

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Konsep Bisnis**

Konsep bisnis budidaya ikan lele di Desa Slogohimo Wonogiri yang akan diangkat pada penelitian ini membudidayakan ikan lele siap konsumsi melalui pembesaran ikan lele yang masa panennya setiap 3 bulan sekali. Selain itu bibit yang digunakan menggunakan bibit ikan lele yang unggul dengan memberikan pakan yang berkualitas sehingga menghasilkan produk akhir yang baik dan unggul tetapi masih dengan harga yang bersaing dan terjangkau serta tidak kalah dengan pesaing lain yang juga membuka usaha yang sama di bidang budidaya ikan lele. Jadi konsep bisnisnya dimulai dari sistem budidaya ikan lele dari membeli bibit ikan lele yang unggul kemudian melakukan pemeliharaan ikan lele dan setelah itu dijual kembali baik kepada pengepul maupun konsumen akhir.

Alasan penulis memilih lokasi perencanaan bisnis budidaya ikan lele di Desa Slogohimo Wonogiri dan tidak memilih di kota-kota yang lain disebabkan karena faktor keberadaan keluarga yang memudahkan penulis untuk cenderung meneliti kearah Desa Slogohimo Wonogiri selain itu juga ada faktor lain dimana masyarakat Wonogiri terutama di desa Slogohimo cenderung lebih banyak mengkonsumsi ikan lele dengan harga yang relatif

murah berkisar antara Rp. 17.000/kg dari ikan-ikan yang lain serta keminatan masyarakat di desa Slogohimo terhadap ikan lele cenderung lebih tinggi di banding ikan-ikan yang lain seperti ikan Nila dan Bawal yang harganya jauh lebih mahal dari ikan Lele.

## 4.2. Analisis Data

### 4.2.1. Aspek Pemasaran

Kuesioner penelitian disebarikan kepada 10 orang pedagang warung pecel lele, 10 orang pengepul ikan lele dan 30 orang pembeli ikan lele Untuk mengetahui gambaran umum dan hasil tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1. Gambaran Umum Responden Pembeli**

No	Keterangan	Orang (Frekuensi)	%
1.	Jenis kelamin:		
	a. Laki-laki	20	66,67%
	b. Perempuan	10	33,33%
	Total:	30	100%
2.	Usia:		
	a. <20th	2	6,67%
	b. 20-30 th	7	23,33%
	c. 31-40 th	12	40%
	d. >40th	9	30%
	Total:	30	100%
3.	Pekerjaan:		
	a. Karyawan	4	13,33%
	b. Wiraswasta	19	63,34%
	c. Lain-lain	7	23,33%
	Total:	30	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki (66,67%) dan berusia antara 31-40 tahun (40%) dengan pekerjaan adalah wiraswasta (63,34%).

Tabel berikut menunjukkan gambaran umum responden pedagang tentang kuesioner penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.2. Gambaran Umum Responden Pedagang**

No	Keterangan	Orang (Frekuensi)	%
1.	Jenis kelamin:		
	a. Laki-laki	8	80%
	b. Perempuan	2	20%
	Total:	10	100%
2.	Usia:		
	a. 20-30 th	3	30%
	b. 31-40 th	4	40%
	c. >40th	3	30%
	Total:	10	100%
3.	Pekerjaan:		
	a. Pedagang	10	100%
	Total:	10	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini yaitu pedagang berjenis kelamin laki-laki (80%) dan berusia antara 31-40 tahun (40%).

**Tabel 4.3. Gambaran Umum Responden Pengepul**

No	Keterangan	Orang (Frekuensi)	%
1.	Jenis kelamin:		
	a. Laki-laki	10	100%
	b. Perempuan	0	0%
	Total:	10	100%
2.	Usia:		
	a. 20-30 th	4	40%
	b. 31-40 th	3	30%
	c. >40th	3	30%
	Total:	10	100%
3.	Pekerjaan:		
	a. Pengepul	10	100%
	Total:	10	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa semua responden pada penelitian ini yaitu pengepul berjenis kelamin laki-laki (100%) dan berusia antara 20-30 tahun (40%).

Pada aspek pemasaran akan dibahas mengenai STP atau segmentasi, target pasar dan posisi pasar dari budidaya ikan lele ini. Segmen pasar ini dapat dibentuk dengan banyak cara, berikut ini adalah perinciannya:

1. Segmentasi Geografis:

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, negara bagian, wilayah, propinsi, kota, atau lingkungan rumah tangga. Rumah makan dapat

beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberi perhatian pada variabel lokal.

Budidaya ikan lele ini melayani segmen geografis adalah masyarakat di sekitar Slogohimo, Wonogiri.

## 2. Segmentasi demografi:

Segmentasi yang membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel-variabel demografik, yaitu:

- a. Kelas sosial, yaitu membagi pasar menjadi kelompok kelas sosial yang berbeda.

Melihat pada jumlah pendapatan konsumen menengah yaitu yang berpendapatan Rp 3.000.000 hingga Rp 10.000.000/bulan.

- b. Jenis kelamin, yaitu membagi pasar menjadi kelompok berbeda berdasarkan jenis kelamin. Usaha budidaya lele ini melayani jenis kelamin pria dan wanita, sebagian besar terutama adalah pria (66,67%).

- c. Pendapatan, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pendapatan yang berbeda.

Usaha budidaya lele ini melayani masyarakat berpendapatan menengah karena berdasarkan pada hasil kuesioner.

### ***Targeting***

Target penting karena mengacu pada calon konsumen yang akan dibidik dan siapa yang akan dilayani. Usaha budidaya lele ini membidik pada kaum pecinta lele yaitu remaja hingga dewasa berusia antara 31-40 tahun (berdasarkan pada hasil penyebaran kuesioner). Sehingga dengan target tersebut usaha ini akan selalu mengadakan promosi dan suasana santai rileks untuk menjaring konsumen dari komunitas-komunitas tersebut.

Secara geografis, target pasarnya adalah masyarakat di sekitar wilayah Slogohimo Wonogiri, dan secara demografi adalah mereka dari kelas sosial menengah, yang didominasi dengan jenis kelamin laki-laki dan berusia antara 31-40 tahun.

### ***Positioning***

*Positioning* penting untuk menempatkan dimana bisnis akan dimulai. Dalam usaha ini akan menjadi *follower*, tetapi menjadi *follower* tidak berarti akan kehabisan segmen pasar. Unsur utama bisnis ini adalah jasa, jadi pelayanan yang terbaik (ramah, sopan dan selalu *responsiveness*, jika ada komplain ditanggapi dengan cepat) adalah yang akan diberikan kepada konsumen.

