

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Peneliti memilih objek penelitian pada usaha pribadinya yaitu Dolocupang. Usaha Dolocupang ini merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya ikan cupang hias dan sudah berjalan selama 3 tahun yang artinya Dolocupang sendiri sudah berdiri sejak tahun 2019. Usaha Dolocupang berlokasi di perumahan Bumi Wanamukti Blok C4 No. 11 Tembalang, Semarang. Pemilik tentunya ingin mengembangkan usaha miliknya lebih besar seperti memiliki toko *offline* yang sekaligus menjadi satu dengan dengan peternakan. Dengan dilakukannya perencanaan bisnis pada usaha ini diharapkan pemilik dapat melihat berpotensi atau tidaknya usaha Dolocupang dalam jangka panjang.

4.2. ANALISA LINGKUNGAN

4.2.1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran pada penelitian kali ini dilakukan untuk membahas mengenai STP (*Segmenting, targeting, Positioning*), dan bauran pemasaran pada usaha Dolocupang.

4.2.1.1. Gambaran Umum Responden

Pada tabel IV.I peneliti akan membahas tentang data yang dihasilkan dari kuesioner. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner memakai *google form* kepada para konsumen Dolocupang yang sudah beberapa kali berkunjung dan melakukan transaksi di Dolocupang. Berikut merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner.

Tabel IV. 1 Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Persentase
Jenis Kelamin		
1	Laki – laki	83,3%
2	Perempuan	16,7%
Total		100%
Usia		
1	17 – 25	63,9%
2	26 – 33	25%

3	34 – 40	2,8%
4	>40	8,3%
Total		100%
Pekerjaan		
1	Pelajar/Mahasiswa	47,2%
2	Wiraswasta	13,9%
3	Pegawai Swasta	22,2%
4	Pegawai Negeri	5,6%
5	Lainnya	11,1%
Total		100%
Penghasilan Perbulan		
1	<1.000.000	30,6%
2	1.000.000 – 3.000.000	38,9%
3	>3.000.000	30,6%
Total		100%

Berdasarkan hasil analisis di atas, menunjukkan hasil bahwa mayoritasnya laki-laki dengan persentase sebesar 83,3% dan untuk perempuan sebesar 16,7%. Sedangkan kategori usia yang mengetahui ikan cupang adalah untuk usia 17-25 tahun sebesar 63,9%, untuk usia 26-33 tahun sebesar 25%, lalu usia 34-40% sebesar 2,8% dan untuk usia yang lebih dari 40 tahun sebesar 8,3%.

Pada kategori pekerjaan responden pada penelitian ini untuk pekerjaan pelajar/mahasiswa sebesar 47,2%, untuk pekerjaan sebagai wiraswasta sebesar 13,9% sedangkan untuk yang bekerja sebagai pegawai swasta sebesar 22,2% lalu untuk pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak 5,6% dan terakhir untuk yang berprofesi lainnya sebesar 11,1%. Sedangkan pada kategori pendapatan perbulan para responden untuk pendapatan yang kurang dari Rp.1.000.000 sebesar 30,6% lalu untuk pemasukan perbulan yang sebesar Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 38,9% sementara itu, dengan pendapatan perbulan yang lebih dari Rp.3.000.000 sebanyak 30,6%.

Tabel IV. 2 Tempat Untuk Membeli Ikan Cupang Hias

No	Keterangan	Persentase
1	Pernah Membeli Melalui Sosial Media	77,8%
2	Tidak Pernah Membeli Melalui Sosial Media	22,2%
Total		100%

Berdasarkan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner, dapat dilihat bahwa para responden mayoritas membeli produk ikan cupang hias melalui sosial media dengan persentase sebesar 77,8% sedangkan untuk yang tidak pernah membeli melalui sosial media sebesar 22,2%.

Tabel IV. 3 Jenis Media Sosial Yang Digunakan Untuk Membeli Ikan Cupang

No	Keterangan	Persentase
1	Instagram	25%
2	Facebook	33,3%
3	WhatsApp	16,7%
4	Lainnya	2,8%
5	Tidak Pernah	22,2%
Total		100%

Untuk para responden yang pernah membeli melalui sosial media mayoritas lebih sering membeli ikan cupang hias melalui sosial media *Facebook* dengan persentase sebesar 33,3%. Setelah sosial media *Facebook*, *Instagram* merupakan sosial media yang sering digunakan para responden untuk membeli produk ikan cupang dengan persentase sebesar 25% lalu disusul dengan sosial media *WhatsApp* dengan persentase 16,7%. Sedangkan untuk pembelian online melalui sosial media lainnya memiliki persentase sebesar 2,8% dan yang tidak pernah membeli melalui sosial media memiliki persentase sebesar 22,2%.

