalah tahap final pada kegiatan pembesaran ikan lele karena ukuran lele sudah mencapai ukuran ikan konsumsi dan bobot ikan lele yang sesuai dengan permintaan pasar. Ikan lele berukuran konsumsi dengan lama produksi sekitar 2,5– 3 bulan dengan 1 kg isi 8-12 ekor ikan lele dengan harga Rp. 15.800. Pemanenan yang dilakukan dengan cara membuang air kolam pada saluran outlet sehingga kolam mencapai batas air maksimal 10 cm hal ini dilakukan untuk mempermudah pemanenan dengan cara diserok dengan jaring segitiga, untuk memisahkan ikan-ikan kecil dan besar pada saat pemanenan. Dan kemudian dimasukan dalam keranjang untuk tempat ikan setelah dipanen, lalu ditimbang ketempat tempat kotak pengiriman atau drum pada pembeli ikan tersebut.





**Gambar 6. Pemanenan Ikan lele**

### **5.1.2 Pemasaran Usaha Pembesaran Ikan Lele**

Aspek Pemasaran usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diantaranya strategi pemasaran (segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar), bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat), dan saluran pemasaran.

#### **a. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan suatu usaha yang digunakan untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan, strategi pemasaran pada suatu usaha meliputi segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar.

##### **- Segmentasi pasar**

Segmentasi merupakan pengelompokan konsumen berdasarkan kelasnya, yaitu konsumen kelas atas kelas menengah dan kelas bawah. Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini tidak memperlakukan konsumen berdasarkan kelasnya karena usaha ini dijual melalui tengkulak dan tidak melayani penjualan dalam bentuk ecer, namun pada usaha ini hanya menerapkan penjualan ikan lele ukuran “super”(standar pasar isi 12 ekor/kg). Proses pemasaran sepenuhnya dilakukan oleh tenaga tengkulak yang datang dari Sidoarjo dan daerah lokal sekitar Kabupaten Jombang. Tengkulak menjual

ikan lele sebagian dijual langsung kepada konsumen dan lainnya ikan lele dijual kepada pedagang pengecer di pasar dengan bantuan pick up (luar kota), motor (lokal).

- Target pasar

Target pasar merupakan suatu kegiatan menilai dan memilih segmen pasar yang telah dibidik. Usaha ini memilih target konsumen yang ada di pasar tradisional saja, pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak telah membidik pasar yang ada di Kabupaten Jombang seperti pasar Ngoro, pasar Ploso, pasar Bareng dan pasar Mojoagung. Selain itu, tengkulak yang berasal dari Kota Sidoarjo menjual ikan lele di pasar tradisional yang ada di Kota Sidoarjo seperti pasar Waru, pasar Sedati, dll. Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini tidak menargetkan pasar industri, sehingga target pasar yang dilakukan hanya pada pasar-pasar tradisional saja.

- Posisi pasar

Posisi pasar (*Positioning*) adalah suatu cara untuk melihat posisi pasar dari suatu produk yang telah dihasilkan, posisi usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dipengaruhi oleh bauran pemasaran. Posisi usaha ini dinilai cukup baik karena telah memiliki pembeli tetap (tengkulak) dan kebutuhan konsumen selama ini dapat terpenuhi. Posisi baik ini juga dikarenakan usaha ini mampu bertahan dengan kondisi pada saat fluktuasi harga ikan lele, pada kondisi tersebut usaha ini masih mampu menyediakan ikan lele meskipun dengan harga yang rendah. Jika dibandingkan dengan pembudidaya lain yang memilih gulung tikar dan tidak melakukan usaha pembesaran lagi karena tidak mampu menanggung kerugian yang terjadi.



b. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran merupakan analisis pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Suatu usaha dinyatakan berhasil yaitu usaha yang memilih produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, penetapan harga yang sesuai dengan konsumen yang telah dibidik, saluran distribusi yang baik, dan kegiatan promosi yang sesuai dengan kebutuhan produsen dan konsumen. Kegiatan pemasaran sebaiknya saling mendukung antara keempat aspek pemasaran tersebut agar pemasaran dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan pemasaran itu sendiri. Bauran pemasaran yang ada di usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah sebagai berikut:

- Produk

Produk yang dihasilkan pada usaha budidaya ikan lele “Sumber Makmur” ini berupa ikan lele konsumsi isi 8-12 ekor/kg, keunggulan yang dimiliki usaha ini yaitu dapat menyediakan ikan lele segar yang berkualitas karena produk ini tidak menggunakan bahan-bahan kimia yang berbahaya selama proses budidaya. Proses pembesaran ikan lele pemilik usaha dinaungi oleh Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jombang.

- Harga

Harga yang ditetapkan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini adalah harga yang mengikuti pasar, harga yang ditawarkan pada saat ini yaitu 15.800/kg. Dengan penetapan harga mengikuti harga pasar usaha ini sering mengalami fluktuasi harga, resiko yang harus ditanggung yaitu apabila harga pasar turun maka harga ikan lele pada usaha turun juga dan hal ini yang sering menyebabkan kerugian pada usaha ini karena tidak memiliki standar



harga sendiri. Sebaliknya jika harga ikan lele pasar naik maka harga ikan lele pada usaha ini juga akan naik.

- Promosi

Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan suatu produk, promosi dapat dilakukan pada berbagai media seperti pada media elektronik, media massa dan lain sebagainya. Kegiatan promosi yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” ini masih sangat sederhana yaitu menjalin komunikasi dengan tengkulak-tengkulak yang telah menjadi rekan pemilik usaha. Promosi yang dilakukan melalui mulut kemulut (*mouth to mouth*), usaha ini belum memiliki kegiatan promosi yang aktif seperti promosi melalui media massa ataupun media sosial. Dari pihak Dinas Peternakan dan Perikanan sendiri sudah memberikan bantuan promosi untuk usaha budidaya perikanan yang ada di Kabupaten Jombang khususnya Kecamatan Ngoro.

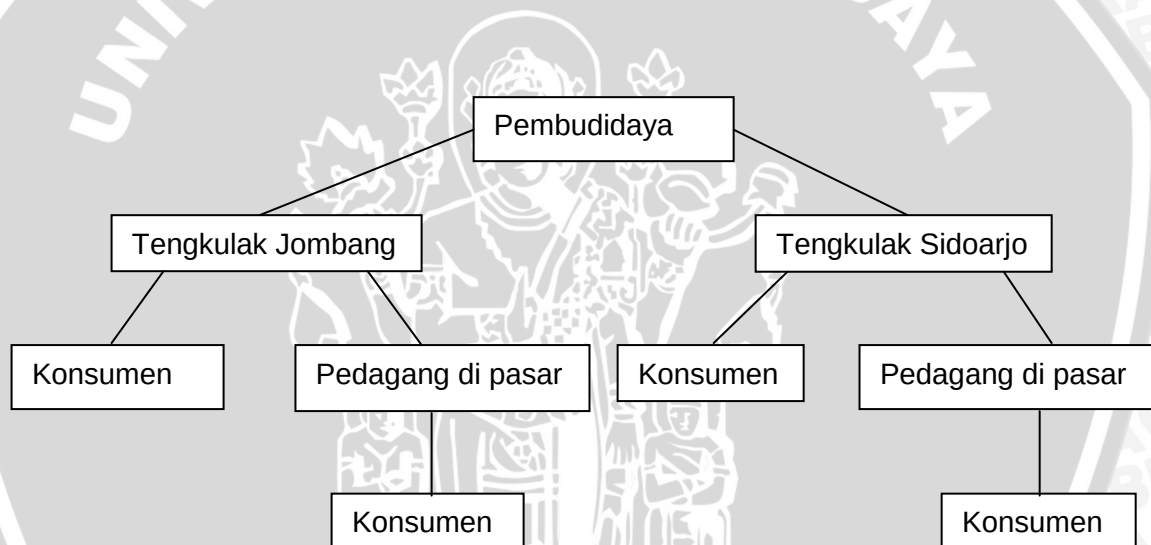
- Tempat

Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” berdiri di Desa Pandean Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang, letak usaha ini cukup strategis dikarenakan usaha ini berdiri tepat dipertigaan Desa Pandean. Akses menuju usaha ini sangat mudah, dapat dijangkau dengan transportasi, selain itu dekat dengan sumberdaya alam dan mudah dalam mendapatkan benih ikan lele karena dekat dengan usaha pembenihan lele.

c. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran sangat penting dalam mendirikan suatu usaha agar produk yang dihasilkan dapat terdistribusi ke tengkulak dengan baik dan cepat. Biasanya konsumen sebelum panen ikan lele sudah menghubungi Pak Athfian dan menanyakan tanggal berapa bisa diambil.

Saluran pemasaran ikan lele dilakukan melalui tengkulak yang berasal dari Sidoarjo dan daerah lokal sekitar Kabupaten Jombang. Tengkulak menjual ikan melalui pedagang di pasar lalu ke konsumen, dan ada juga yang secara langsung ke konsumen. Tengkulak yang berasal dari Jombang biasanya membawa ikan lele sebanyak 4-5 kw sedangkan tengkulak dari Sidoarjo biasanya membawa ikan lele sebanyak 5-6 kw. Perbedaan kuantitas yang dijual tengkulak dikarenakan permintaan ikan lele lebih banyak di Kota Sidoarjo dibandingkan di Jombang sendiri. Saluran pemasaran dapat dilihat pada gambar 7.



