

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

ARTIKEL SKRIPSI

PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

Oleh :

**ERLYANA AGUSTIN
NIM. 115080402111002**



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017



ARTIKEL 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

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

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

(Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

24 JAN 2017

Dosen Pembimbing 2

(Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP)

NIP. 19630511 198802 1 001

24 JAN 2017



(Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

24 JAN 2017

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

(Erlyana Agustin¹, Nuddin Harahab², dan Mochammad Fattah³)

¹⁾ Mahasiswa SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

²⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

³⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

ABSTRAK

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. Penelitian ini dilakukan di “Sumber Makmur”, Kabupaten Jombang pada Bulan Februari 2016. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kondisi faktual usaha pembesaran ikan lele dari aspek teknis, aspek pemasaran, aspek manajemen di “Sumber Makmur”. aspek finansil, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan dan strategi pengembangan untuk “Sumber Makmur” berdasarkan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik yang digunakan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini dimulai dari aspek teknis meliputi sarana, prasarana, persiapan kolam, penebaran benih, pemeliharaan dan pemanenan. Aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran, bauran pemasaran dan saluran pemasaran. Aspek manajemen untuk perusahaan ini sudah tersusun, organisasi sudah disusun namun sering terjadi tumpang tindih pekerjaan, pengarahan dan pengawasan dilakukan oleh pemilik usaha. Analisis aspek finansil pada “Sumber Makmur” dengan melihat pengembangan usaha yang dianalisis secara jangka pendek maupun jangka panjang, dan usaha tersebut dapat dikatakan layak dijalankan untuk 10 tahun kedepan. Hasil dari identifikasi faktor internal yang perlu diperbaiki adalah manajemen pembukuan keuangan kurang baik, tidak melakukan pembenihan sendiri, target pasar yang kurang meluas, proses pembesaran yang masih tradisional. Dan faktor eksternal yang perlu diperbaiki adalah harga benih tidak menentu, harga pakan tidak stabil, munculnya pesaing usaha, adanya hama penyakit. Hasil perhitungan menggunakan SWOT perusahaan ini masuk dalam kuadran 1 (Strategi SO) artinya memiliki kekuatan dan peluang yang lebih tinggi sehingga dapat dimanfaatkan untuk melakukan pengembangan usaha.

Kata Kunci : Ikan Lele (*Clarias sp.*), Strategi Pengembangan, “Sumber Makmur”

**BUSSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF CATFISH ENLARGEMENT (*Clarias sp.*)
ON "SUMBER MAKMUR" INDIVIDUAL BUSSINESS IN PANDEAN VILLAGE NGORO
DISTRICT JOMBANG REGENCY**

(Erlyana Agustin ¹, Nuddin Harahab ², dan Mochammad Fattah ³)

¹⁾ *Student of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang*

²⁾ *Lecturer of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang*

³⁾ *Lecturer of SEPK, FPIK, Brawijaya University Malang*

ABSTRACT

Jombang is one catfish production centers in East Java in addition to Blitar and Tulungagung, catfish production in Jombang developing quite well in each sub-district. This research was conducted in the "Sumber Makmur", Jombang in February 2016. The purpose of this study to determine the factual condition of the business of enlarging catfish from the technical aspects, marketing aspects, management aspects in the "Sumber Makmur". aspects of financial, internal and external factors affecting the company and the development strategy for the "Sumber Makmur" based on SWOT analysis. The method used is descriptive method. The technique used purposive sampling. The results of this study starts from the technical aspects covering infrastructure, facilities, pool preparation, seeding, maintenance and harvesting. Marketing aspects include marketing strategy, marketing mix and marketing channels. Aspects of management for this company has been arranged, the organization has been prepared yet often overlapping of work, guidance and supervision carried out by business owners. Analysis as financial aspects of the "Sumber Makmur" to see the development of enterprises analyzed in the short term and long term, and the business can be said to be eligible to run for another 10 years. The results of the identification of internal factors that need to be improved is the poor management of financial accounting, does not do its own hatchery, the target market is not expanding, the enlargement process is still traditional. And external factors that need to be improved is the price of seeds is erratic, volatile feed prices, the rise business competitors, the pest. The result of the calculation using SWOT company is included in quadrant 1 (Strategy SO) means to have the power and opportunity are higher so that it can be used for business development.

Keywords: Catfish (*Clarias sp.*), Strategy Development, "Sumber Makmur"

PENDAHULUAN

Indonesia menyimpan beragam 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 laut bisa dalam bentuk hayati seperti makhluk di dalam air misalnya ikan, rumput laut, dan organisme lain yang berada di dalam air, sedangkan yang non hayati misalnya air.

Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk semakintinggi dari tahun ke tahun. Hal ini menyebabkan tingkat kebutuhan konsumsi protein yang berasal dari ikan semakin meningkat (Jatnika, 2014).

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.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

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.

METODE PENELITIAN

Tempat yang dipilih dalam pelaksanaan penelitian ini adalah di “Sumber Makmur” Kabupaten Jombang. Waktu pelaksanaan yaitu pada bulan Februari 2016.

Jenis metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif. 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. 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. Sampel yang dipilih untuk penelitian ini dengan menggunakan *nonprobability sampling*.

Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pemilihannya inididak memberikan peluang kepada semua unsur untuk dapat terpilih. Responden telah dipilih yaitu pemilik usaha di usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur”.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menjawab tujuan dari peneliti yaitu deskriptif kualitatif dari aspek teknis, pemasaran dan manajemen, serta faktor internal dan eksternal pada “Sumber Makmur”. Kemudian deskriptif kuantitatif dari aspek finansial jangka pendek maupun jangka panjang dan analisis SWOT. Adapun penjelasan dari analisis data yang akan diteliti sebagai berikut :

Aspek 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.

Aspek 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.

Aspek Manajemen

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

Kelayakan Finansial

Kelayakan Finansial Jangka Pendek

a. 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.

b. Biaya Total

Menurut Larsito (2005), rumus dari biaya total yaitu :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total Cost (biaya total)

FC = Fixed Cost (biaya tetap)

VC = Variable Cost (biaya variabel)

c. Penerimaan

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

$$TR = P \times Q$$

Dimana : TR = Penerimaan total

P = Harga Produk

Q = Jumlah produk yang terjual

TR : Total Revenue

TC : Total cost

d. R/C

Menurut Soekartawi (2003), RCRatio dapat dirumuskan seperti berikut :

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

Dimana apabila :

- R/C > 1, maka usaha dikatakan menguntungkan

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

R/C < 1, maka usaha mengalami kerugian

e. Keuntungan (π)

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 : π = Keuntungan

f. Break Even Point

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

g. REC

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

Kelayakan Finansial Jangka Panjang

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.

b. Net Present Value

Adapun rumus menurut Gray (1997) dalam Supit (2015), untuk menghitung Net B/C adalah sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF}{(1+r)^t}$$

dimana

R = suku bunga bank

N = 1, ... 100 th (umur proyek)

CF = arus kas (*cash flow*)

c. 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)

d. Internal Rate of Return

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

$$IRR = Ir + \frac{NPV Ir}{NPV Ir - NPV It} (It - Ir)$$

dimana

Ir = Bunga rendah

It = Bunga tinggi

e. 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:

$$PP = \frac{\text{jumlah Investasi}}{\text{NPV setiap tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

Analisis Strategi Pengembangan

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*.

Tahapan dalam membuat analisis SWOT agar mendapatkan perencanaan yang strategis adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data melalui analisis faktor internal dan faktor eksternal.
2. Membuat matriks SWOT, dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal

Aspek Manajemen

a. Perencanaan

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.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” dilihat dari lokasi usaha meliputi pemilik usaha dan pegawai. Pemilik usaha mengawasi semua proses produksi, pemasaran dan manajemen. Pemilik usaha memberikan arahan untuk dapat melakukan tugas dengan baik.

c. Pergerakan

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.

d. Pengawasan

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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Apek Teknis Usaha

a. Sarana

Alat-alat yang digunakan perusahaan untuk pembesaran ikan lele antara lain :

- Kolam beton
- Jaringan segitiga
- Seser
- Keranjang
- Selang
- Timbangan gantung
- Bak plastik
- Pipa PVC

b. Prasarana

Prasarana merupakan penunjang sarana yang baik bergerak dalam melakukan usaha pembesaran ikan lele. Prasarana untuk usaha pembesaran ikan lele di “Sumber Makmur” diantaranya adalah:

- 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 *supply* 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

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 steril dari bakteri dan hama.

d. Penebaran Benih

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/m² dan ukuran tebar benih 5-7 cm dengan harga 140/ekor yaitu dengan padat benih 150-250 ekor/m² dengan ukuran kolam 4x6 m². 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.

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.

Pergantian air dalam pembesaran ikan lele sangat penting, karena perlu adanya sirkulasi air secara teratur agar kualitas perairan kolam selalu terjaga. 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.