### ***Marketing mix:***

#### 1. Produk/jasa

Produk/jasa yang ditawarkan berbentuk jasa dan produk. Karena bisnis budidaya lele ini termasuk jasa maka sebisa mungkin mengutamakan pelayanan yang prima dan mengutamakan kepuasan konsumen. Produk yang dijual adalah ikan lele yang dijual adalah lele dumbo dengan kualitas prima dan baik dibandingkan pesaing serupa.

#### 2. Harga

Harga yang ditawarkan kompetitif. Sehingga tempat yang nyaman dan dipadukan dengan harga yang kompetitif akan menjadi nilai plus dimata konsumen. Harga yang ditawarkan sekitar Rp 17.000 per kg. Penetapan harga tersebut berdasarkan pada hasil kuesioner dan dari hasil perhitungan HPP (per kg Rp 7.200 diperoleh dari 9.600.000 total HPP dibagi 8.000 ekor benih lele dikalikan 6 ekor karena dalam 1 kg berisi 6 ekor ikan lele), meskipun harga berkisar sama atau mirip dengan pesaing tetapi produk yang ditawarkan lebih unggul ini yang menjadi keunggulan kami. Maka profit margin sebesar  $7.200/17.000 = 42,35\%$ .

#### 3. Tempat / lokasi

Tempat memiliki faktor penting. Sebisa mungkin bisnis ini bisa bertempat ditempat strategis. Sehingga tempat ini mudah dijangkau,

luas. Lokasinya di Desa Slogohimo Wonogiri mengingat daerah ini masih luas lahan yang dapat digunakan dan juga tidak jauh dari suplier maupun pengepul.

#### 4. Promosi

Sebisa mungkin promosi berkesinambungan dan sesuai dengan bidikan pasar atau target konsumen. Bentuk promosi yang akan dilakukan:

- a) Promosi menggunakan media massa, spanduk, brosur (bisa disebar ditempat-tempat strategis seperti pasar ikan, persimpangan jalan besar, dan pengunjung yang berkunjung).

Desain untuk brosur dan spanduk adalah sebagai berikut:

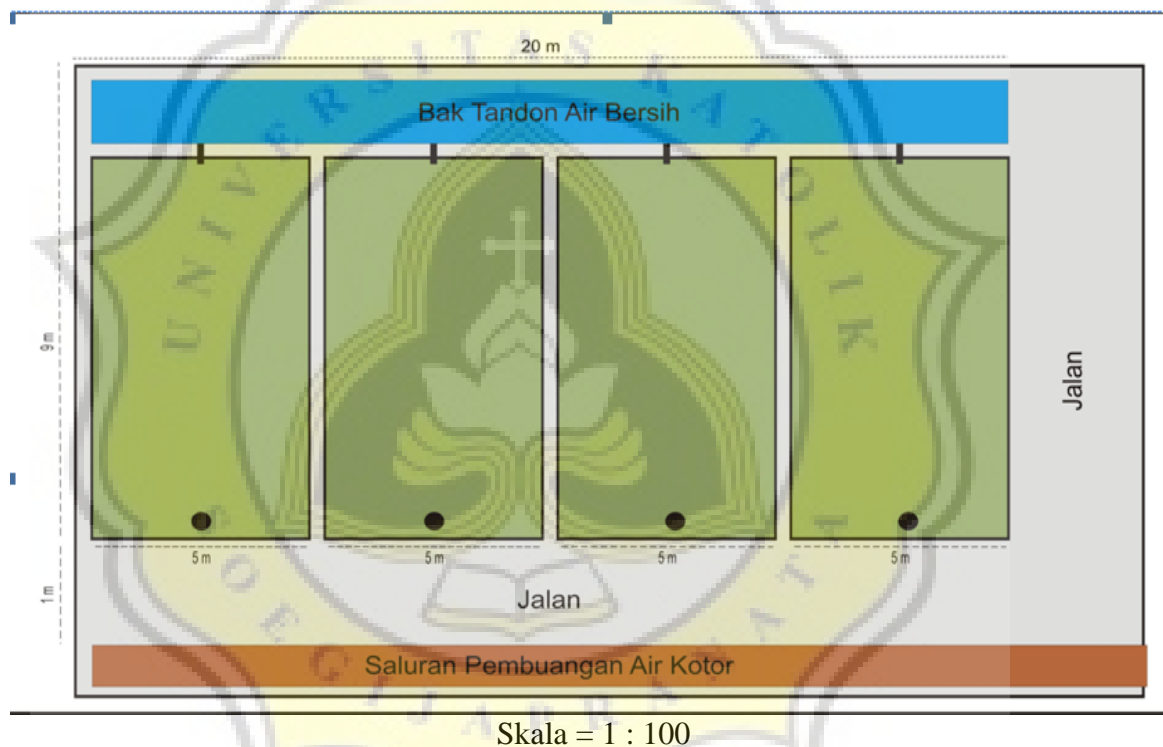


- b) Adanya fasilitas diskon bagi *member* (anggota atau pelanggan tetap), sehingga meningkatkan loyalitas pengunjung.



#### 4.2.2. Aspek Operasi

Berdasarkan pada hasil survey peneliti diketahui bahwa dari data desain layout dan harga pembangunan kolam, serta harga pokok penjualan diperoleh hasil dan berbagai asumsi yang akan digunakan untuk memprediksikan biaya operasional yang akan dikemukakan pada bagian perencanaan bisnis untuk aspek operasional termasuk gambar layout dan sebagainya.



Gambar 4.1. Layout Kolam Pembudidayaan Lele

##### A. PERSIAPAN BUDIDAYA KOLAM

1. Budidaya dilakukan pada kolam terpal yaitu kita membuat kubangan dengan ukuran terpal 9 x 7 m kemudian diberi air 80 cm tingginya
2. Benih lele ditabur
3. 2000 benih ikan lele dengan ukuran kolam 4 meter x 5 meter x 1 meter sebanyak 4 kolam.

## B. PENANAMAN BENIH

1. Pastikan Kualitas benih lele yang akan kita tanam adalah dari jenis lele yang bersifat unggulan (Lele Dumbo karena panennya lebih singkat yaitu 3 bulan sudah panen).
2. Kualitas benih yang baik adalah ketika dilakukan penanaman ukuran benih merata (tidak berbeda-beda ukuran).
3. Hindari pemasok benih yang mengirim benih dalam berbagai ukuran yang berbeda jauh yang menandakan bahwa pembenih tersebut adalah pembenih yang kurang memperhatikan kualitas dari benih yang ia jual (apabila melakukan pembenihan sendiri akan menjadi lebih baik, dikarenakan kita dapat menentukan sendiri kualitas benih yang kita tanam yang otomatis akan lebih menekan biaya/ Cost dari usaha budidaya).
4. Ukuran benih yang baik adalah benih dengan ukuran 9/10 cm ke atas dikarenakan benih dengan ukuran tersebut telah lebih tahan terhadap perubahan lingkungan yang terjadi secara mendadak selama proses budidaya, semakin besar benih yang kita tanam akan lebih mempersingkat masa budidaya.
5. Lakukan penebaran benih kedalam kolam yang telah dipersiapkan (melalui proses persiapan seperti yang telah diterangkan di atas)
6. Masukkan benih yang akan kita besarkan sesuai ukuran kolam yang kita persiapkan dan berikan kelebihan jumlah benih yang kita tanam sebanyak 5% dari jumlah benih yang kita tanam, gunanya adalah agar hasil panen yang

kita targetkan akan tetap tercapai walaupun ada sejumlah benih lele yang mengalami kematian.