**Gambar 7. Saluran Pemasaran**

### **5.1.3 Manajemen Usaha Pembesaran Ikan Lele**

Aspek Manajemen merupakan hal terpenting dalam suatu usaha karena manajemen untuk mengetahui hal-hal yang diperlukan dalam membuat kemajuan dalam usaha. Aspek manajemen usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan.

a. Perencanaan (*Planning*)

Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” perencanaan yang dilakukan oleh pemilik usaha meliputi menyediakan bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, kelancaran proses produksi mulai dari persiapan kolam, pemanenan, hingga proses distribusi kepada tengkulak untuk dipasarkan ke daerah yang telah ditentukan seperti Sidoarjo dan pasar lokal yang ada di Kabupaten Jombang. Perencanaan dilakukan agar usaha ini dapat berjalan dengan baik dimasa yang akan datang.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” pengorganisasian yang dilakukan dari pemilik usaha langsung kepada tenaga kerja. Pembagian tugas antara pemilik usaha dengan tenaga kerja yaitu pemilik usaha bertugas sebagai penanggung jawab mulai dari pengadaan bahan baku, sarana dan prasarana, hubungan dengan tenaga kerja dan komunikasi dengan tengkulak yang berkaitan dengan proses pemasaran. Sedangkan tenaga kerja bertugas pada bagian teknis pembesaran seperti melakukan persiapan kolam, memberi pakan, mengontrol kondisi air, pemberian obat serta pembersihan kolam. Pengorganisasian pada usaha ini menjelaskan bahwa pemilik usaha memberikan perintah untuk tenaga kerja, lalu tenaga kerja melaksanakan perintah. Pemilik usaha dan tenaga kerja saling memberikan koordinasi tugas yang telah menjadi tanggung jawab masing-masing. Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” struktur organisasi sudah disusun sesuai dengan tugas dan kewajiban masing-masing, namun sering terjadi timpang tindih pekerjaan karena pemilik usaha hampir mengelola semua bidang dari aspek teknis, pemasaran dan manajemen.



#### c. Pergerakan (*Actuating*)

Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” pergerakan yang dilakukan oleh pemilik usaha berupa aplikasi kegiatan. Pemilik usaha dan tenaga kerja melakukan kegiatannya sesuai tanggung jawab dan tugasnya masing-masing. Pergerakan yang dilakukan oleh pemilik usaha kepada tenaga kerja berupa instruksi dalam pemberian pakan, pengontrolan kualitas air dan pemanenan.

#### d. Pengawasan (*Controlling*)

Pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” pengawasan dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha mulai dari pengadaan bahan baku, kinerja tenaga kerja, proses produksi, dan proses pemasaran dari pemilik usaha kepada tengkulak. Fungsi pengawasan adalah bentuk dari pengecekan rutin yang dilakukan agar usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya jika ada permasalahan atau pertimbangan lain.

### 5.2 Finansiiil

Aspek Finansiiil merupakan salah satu menentukan kelayakan dalam suatu usaha pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur”. Analisis finansiiil yang digunakan yaitu analisis jangka pendek maupun jangka panjang.

#### 5.2.1 Analisis Finansiiil Jangka Pendek

Analisis jangka pendek pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dilakukan perhitungan dana selama satu tahun untuk mengetahui apakah usaha pembesaran ikan lele itu layak atau tidak untuk dijalankan dan

dikembangkan. Jangka pendek meliputi permodalan, biaya produksi, penerimaan, R/C, keuntungan, BEP dan REC.

a. Permodalan

Modal merupakan segala hal yang dikeluarkan untuk melakukan usaha, modal dapat berupa uang atau barang. Modal yang digunakan oleh usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah modal sendiri, besarnya modal yang dikeluarkan sebesar Rp. 181.902.400 yaitu dari modal lancar sebesar Rp. 86.693.000 dan modal kerja sebesar Rp. 95.209.400. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

b. Biaya Total

Biaya total merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk, biaya total terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” selama setahun sebesar Rp. 32.009.400 yang meliputi penyusutan, PBB, dll. Sedangkan biaya variabel yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” selama setahun sebesar Rp. 63.200.000 yang meliputi benih, pakan, dll. Jadi biaya total antara biaya tetap dan biaya tidak tetap sebesar Rp. 95.209.400. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

c. Penerimaan

Penerimaan merupakan hasil keseluruhan yang diterima oleh produsen, penerimaan yang didapat dari penjualan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dalam setahun sebesar Rp. 161.160.000 dengan penjualan ikan sebanyak 10.200 kg dengan harga Rp 15.800. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

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

R/C dimaksudkan untuk mengetahui nilai perbandingan antara penerimaan dan biaya produksi yang digunakan. Semakin besar R/C maka akan semakin besar pula keuntungan yang diperoleh. Hal tersebut dapat tercapai bila faktor produksi dialokasikan dengan lebih efisien (Soekartawi, 2003). Kriteria yang digunakan dalam penilaian R/C adalah sebagai berikut :

- $R/C > 1$ , maka usaha dikatakan menguntungkan
- $R/C = 1$ , maka usaha dikatakan tidak untung dan tidak rugi
- $R/C < 1$ , maka usaha dikatakan mengalami kerugian

*Revenue Cost Ratio* (R/C) yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” selama setahun adalah sebesar 1,69. Artinya usaha dikatakan menguntungkan dan layak karena berdasarkan penilaian R/C, hasil yang diperoleh lebih dari 1 maka dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

#### e. Keuntungan

Keuntungan yang diperoleh pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” selama setahun adalah sebesar Rp. 65.950.600. Diperoleh dari penerimaan sebesar Rp. 161.160.000 dikurangi biaya total sebesar Rp. 95.209.400. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

#### f. BEP (*Break Even Point*)

BEP yang didapat pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” tidak menggunakan analisis *sales mix* karena usaha ini hanya menghasilkan satu produk saja. Usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dikatakan mampu beroperasi terus jika berhasil menjual ikan lele sebanyak 3.321,1662025kg



dengan harga jual Rp. 15.800/kg dan nilai BEP salesnya didapatkan nilai sebesar Rp. 52.474.426. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

g. REC (*Return Equity Capital*)

REC merupakan kemampuan suatu usaha dalam mendapatkan keuntungan dengan modal sendiri yang telah dikeluarkan untuk proses pembesaran, besarnya nilai REC dapat diketahui dengan cara mengurangi laba yang diterima dengan nilai kerja keluarga (NKK) dibagi dengan modal dan dikalikan seratus persen. Hasil perhitungan REC dari usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” sebesar 57%, artinya usaha ini mampu menghasilkan laba sebesar 57% dengan modal yang telah dikeluarkan. Adapun rinciannya dapat dilihat pada lampiran 4.

### 5.2.2 Analisis Finansial Jangka Panjang

Analisis jangka panjang berguna untuk melakukan perencanaan finansial untuk 10 tahun ke depan. Aspek finansial jangka panjang meliputi Sensitivitas, Penambahan Investasi (*Re-investasi*), *Net Present Value* (NPV), *Benefit and Cost Ratio* (B/C), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP).

a. Sensitivitas

Menurut Riyanto (1995), Analisis sensitivitas yaitu untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepekaan arus kas yang dipengaruhi oleh berbagai perubahan pada masing-masing variabel, apabila suatu variabel tertentu berubah namun variabel lainnya dianggap tidak berubah atau tetap. Dari perhitungan pengaruh perubahan masing-masing variabel tersebut terhadap arus kas, maka dapat diketahui variabel mana yang besar pengaruhnya dan variabel mana yang pengaruhnya relatif kecil terhadap arus kas tersebut.

Dari analisis finansial jangka panjang didapatkan hasil bahwa usaha ikan lele di “Sumber Makmur” dikatakan layak untuk dijalankan hingga 10 tahun kedepandimulai pada tahun 2016 sampai 2025. Perusahaan khususnya bagian keuangan harus terus memantau transaksi keluar masuknya dana ke perusahaan agar mengetahui besarnya keuntungan dan kerugian yang dialami perusahaan.

b. Penambahan Investasi (*Re-investasi*)

Penambahan investasi suatu rencana untuk menginvestasikan sumber daya, baik proyek besar ataupun proyek kecil untuk memperoleh manfaat pada masa yang akan datang. Biaya yang didapatkan tergantung pada umur teknis yang didapat pada suatu peralatan yang sudah habis umur teknisnya dan diganti alat baru dan memiliki umur teknis yang sama.

Penambahan Investasi usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” selama 10 tahun sebesar Rp. 105.963.781. Adapun Rincian dapat dilihat pada lampiran 5.

c. NPV (*Net Present Value*)

Nilai NPV dapat dihitung dari selisih antara *present value benefit* dengan *present value cost*. NPV yang digunakan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” untuk mengetahui usaha itu layak atau tidak sehingga dapat diketahui pada jangka panjang selama 10 tahun kedepan. Dalam keadaan normal nilai NPV didapatkan sebesar Rp. 376.584.465 dengan menggunakan diskon faktor sebesar 12%. Jika hasil yang diperoleh pada nilai NPV lebih dari 0 maka usaha itu layak dijalankan. Adapun rincian dapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 5.

d. Net B/C

Net B/C merupakan ratio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi dari suatu barang. Net B/C dalam keadaan normal pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar 6,34. Hasil pada usaha ini diperoleh lebih dari 1 maka usaha ini dikatakan layak untuk dijalankan. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 5.

e. IRR (*Internal Rate of Return*)

IRR digunakan untuk menghitung tingkat suku bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih (*inflow*) dimasa datang. Dalam keadaan normal nilai IRR pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar 89%. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 5.

f. PP (*Payback Period*)

PP digunakan untuk menggambarkan waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal yang telah digunakan untuk investasi. Pada kondisi normal nilai PP pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar 1,16 tahun. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jangka waktu yang dibutuhkan untuk investasi yaitu 1,16 pertahun. Adapun rincian yang didapat pada keadaan normal dilihat pada lampiran 5.

### 5.3 Faktor Internal dan Eksternal Usaha Pembesaran Ikan Lele

Untuk penentuan pengembangan usaha dapat dilakukan dengan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dalam mengetahui kemungkinan yang terjadi pada suatu usaha dengan memberikan skor pada faktor internal dan



faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

### 5.3.1 Faktor Internal Usaha Pembesaran Ikan Lele

Identifikasi faktor internal dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yang berguna untuk menjadi bahan pertimbangan dalam merencanakan dan mengembangkan usaha ini.

#### a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan suatu usaha atau modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk lebih menjalankan dan mengembangkan usaha. Kekuatan yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah:

- Produksi tidak tergantung pada musim

Salah satu faktor kekuatan yang dimiliki oleh usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yaitu produksi ikan lele yang tidak tergantung oleh musim. Usaha ini dapat berproduksi pada musim penghujan maupun kemarau. Beberapa hal yang perlu diwaspadai pada saat musim hujan, tingkat kestabilan kolam cenderung tidak stabil dan berfruktuasi serta pada kondisi ekstrim akan terjadi penurunan kualitas air secara drastis akibat dari kegiatan fotosintesis fitoplankton yang tergantung oleh adanya sinar matahari, sedangkan pada musim hujan intensitas sinar matahari dalam perairan kolam relatif minim yang menyebabkan kualitas air kolam tidak stabil.