Tabel IV. 4 Jenis Ikan Cupang Hias Yang Disukai

No	Keterangan	Persentase
1	Plakat	36,1%
2	Giant	11,1%
3	Halfmoon	33,3%
4	Crowntail	13,9%
5	Doubletail	5,6%
Total		100%

Pada table diatas dapat disimpulkan bahwa untuk jenis ikan cupang hias yang di minati oleh para responden di dominasi dengan jenis ikan cupang hias Plakat dengan persentase sebesar 36,1% lalu disusul dengan jenis ikan cupang hias Halfmoon dengan persentase sebesar 33,3% untuk jenis ikan cupang hias Crowntail memiliki persentase sebesar 13,9% sedangkan jenis ikan cupang hias Giant memiliki persentase sebesar 11,1% dan yang terakhir untuk jenis ikan cupang hias Doubletail sebesar 5,6%.

Tabel IV. 5 Warna Ikan Cupang Hias Yang Disukai

No	Keterangan	Persentase
1	Solid	16,7%
2	Multicolor	44,4%
3	Mascot	8,3%
4	Bebas Gelap	11,1%
5	Bebas Terang	5,6%
6	Kombinasi	11,1%
7	Lainnya	2,8%
Total		100%

Tabel diatas merupakan tabel warna ikan cupang hias yang di minati, dapat diketahui bahwa warna ikan cupang hias yang di minati didominasi oleh warna *Multicolor* dengan persentase 44,4% lalu disusul dengan warna *Solid* sebesar 16,7%

selanjutnya terdapat warna Bebas gelap dan warna Kombinasi dengan persentase sebesar 11,1%, sedangkan warna *Mascot* memperoleh persentase sebesar 8,3% pada warna Bebas Terang memiliki persentase sebesar 5,6% dan untuk warna lainnya sebesar 2,8%.

Tabel IV. 6 Promo Yang Disukai

No	Keterangan	Persentase
1	Gratis Biaya Pengiriman	11,1%
2	Gratis Biaya Karantina	2,8%
3	Menjaga Kualitas Produk	27,8%
4	Produk Selalu Update	16,7%
5	Harga Yang Lebih Murah	13,9%
6	Garansi Ikan Mati Pada Saat Pengiriman	27,8%
Total		100%

Fasilitas yang diharapkan oleh para responden terhadap toko ikan cupang hias mayoritas memilih fasilitas menjaga kualitas produk dan garansi ikan mati pada saat pengiriman/DOA (*Dead On Arrive*) dengan persentase 27,8% selanjutnya di susul oleh fasilitas harga yang lebih murah/potongan harga dengan persentase sebesar 13,9% untuk fasilitas gratis biaya pengiriman memiliki persentase sebesar 11,1% dan terakhir untuk fasilitas gratis biaya karantina memiliki persentase sebesar 2,8%.

4.2.1.2. Segmenting, Targeting, Positioning

1) Segmenting

Pada tahap segmentasi pasar Dolcupang tentunya memiliki segmentasi pasar yang terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

A. Segmentasi Geografis

Suatu pemetaan sasaran pasar yang terbagi berdasarkan wilayah negara, provinsi, kota, dan desa. Segmentasi geografis pada usaha Dolcupang berada di wilayah Kota Semarang.

B. Segmentasi Demografis

Pembagian segmen pasar beberapa kelompok berdasarkan variabel/data yang di dapat terdiri dari :

1. Usia

Pada data yang sudah didapatkan melalui pembagian kuesioner, usia merupakan suatu faktor yang dituju untuk mengembangkan usaha Dolcupang. Pada usaha Dolcupang faktor usia yang dituju berkisar usia 17 tahun hingga usia lebih dari 40 tahun.

2. Profesi/Pekerjaan

Pada data yang sudah di peroleh, para pelanggan yang mayoritas berprofesi pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai swasta, dan pegawai negeri merupakan target dari Dolcupang.

3. Jenis kelamin

Pada Dolcupang tentunya melayani semua kalangan seperti laki-laki dan perempuan tanpa adanya pengecualian.

4. Pendapatan

Pada penelitian kali ini Dolcupang melayani semua pelanggan dengan pendapatan kurang dari Rp.1.000.000 hingga yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.3.000.000.

C. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis adalah pemetaan pasar menurut gaya hidup. Pada Dolcupang tentunya melayani pelanggan yang memiliki gaya hidup menyukai dunia ikan hias dan ikan cupang.

2) *Targeting*

Target pasar pada Dolcupang merupakan masyarakat Kota Semarang yang berusia 17 tahun hingga usia lebih dari 40 tahun dengan memiliki kelas sosial menengah keatas yang menyukai dunia ikan hias dan ikan cupang.

3) *Positioning*

Positioning sangat penting dan perlu diperhatikan untuk memulai usaha ini. Dalam hal ini, pemilik berusaha mengembangkan usahanya melalui sosial media. Pada masa mencoba merintis melalui sosial media *Facebook* dan *Instagram* ini dimulai dengan mengikuti beberapa juri dan pemain senior ikan cupang hias nasional yang dapat dijadikan sarana promosi pada usaha ini.