### C. MANAJEMEN PAKAN

1. Dengan Asumsi kita akan menanam 10.000 ekor benih lele dimana kita akan menargetkan hasil panen nanti akan menghasilkan 1000 kg daging, maka kita tentukan dahulu jumlah pakan yang akan kita habiskan selama proses budidaya. Hal ini penting kita lakukan agar hasil panen nanti bisa sejalan dengan tingkat FCR yang telah kita tetapkan dalam perencanaan/ analisa usaha yang kita lakukan.
2. Maka dengan asumsi FCR 1:1 maka kita tetapkan bahwa pakan yang akan kita habiskan dalam proses budidaya ini adalah sebanyak 1.000 kg pakan untuk menghasilkan 1.000 kg daging ketika panen nanti, dengan jenis pakan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkat pertumbuhan benih yang kita tanam.
3. Untuk pertumbuhan awal benih, agar pertumbuhan benih tidak terhambat pertumbuhannya maka berikan benih Lele pakan yang mengandung kadar protein diatas 30 % (dalam hal ini kandungan protein antara 30% s/d 33% sudah cukup baik untuk pertumbuhan benih dikarenakan cost/biaya pakan dengan kandungan protein yang semakin tinggi akan pula meningkatkan sektor biaya pakan), sampai ukuran benih lele ini memasuki masa pertumbuhan untuk di dagingkan (Biasanya masa 1 bulan awal proses budidaya).

4. Berikan pakan lele sesuai dengan takaran dengan cara sebelum benih ditaburkan, lakukan pengukuran biomasa/ berat benih yang kita tanam dan berikan pakan sekitar 5% – 10% dari biomasa yang telah kita ukur.
5. Lakukan pengukuran Biomassa secara rutin setiap 10 hari sekali guna menentukan pakan yang kita berikan sesuai dengan tingkat pertumbuhan dari benih.
6. Setelah benih berusia 30 hari dari masa tanam, berikan pakan kepada benih dengan penurunan kadar protein pakan dan persentase pakan terhadap biomassa ( biasanya kita memberikan pakan kepada benih berusia 30 hari dari masa tanam dengan kadar protein sebesar 26% dan lebih menekankan pada kadar karbohidrat dan lemak guna menambah bobot benih untuk dijadikan pedaging dengan persentase sebanyak 5% dari berat biomassa per hari).
7. Berikan Multivitamin tambahan dan Prebiotik secara rutin melalui pakan yang kita berikan untuk lebih menekan FCR serta memperkuat daya tahan benih (bisa didapatkan di toko-toko yang menjual kebutuhan pertanian dan perikanan dan harap diperhatikan bahwa produk yang kita gunakan telah terdaftar di KKP perikanan dan kelautan sehingga kualitasnya dapat dipertanggung jawabkan).
8. Berikan pakan tambahan diluar takaran pakan yang telah kita tetapkan untuk lebih meningkatkan tingkat efisiensi pakan melalui masa panen yang lebih singkat, pakan tambahan tersebut yang terpenting adalah harus memiliki nutrisi yang baik dengan pengolahan yang higienis serta berbiaya rendah dan

mudah didapka secara rutin ( untuk informasi pakan tambahan ini telah banyak beredar di media buku budidaya, internet, dan lain sebagainya).

9. Berikan pakan dengan waktu yang teratur antara 3-4 kali dalam sehari dengan takaran pakan disesuaikan dengan pertumbuhan benih.
10. Untuk jenis ikan lele akan lebih baik waktu pemberian pakan lebih diutamakan pada malam hari dikarenakan ikan lele adalah jenis hewan yang lebih aktif pada malam hari.

#### D. MANAJEMEN KOLAM

1. Lakukan Penyortiran benih lele secara teratur guna menghindari kerugian akibat sifat kanibalis lele terhadap lele yang lebih kecil. ( Kita melakukan proses penyortiran biasanya setiap 2 minggu sekali pada masa bulan ke 1 (satu) dari awla tanam benih , dan lebih diintensifkan menjadi 7 (tujuh) hari sekali pada masa Pendagingan).
2. Melakukan penjarangan sesuai dengan tingkat pertumbuhan benih lele ( Pada bulan pertama dengan tingkat kepadatan antara 100 s/d 120 ekor per meter kubik (M3) dan tingkat kepadatan antara 80 s/d 100 ekor pada masa pendagingan).
3. Pada masa penyortiran melakukan pemeriksaan kesehatan terhadap benih dan memisahkan serta menyembuhkan benih lele yang terserang penyakit dengan pengobatan yang sesuai dengan dengan penyakitnya dan menggunakan obat-obatan yang diperbolehkan oleh Departemen Perikanan dan kelautan

(Dikarenakan ada beberapa jenis obat tertentu yang dilarang untuk digunakan pada produk ikan konsumsi).

4. Pemberian probiotik yang teratur pada kolam budidaya dengan menggunakan produk yang banyak beredar dipasaran dan telah terdaftar di KKP perikanan dan kelautan (Kita biasa melakukan secara teratur setiap 3 hari sekali dan dilakukan pada pagi hari guna merubah bakteri yang bersifat pathogen yang dihasilkan dari kotoran benih menjadi bakteri baik yang menyetatkan benih).
5. Melakukan pembuangan air kolam sebanyak 10% guna membuang Kotoran yang mengendap didasar kolam setiap Pagi hari untuk mengurangi kadar Amonia yang terkandung didalam kolam dan penambahan air sebanyak 10% dari air yang terbuang guna tetap menjaga PH air antara 6 – 9 tetap terjaga .
6. Melakukan pengetesan PH air secara rutin setiap pagi hari.

#### E. MANAJEMEN WAKTU PANEN DAN PEMASARAN

1. Lakukan pemasaran dengan jalur distribusi sependek mungkin, dan apabila memungkinkan lakukan pemasaran secara direct kepada konsumen akhir, hindari jalur distribusi yang panjang karena akan membuat harga jual produk menjadi rendah.
2. Mengadakan perjanjian waktu panen dengan pihak pembeli sehari sebelum waktu panen (sebaiknya waktu panen dilakukan pada pagi hari atau sore hari ketika suhu rendah ).