- Sarana dan prasarana yang mendukung

Sarana dan prasarana yang mendukung membuat usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” cukup baik. Sarana yang digunakan dalam pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” meliputi kolam dan peralatan. Kolam pembesaran

yang ada dalam usaha ini mapu menampung volume air dengan baik. Peralatan yang digunakan dalam usaha ini adalah jaring segitiga, seser, keranjang, selang, timbangan gantung, bak plastik dan pipa PVC. Sedangkan prasarana yang digunakan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” meliputi akses jalan, sumber air, sumber listrik dan alat komunikasi. Akses jalan pada usaha ini sangat strategis dan mudah dijangkau. Sumber air yang digunakan berasal dari sumur bor. Sumber listrik dalam operasional kegiatan, energi listrik yang digunakan tidak terlalu banyak hanya untuk penerangan, pompa air dan beberapa alat yang menggunakan listrik. Alat komunikasi yang digunakan untuk proses pembelian benih dan penjualan ikan lele adalah handphone.

- Ilmu dan pengalaman dalam usaha

Ilmu dan pengalaman dalam usaha sangat penting untuk mengembangkan usaha. Pak Athfian selaku pemilik usaha pembesaran ikan lele ini memiliki pengalaman usaha yang cukup baik, selain itu dia juga mempunyai pemikiran untuk memberdayakan masyarakat kalangan menengah kebawah di Desa Pandean. Pak Athfian awalnya menjalankan usaha pembesaran ikan lele pada tahun 2011, dari tahun ke tahun kolam bertambah 4-5 petak kolam beton. Sampai sekarang usaha pembesaran ikan lele Pak Athfian berkembang dengan baik, dan akhirnya membangun kolam beton sebanyak 20 petak.

- Saluran pemasaran yang pendek

Proses pemasaran yang dilakukan pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” tergolong pendek, karena proses pemasaran dari pemilik usaha, tengkulak dan konsumen. Pada saluran pemasaran tengkulak menjual sebagian ikan ke pengecer kemudian ke konsumen secara langsung. Saluran pemasaran yang pendek dapat dijadikan salah satu kekuatan karena dapat



menghemat biaya pemasaran dan dapat meminimalisir terjadinya kematian ikan pada saat pengangkutan. Pemasaran produk ialah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha. Sebagai komoditas yang mudah rusak, pemasaran lele harus mendapatkan perhatian yang serius. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan menentukan kualitas lele sehingga akan berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya, keuntungan, margin pemasaran serta efisiensinya.

#### b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan dapat mempengaruhi atau menghalangi proses usaha pada suatu perusahaan dan dapat menyebabkan kerugian. Kelemahan yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah:

- Manajemen pembukuan keuangan kurang baik

Pemilik usaha pembesaran ikan lele belum bisa mengelola keuangan dengan baik. Tidak ada pembukuan keuangan seperti pengeluaran dan pemasukan terhadap usaha tersebut, sehingga pembudidaya tidak dapat mengetahui perkembangan usaha dan laba yang diterima terhadap usaha pembesaran ikan lele selama ini. Uang yang biasa diterima setelah hasil jual ikan terkadang masih tercampur dengan kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan lainnya. Sehingga pada saat keperluan yang dibutuhkan untuk kegiatan pembesaran ikan lele terkadang mengalami kesulitan uang dan bingung dengan tidak teraturnya pembukuan yang benar dan baik.

- Tidak melakukan pembenihan sendiri

Benih yang didapat diperoleh dari pembudidaya lainnya sehingga membuat biaya menjadi tinggi, jika dilakukan pembenihan sendiri maka akan menghemat



biaya sehingga memperoleh keuntungan tinggi. Dengan tidak melepas ketergantungan pada orang lain, maka pembesaran dapat dilakukan kapan saja, sesuai dengan keinginan. Dengan benih yang berkualitas tinggi, maka masa pemeliharaan bisa lebih singkat, karena semua benih yang ditebar dapat tumbuh dengan cepat.

- Target pasar yang kurang meluas

Pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” memilih target pasar konsumen yang ada di pasar tradisional saja. Pemasaran yang dilakukan oleh tengkulak telah membidik pasar yang ada di Kabupaten Jombang seperti pasar Ngoro, pasar Ploso, pasar Bareng dan pasar Mojoagung. Selain itu, tengkulak yang berasal dari Kota Sidoarjo menjual ikan lele di pasar tradisional yang ada di Kota Sidoarjo seperti pasar Waru, pasar Sedati, dll. Perusahaan dapat mencapai tujuannya hanya kalau memahami keutuhan dan keinginan konsumen dan mampu memenuhinya dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibanding pesaing. Konsekuensinya adalah perusahaan harus memahami betul siapa pasar sasarannya, sekaligusnya bagaimana perilaku mereka.

- Proses pembesaran yang masih tradisional

Kegiatan pembesaranyang masih sederhana merupakan salah satu faktor kelemahan pada usaha ini karena teknologi yang digunakan masih tergolong sederhana (tradisional).Dibandingkan dengan usaha pembesaran ikan lele yang ada di Kabupaten Kediri yang lebih maju dengan menggunakan teknologi kolam yang berbentuk bulat serta memakai probiotik buatan sendiri, sehingga dapat meningkatkan produktifitas ikan yang lebih berkualitas.Sebanyak 80% menggunakan sistem tradisional dan hanya 20% yang menggunakan system

semi intensif dan intensif. Bagi orang awam gagal atau tidaknya budidaya yang tahu hanya pelaksanya saja.

Faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang telah diidentifikasi dan dianalisis, selanjutnya faktor-faktor tersebut dimasukkan ke dalam tabel 7 analisis faktor strategi internal (IFAS) dan kemudian diberikan skor. MatrikIFAS pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 7. Matrik IFAS Usaha Pembesaran Ikan lele**

| Faktor Internal                            | Bobot (B)   | Rating (R) | B x R       |
|--------------------------------------------|-------------|------------|-------------|
| <b>Kekuatan</b>                            |             |            |             |
| 1.Produksi tidak tergantung pada musim     | 0,15        | 3          | 0,45        |
| 2.Sarana dan prasarana yang mendukung      | 0,10        | 2          | 0,20        |
| 3.IlmU dan pengalaman dalam usaha          | 0,20        | 4          | 0,80        |
| 4.Saluran pemasaran yang pendek            | 0,10        | 2          | 0,20        |
| <b>Jumlah</b>                              | <b>0,55</b> | <b>11</b>  | <b>1,65</b> |
| <b>Kelemahan</b>                           |             |            |             |
| 1.Manajemen pembukuan keuangan kurang baik | 0,10        | 2          | 0,20        |
| 2.Tidak melakukan pembenihan sendiri       | 0,10        | 2          | 0,20        |
| 3.Target pasar yang kurang meluas          | 0,15        | 3          | 0,45        |
| 4.Proses pembesaran yang masih tradisional | 0,10        | 2          | 0,20        |
| <b>Jumlah</b>                              | <b>0,45</b> | <b>9</b>   | <b>1,05</b> |
| <b>Total</b>                               | <b>1</b>    | <b>20</b>  | <b>2,7</b>  |

Ditinjau dari tabel 7 analisis internal, usaha pembesaran ikan lele memiliki skor faktor kekuatan sebesar 1,65 sedangkan skor faktor kelemahan ialah sebesar 1,05 dapat disimpulkan bahwa hasil matrik analisis faktor strategi internal (IFAS) pada usaha pembesaran ikan lele lebih dipengaruhi oleh faktor kekuatan dibandingkan faktor kelemahan.

### 5.3.2 Faktor Eksternal Usaha Pembesaran Ikan Lele

Identifikasi faktor eksternal dilihat dari peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yang berguna untuk



menjadi bahan pertimbangan dalam merencanakan dan mengembangkan usaha ini.

a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang pada dasarnya adalah suatu celah yang didapat dari luar atau faktor lingkungan yang bersifat positif dapat meningkatkan usaha pembesaran ikan lele. Peluang yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah :

- Permintaan konsumsi ikan lele tinggi

Permintaan konsumsi ikan lele dipasar dari tahun ke tahun mengalami peningkatan karena masyarakat sadar jika ikan lele kaya akan protein selain itu harga ikan lele relatif murah dan terjangkau oleh kalangan masyarakat. Permintaan konsumsi ikan lele dikatakan meningkat dibuktikan dengan pernyataan pemilik usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” mengatakan bahwa tengkulak lokal Kabupaten Jombang biasanya mengambil 2-3 kwintal menjadi 4-5 kwintal sedangkan tengkulak Sidoarjo biasanya 3-4 kwintal menjadi 5-6 kwintal pada saat panen.

- Sumber pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha

Sumber pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha, ini sangat menguntungkan karena dapat mengurangi masa hidup benih ikan, karena jika jarak benih ikan ketika dilakukan pembesaran dilokasi yang cukup jauh dapat mengganggu kualitas benih tersebut. Selain itu, di lokasi tersebut sebaiknya tersedia berbagai sumber alam yang memungkinkan untuk kegiatan budidaya.

- Sumberdaya manusia disekitar yang mendukung

Sumberdaya manusia disekitarnya yang mendukung dapat menjadi peluang dalam mengembangkan usaha, hal ini dikarenakan banyak anak muda yang



disana sebagai pengangguran karena keterbatasan ekonomi yang dialami kebanyakan pemuda disana sehingga dengan adanya itu ada kemungkinan pelatihan untuk memperkerjakan mereka dalam proses budidaya. Dengan seperti itu pemuda dapat praktek secara langsung agar terbiasa berkecimpung di dunia ikan lele.