4.2.1.3. Bauran Pemasaran

Terdiri dari beberapa aspek yang akan di bahas sebagai berikut :

1. *Product*

Produk Dolcupang yang akan ditawarkan kepada pembeli berupa ikan cupang hias dengan beberapa jenis seperti plakat, serit (*Crowntail*), dan *Halfmoon* dengan berbagai macam warna yang akan menjadi pilihan untuk para konsumen. Pada Dolcupang tentunya juga menyediakan ikan cupang hias yang memiliki kualitas kontes yang bertujuan untuk memenuhi dan menyesuaikan kebutuhan para konsumen untuk mengikuti kompetisi ikan cupang hias yang diadakan di beberapa kota.

2. *Price*

Pada masalah penentuan harga produk pada Dolcupang berdasarkan kualitas ikan yang dipasarkan dan berdasarkan perhitungan biaya pakan yang digunakan. Harga produk yang ditawarkan oleh Dolcupang tentunya dapat dibidang cukup ramah dikantong dengan kualitas produk yang dapat diandalkan.

3. *Place*

Untuk lokasi yang digunakan oleh Dolcupang berada di tempat tinggal pemilik yaing beralamat di Bumi Wanamukti C4 No 11 Tembalang, Semarang.

4. *Promotion*

Pada Dolcupang akan mengadakan dan menggunakan promosi berupa potongan harga apabila membeli produk Dolcupang dengan jumlah yang banyak, lalu promosi gratis biaya pengiriman dengan minimal pembelian, serta promosi garansi apabila ikan mati dalam pengiriman dengan menyertakan vidio pada saat membuka paket.

4.2.1.4. Permintaan dan Penawaran

Dalam menentukan proyeksi permintaan dan penawaran produk pada Dolcupang, maka pemilik melakukan obesrvasi dan wawancara kepada beberapa kompetitor terdekat yaitu sekitar daerah Tembalang dan Banyumanik dan membuahkan hasil sebagai berikut :

Tabel IV. 7 Perhitungan Potensi Pasar

No	Kompetitor/Pesaing	Rata-rata Produk Terjual perbulan
1	Jaya <i>Betta</i> Semarang	50 Ekor

2	<i>Betta Family Cemara</i>	100 Ekor
3	<i>Cemara Aquatic</i>	60 Ekor
4	Cupang Semarangan	115 Ekor
5	Fantasi Betta	120 Ekor
Rata-rata		89 ekor

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan tabel IV.7, maka pemilik melakukan proyeksi penawaran Dolcupang dibawah para pesaing diatas sebesar 67,5% dari jumlah rata-rata produk yang terjual setiap bulannya adalah 60 ekor.

Tabel IV. 8 Target Produksi

TARGET PRODUKSI	
Jumlah Indukan	Jumlah Burayak Yang Dihasilkan
1 Pasang	100 ekor

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Dengan target pemasaran sebanyak 60 ekor maka Dolcupang memiliki target Produksi sebesar 100 ekor setiap bulannya dengan menggunakan 1 pasang indukan, sehingga pada saat burayak sedang menjalani proses peremajaan selama 3 bulan dengan berjalannya waktu setelah satu bulan indukan terakhir berproduksi maka indukan akan dimasukkan ke proses produksi kembali.

Tabel IV. 9 Proyeksi Jumlah Permintaan

Nama	Rata-rata Produk yang Terjual perbulan	Jumlah Rata-rata Produk yang Terjual Pertahun
Dolcupang	60 Ekor	60 x 12 Bulan = 720

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Tabel IV.9 merupakan asumsi rerata produk yang terjual pada Dolcupang selama 1 tahun dengan target penjualan 60 ekor untuk perbulannya dengan total pertahunnya sebesar 720 ekor.

Tabel IV. 10 Proyeksi Penawaran Produksi

Keterangan	Unit (Ekor)	Persentase (%)	Harga (Rp)
Under Baby (2,5 cm – 3,9 cm)	180	25%	Rp. 50.000

Baby (4 cm – 4,7 cm)	180	25%	Rp. 75.000
Bahan Kontes (3,75 cm Keatas)	180	25%	Rp. 100.000
Reguler (4,7 cm keatas)	180	25%	Rp. 150.000
Jumlah	720	100%	Rp. 375.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.10 persentase unit sebesar 25% merupakan pembagian dari 100% dibagi dengan jumlah klasifikasi produk yang berjumlah 4 klasifikasi dan diasumsikan secara rata, sehingga setiap klasifikasi berjumlah 25%.

Tabel IV. 11 Proyeksi Penawaran Dolcupang

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Dolcupang	720	792	871	958	1054

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.11 merupakan tabel pertumbuhan penjualan Dolcupang setiap tahunnya dengan diasumsikan pertumbuhan 10% setiap tahunnya dengan melakukan beberapa promosi untuk perkembangannya.