3. Minta kepada pihak pembeli sehari sebelum panen apakah Lele yang akan dipanen telah sesuai dengan ukuran yang diinginkan oleh pembeli dengan cara mengambil sample dari kolam yang akan dipanen (dalam hal ukuran ini akan beragam sesuai dengan pihak pembeli, di daerah kami yang diminta oleh pihak pembeli adalah lele dengan ukuran 6 – 8 ekor per kg).
4. Lakukan perjanjian dengan pihak pembeli apakah hasil panen kita dibeli di tempat atau dikirimkan ( penting dilakukan karena menentukan harga jual).
5. Setelah hal-hal diatas dilakukan, lakukan karantina Lele dengan cara dipuasakan selama 24 jam tanpa diberi pakan guna membuang kotoran lele pada saat pendistribusian pada pihak pembeli dan menghindari kematian akibat pendistribuasian.
6. Turunkan ketinggian air hingga tinggal 50cm dari dasar kolam guna memberikan kadar oksigen yang lebih banyak kepada Lele didalam kolam.
7. Pada saat waktu panen lakukan penyortiran, artinya ukuran lele yang masih kurang sesuai dengan keinginan pihak pembeli sebaiknya dipisahkan dari lele yang akan di beli oleh pembeli, dan lele yang telah dipisahkan ini dapat disatukan dengan lele yang sesuai dengan ukurannya yang belum saatnya dipanen.
8. Lakukan peneraan/ pengiloan pada media yang akan dipakai sebagai wadah pengukuran berat lele yang dipanen, yaitu dengan cara media tersebut dilakukan pengukuran dalam format kg yang disaksikan oleh penjual dan pembeli dan dalam keadaan kosong sehingga nanti ketika dilakukan

pengiloan, hasil pengiloan tinggal dikurangi bobot media yang telah dilakukan peneraan (Apabila alat ukur dalam bentuk digital tidak usah dilakukan pemotongan hasil ukur berat timbangan karena sebelumnya untuk dilakukan peneraan dapat dilakukan secara otomatis, sehingga hasil ukur yang dihasilkan adalah berat bersih dari beban yang diukur).

9. Lakukan perhitungan pengiloan secara seksama yang disaksikan dan dilakukan oleh penjual dan pembeli agar tidak terjadi kesalahan penghitungan yang mengakibatkan kerugian kepada salah satu pihak.
10. Lakukan Evaluasi dari hasil panen yang telah dilakukan, apakah hasil panen yang kita lakukan telah sesuai dengan hasil perencanaan kita melalui analisa usaha yang kita lakukan sebelumnya, sebagai dasar untuk melakukan langkah-langkah perbaikan pada proses budidaya selanjutnya.

**Tabel 4.4. Perhitungan HPP**

Keterangan	2017	2018	2019	2020	2021
Benih	3.200.000	3.520.000	3.872.000	4.259.200	4.685.120
Pakan	6.400.000	7.040.000	7.744.000	8.518.400	9.370.240
Total HPP	9.600.000	10.560.000	11.616.000	12.777.600	14.055.360

Sumber: Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Keterangan:

Panen lele Dumbo 3 bulan sekali, dalam 1 tahun 4 kali panen

Benih sekali panen 8000 ekor, jadi dalam 1 tahun  $8000 \times 4 = 32.000$  ekor

Harga benih Rp 100 per ekor.



Contoh perhitungan tahun 2017 untuk benih = 8000 ekor x Rp 100 = Rp 800.000

Pakan butuh 200 kg untuk 3 bulan, harga pakan Rp 8.000 / kg

Contoh perhitungan pakan tahun 2017 = Rp 8000 / kg x 200 kg x 4 = Rp 6.400.000

#### 4.2.3. Aspek SDM

Untuk perencanaan SDM yaitu Jumlah tenaga kerja untuk usaha ini adalah sebagai berikut:

- Bagian budidaya: 3 orang
- Bagian marketing: 1 orang

Kemudian untuk mengetahui *job specification* atau spesifikasi pekerjaan pada usaha budidaya lele dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5. Job Spesification Masing-Masing Posisi**

No.	Jabatan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pengalaman Kerja	Lain-lain
1.	Bagian budidaya lele	Laki-laki dan wanita	20-24	Min. SMU	Minimal 1 tahun	Pekerja keras, jujur, mau belajar
2.	Bagian marketing	Laki-laki dan wanita	Min 25 th	Min. SMU	Minimal 1 tahun	Komunikatif, persuasif, teliti, rajin, jujur, dan mau bekerja keras

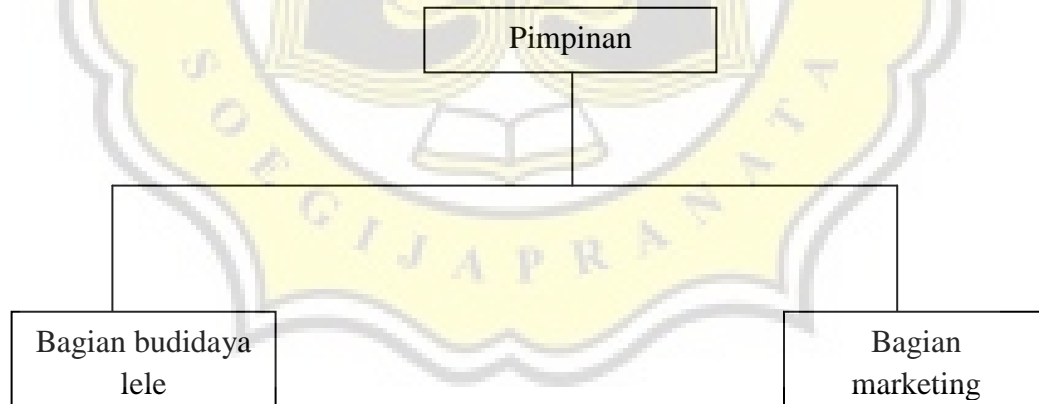
**Tabel 4.6. Jumlah orang dan perincian gaji per bulan**

No	Keterangan	Jumlah orang	Jumlah gaji per bulan
1	Bagian budidaya lele	3	1.000.000
2	Bagian marketing	1	1.200.000

**Tabel 4.7. Perincian Biaya Gaji**

Keterangan	2017	2018	2019	2020	2021
Bagian budidaya lele	36.000.000	39.600.000	43.560.000	47.916.000	52.707.600
Bagian marketing	14.400.000	15.840.000	17.424.000	19.166.400	21.083.040
Total gaji:	50.400.000	55.440.000	60.984.000	67.082.400	73.790.640

Struktur organisasi usaha budidaya lele dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



**Gambar 4.2. Struktur Organisasi**

**Job Description:** menggambarkan tugas dan wewenang masing-masing posisi.

1. Pimpinan

Pimpinan bertugas untuk mengatur, mengontrol dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif, serta mengurus keuangan usaha ini.