- Adanya dukungan dari Dinas Perikanan

Dinas Perikanan Kabupaten Jombang memberikan dukungan terhadap pembudidaya ikan lele di Desa Pandean yang memberikan pengaruh baik terhadap usaha pembudidaya. Dinas Perikanan Kabupaten Jombang sering memberikan penyuluhan dan seminar yang berhubungan dengan budidaya ikan lele, baik itu dalam hal pembenihan maupun pembesaran dan juga memberikan solusi untuk para pembudidaya terhadap kendala yang akan atau sedang terjadi.

#### b. Ancaman (*Treaths*)

Ancaman yang dimiliki pada usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” adalah:

- Harga benih tidak menentu

Harga benih tidak menentu dapat mengancam kelangsungan usaha pembesaran ikan lele, hal ini dapat berfikir ulang untuk melakukan pembenihan sendiri sehingga tidak lagi terkendala oleh harga benih yang tidak menentu agar finansial usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” kembali normal.

- Harga pakan tidak stabil

Harga pakan yang tidak stabil dapat mengancam kelangsungan usaha pembesaran ikan lele, hal ini dapat berfikir untuk membuat pakan sendiri agar tidak lagi terkendala oleh harga pakan yang tidak stabil agar finansial usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” kembali normal. Penyediaan pakan

untuk pakan utama harus memiliki kandungan nutrisi yang lengkap. Pakan tersebut harus mengandung protein, lemak, karbohidrat, vitamin, dan mineral.

- Munculnya pesaing usaha

Munculnya budidaya lain dilingkungan ini dapat mengancam usaha pembesaran milik Pak Athfian tetapi usaha tersebut masih sekala kecil dengan 20 kolam yang dianggap Pak Athfian sebagian ingin mencoba bukan untuk melakukan usaha dengan skala besar. Pesaing adalah suatu hal yang wajar dalam bidang usaha. Apabila di bidang perikanan umumnya tidak mengenal monopoli, jadi semua pihak bebas bersaing di pasaran. Beberapa hal yang mungkin membantu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan, yaitu kualitas produk harus sesuai dengan permintaan pasar, harga jual produk bersaing, dan pelayanan prima.

- Adanya hama penyakit

Adanya penyakit dapat menyerang pada ikan yang menyebabkan kematian satu ekor ikan ataupun secara menyeluruh. Hama penyakit ini dapat menyerang kapan saja jika kondisi air yang buruk dan tanpa perawatan yang kurang atau tidak cepat dalam mengatasi hama penyakit yang terjadi. Adapaun pemberian pakan yang terlalu insentif dapat menyebabkan hama karena pakan yang tidak termakan akan mengendap dibawah dan menjadi racun. Hama merupakan gangguan yang bersumber dari organisme besar baik yang bersifat predator, pengganggu dan pesaing. Penanggulangan dari serangan hama dilakukan dengan berbagai hal seperti memagari pinggiran kolam, menyaring jalan masuk keluar air sampai menutup kolam dengan paranet.

Faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang telah diidentifikasi dan dianalisis, selanjutnya faktor-faktor tersebut dimasukkan ke



dalam tabel 8 analisis faktor strategi eksternal (EFAS) dan kemudian diberikan skor.

Matrik EFAS pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada tabel 8.

**Tabel 8. Matrik EFAS Usaha Pembesaran Ikan Lele**

| Faktor Eksternal                                 | Bobot (B) | Rating (R) | B x R |
|--------------------------------------------------|-----------|------------|-------|
| Peluang                                          |           |            |       |
| 1.Permintaan konsumsi ikan lele tinggi           | 0,15      | 3          | 0,45  |
| 2.Sumber pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha | 0,10      | 2          | 0,20  |
| 3.Sumberdaya manusia disekitar yang mendukung    | 0,10      | 2          | 0,20  |
| 4.Adanya dukungan dari Dinas Perikanan           | 0,20      | 4          | 0,80  |
| Jumlah                                           | 0,55      | 11         | 1,65  |
| Ancaman                                          |           |            |       |
| 1.Harga benih tidak menentu                      | 0,10      | 2          | 0,20  |
| 2.Harga pakan tidak stabil                       | 0,10      | 2          | 0,20  |
| 3.Munculnya pesaing usaha                        | 0,10      | 2          | 0,20  |
| 4.Adanya hama penyakit                           | 0,10      | 2          | 0,20  |
| Jumlah                                           | 0,4       | 8          | 0,8   |
| Total                                            | 0,95      | 19         | 2,45  |

Ditinjau dari tabel 8 analisis eksternal, usaha pembesaran ikan lele memiliki skor faktor peluang sebesar 2,07 sedangkan skor faktor ancaman ialah sebesar 1,05 dapat disimpulkan bahwa hasil matrik analisis faktor strategi eksternal (EFAS) pada usaha pembesaran ikan lele lebih dipengaruhi oleh faktor peluang dibandingkan faktor ancaman.

## 5.4 Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele

### 5.4.1 Matrik SWOT

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, selanjutnya menggunakan Matrik SWOT sehingga diperoleh alternatif strategi yang terdiri dari strategi SO (*Strength Opportunities*), strategi WO (*Weakness Opportunities*),



strategi ST (*Strength Threats*), dan strategi WT (*Weakness Threats*). Agar dapat diketahui strategi yang baik untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” tersebut.

Matrik SWOT dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 9. Matrik SWOT**

|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Faktor Internal</b><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><b>Faktor Eksternal</b>                                                      | <b>Kekuatan (S)</b><br>1. Produksi tidak tergantung pada musim<br>2. Sarana dan Prasarana yang mendukung<br>3. Ilmu dan pengalaman dalam usaha<br>4. Saluran pemasaran yang pendek                               | <b>Kelemahan (W)</b><br>1. Manajemen pembukuan keuangan yang kurang baik<br>2. Tidak melakukan pembenihan sendiri<br>3. Target pasar yang kurang meluas<br>4. Proses budidaya yang masih tradisional                                                                                                          |
|                                                                                                                                            | <b>Peluang (O)</b><br>1. Permintaan konsumsi ikan lele tinggi<br>2. Sumber pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha<br>3. Sumber daya manusia disekitar yang mendukung<br>4. Adanya dukungan dari Dinas Perikanan | <b>Strategi WO</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperbaiki manajemen pembukuan keuangan</li> <li>• Memperluas target pasar</li> <li>• Mengikuti pelatihan ataupun seminar yang diadakan oleh instansi supaya lebih mengerti dalam budidaya</li> <li>• Melakukan pembenihan sendiri</li> </ul> |
| <b>Ancaman (T)</b><br>1. Harga benih tidak menentu<br>2. Harga pakan tidak stabil<br>3. Munculnya pesaing usaha<br>4. Adanya hama penyakit | <b>Strategi ST</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjaga kualitas dan kuantitas produk</li> <li>• Menerapkan ilmu dan pengalaman</li> <li>• Melakukan perawatan kolam secara rutin</li> </ul>      | <b>Strategi WT</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari pakan alternative</li> <li>• Mengoptimalkan proses budidaya walaupun masih tradisional</li> </ul>                                                                                                                                      |

Setelah melakukan analisis matrik SWOT, untuk mengembangkan usaha pembesaran ikan lele digunakan strategi SO (*Strength Opportunities*).

➤ Adapun yang didapat dari strategi SO (*Strength Opportunities*) :

- Memanfaatkan permintaan ikan lele dengan meningkatkan produksi ikan lele.
- Memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana untuk bersaing di bidang yang sama.
- Memanfaatkan sumberdaya manusia disekitar agar mengurangi pengangguran.

➤ Adapun yang didapat dari Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

Strategi WO merupakan alternatif strategi yang memanfaatkan peluang serta mengatasi kelemahan yang dimiliki. Strategi alternatif yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Memperbaiki manajemen pembukuan keuangan agar uang hasil penjualan ikan lele tidak tercampur dengan kebutuhan rumah tangga.
- Memperluas target pasar agar masyarakat luas lebih mengenal hasil produk.
- Mengikuti pelatihan ataupun seminar yang diadakan oleh instansi supaya lebih mengerti dalam budidaya.
- Melakukan pembenihan sendiri agar mengurangi pengeluaran.

➤ Adapun yang didapat dari Strategi ST (*Strength Threats*)

Strategi ST merupakan alternatif strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi dan menghindari ancaman yang ada. Strategi ST yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Menjaga kualitas dan kuantitas produk agar pengepul tidak mencari produk ke pembudidaya lain.



- Menerapkan ilmu dan pengalaman agar produk sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
- Melakukan perawatan kolam secara rutin agar tidak terjangkit hama dan penyakit yang dapat merugikan pembudidaya.

➤ Adapun yang didapat Strategi WT (*Weakness Threats*)

Strategi WT merupakan alternatif strategi dimana kelemahan yang dimiliki sebisa mungkin diminimalisir dan ancaman yang mungkin terjadi dihindari. Strategi alternatif yang dapat digunakan pada usaha pembesaran ikan lele adalah :

- Mencari pakan alternative agar pengeluaran tidak terlalu banyak ketika harga pakan meningkat.
- Mengoptimalkan proses budidaya walaupun masih tradisional agar mendapatkan kualitas dan stabilitas produk yang baik.

#### 5.4.2 Diagram SWOT

Setelah mengetahui Matrik SWOT, selanjutnya menggunakan diagram SWOT yaitu untuk menjelaskan tentang hasil atau skor yang diperoleh pada perhitungan faktor internal dan faktor eksternal untuk memperoleh strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha.

Nilai total dari faktor internal pada usaha pembesaran ikan lele sebesar 2,7 didapat dari nilai kekuatan sebesar 1,65 dan nilai kelemahan sebesar 1,05 sedangkan untuk nilai total eksternal pada usaha pembesaran ikan lele sebesar 2,45 didapat dari nilai peluang sebesar 1,65 dan nilai ancaman sebesar 0,8. Setelah dilakukan perhitungan maka diketahui hasil dari faktor internal dan faktor eksternal.