4.2.1.5. Biaya Pemasaran

Pada pembahasan kali ini pemilik akan melakukan perincian biaya pemasaran yang dibutuhkan untuk membantu perkembangan Dolcupang.

Tabel IV. 12 Biaya Pemasaran

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Biaya Spanduk 2m x 1m	Rp. 38.000	Rp. 41.800	Rp. 45.980	Rp. 50.578	Rp. 55.635
Biaya Internet	Rp. 250.000	Rp. 275.000	Rp. 302.500	Rp. 332.750	Rp. 366.025
Total Biaya	Rp. 288.000	Rp. 316.800	Rp. 348.480	Rp. 383.328	Rp. 421.660

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Tabel IV.12 merupakan tabel peramalan biaya pemasaran Dolcupang untuk 5 tahun yang akan datang memakai dasar peningkatan yang dianalogikan sebesar 10% per tahun.

4.2.2. Aspek Operasi

4.2.2.1. Lokasi

Pada aspek operasional pada penelitian ini akan membahas tentang lokasi usaha Dolcupang. Lokasi usaha merupakan salah satu faktor penentu perkembangan usaha pada masa mendatang, maka dari itu lokasi usaha sangat diperlukan untuk direncanakan terlebih dahulu dengan baik. Pada Dolcupang sendiri memiliki lokasi usaha yang beralamat di Bumi Wanamukti C4 No 11 Tembalang, Semarang yang merupakan tempat tinggal pemilik.

4.2.2.2. Luas Produksi

Pada usaha Dolcupang memiliki luas produksi yang ditargetkan sebanyak 60 pelanggan yang datang di setiap bulannya atau 2 pelanggan pada setiap harinya dan tentunya dapat bertambah targetnya.

4.2.2.3. Peralatan

Peralatan yang digunakan pada Dolcupang yaitu serok ikan, serok pakan, soliter (aquarium), soliter *selfie* (aquarium bercermin), rak ikan, sekat, botol aqua yang sudah dipotong, *box sterofoam*, dan baskom. Berikut merupakan rincian harga dari peralatan yang digunakan.

Tabel IV. 13 Peralatan Yang Dibutuhkan

Keterangan	Harga	Unit	Total	Nilai Residu	U E	Penyusutan
Serok Ikan	Rp. 15.000	1	Rp. 15.000	Rp. 10.000	5	Rp. 1.000
Serok Pakan	Rp. 12.000	1	Rp. 12.000	Rp. 7.000	5	Rp. 1.000
Soliter	Rp. 15.000	100	Rp. 1.500.000	Rp. 1.000.000	5	Rp. 100.000
Soliter <i>Selfie</i>	Rp. 25.000	1	Rp. 25.000	Rp. 15.000	5	Rp. 2.000
Rak (2m)	Rp. 450.000	2	Rp. 900.000	Rp. 700.000	5	Rp. 40.000
<i>Sterofoam Box</i>	Rp. 50.000	2	Rp. 100.000	Rp. 70.000	5	Rp. 6.000
Baskom	Rp. 7.000	3	Rp. 21.000	Rp. 15.000	5	Rp. 2.000

Botol	Rp. 500	200	Rp. 100.000	Rp. 100.000	5	0
Sekat	Rp. 2.000	50	Rp. 100.000	Rp. 100.000	5	0
Total			Rp. 2.773.000	Rp. 2.017.000		Rp. 152.000

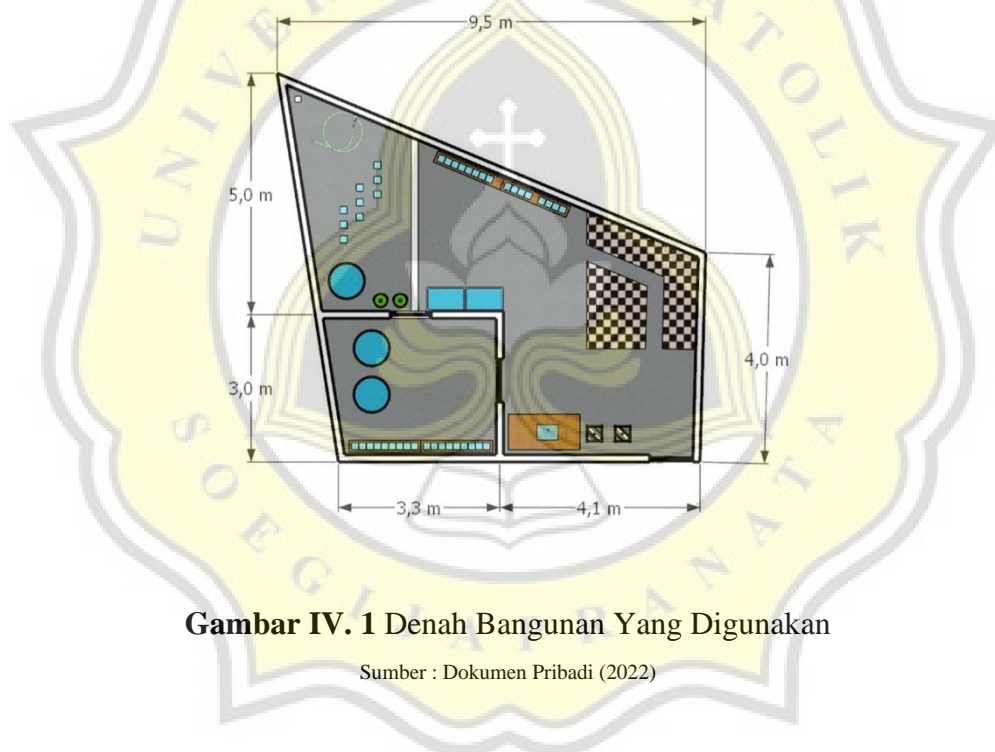
Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