Aspek Pemasaran

a. Strategi Pemasaran

-Segmentasi Pasar

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).

- Target Pasar

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 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

-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.

- 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

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.

- 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 di lakukan 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.

Aspek Manajemen**a. Perencanaan**

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.

b. Pengorganisasian

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.

c. Pergerakan

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

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.

Analisis Jangka Pendek**a. Permodalan****1. Modal Tetap**

Modal tetap adalah modal yang digunakan untuk membeli alat alat produksi dimana alat-alat tersebut dapat digunakan berkali-kali hingga bertahun-tahun. Modal tetap dapat berasal dari modal sendiri, modal pribadi, pinjaman, dan lain-lain. Besarnya modal tetap yang digunakan

oleh “Sumber Makmur” adalah sebesar Rp86.693.000.

2. Modal Lancar

Modal lancar merupakan modal yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam setiap produksi dan dapat dikatakan bahwa modal lancar adalah modal yang habis dipakai sekali baik itu harian, bulanan, atau tahunan. Modal lancar ini dapat berubah sesuai dengan kebutuhan setiap kali produksi. Besarnya modal lancar yang digunakan oleh “Sumber Makmur” adalah sebesar Rp.86.693.000 dalam satu tahun.

3. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang digunakan dalam sekali proses produksi dalam beberapa waktu tertentu. Modal kerja yang digunakan oleh “Sumber Makmur” adalah sebesar Rp.95.209.400 dalam satu tahun.

b. Biaya Produksi

Biaya Tetap

Biaya tetap yang digunakan oleh “Sumber Makmur” dalam satu tahun sebesar Rp. 32.009.400.

Biaya Variabel

Biaya variabel yang digunakan oleh “Sumber Makmur” dalam satu tahun adalah sebesar Rp. 63.200.000.

c. Penerimaan

Penerimaan benih ikan lele 4-6cm sebesar Rp. 94.010.000 dan benih ikan lele 5-7cm sebesar Rp.67.150.000 di “Sumber Makmur” dalam satu tahun. Sehingga total penerimaan keseluruhan adalah sebesar Rp.161.160.000 .

d. R/C

R/C yang didapatkan oleh “Sumber Makmur” dalam satu tahun sebesar 1,69.

e. Keuntungan

Keuntungan yang didapatkan oleh “Sumber Makmur” dalam satu tahun adalah sebesar Rp. 65.950.600.

f. BEP

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.

g. REC

REC yang diperoleh oleh “Sumber Makmur” adalah 57%.

Analisis Jangka Panjang

a. Sensitivitas

Dari analisis finansial jangka panjang didapatkan hasil bahwa usaha ikan lele di “Sumber Makmur” dikatakan layak untuk dijalankan hingga 10 tahun kedepan dimulai pada tahun 2016 sampai 2026. 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

Rencana penambahan investasi untuk “Sumber Makmur” ini menggunakan rencana dalam jangka waktu 10 tahun kedepan (2016-2026) sebesar Rp. 105.963.781 artinya dalam waktu 10 tahun kedepan “Sumber Makmur” harus menyisihkan dana sebesar Rp untuk pengadaan peralatan yang digunakan karena peralatan yang digunakan mengalami penyusutan.

b. NPV

Besarnya NPV pada usaha ikan bandeng umpam di “Sumber Makmur” adalah sebesar Rp. 376.584.465 dengan menggunakan diskon faktor (12%) sehingga usaha tersebut dapat dikatakan layak karena nilai NPV lebih besar dari nol.

c. Net B/C

Besarnya nilai Net B/C yang ada pada usaha ikan lele “Sumber Makmur” ini adalah sebesar 6,34 sehingga usaha tersebut dikatakan layak, karena nilai Net B/C lebih dari satu..

d. IRR

Nilai IRR pada usaha ikan lele di “Sumber Makmur” pada saat ini yaitu sebesar 89%, sehingga usaha ini dapat dikatakan layak.

e. Payback Period

Berdasarkan hasil perhitungan, analisis *payback period* pada usaha ikan lele “Sumber Makmur” adalah sebesar 1,16. Artinya waktu yang dibutuhkan “Sumber Makmur” untuk mengembalikan investasi dibutuhkan waktu selama 1,16 tahun.