2. Bagian budidaya lele

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab untuk memelihara ikan lele, memberi pakan, menanam benih, membersihkan kolam dan sebagainya.

3. Bagian marketing

Bagian ini bertugas dan bertanggung jawab untuk mencari konsumen dan pembeli, melakukan promosi.

**4.2.4. Aspek Keuangan**

**Tabel 4.8. Perincian Pendapatan (dlm Rp)**

Keterangan	2017	2018	2019	2020	2021
Satuan (dlm ekor ikan lele)	32.000	35.200	38.720	42.592	46.851
dml kg	5.333	5.867	6.453	7.099	7.809
harga jual/kg	17.000	18.700	20.570	22.627	24.890
Total	90.666.610	109.706.598	132.744.984	160.621.430	194.351.931

Sumber: Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Asumsi: 1 kg = 6 ekor ikan lele

Kenaikan per th = 10% berdasarkan pada kenaikan harga pakan dan gaji karyawan

**Tabel 4.9. Investasi (dalam Rp)**

Keterangan	Rp	Depresiasi (th)	Total depresiasi
Pembuatan kolam terpal	1200000	5	240000
Pembuatan tiang pancang	1600000	5	320000
Pembuatan saluran pembuangan	1500000	5	300000
Pembuatan bak air bersih	1000000	5	200000
Total:	5300000		860000

Keterangan: Depresiasi 5 tahun karena setelah 5 tahun ada perbaikan renovasi kolam, dll.

Sumber: Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

### Biaya Pemasaran

Berikut ini adalah tabel biaya pemasaran dari bisnis budidaya ikan

lele ini:

**Tabel 4.10. Biaya Pemasaran Tahun Pertama**

ALAT PROMOSI	RINCIAN	HARGA	KETERANGAN
<b>Papan Nama</b>	Harga 500rb/m2 Ukuran 250cm x 100cm	<b>Rp 1.250.000,-</b>	Papan nama ini digunakan supaya konsumen dapat mengetahui keberadaan bisnis baru ini. Ukuran papan nama disesuaikan dengan tempatnya.
<b>Spanduk dan Umbul - Umbul</b>	Harga 20rb/mtr Ukuran 500cm x 115 cm (x 2bh) Ukuran 300cm x 115cm (x 5bh) Pemasangan dan ijin	Rp 200.000,- <u>Rp 300.000,-</u> Rp 500.000,- <u>Rp 500.000,-</u> <b>Rp 1.000.000,-</b>	Spanduk dan umbul – umbul ini berukuran 5 meter agar dapat ditampilkan di jalan raya, seperti di perempatan supaya pengendara dapat membacanya.

<b>Brosur</b>	Ukuran A5, full color, 2 rim	<b>Rp 720.000,-</b>	Promosi melalui brosur ini dapat dilakukan dengan cara dibagikan di lampu lalu lintas, mall, sekolah, kampus, perkantoran, dan lain – lain. Ukuran brosur ini ½ halaman kertas standar (A4) agar tidak terlalu besar dan terlalu kecil, tetapi menarik, efektif dan komunikatif.
<b>Kartu Nama</b>	2 box @ 100 lbr Harga per box 50.000 isi 100lbr	<b>Rp 100.000,-</b>	Kartu nama yang digunakan adalah dengan kualitas yang baik dan tidak mudah robek.
<b>Surat Kabar Suara Merdeka</b>	Advetorial FC Rp 65.000 / mmk Pilihan posisi mengikat + 25%  PPN 10%	Rp 5.850.000,-  <u>Rp 1.462.500,-</u> Rp 7.312.500,- <u>Rp 731.250,- (+)</u> <b>Rp 8.043.750,-</b>	Ukuran yang dipakai adalah 90mmk karena ukuran itu merupakan ukuran minimal yang paling jelas dan pasti dapat terbaca oleh masyarakat saat membaca Suara Merdeka. Diletakkan di halaman biasa dengan pilihan posisi mengikat agar masyarakat dipastikan dapat melihat iklan ini.
	<b>TOTAL BIAYA PEMASARAN</b>	<b>Rp 11.113.750,-</b>	

Sumber : Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Keterangan :

Pada tahun pertama ini, promosi dilakukan semaksimal dan seefektif mungkin untuk menarik konsumen dan calon konsumen sehingga konsumen mengetahui keberadaan bisnis budidaya ikan lele ini dan tertarik untuk datang mencoba.

**Tabel 4.11. Biaya Pemasaran Tahun Kedua**

<b>ALAT PROMOSI</b>	<b>RINCIAN</b>	<b>HARGA</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Spanduk dan Umbul - Umbul</b>	Pemasangan dan ijin	<b>Rp 500.000,-</b>	Spanduk dan umbul – umbul ini berukuran 5 meter agar dapat ditampilkan di jalan raya, seperti di perempatan supaya pengendara dapat membacanya.
<b>Brosur</b>	Ukuran A6, full color, 2 rim	<b>Rp 650.000,-</b>	Promosi melalui brosur ini dapat dilakukan dengan cara dibagikan di lampu lalu lintas, mall, sekolah, kampus, perkantoran, dan lain – lain. Ukuran brosur ini ¼ halaman kertas standar (A4) agar tidak terlalu besar, tetapi menarik, efektif dan komunikatif.
<b>Kartu Nama</b>	2 box @ 100 lbr Harga per box 50.000 isi 100lbr	<b>Rp 100.000,-</b>	Kartu nama yang digunakan adalah dengan kualitas yang baik dan tidak mudah robek.

<b>Surat Kabar</b> Suara Merdeka	Advetorial BW Rp 52.500 / mmk Pilihan posisi mengikat + 25%  PPN 10%	Rp 4.725.000,-  <u>Rp 1.181.250,-</u> Rp 5.906.250,- <u>Rp 590.625,- (+)</u> <b>Rp 6.496.875,-</b>	Ukuran yang dipakai adalah 90mmk karena ukuran itu merupakan ukuran minimal yang paling jelas dan pasti dapat terbaca oleh masyarakat saat membaca Suara Merdeka. Diletakkan di halaman biasa dengan pilihan posisi mengikat agar masyarakat dipastikan dapat melihat iklan ini.
<b>TOTAL BIAYA PEMASARAN</b>		<b>Rp 7.746.875,-</b>	

Sumber : Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Keterangan :

Pada tahun kedua, promosi yang dilakukan tidak lagi dengan mengikat sertakan papan nama karena papan nama sudah terbeli dan terpasang saat promosi pada tahun pertama. Sedangkan spanduk dan umbul – umbul juga hanya membayar biaya pemasangan dan ijin reklame. Hal ini dikarenakan papan nama, spanduk serta umbul - umbul tersebut juga masih dianggap layak untuk digunakan sebagai media promosi di tahun kedua.