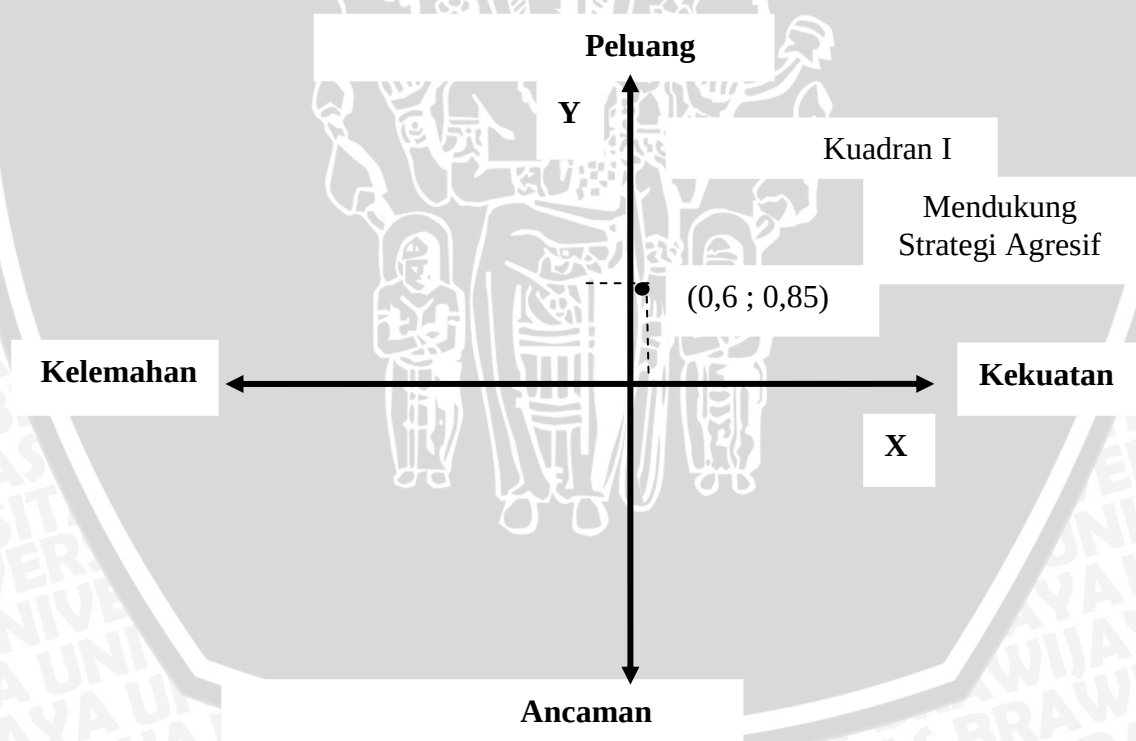


Selanjutnya tahap menentukan titik koordinat untuk mengetahui posisi strategi pengembangan usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dilihat dari hasil faktor internal dan faktor eksternal.

- Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) didapatkan hasil nilai koordinat  $X = 1,65 - 1,05 = 0,6$
- Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman) didapatkan hasil nilai koordinat  $Y = 1,65 - 0,8 = 0,85$

Hasil perhitungan dari koordinat diagram SWOT bernilai positif kedua sumbu tersebut dengan sumbu X didapat nilai dan nilai sumbu Y.

Diagram SWOT pada usaha pembesaran ikan lele dapat dilihat pada gambar 8.



**Gambar 8. Diagram SWOT**

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diperoleh sumbu (X,Y) dengan cara melakukan pengurangan pada faktor internal antara kekuatan yang

bernilai 1,65 dengan kelemahan yang bernilai 1,05 yang didapatkan hasil sebesar 0,6 untuk sumbu X. Kemudian pengurangan pada faktor eksternal antara peluang yang bernilai 1,65 dengan ancaman yang bernilai 0,8 yang didapatkan hasil sebesar 0,85 untuk sumbu Y. Sehingga didapatkan dengan cara ditarik garis lurus maka diperoleh titik koordinat pada posisi (0,6 ; 0,85) yang berada pada posisi kuadran 1. Kuadran 1 ialah situasi yang menguntungkan dimana usaha pembesaran ikan lele ini memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan sehingga cocok menggunakan strategi SO atau *Strength Opportunities* untuk mengembangkan usaha tersebut dan didukung oleh strategi pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*.

Berikut adalah penjabaran dari penetapan strategi tersebut :

1. Kebijakan 1 adalah memanfaatkan permintaan ikan lele dengan cara meningkatkan produksi ikan lele sehingga dapat memberikan kemungkinan pemilik usaha dapat memperluas pasar hingga ke kota-kota lainnya. Selain itu, mempermudah pemilik usaha mengenalkan hasil produknya di kalangan masyarakat luas untuk menambah keuntungan lebih banyak.
2. Kebijakan 2 adalah memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana untuk bertahan dari banyaknya pesaing di bidang yang sama walaupun cara pembesarannya masih tradisional. Dengan adanya sarana dan prasarana yang mendukung pemilik usaha sebaiknya beralih cara pembesarannya dari tradisional ke modern (bioflok) agar pengeluaran dapat berkurang. Selain itu, dengan cara modern kualitas dan kuantitas produk akan semakin bagus.

3. Kebijakan 3 adalah memanfaatkan sumberdaya manusia di sekitar agar dapat memperkerjakan para pengangguran. Jika para pengangguran semakin sedikit maka perekonomian masyarakat semakin meningkat.





## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada penelitian tentang usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aspek teknis meliputi sarana prasarana, persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan dan pemanenan. Aspek pemasaran usaha di “Sumber Makmur” ini cukup baik terlihat dari hasil produksi ikan lele yang selalu habis setiap diproduksi dan selalu ada permintaan setiap tahunnya. Aspek manajemen usaha di “ Sumber Makmur” sudah baik, karena usaha ini memiliki struktur organisasi yang baik dan usaha dijalankan dengan teratur.
2. Aspek finansiil dari usaha pembesaran ikan lele terbagi menjadi dua yaitu aspek finansiil jangka pendek dan aspek finansiil jangka panjang. Aspek finansiil jangka pendek meliputi permodalan, modal yang digunakan oleh “Sumber Makmur” yaitu sebesar Rp. 181.902.400, Biaya Total sebesar Rp. 95.209.400, Penerimaan sebesar Rp. 161.160.000, R/C 1,69, Keuntungan sebesar Rp. 65.950.000, BEP (*Break Event Point*) sales sebesar Rp. 52.474.426 dan BEP (*Break Event Point*) unit 3.321,1662025 kg, REC sebesar 57%. Adapun aspek finansiil jangka panjang meliputi sensitivitas dikatakan layak untuk dijalankan hingga 10 tahun kedepan dimulai pada tahun 2016 sampai 2025, penambahan investasi (re-invest) 10 tahun ke depan dengan nilai kenaikan 1% yaitu sebesar Rp.105.963.781, NPV (*Net Present Value*) dengan menggunakan diskon faktor sebesar 12% adalah Rp. 376.584.465, Net B/C (*Net Benefit Cost ratio*) 6,34, IRR (*Internal Rate of Return*) 89 % dan PP (*payback period*) 1,16 tahun.

3. Faktor internal yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yaitu kekuatan dan kelemahan. Adapun kekuatan dari usaha pembesaran ikan lele meliputi produksi tidak tergantung pada musim, sarana dan prasarana yang mendukung, ilmu dan pengalaman dalam usaha, saluran pemasaran yang pendek. Sedangkan kelemahan meliputi manajemen pembukuan keuangan kurang baik, tidak melakukan pembenihan sendiri, target pasar yang kurang meluas, proses pembesaran yang masih tradisional. Faktor eksternal yang mempengaruhi usaha pembesaran ikan lele yaitu peluang dan ancaman. Adapun peluang dari usaha pembesaran ikan lele meliputi permintaan konsumsi ikan lele tinggi, letak pembenihan tidak jauh dari lokasi pembesaran, sumberdaya manusia disekitar yang mendukung, penyuluhan dari Dinas Perikanan. Sedangkan ancaman meliputi harga benih tidak menentu, harga pakan tidak stabil, munculnya pesaing usaha, dan adanya hama penyakit.
4. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT usaha pembesaran ikan lele terletak di kuadran I yaitu menggunakan strategi *agresif* atau SO (*Strength Opportunities*), cara yang bisa dilakukan dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pengembangan yang harus dilakukan meliputi memanfaatkan permintaan ikan lele, memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana untuk bersaing, meningkatkan hubungan baik dengan pengepul, dan memanfaatkan sumberdaya manusia disekitar.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” yang diberikan selaku peneliti sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha

Pemilik usaha harus mempertahankan kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan permintaan konsumen walaupun proses pembesaran yang masih tradisional.

2. Pemerintah

Pemerintah harus memperhatikan kondisi budidaya perikanan darat agar potensi pada daerah tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut.

3. Masyarakat

Masyarakat harus pandai dalam memanfaatkan peluang yang ada pada daerah tersebut agar memiliki usaha sendiri dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga.