Perhitungan biaya penyusutan tahunan memakai metode garis lurus dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini :

(Nilai Beli – Nilai Residu) : Umur Ekonomis

4.2.2.4. Layout



Gambar IV. 1 Denah Bangunan Yang Digunakan

Sumber : Dokumen Pribadi (2022)

Tata letak pada Dolcupang di atur senyaman mungkin bagi para pengguna bangunan yang ditujukan agar aktifitas yang terjadi pada dalam bangunan dapat berjalan dengan lancar dan efisien, tentunya pada tata letak tentu difasilitasi kursi dan meja untuk para pengguna bangunan bersantai dan juga dapat digunakan untuk tempat diskusi mengenai seputar produk, budidaya, dan transaksi. Dalam bangunan juga disediakan ruang galeri yang berisi produk ikan dari Dolcupang yang sudah di sendiri kan karena memiliki kualitas kontes, sehingga produk ikan yang memiliki kualitas kontes dapat terjaga dengan aman dari cuaca dan lingkungan. Dengan adanya desain

denah pada Dolcupang diharapkan dapat memberikan kenyamanan para pengguna bangunan dalam mengakses dan beraktifitas didalam bangunan.

4.2.2.5. Harga Pokok Produk

Pada Dolcupang untuk mengetahui besaran HPP dihitung menggunakan harga bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.

1. Harga Bahan Baku

Pada harga bahan baku detail semua harga bahan yang diperlukan pada saat memproduksi/membudidaya produk ikan cupang hias yang terdapat di Dolcupang. Harga bahan baku yang dibutuhkan seperti berikut ini:

Tabel IV. 14 Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku	Harga	Harga pertahun	Jumlah Perproduk
Indukan 1 pasang Ikan Cupang Hias	Rp. 500.000	Rp. 500.000	Rp. 5.000
Pakan	Rp. 60.000	Rp. 720.000	Rp. 600
Total	Rp. 560.000	Rp. 1.220.000	Rp. 5.600

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.14 terlihat bahan baku yang dibutuhkan pada Dolcupang beserta harga menurut kebutuhan bahan baku utama dengan asumsi satu pasang indukan ikan cupang dapat bertelur sebanyak 100 butir. Pada bahan baku utama indukan ikan cupang dalam satu tahun hanya membeli 1x saja karena indukan tersebut akan di produksi ulang secara silang dengan anaknya sendiri.

2. Biaya Bahan Penolong

Pada bahan penolong walaupun tidak digunakan, produk akan tetap bisa dihasilkan. Dari kapasitas kegunaan, bahan ini merupakan suatu bagian kecil dari keseluruhan bahan yang digunakan. Berikut adalah perhitungan bahan penolong:

Tabel IV. 15 Biaya Bahan Penolong

Biaya Bahan Penolong	Harga	Harga Pertahun	Harga Perproduk
Plastik PE/60 lembar	Rp. 8.000	Rp. 96.000	Rp. 133
Kantong Kresek/50 lembar	Rp. 15.000	Rp. 180.000	Rp. 300
Obat Biru/ <i>Blitz Itch Methylene Blue</i> /100 ml	Rp. 15.000	Rp. 90.000	Rp. 150
<i>Melafix</i> /100ml	Rp. 70.000	Rp. 280.000	Rp. 700
Total	Rp. 108.000	Rp. 646.000	Rp. 1.283

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.15 pada bahan penolong obat biru dan *melafix* dalam kurun waktu satu tahun membeli bahan tersebut hanya sebanyak 6x dalam satu tahun untuk bahan penolong obat biru dan 4x dalam satu tahun untuk bahan penolong *melafix* karena penggunaan bahan tersebut digunakan sangat sedikit dan digunakan pada saat kondisi tertentu seperti pada saat pergantian musim dan pada saat ikan terkena penyakit.

3. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan bagian biaya pokok produk dan berikut ini merupakan rinciannya:

Tabel IV. 16 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Posisi Tenaga Kerja	Gaji	Jumlah	Total
Penjaga Toko	Rp. 1.500.000	1 Orang	Rp. 1.500.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung Perbulan			Rp. 1.500.000
BTKL Pertahun			Rp. 18.000.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan total perhitungan biaya tenaga kerja yang diperlukan pada Dolcupang dengan menggunakan asumsi untuk jumlah pekerja sebanyak 1 orang dengan gaji yang diasumsikan sebesar Rp. 1.500.000 untuk perbulannya, maka terlihat total yang dialokasikan untuk setiap jenis produk yang ditawarkan oleh Dolcupang antara lain sebagai berikut :

Tabel IV. 17 Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Jenis Produk

Under Baby (25%)	Baby (25%)	Bahan Kontes (25%)	Reguler (25%)
Rp. 375.000	Rp. 375.000	Rp. 375.000	Rp. 375.000
Jumlah = Rp. 1.500.000/bulan			
Jumlah = Rp. 18.000.000/Tahun			

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Berdasarkan tabel IV.17 maka terlihat alokasi biaya tenaga kerja untuk setiap jenis produk yang terdapat di Dolcupang yaitu 25% maka untuk total perbulannya sebesar Rp. 1.500.000 atau pertahunnya adalah Rp. 18.000.000.

Tabel IV. 18 Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung Tiap Tahun

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Biaya Tenaga Kerja	18.000.000	19.800.000	21.780.000	23.958.000	26.353.800

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.18 merupakan tabel proyeksi rincian biaya tenaga kerja pada Dolcupang dengan biaya tenaga kerja perbulannya adalah Rp. 1.500.000 dan pada Dolcupang diasumsikan memiliki 1 tenaga kerja, sehingga total biaya tenaga kerja yang harus dikeluarkan tiap bulannya adalah Rp. 1.500.000 dan pada tiap tahunnya diperkirakan sebanyak Rp. 18.000.000 dengan asumsi kenaikan 10% pertahunnya.

4. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* merupakan biaya produksi diluar biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya tenaga kerja langsung dan berikut adalah rinciannya:

Tabel IV. 19 Biaya *Overhead* Pabrik

Keterangan	Harga/Bulan	Harga/Tahun
Biaya Listrik	Rp. 200.000	Rp. 2.400.000
Biaya Air	Rp. 0	Rp. 0
Biaya Internet	Rp. 20.000	Rp. 240.000
Biaya Transportasi	Rp. 50.000	Rp. 600.000
Total	Rp. 270.000	Rp. 3.240.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Dari total yang telah dihitung, maka pada Dolcupang terlihat biaya air berjumlah 0, karena pada Dolcupang menggunakan air sumur yang akan di pompa ke tandon atas atap lalu disebarakan keseluruh bangunan sehingga tidak memerlukan biaya air kepada perusahaan PDAM karena tidak menggunakan air yang di distribusikan oleh PDAM. Pada biaya listrik diasumsikan perbulannya maksimal 50% dari jumlah biaya listrik satu rumah yaitu Rp. 200.000. Pada jumlah perhitungan diatas maka terlihat jumlah biaya yang dialokasikan pada setiap produk yang terdapat pada Dolcupang antara lain:

Tabel IV. 20 Alokasi Biaya Overhead Pabrik Per Jenis Produk

Under Baby (25%)	Baby (25%)	Bahan Kontes (25%)	Reguler (25%)
Rp. 67.500	Rp. 67.500	Rp. 67.500	Rp. 67.500
Jumlah = Rp. 270.000/bulan			
Jumlah = Rp. 3.240.000/Tahun			

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Dari alokasi biaya *overhead* pada setiap jenis produk yang diasumsikan pada Dolcupang yaitu sebesar 25% untuk masing-masing jenis produk yaitu sebesar Rp. 67.500 dengan total dalam sebulan Rp. 270.000 perbulan atau Rp. 3.240.000 pertahun.

Tabel IV. 21 Total Biaya HPP Per Tahun

Keterangan	Total
Biaya Bahan Baku	Rp. 1.866.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 18.000.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 3.240.000
Total Harga Pokok Produksi/Tahun	Rp. 23.106.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

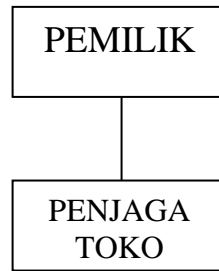
4.2.3. Aspek Sumber Daya Alam

4.2.3.1. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Pada perencanaan SDM kali ini ditujukan pada tahun ke 2 dan seterusnya, maka pada Dolcupang membutuhkan 1 tenaga kerja sebagai *Shopkeeper*/penjaga toko yang ditujukan untuk dapat membantu dan meningkatkan tingkat efektifitas dan tingkat efisiensi lebih baik agar dapat melancarkan kegiatan operasional pada usaha Dolcupang.

4.2.3.2. Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan struktur organisasi pada usaha Dolcupang yang hanya terdiri dari pemilik dan penjaga toko.