**Tabel 4.12. Biaya Pemasaran Tahun Ketiga**

<b>ALAT PROMOSI</b>	<b>RINCIAN</b>	<b>HARGA</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Brosur</b>	Ukuran A6, full color, 2 rim	<b>Rp 650.000,-</b>	Promosi melalui brosur ini dapat dilakukan dengan cara dibagikan di lampu lalu lintas, mall, sekolah, kampus, perkantoran, dan lain – lain. Ukuran brosur ini ¼ halaman kertas standar (A4) agar tidak terlalu besar, tetapi menarik, efektif dan komunikatif.
<b>Surat Kabar Suara Merdeka</b>	Advetorial BW Rp 52.500 / mmk PPN 10%	Rp 4.725.000,- <u>Rp 472.500,- (+)</u> <b>Rp 5.197.500,-</b>	Ukuran yang dipakai adalah 90mmk karena ukuran itu merupakan ukuran minimal yang paling jelas dan pasti dapat terbaca oleh masyarakat saat membaca Suara Merdeka.
	<b>TOTAL BIAYA PEMASARAN</b>	<b>Rp 5.847.500,-</b>	

Sumber : Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Keterangan :

Pada tahun ketiga papan nama yang digunakan pada tahun pertama masih dianggap layak. Sedangkan spanduk digunakan sebanyak dua kali saja karena konsumen dianggap sudah mengenal bisnis ini. Untuk kartu nama tidak mencetak



kembali pada tahun ketiga karena dianggap kartu nama yang dimiliki masih tersisa dari pencetakan yang ada pada tahun kedua. Untuk menghemat biaya pemasaran, iklan yang ditayangkan pada koran lokal tidak lagi pada posisi mengikat.

**Tabel 4.13. Biaya Pemasaran Tahun Keempat**

<b>ALAT PROMOSI</b>	<b>RINCIAN</b>	<b>HARGA</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Spanduk dan Umbul - Umbul</b>	Harga 20rb/mtr Ukuran 500cm x 115 cm (x 2bh) Ukuran 300cm x 115cm (x 5bh) Pemasangan dan ijin	Rp 200.000,- <u>Rp 300.000,-</u> Rp 500.000,- <u>Rp 500.000,-</u> <b>Rp 1.000.000,-</b>	Spanduk dan umbul – umbul ini berukuran 5 meter agar dapat ditampilkan di jalan raya, seperti di perempatan supaya pengendara dapat membacanya.
<b>Brosur</b>	Ukuran A6, full color, 2 rim	<b>Rp 650.000,-</b>	Promosi melalui brosur ini dapat dilakukan dengan cara dibagikan di lampu lalu lintas, mall, sekolah, kampus, perkantoran, dan lain – lain. Ukuran brosur ini ¼ halaman kertas standar (A4) agar tidak terlalu besar, tetapi menarik, efektif dan komunikatif.
<b>Kartu Nama</b>	2 box @ 100 lbr Harga per box 50.000 isi 100lbr	<b>Rp 100.000,-</b>	Kartu nama yang digunakan adalah dengan kualitas yang baik dan tidak mudah robek.

<b>Surat Kabar</b> Suara Merdeka	Advetorial FC Rp 65.000 / mmk Pilihan posisi mengikat + 25%  PPN 10%	Rp 5.850.000,-  <u>Rp 1.462.500,-</u> Rp 7.312.500,- <u>Rp 731.250,- (+)</u> <b>Rp 8.043.750,-</b>	Ukuran yang dipakai adalah 90mmk karena ukuran itu merupakan ukuran minimal yang paling jelas dan pasti dapat terbaca oleh masyarakat saat membaca Suara Merdeka. Diletakkan di halaman biasa dengan pilihan posisi mengikat agar masyarakat dipastikan dapat melihat iklan ini.
<b>TOTAL BIAYA PEMASARAN</b>		<b>Rp 9.793.750,-</b>	

Sumber : Data Primer Melalui Survey Peneliti (2016)

Keterangan :

Pada tahun keempat, pembelian papan nama belum dibutuhkan karena pembelian papan nama pada tahun pertama masih dianggap layak. Pada tahun keempat ini, pengadaan kartu nama pun kembali diadakan karena diperkirakan kartu nama pada tahun keempat ini telah habis. Sedangkan pemasangan iklan di koran lokal kembali diadakan dengan posisi mengikat supaya lebih efektif karena pada tahun ini diperkirakan akan banyak pesaing bermunculan.

**Tabel 4.14. Biaya Pemasaran Tahun Kelima**

<b>ALAT PROMOSI</b>	<b>RINCIAN</b>	<b>HARGA</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Spanduk dan Umbul - Umbul</b>	Pemasangan dan ijin	<b>Rp 500.000,-</b>	Spanduk dan umbul – umbul ini berukuran 5 meter agar dapat ditampilkan di jalan raya, seperti di perempatan supaya pengendara dapat membacanya.
<b>Surat Kabar Suara Merdeka</b>	Advetorial BW Rp 52.500 / mmk PPN 10%	Rp 4.725.000,- Rp 472.500,- (+) <b>Rp 5.197.500,-</b>	Ukuran yang dipakai adalah 90mmk karena ukuran itu merupakan ukuran minimal yang paling jelas dan pasti dapat terbaca oleh masyarakat saat membaca Suara Merdeka.
	<b>TOTAL BIAYA PEMASARAN</b>	<b>Rp 5.697.500,-</b>	

Sumber : Data Primer Melalui Survey Peneliti ( 2016 )

Keterangan :

Pada tahun kelima ini promosi yang dilakukan tidak melalui banyak media seperti pada tahun-tahun yang sebelumnya karena pada tahun ini, bisnis ini dianggap telah memiliki konsumen tetap. Sehingga biaya pemasarannya pun diminimalkan.