4. Peneliti

Peneliti harus lebih mengerti informasi dan data yang diperoleh agar apa yang disajikan dalam penelitian dapat dimengerti dan bermanfaat bagi informasi peneliti selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an. 1989. **Al Qur'an dan Terjemahannya**. Departemen Agama Republik Indonesia. CV. Toha Putra. Semarang.
- Arga, I .dan Suparta, N. 2013. **Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Pendapatan Petani Ikan Lele di Kabupaten Tabanan**. [https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwigntyu8vzKAhVJc44KHb2CB3MQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fmajour.marana.tha.edu%2Findex.php%2Fjurnalmanajemen%2Farticle%2Fview%2F186%2Fpdf&usq=AFQjCNH0GGGb\\_01plyB45EcrtzU9A9mnsQ&sig2=gKx2Xjdju6GaK\\_6u0D\\_8hg&bvm=bv.114195076,d.c2E](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwigntyu8vzKAhVJc44KHb2CB3MQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fmajour.marana.tha.edu%2Findex.php%2Fjurnalmanajemen%2Farticle%2Fview%2F186%2Fpdf&usq=AFQjCNH0GGGb_01plyB45EcrtzU9A9mnsQ&sig2=gKx2Xjdju6GaK_6u0D_8hg&bvm=bv.114195076,d.c2E). Diakses tanggal 16 Februari 2016.
- Arikunto, S. 2002. **Prosedur Suatu Penelitian**. Pendekatan Praktek. Edisi Revisi Kelima. Penerbit Rineka Cipta : Jakarta.
- Ashshiddiqi. 2015. **Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Lele (*Clarias gariepinus*) di Unit Pelaksana Teknis Dinas Kelautan dan Perikanan Balai Benih Ikan Desa Penataan Kecamatan Winongan Kabupaten Pasuruan Jawa Timur**. Laporan Skripsi Jurusan Sosial Ekonomi. Universitas Brawijaya: Malang.
- Aquarista, F. Iskandar .dan Subhan, U. 2012. **Pemberian Probiotik Dengan Carrier Zeolit Pada Pembesaran Ikan Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*)**. Alumni Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Unpad.
- Firdaus. 2009. **Studi Kelayakan Bisnis**. Rineka Cipta : Jakarta.
- Google image. 2016. **Gambar Ikan Lele**. [https://www.google.co.id/search?q=ikan+lele&rlz=1C1VSNE\\_enID622ID625&espv=2&biw=1517&bih=692&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjOwKi08fzKAhUFbY4KHWKNA3sQ\\_AUIBigB&dpr=0.9#imgsrc=LAGtz3u\\_YomZ-M%3A](https://www.google.co.id/search?q=ikan+lele&rlz=1C1VSNE_enID622ID625&espv=2&biw=1517&bih=692&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjOwKi08fzKAhUFbY4KHWKNA3sQ_AUIBigB&dpr=0.9#imgsrc=LAGtz3u_YomZ-M%3A). Diakses tanggal 20 Januari 2016.
- Hanafiah dan Saefuddin. 2006. **Tataniaga Hasil Perikanan**. UI Press : Jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2003. **Manajemen**. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada : Yogyakarta.
- Jatnika, D. Komar, S *et al.* 2014. **Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias sp.*) di Lahan Kering di Kabupaten Gunungkidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**. [http://download.Portalgaruda.org/article.php?article=160297&val=234&title=Pengembangan%20Usaha%20Budidaya%20Ikan%20Lele%20\(Clarias%20sp.\)%20di%20Lahan%20Kering%20di%20Kabupaten%20Gunungkidul%20Provinsi%20Daerah%20Istimewa%20Yogyakarta](http://download.Portalgaruda.org/article.php?article=160297&val=234&title=Pengembangan%20Usaha%20Budidaya%20Ikan%20Lele%20(Clarias%20sp.)%20di%20Lahan%20Kering%20di%20Kabupaten%20Gunungkidul%20Provinsi%20Daerah%20Istimewa%20Yogyakarta). Diakses tanggal 23 Desembaer 2015.
- Jumingan. 2011. **Studi Kelayakan Bisnis**. Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan. Bumi Aksara : Jakarta.
- Kantor Desa Pandean. 2016. **Data Kependudukan Desa Pandean** : Pandean.
- Kasmir dan Jakfar. 2008. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenada Media Group : Jakarta.

- Kasmir dan Jakfar. 2012. **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenada Media : Jakarta.
- Lhatoif, K. 2011. **Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele Di Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga**. <http://lib.unnes.ac.id/11673/1/12289.pdf>. Diakses tanggal 16 Februari 2016.
- Mahyuddin, K. 2010. **Panduan Lengkap Agribisnis Lele**. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Mardalis. 2006. **Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal**. Bumi Aksara : Jakarta.
- Narbuko, C. dan Achmadi, A. 2007. **Metodologi Penelitian**. PT. Bumi Aksara : Jakarta.
- Nazir, M. 2005. **Metode Penelitian**. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Primyastanto, M. dan Istikharoh. 2003. **Aplikasi Evaluasi Proyek dalam Aspek Studi Kelayakan (Usaha Pembesaran Ikan Gurami)** [https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjPkOWoPzKAhVEco4KHdnKDRlQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Ffejjournal.umm.ac.id%2Findex.php%2Fprotein%2Farticle%2Fview%2F162%2F175&usq=AFQjCNGer\\_BX7jwQMCMJTmjwXLOjuVTtQ&sig2=6MVfUVt8ZWdFTBJ1HFNZbQ&bvm=bv.114195076,d.c2E](https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjPkOWoPzKAhVEco4KHdnKDRlQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Ffejjournal.umm.ac.id%2Findex.php%2Fprotein%2Farticle%2Fview%2F162%2F175&usq=AFQjCNGer_BX7jwQMCMJTmjwXLOjuVTtQ&sig2=6MVfUVt8ZWdFTBJ1HFNZbQ&bvm=bv.114195076,d.c2E). Diakses tanggal 5 Januari 2016.
- Primyastanto, M. 2011. **Feasibility Study Usaha Perikanan (Sebagai Aplikasi Dari Teori Studi Kelayakan Usaha Perikanan)**. UB Press. Universitas Brawijaya. Malang. <https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF8#q=FEASIBILITY+STUDY+USAHA+PERIKANAN+primyastanto>. Diakses tanggal 16 Februari 2016.
- Primyastanto, M. Harahab, N et al. 2015. **Studi Kelayakan Usaha Penggemukkan Kepiting Bakau (*Scylla* Sp.) Di Kabupaten Gresik Jawa Timur**. <http://mimitprimyastanto.lecture.ub.ac.id/files/2015/12/SEP-1-Mimit-Primyastanto-dkk-PROSIDING-SEMNAS-STUDI-KELAYAKAN-USAHA-PENGGEMUKKAN-KEPITING-BAKAU.pdf>. Diakses tanggal 16 Februari 2016.
- Putra. 2011. **Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Kedua**. EKONISIA Fakultas Ekonomi UII : Yogyakarta.
- Rangkuti. 2008. **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Riska, F. 2015. **Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias* sp.) Pada Usaha Perseoragan Toni Makmur Di Kawasan Agropolitan Desa Kauman Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang Jawa Timur**. Skripsi. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Brawijaya : Malang.
- Riyanto, B. 1995. **Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Yogyakarta. BPFE-YOGYAKARTA.
- Riyanto. 2001. **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Gajah Mada University Press : Yogyakarta.
- Sijabat, I. 2015. **Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Sidat (*Anguilla bicolor*) Pada PT. 7 Sirip Emas Desa Sumberpucung Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang Jawa Timur**.



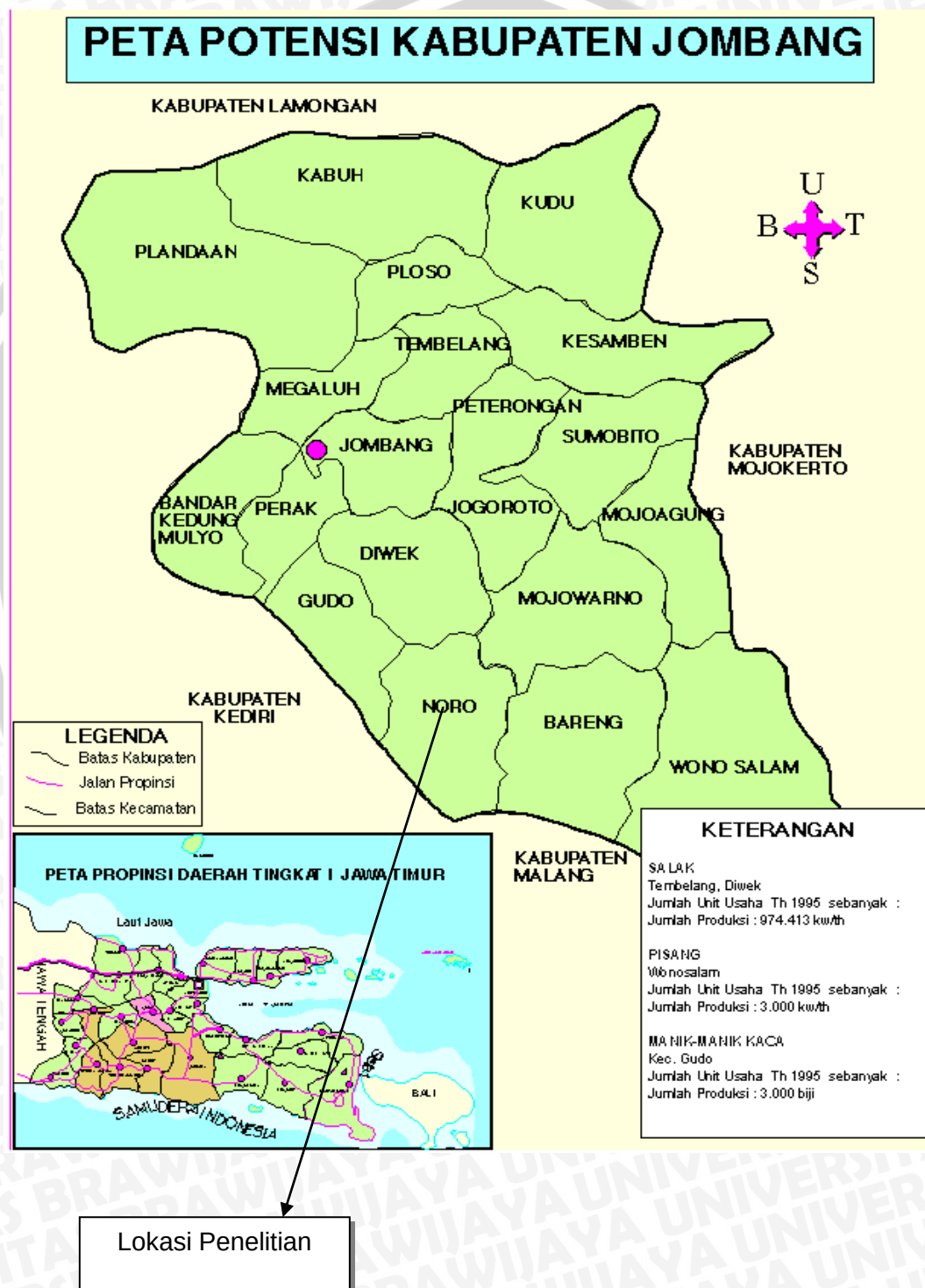
- Laporan Skripsi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Universitas Brawijaya : Malang.
- Soekartawi. 2003. **Manajemen Pemasaran**. Salemba Empat : Jakarta.
- Sugiyono. 2011. **Metodologi Penelitian**. Rajawali Press : Jakarta.
- Sulistyo, A. F. 2015. **Analisis Kelayakan Usaha Poengembangan Budidaya Ikan Lele untuk Perusahaan X Di Kabupaten Bandung**. Prodi S1 Teknik Industri Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom.
- Suliyanto. 2010. **Studi Kelayakan Bisnis**. Andi : Yogyakarta.
- Supit, R. Maria. 2015. **Evaluasi Kelayakan Usaha Pengolahan Daging Buah Pala (Studi Kasus Usaha Pengolahan Daging Buah Pala di Desa Karegesan Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara)**. Fakultas Pertanian. Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Suryaningsih, S. 2014. **Biologi Ikan Lele**.  
<https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF8#q=jurnal+biologi+ikan+lele+suryaningsih>. Diakses tanggal 16 Februari 2016.
- Usman, R . dan Abdi. 2012. **Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi**. Alfabeta : Bandung.
- Wiryoputro, S. 2008. **Dasar-dasar Manajemen Kristian**. PT BPK Gunung Mulia : Jakarta.





## LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi



**Lampiran 2. Modal Tetap Usaha di “Sumber Makmur”**

| No. | Jenis Modal Investasi | Jumlah (unit) | Harga (Rp/unit) | Harga Total (Rp) | Umur Teknis (tahun) | Penyusutan per tahun (Rp) |
|-----|-----------------------|---------------|-----------------|------------------|---------------------|---------------------------|
| 1   | Kolam Beton (4x6)     | 20            | 4.000.000       | 80.000.000       | 10                  | 8.000.000                 |
| 2   | Gudang                | 1             | 4.000.000       | 4.000.000        | 5                   | 800.000                   |
| 3   | Selang                | 1 rol         | 270.000         | 270.000          | 3                   | 90.000                    |
| 4   | Sanyo                 | 1             | 600.000         | 600.000          | 5                   | 120.000                   |
| 5   | Drum                  | 2             | 170.000         | 340.000          | 5                   | 68.000                    |
| 6   | Jaring kecil          | 2             | 70.000          | 140.000          | 1                   | 140.000                   |
| 7   | Jaring segitiga       | 2             | 70.000          | 140.000          | 1                   | 140.000                   |
| 8   | Bak plastik           | 3             | 17.000          | 51.000           | 1                   | 51.000                    |
| 9   | Pipa PVC              | 35 m          | 15.000          | 525.000          | 5                   | 105.000                   |
| 10  | Timbangan duduk       | 1             | 127.000         | 127.000          | 3                   | 25.400                    |
| 11  | Timbangan gantung     | 1             | 250.000         | 250.000          | 5                   | 50.000                    |
| 12  | Keranjang             | 2             | 75.000          | 150.000          | 3                   | 50.000                    |
| 13  | Seser                 | 2             | 50.000          | 100.000          | 5                   | 20.000                    |
|     | Jumlah                |               | 9.714.000       | 86.693.000       |                     | 9.659.400                 |

Keterangan: Semua modal yang digunakan usaha di “Sumber Makmur”

### Lampiran 3. Modal Lancar Usaha di “Sumber Makmur”

| No.                   | Jenis Modal Lancar     | Jumlah (Satuan) | Harga Satuan (Rp) | Harga Keseluruhan per tahun (Rp) |
|-----------------------|------------------------|-----------------|-------------------|----------------------------------|
| <b>Biaya Variabel</b> |                        |                 |                   |                                  |
| 1.                    | Benih ikan lele 4-6 cm | 84.000 ekor     | 100               | 8.400.000                        |
|                       | Benih ikan lele 5-7 cm | 60.000 ekor     | 140               | 8.400.000                        |
| 2.                    | Pellet LP 2            | 160 sak         | 270.000           | 43.200.000                       |
| 3.                    | Obat-obatan            | 20 liter        | 70.000            | 1.400.000                        |
| 4.                    | Perawatan              |                 | 150.000           | 1.800.000                        |
| <b>Total</b>          |                        |                 |                   | <b>63.200.000</b>                |
| <b>Biaya Tetap</b>    |                        |                 |                   |                                  |
| 1.                    | Penyusutan             |                 |                   | 9.659.400                        |
| 2.                    | Listrik                | 900 watt        | 150.000           | 1.800.000                        |
| 3.                    | Tenaga Kerja           | 1 orang         | 900.000           | 10.800.000                       |
| 4.                    | PBB                    |                 |                   | 150.000                          |
| 5.                    | Pulsa                  |                 | 50.000            | 600.000                          |
| 6.                    | Sewa Lahan             | 0,150 Ha        |                   | 9.000.000                        |
| <b>Total</b>          |                        |                 |                   | <b>32.009.400</b>                |



#### Lampiran 4. Analisis Jangka Pendek Usaha di “Sumber Makmur”

- Biaya Tetap = Rp. 32.009.400
- Biaya Variabel = Rp. 63.200.000
- Modal Lancar = Total Biaya Variable + Total Biaya Tetap  

$$= \text{Rp. } 63.200.000 + \text{Rp. } 32.009.400$$

$$= \text{Rp. } 95.209.400$$

Jadi, modal lancar dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar Rp. 95.209.400.

- Modal Kerja = Modal Lancar + Modal Tetap  

$$= \text{Rp. } 95.209.400 + \text{Rp. } 86.693.000$$

$$= \text{Rp. } 181.902.400$$

Jadi, modal kerja dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar Rp. 181.902.400.

- Biaya Total / Total Cost (TC)  

$$\text{TC} = \text{Total Biaya Tetap (FC)} + \text{Total Biaya Variabel (VC)}$$

$$= \text{Rp. } 32.009.400 + \text{Rp. } 63.200.000$$

$$= \text{Rp. } 95.209.400$$

Jadi, biaya total dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar Rp. 95.209.400.

- Penerimaan (TR) Per tahun  

$$\text{TR} = \text{Jumlah Produksi (kg) untuk benih 4-6cm} \times \text{Harga per kg}$$

$$= 5.950 \times \text{Rp. } 15.800$$

$$= \text{Rp. } 94.010.000$$

$$\text{TR} = \text{Jumlah Produksi (kg) untuk benih 5-7cm} \times \text{Harga per kg}$$

$$= 4.250 \times \text{Rp. } 15.800$$

$$= \text{Rp. } 67.150.000$$

$$\text{TR} = \text{Jumlah Produksi (kg) keseluruhan benih} \times \text{Harga per kg}$$

$$= 10.200 \times \text{Rp. } 15.800$$

$$= \text{Rp. } 161.160.000$$

Jadi, total penerimaan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar Rp. 161.160.000 dalam satu tahun.

➤ *Revenue Cost Ratio (R/C)*

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}} \\ &= \frac{161.160.000}{95.209.400} \\ &= 1,69 \end{aligned}$$

Jadi, R/C dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar 1,69. Nilai R/C menunjukkan angka > 1, maka usaha tersebut dikatakan menguntungkan.

➤ *Keuntungan Per tahun*

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan } (\pi) &= \text{Total Penerimaan (TR)} - \text{Biaya Total (TC)} \\ &= \text{Rp. } 161.160.000 - \text{Rp. } 95.209.400 \\ &= \text{Rp. } 65.950.600 \end{aligned}$$

Jadi, keuntungan dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar Rp. 65.950.600 dalam satu tahun.

➤ *Break Event Point (BEP) Per tahun*

- BEP Sales

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{FC}{1 - \frac{VC}{S}} \\ &= \frac{32.009.400}{1 - \frac{63.200.000}{161.160.000}} \\ &= \frac{32.009.400}{1 - 0,39} \\ &= \frac{32.009.400}{0,61} \\ &= \text{Rp. } 52.474.426 \end{aligned}$$

- BEP Unit

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{BEP Sales}}{\text{Harga produk per unit}} \\ &= \frac{52.474.426}{15.800/\text{kg}} \\ &= 3.321,1662025 \text{ kg} \end{aligned}$$

Jadi, dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” dalam satu tahun agar dapat mencapai titik impas (BEP), maka usaha ini harus memproduksi sebanyak 3.321,1662025 kg dengan nilai BEP sales Rp. 52.474.426 dengan total penerimaan dalam satu tahun sebesar 161.160.000.

➤ REC (Return Equity Capital)

$$\begin{aligned} \text{REC} &= \frac{I - \text{NKK}}{M} \times 100\% \\ &= \frac{65.950.000 - 10.800.000}{95.209.400} \times 100\% \\ &= \frac{55.150.600}{95.209.400} \times 100\% \\ &= 57\% \end{aligned}$$

Jadi, nilai REC dalam usaha pembesaran ikan lele “Sumber Makmur” diperoleh hasil sebesar 57%.