4.2.3.3. Analisis Pekerjaan

Pada analisis pekerjaan kali ini Dolcupang membutuhkan 1 orang tenaga kerja sebagai penjaga toko yang ditujukan untuk mampu melakukan perawatan pada produk, membantu serta melayani konsumen dan transaksi yang sedang terjadi di tempat, pada posisi penjaga toko Dolcupang memiliki spesifikasi sendiri yang terdiri dari tingkat pendidikan minimal SMA sederajat dengan usia minimal 17 tahun dan memiliki minat terkait ikan cupang.

4.2.3.4. Kompensasi

Tabel IV. 22 Kompensasi Tenaga Kerja

No	Posisi	Jumlah	Gaji	Total
1	Penjaga Toko	1 orang	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
Total Btkl				Rp. 1.500.000
Total Btkl Selama 1 Tahun				Rp. 18.000.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.22 menjelaskan bahwa berapa besaran kompensasi untuk tenaga kerja dan berapa jumlah biaya tenaga kerja yang harus dikeluarkan pada tiap bulan hingga tiap tahunnya. Dapat diketahui pada total gaji penjaga toko didapatkan dari hasil perkalian dari jumlah tenaga kerja sebagai penjaga toko dikali jumlah gaji perbulan yang akan didapatkan, lalu pada total biaya tenaga kerja selama 1 tahun didapatkan dari hasil perkalian jumlah biaya tenaga kerja tiap bulan lalu dikali kan 12 dimana 12 adalah jumlah bulan pada tiap tahun.

4.2.4. Aspek Keuangan

Pada bagian ini akan membahas mengenai kebutuhan dana, sumber dana, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, dan proyeksi neraca pada Dolcupang.

4.2.4.1. Perincian Pendapatan

Tabel IV. 23 Proyeksi Rincian Pendapatan

Keterangan	Unit (Ekor)	Harga	Total Harga
Under Baby	180	Rp. 50.000	Rp. 9.000.000
Baby	180	Rp. 75.000	Rp. 13.500.000
Bahan Kontes	180	Rp. 100.000	Rp. 18.000.000

Reguler	180	Rp. 150.000	Rp. 27.000.000
Total	720	Rp. 375.000	Rp. 67.500.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

4.2.4.2. Kebutuhan dan Sumber Dana

Kebutuhan dana pada Dolcupang adalah sebesar Rp. 26.127.000 yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pada Dolcupang seperti tabel rincian kebutuhan berikut ini :

Tabel IV. 24 Proyeksi Kebutuhan Dana Usaha

Keterangan	Total (Dalam Rupiah)
Biaya Pemasaran	Rp. 288.000
Biaya Peralatan	Rp. 2.733.000
BBB (Biaya Bahan Utama + Biaya Bahan Penolong)	Rp. 1.866.000
BTKL (Biaya Tenaga Kerja Langsung)	Rp. 18.000.000
BOP (Biaya <i>Overhead</i> Pabrik)	Rp. 3.240.000
Total Kebutuhan Dana per Tahun	Rp. 26.127.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Tabel IV. 25 Sumber Dana

Keterangan	Jumlah
Biaya Pemasaran	Rp. 288.000
Biaya Peralatan	Rp. 2.733.000
Investasi tak terduga dan Modal berjalan	Rp. 5.000.000
Total	Rp. 8.021.000

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

***Total Investment* = Biaya Pemasaran + Biaya Peralatan + Modal Berjalan**

***Total Investment* = Rp. 288.000 + Rp. 2.733.000 + Rp. 5.000.000 = Rp. 8.021.000**

Untuk memenuhi dana yang dibutuhkan oleh Dolcupang yaitu sebesar Rp. 8.021.000 maka Dolcupang memiliki sumber dana dari dana pribadi pemilik.

4.2.4.3. Proyeksi Laba Rugi

Tabel IV. 26 Laporan Laba dan Rugi

Laporan Laba Rugi Dolcupang Tahun 2022 – 2026					
Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Pendapatan	Rp. 67.500.000	Rp. 74.250.000	Rp. 81.675.000	Rp. 89.842.500	Rp. 98.826.750
HPP	Rp. 23.106.000	Rp. 25.416.600	Rp. 27.958.260	Rp. 30.754.086	Rp. 33.829.494,6
Laba Kotor	Rp. 44.394.000	Rp. 48.833.400	Rp. 53.717.240	Rp. 59.088.414	Rp. 64.997.255,4
Biaya Pemasaran	Rp. 288.000	Rp. 316.800	Rp. 348.480	Rp. 383.328	Rp. 421.660
BTKL	Rp. 18.000.000	Rp. 19.800.000	Rp. 21.780.000	Rp. 23.958.000	Rp. 26.353.800
BOP	Rp. 3.240.000	Rp. 3.240.000	Rp. 3.240.000	Rp. 3.240.000	Rp. 3.240.000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000
Total Biaya	Rp. 21.680.000	Rp. 23.508.800	Rp. 25.520.480	Rp. 27.733.328	Rp. 30.167.460
EBT	Rp. 22.714.000	Rp. 25.324.600	Rp. 28.196.760	Rp. 31.355.086	Rp. 34.829.795,4
Pajak (0,5%)	Rp. 113.570	Rp. 126.623	Rp. 140.983,8	Rp. 156.775,43	Rp. 174.148,977
EAT	Rp. 22.600.430	Rp. 25.197.977	Rp. 28.055.776,2	Rp. 31.198.310,6	Rp. 34.655.646,4