**LABA/RUGI NORMAL**  
**BUDIDAYA IKAN LELE**  
**Tahun 2016-2021**

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Pendapatan		90.666.610	109.706.598	132.744.984	160.621.430	194.351.931
HPP	9.600.000	9.600.000	10.560.000	11.616.000	12.777.600	14.055.360
Laba kotor		81.066.610	99.146.598	121.128.984	147.843.830	180.296.571
<i>Bi. Operasional</i>						
Bi. Pemasaran	11.113.750	11.113.750	7.746.875	5.847.500	9.793.750	5.697.500
BAU (biaya gaji)	50.400.000	50.400.000	55.440.000	60.984.000	67.082.400	73.790.640
Biaya kuras kolam		6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600
Bi. Penyusutan		860.000	860.000	860.000	860.000	860.000
<i>Total Biaya:</i>	61.513.750	68.373.750	70.646.875	74.951.500	85.722.150	89.132.740
EBT		12.692.860	28.499.723	46.177.484	62.121.680	91.163.831
Pajak		1.269.286	2.849.972	4.617.748	6.212.168	9.116.383
EAT		11.423.574	25.649.751	41.559.735	55.909.512	82.047.448

Tarif pajak diasumsikan sebesar 10% (tarif pajak PPh)

Asumsi: Pajak langsung dikalikan dengan EBT

**ARUS KAS NORMAL  
BUDIDAYA IKAN LELE  
Tahun 2016-2021**

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kas Masuk						
Penjualan		90.666.610	109.706.598	132.744.984	160.621.430	194.351.931
Bi. Penyusutan		860.000	860.000	860.000	860.000	860.000
Modal sendiri	76.413.750	-	-	-	-	-
<i>Total Kas Masuk</i>		91.526.610	110.566.598	133.604.984	161.481.430	195.211.931
Kas Keluar						
Investasi	5.300.000	-	-	-	-	-
Bi. Pemasaran		11.113.750	7.746.875	5.847.500	9.793.750	5.697.500
BAU		50.400.000	55.440.000	60.984.000	67.082.400	73.790.640
Bi. Penyusutan		860.000	860.000	860.000	860.000	860.000
Biaya kuras kolam		6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600
HPP		9.600.000	10.560.000	11.616.000	12.777.600	14.055.360
Pajak		1.269.286	2.849.972	4.617.748	6.212.168	9.116.383
<i>Total Kas Keluar</i>		79.243.036	84.056.847	91.185.248	104.711.918	112.304.483
Selisih	71.113.750	12.283.574	26.509.751	42.419.735	56.769.512	82.907.448
Saldo Kas Awal		71.113.750	83.397.324	109.907.075	152.326.810	209.096.322
Saldo Kas Akhir	71.113.750	83.397.324	109.907.075	152.326.810	209.096.322	292.003.770

**NERACA NORMAL  
BUDIDAYA IKAN LELE  
Tahun 2016-2021**

Keterangan	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Aktiva</b>						
Kas	71.113.750	83.397.324	109.907.075	152.326.810	209.096.322	292.003.770
Aktiva Tetap	5.300.000	5.300.000	5.300.000	5.300.000	5.300.000	5.300.000
Akumulasi Penyusutan		-860.000	-1.720.000	-2.580.000	-3.440.000	-4.300.000
<b>Total Aktiva:</b>	<b>76.413.750</b>	<b>87.837.324</b>	<b>113.487.075</b>	<b>155.046.810</b>	<b>210.956.322</b>	<b>293.003.770</b>
<b>Passiva</b>						
Modal	76.413.750	76.413.750	87.837.324	113.487.075	155.046.810	210.956.322
Laba berjalan		11.423.574	25.649.751	41.559.735	55.909.512	82.047.448
<b>Total Passiva:</b>	<b>76.413.750</b>	<b>87.837.324</b>	<b>113.487.075</b>	<b>155.046.810</b>	<b>210.956.322</b>	<b>293.003.770</b>

## ANALISA KELAYAKAN

### NPV (Net Present Value)

Initial Investment

76.413.750

Tahun	EAT	Depresiasi	Cash inflow	NSFB 6,50%	Present Value
1	11.423.574	860.000	12.283.574	0,939	11.533.872
2	25.649.751	860.000	26.509.751	0,882	23.372.568
3	41.559.735	860.000	42.419.735	0,828	35.117.139
4	55.909.512	860.000	56.769.512	0,777	44.128.253
5	82.047.448	860.000	82.907.448	0,730	60.512.557
Total PV					174.664.389
NET PRESENT VALUE					98.250.639

Initial investment = HPP + Investasi + Total biaya op

EAT+Depresiasi = Cash inflow

Cash inflow x NSFB = Present Value

Total present Value - Initial Investment = Net Present Value

# Pada usaha ini diperoleh nilai NPV 98.250.639 artinya proyek memiliki nilai NPV positif, dan layak untuk dijalankan.

**Analisis: Karena NPV positif maka layak.**

**PI (Profitability Index)**

PI > 1 layak

Total PV	<u>174.664.389</u>
Initial Investment	76.413.750
Profitability Index	2,29