### Lampiran 5. Kenaikan Investasi (Re- Invest)

| Modal Investasi   | Jumlah | Harga satuan | Harga Total | Umur Teknis | Penyusutan    | Nilai Kenaikan | Re - Investasi Tahun Ke- |        |        |        |        |         |        |        |        |        | Sisa Umur (Tahun) | Nilai Sisa (Rp) |            |
|-------------------|--------|--------------|-------------|-------------|---------------|----------------|--------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|-------------------|-----------------|------------|
|                   | (Unit) | (Rp/Unit)    | (Rp)        | (Tahun)     | Pertahun (Rp) | 1%             | 0                        | 1      | 2      | 3      | 4      | 5       | 6      | 7      | 8      | 9      | 10                |                 |            |
| Kolam beton       | 20     | 4000000      | 80000000    | 10          | 8000000       | 800000         |                          |        |        |        |        |         |        |        |        |        | 88000000          | 9               | 72,000,000 |
| Gudang            | 1      | 4000000      | 4000000     | 5           | 800000        | 40000          |                          |        |        |        |        | 4200000 |        |        |        |        | 4400000           | 4               | 3,200,000  |
| Sanyo             | 1      | 600000       | 600000      | 5           | 120000        | 6000           |                          |        |        |        |        | 630000  |        |        |        |        | 660000            | 4               | 480,000    |
| Jaring segitiga   | 2      | 70000        | 140000      | 1           | 140000        | 1400           |                          | 141400 | 142800 | 144200 | 145600 | 147000  | 148400 | 149800 | 151200 | 152600 | 154000            | 0               | -          |
| Jaring kecil      | 2      | 70000        | 140000      | 1           | 140000        | 1400           |                          | 141400 | 142800 | 144200 | 145600 | 147000  | 148400 | 149800 | 151200 | 152600 | 154000            | 0               | -          |
| Bak plastik       | 3      | 17000        | 51000       | 1           | 51000         | 510            |                          | 51510  | 52020  | 52530  | 53040  | 53550   | 54060  | 54570  | 55080  | 55590  | 56100             | 0               | -          |
| Pipa PVC          | 35     | 15000        | 525000      | 5           | 105000        | 5250           |                          |        |        |        |        | 551250  |        |        |        |        | 577500            | 4               | 420,000    |
| Timbangan gantung | 1      | 250000       | 250000      | 5           | 50000         | 2500           |                          |        |        |        |        | 262500  |        |        |        |        | 275000            | 4               | 200,000    |
| Timbangan duduk   | 1      | 127000       | 127000      | 5           | 25400         | 1270           |                          |        |        |        |        | 133350  |        |        |        |        | 139700            | 4               | 101,600    |
| Keranjang         | 2      | 75,000       | 150000      | 3           | 50000         | 1500           |                          |        |        | 154500 |        |         | 159000 |        |        | 163500 |                   | 2               | 100,000    |
| Seser             | 2      | 50,000       | 100000      | 5           | 20000         | 1000           |                          |        |        |        |        | 105000  |        |        |        |        | 110000            | 4               | 80,000     |
| Drum              | 2      | 170,000      | 340000      | 5           | 68000         | 3400           |                          |        |        |        |        | 357000  |        |        |        |        | 374000            | 4               | 272,000    |
| Selang            | 1      | 270,000      | 270000      | 3           | 90000         | 2700           |                          |        |        | 278100 |        |         | 286200 |        |        | 294300 |                   | 2               | 180,000    |
| Total             |        | 9,714,000    | 86693000    |             | 9659400       | 866930         |                          | 334310 | 337620 | 773530 | 344240 | 6586650 | 796060 | 354170 | 718270 | 818590 | 94900341          |                 | 77,033,600 |

**NORMAL**

**Lampiran 7. Analisis Jangka Panjang “Sumber Makmur” (Biaya Naik 31,00% dan Benefit Turun 25,00%)**

|                           |             |             |                |             |        |
|---------------------------|-------------|-------------|----------------|-------------|--------|
| <b>Biaya Naik Benefit</b> | <b>Dari</b> | 86,209,400  | <b>Menjadi</b> | 112,934,314 | 31.00% |
| <b>Turun</b>              | <b>Dari</b> | 161,160,000 | <b>Menjadi</b> | 128,928,000 | 25.00% |

| NO   | URAIAN               | TAHUN KE    |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|------|----------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|      |                      | 0           | 1                                 | 2           | 3           | 4           | 5           | 6           | 7           | 8           | 9           | 10          |
| 0.12 | Df (12%)             | 1.00        | 0.89                              | 0.80        | 0.71        | 0.64        | 0.57        | 0.51        | 0.45        | 0.40        | 0.36        | 0.32        |
| i    | Inflow (Benefit)     |             |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Hasil Penjualan      |             | 128,928,000                       | 133,324,445 | 137,720,890 | 142,117,334 | 146,513,779 | 150,910,224 | 155,306,669 | 159,703,114 | 164,099,558 | 168,496,003 |
|      | Nilai Sisa           |             |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 77,033,600  |
|      | Gross Benefit(A)     |             | 128,928,000                       | 133,324,445 | 137,720,890 | 142,117,334 | 146,513,779 | 150,910,224 | 155,306,669 | 159,703,114 | 164,099,558 | 245,529,603 |
|      | PVGB                 |             | 115,114,286                       | 106,285,431 | 98,027,009  | 90,318,135  | 83,135,853  | 76,455,816  | 70,252,850  | 64,501,409  | 59,175,946  | 79,053,961  |
|      | Jumlah PVGB          |             |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 492,880,714 |
| ii   | Outflow(Cost)        |             |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Investasi Awal       | 86,693,000  |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Penambahan Investasi |             | 334,310                           | 337,620     | 773,530     | 344,240     | 6,586,650   | 796,060     | 354,170     | 718,270     | 818,590     | 94,900,341  |
|      | Biaya Operasional    |             | 112,934,314                       | 116,785,374 | 120,636,434 | 124,487,494 | 128,338,554 | 132,189,615 | 136,040,675 | 139,891,735 | 143,742,795 | 147,593,855 |
|      | Gross Cost (B)       | 86,693,000  | 113,268,624                       | 117,122,994 | 121,409,964 | 124,831,734 | 134,925,204 | 132,985,675 | 136,394,845 | 140,610,005 | 144,561,385 | 242,494,196 |
|      | PVGC                 | 86,693,000  | 101,132,700                       | 93,369,734  | 86,417,214  | 79,332,824  | 76,560,185  | 67,374,681  | 61,698,101  | 56,790,023  | 52,130,285  | 78,076,641  |
|      | Jumlah PVGC          |             |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 839,575,387 |
|      | Net Benefit (A-B)    | -86,693,000 | 15,659,376                        | 16,201,451  | 16,310,925  | 17,285,600  | 11,588,575  | 17,924,549  | 18,911,824  | 19,093,109  | 19,538,174  | 3,035,407   |
|      | PVNB                 | -86,693,000 | 13,981,586                        | 12,915,697  | 11,609,795  | 10,985,311  | 6,575,669   | 9,081,135   | 8,554,749   | 7,711,386   | 7,045,661   | 977,320     |
| iii  | NPV                  | 1.031667013 | > 0 (layak)                       |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| iv   | Net B/C              | 1.03        | > 1 (layak)                       |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| v    | IRR                  | 12.8%       | > 12% suku bunga deposito (layak) |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| vi   | PP                   | 5.54        | lama waktu pengembalian Investasi |             |             |             |             |             |             |             |             |             |



|               |      |             |         |             |        |
|---------------|------|-------------|---------|-------------|--------|
| Biaya Naik    | Dari | 86,209,400  | Menjadi | 107,761,750 | 25.00% |
| Benefit Turun | Dari | 161,160,000 | Menjadi | 124,093,200 | 29.87% |

| NO   | URAIAN               | TAHUN KE            |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|------|----------------------|---------------------|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|      |                      | 0                   | 1                                 | 2           | 3           | 4           | 5           | 6           | 7           | 8           | 9           | 10          |
| 0.12 | Df (12%)             | 1.00                | 0.89                              | 0.80        | 0.71        | 0.64        | 0.57        | 0.51        | 0.45        | 0.40        | 0.36        | 0.32        |
| i    | Inflow (Benefit)     |                     |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Hasil Penjualan      |                     | 124,093,200                       | 128,324,778 | 132,556,356 | 136,787,934 | 141,019,512 | 145,251,091 | 149,482,669 | 153,714,247 | 157,945,825 | 162,177,403 |
|      | Nilai Sisa           |                     |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 77,033,600  |
|      | Gross Benefit(A)     |                     | 124,093,200                       | 128,324,778 | 132,556,356 | 136,787,934 | 141,019,512 | 145,251,091 | 149,482,669 | 153,714,247 | 157,945,825 | 239,211,003 |
|      | PVGB                 |                     | 110,797,500                       | 102,299,727 | 94,350,996  | 86,931,205  | 80,018,259  | 73,588,723  | 67,618,368  | 62,082,606  | 56,956,848  | 77,019,541  |
|      | Jumlah PVGB          |                     |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 811,663,773 |
| ii   | Outflow(Cost)        |                     |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Investasi Awal       | 86,693,000          |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|      | Penambahan Investasi |                     | 334,310                           | 337,620     | 773,530     | 344,240     | 6,586,650   | 796,060     | 354,170     | 718,270     | 818,590     | 94,900,341  |
|      | Biaya Operasional    |                     | 107,761,750                       | 111,436,426 | 115,111,101 | 118,785,777 | 122,460,453 | 126,135,128 | 129,809,804 | 133,484,480 | 137,159,155 | 140,833,831 |
|      | Gross Cost (B)       | 86,693,000          | 108,096,060                       | 111,774,046 | 115,884,631 | 119,130,017 | 129,047,103 | 126,931,188 | 130,163,974 | 134,202,750 | 137,977,745 | 235,734,172 |
|      | PVGC                 | 86,693,000          | 96,514,339                        | 89,105,585  | 82,484,392  | 75,709,280  | 73,224,792  | 64,307,290  | 58,879,572  | 54,202,240  | 49,756,158  | 75,900,094  |
|      | Jumlah PVGC          |                     |                                   |             |             |             |             |             |             |             |             | 806,776,741 |
|      | Net Benefit (A-B)    | -86,693,000         | 15,997,140                        | 16,550,732  | 16,671,725  | 17,657,917  | 11,972,410  | 18,319,902  | 19,318,695  | 19,511,497  | 19,968,080  | 3,476,831   |
|      | PVNB                 | -86,693,000         | 14,283,161                        | 13,194,143  | 11,866,604  | 11,221,926  | 6,793,467   | 9,281,433   | 8,738,796   | 7,880,366   | 7,200,690   | 1,119,447   |
| iii  | NPV                  | 4,887,031.909975690 | > 0 (layak)                       |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| iv   | Net B/C              | 1.06                | > 1 (layak)                       |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| v    | IRR                  | 13.39%              | > 12% suku bunga deposito (layak) |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| vi   | PP                   | 5.42                | lama waktu pengembalian Investasi |             |             |             |             |             |             |             |             |             |

## Biaya Naik

86,209,400

103,451,280.000

20%

**Lampiran 10. Analisis Jangka Panjang “Sumber Makmur” (Benefit Turun 56,25%)**

|               |      |             |         |                 |        |
|---------------|------|-------------|---------|-----------------|--------|
| Benefit Turun | Dari | 161,160,000 | Menjadi | 103,142,400.000 | 56.25% |
|---------------|------|-------------|---------|-----------------|--------|

[illegible]