Faktor Internal Usaha Pembesaran Ikan Lele

Untuk penentuan strategi pengembangan usaha untuk “Sumber Makmur” diperlukan analisis SWOT seperti berikut :

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor Strategi Internal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Kekuatan			
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
Jumlah	0,55	11	1,65
• Kelemahan			
1. Manajemen pembukuan keuangan yang 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
Jumlah	0,45	9	1,05
TOTAL	1	20	2,7

Berdasarkan hasil matriks IFAS pada tabel 7, nilai kekuatan sebesar 1,65 dan nilai kelemahan sebesar 1,05 sehingga diperoleh total

skor sebesar 2,7, sehingga di “Sumber Makmur” lebih banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya.

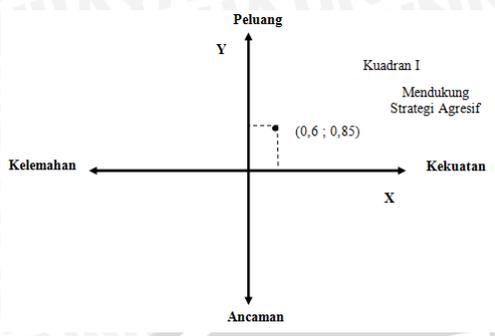
Faktor Eksternal Usaha Pembesaran Ikan Lele

Tabel 2. Matriks EFAS

Faktor Strategi Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	B x R
• Peluang			
1. Permintaan konsumsi ikan lele tinggi	0,13	3	0,45
2. Sumber pembenihan tidak jauh dari lokasi usaha	0,13	2	0,20
3. Sumber daya manusia disekitar yang mendukung	0,14	2	0,20
4. Adanya dukungn dari Dinas Perikanan	0,15	4	0,80
Jumlah	0,55	11	1,65
• Ancaman			
1. Harga benih tidak menentu	0,13	1,0	0,20
2. Harga pakan tidak stabil	0,1	1,0	0,20
3. Munculnya pesaing usaha	0,10	3,2	0,20
4. Adanya hama penyakit	0,10	2,7	0,20
Jumlah	0,4	8	0,8
Total	0,95	19	2,45

Berdasarkan hasil matriks EFAS pada tabel 8, nilai peluang sebesar 1,65 dan nilai ancaman sebesar 0,8 sehingga diperoleh total skor sebesar 2,45 sehingga di “Sumber

Makmur”terdapat banyak peluangnya dibandingkan ancamannya.



Gambar 1. Diagram SWOT

Dari diagram hasil analisis SWOT dapat dilihat bahwa usaha ikan lele “Sumber Makmur” menempati di posisi strategi SO (kuadran 1), yang berarti perusahaan tersebut berada pada situasi yang menguntungkan karena memiliki banyak peluang dan kekuatan perusahaan yang tinggi, sehingga peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh “Sumber Makmur” dapat dimanfaatkan untuk membuat strategi pengembangan usaha dengan kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Matriks Grand Strategy

Berdasarkan kondisi internal dan eksternal “Sumber Makmur”, maka strategi pengembangan yang sesuai adalah strategi SO, yaitu dengan cara mengoptimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada di “Sumber Makmur”. Beberapa strategi pengembangan usaha untuk “Sumber Makmur” adalah sebagai berikut :

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

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 finansil dari usaha pembesaran ikan lele terbagi menjadi dua yaitu aspek finansil jangka pendek dan aspek finansil jangka panjang. Aspek finansil 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 EventPoint*) unit 3.321,1662025 kg, REC sebesar 57%. Adapun aspek finansil 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.

Saran

Saran yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah

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

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 Desember 2015.

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

Larsito, S. 2005. **Analisis Keuntungan Usaha Tani Tembakau Rakyat dan Efisiensi Ekonomi Relatif Menurut Skala Luas Lahan Garapan.**

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. 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=0ahUKFwjPkOWoPzKAhVEco4KHdnKDRIQFgcMAA&url=http%3A%2F%2Fjournal.umm.ac.id%2Findex.php%2Fprotein%2Farticle%2Fview%2F162%2F175&usq=AFQjCNGer BX7jwQMCMJTmjwXL OjuVTrtQ&sig2=6MVfUVt8ZWdFTBJ 1HFNZbQ&bvm=bv.114195076.d.c2E>. Diakses tanggal 5 Januari 2016.

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

Riyanto, B. 1995. **Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan.** Yogyakarta. BPFE-YOGYAKARTA.

Riyanto. 2001. **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**. Gajah Mada University Press : Yogyakarta.

Soekartawi. 2003. **Manajemen Pemasaran**. Salemba Empat : Jakarta.

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.