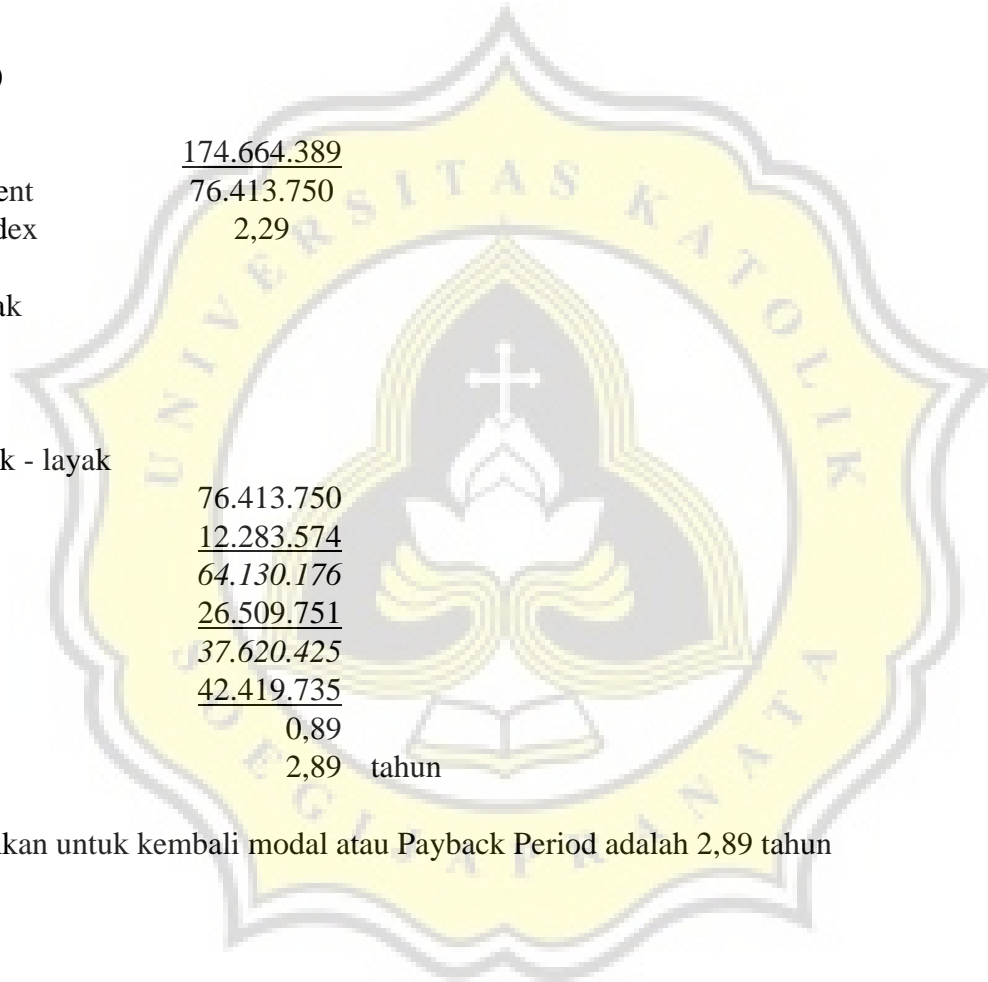
Karena PI > 1 maka layak

**PP (Payback Period)**

Semakin pendek payback - layak

Initial Investment	76.413.750
Cash inflow th 1	<u>12.283.574</u>
<i>Belum tertutup</i>	<u>64.130.176</u>
Cash inflow th 2	<u>26.509.751</u>
<i>Belum tertutup</i>	<u>37.620.425</u>
Cash inflow th3	<u>42.419.735</u>
<i>Kelebihan bulan</i>	0,89
Payback Period	2,89 tahun

Jadi waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal atau Payback Period adalah 2,89 tahun





**IRR (Internal Rate of Return)**

Initial Investment		76.413.750			
Tahun	Cash Inflow	Discount Factor 35%	Present Value	Discount Factor 36%	Present Value
1	12.283.574	0,741	9.098.944	0,735	9.032.040
2	26.509.751	0,549	14.545.817	0,541	14.332.694
3	42.419.735	0,406	17.241.167	0,398	16.863.636
4	56.769.512	0,301	17.091.496	0,292	16.594.323
5	82.907.448	0,223	18.489.480	0,215	17.819.643
NPV			53.154	NPV	(1.771.414)

Interpolasi

35,00%	Total PV 35%	76.466.904	Total PV 35%	76.466.904
	Total PV 36%	<u>74.642.336</u>	Investasi	<u>76.413.750</u>
		1.824.568		53.154

Perhitungan IRR  $35\% + ((53.154/1.824.568) \times 1\%)$

**IRR 35,03%**

IRR > tingkat suku bunga - layak

#### **4.5.Aspek Hukum**

Aspek yuridis dan perijinan terkait dengan bagaimana pengurusan ijin usaha serta hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku. Usaha budidaya ikan lele adalah bisnis yang tidak illegal karena menjual produk yang halal dan tidak melanggar peraturan apapun. Dan dalam pendiriannya, usaha ini akan mengurus perijinan baik itu ijin usaha, ijin sewa tempat, dan ijin-ijin lainnya yang diperlukan. Ijin usaha dilakukan dengan pendaftaran SIUP dan biaya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Nama ijin usaha yang didaftarkan adalah IUP (Ijin Usaha Perikanan) Bidang Pembudidayaan Ikan.

Bentuk usaha budidaya ikan lele ini merupakan Perusahaan Perseorangan, karena usaha ini dikelola, diawasi dan dipimpin oleh seseorang saja. Orang ini memperoleh semua laba dari penjualan namun juga harus menanggung semua risiko yang akan terjadi pada usaha budidaya ikan lele ini.

Selain itu, semua karyawan adalah Warga Negara Indonesia yang tidak pernah terlibat masalah dengan pihak manapun sehingga tidak akan berurusan dengan masalah hukum.

#### **4.6. Aspek Lingkungan**

Dalam mendirikan suatu usaha atau bisnis, pelaku bisnis harus tetap memperhatikan aspek lingkungan hidup yang ada di sekitarnya. Jangan sampai bisnis tersebut merugikan lingkungan sekitarnya terutama terkait dengan lingkungan hidupnya. Salah satu faktor paling penting dalam pengelolaan

lingkungan hidup adalah terkait dengan pengelolaan sampah atau limbah yang dihasilkan.

Usaha budidaya ikan lele ini akan menimbulkan sampah yang berasal dari sisa pemeliharaan dan penjualan ikan lele. Sampah-sampah tersebut adalah sampah organik sehingga tidak akan merugikan lingkungan, namun usaha budidaya ikan lele ini akan tetap mengelola hal tersebut dengan memasukkan sampah-sampah tersebut dalam tempat sampah khusus dan dibuang pada tempat penampungan sampah yang telah disediakan. Selain sampah organik tersebut, usaha budidaya ikan lele ini juga menghasilkan sampah nonorganik seperti misalnya plastik pembungkus, oleh karena itu, dalam membuang sampah akan memisahkan sampah organik dan sampah nonorganik tersebut dalam pembuangannya sehingga hal tersebut akan menguntungkan lingkungan. Sampah nonorganik dapat diberikan kepada pemulung sampah yang kemudian dapat didaur ulang menjadi bahan lainnya. Dengan begitu usaha budidaya ikan lele ini tidak merugikan lingkungan hidupnya karena sampah yang dihasilkannya dikelola dengan baik.

#### **4.7. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan pada pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa Budidaya Ikan Lele di Desa Slogohimo Wonogiri ini layak karena ditinjau dari aspek pemasaran memiliki perincian segmentasi, target dan posisi serta bauran pemasaran yang jelas. Selain itu juga ditinjau dari aspek

operasinya memiliki lokasi strategis, proses produksi jelas, layout efisien, kualitas produk lele bagus, adanya pengadaan persediaan dan kapasitas memadai serta ditinjau dari aspek SDM nya memiliki perincian untuk struktur organisasi, perincian deskripsi pekerjaan, spesifikasi pekerjaan, pelatihan, upah dan gaji yang jelas untuk proyeksi lima tahun ke depan.

Selain itu dilihat dari aspek keuangan adanya proyeksi laporan keuangan yaitu laba rugi, neraca dan arus kas yang baik dan meningkat dari tahun ke tahun untuk proyeksi lima tahun ke depan. Ditinjau dari aspek kelayakan usaha dikatakan layak karena memiliki NPV positif, PP kurang dari lima tahun, PI lebih besar daripada satu dan IRR lebih besar daripada suku bunga. Sedangkan dilihat dari aspek hukum dan lingkungan adalah ramah lingkungan dan tidak mencemari lingkungan serta memenuhi legalitas hukum yang berlaku. Dengan demikian berdasarkan pada uraian tersebut penelitian ini memiliki implikasi manajerial sebagai berikut: sebaiknya pihak investor dapat melaksanakan realisasi untuk budidaya lele ini karena dari analisis diketahui layak untuk didirikan dan menguntungkan