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

Laba Kotor = Pendapatan - HPP

EBT = Laba Kotor - Total Biaya

Pajak (0,5%) = EBT x 0,5%

EAT = EBT – Pajak (0,5%)

Pajak 0,5% merupakan pajak pph umkm sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang dapat diakses melalui <https://www.pajak.go.id/id/setengahpersen>

4.2.4.4. Arus Kas

Tabel IV. 27 Laporan Arus Kas

Laporan Arus Kas Dolcupang Tahun 2021 – 2022						
Keterangan	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Kas Masuk						
Pendapatan		Rp. 67.500.00	Rp. 74.250.000	Rp. 81.675.000	Rp. 89.842.500	Rp. 98.826.750
Modal Sendiri	Rp. 26.127.000					
Total Kas Masuk	Rp. 26.127.000	Rp. 67.500.000	Rp. 74.250.000	Rp. 81.675.000	Rp. 89.842.500	Rp. 98.826.750
Kas Keluar						
Investasi	Rp. 8.021.000					
BTKL		Rp. 18.000.000	Rp. 19.800.000	Rp. 21.780.000	Rp. 23.958.000	Rp. 25.353.800
Bi. Pemasaran		Rp. 288.000	Rp. 316.800	Rp. 348.480	Rp. 383.228	Rp. 421.660
HPP		Rp. 23.106.000	Rp. 25.416.600	Rp. 27.958.260	Rp. 30.754.086	Rp. 33.829.494,6
Pajak		Rp. 113.570	Rp. 126.623	Rp. 140.983,8	Rp. 156.775,43	Rp. 174.148,977
Total Kas Keluar	Rp. 8.021.000	Rp. 41.507.570	Rp. 45.660.023	Rp. 50.227.723,8	Rp. 55.252.089,4	Rp. 59.779.043,6
Selisih	Rp. 18.106.000	Rp. 25.992.430	Rp. 28.589.977	Rp. 31.447.276,3	Rp. 34.590.410,6	Rp. 39.047.706,4
Saldo Kas Awal		Rp. 18.106.000	Rp. 44.098.430	Rp. 72.688.407	Rp. 104.135.683	Rp. 138.726.094
Saldo Kas Akhir	Rp. 18.106.000	Rp. 44.098.430	Rp. 72.688.407	Rp. 104.135.683	Rp. 138.726.094	Rp. 177.773.800

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

Total Kas Masuk = Pendapatan + Modal Sendiri

Total Kas Keluar = Investasi + BTKL + Biaya Pemasaran + HPP + Pajak

Selisih = Total Kas Masuk – Total Kas Keluar

Saldo Kas Awal = Saldo Kas Akhir Tahun Sebelumnya

Saldo Kas Akhir = Selisih + Saldo Kas Awal

4.2.4.5. Neraca

Tabel IV. 28 Laporan Neraca Dolcupang

Laporan Neraca Dolcupang Tahun 2021 – 2022						
Aktiva	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Kas	Rp. 18.106.000	Rp. 44.098.430	Rp. 72.688.407	Rp. 104.135.683	Rp. 138.726.094	Rp. 177.773.800
Aktiva Tetap						
Peralatan	Rp. 8.021.000	Rp. 8.021.000	Rp. 8.021.000	Rp. 8.021.000	Rp. 8.021.000	Rp. 8.021.000
Penyusutan Peralatan		Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000	Rp. 152.000
Total Aktiva	Rp. 26.127.000	Rp. 51.967.430	Rp. 80.557.407	Rp. 112.004.683	Rp. 146.595.094	Rp. 185.642.800
Passiva						
Modal	Rp. 26.127.000	Rp. 26.127.000	Rp. 26.127.000	Rp. 26.127.000	Rp. 26.127.000	Rp. 26.127.000
EAT		Rp. 22.600.430	Rp. 23.381.306	Rp. 28.065.726,2	Rp. 31.208.260,6	Rp. 34.665.596,4
Laba Ditahan		Rp. 3.240.000	Rp. 31.049.101	Rp. 57.211.956,8	Rp. 89.259.833,4	Rp. 124.850.204
Total Passiva	Rp. 26.127.000	Rp. 51.967.430	Rp. 80.557.407	Rp. 112.004.683	Rp. 146.595.094	Rp. 185.642.800

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

Total Aktiva = Kas + Aktiva Tetap + Peralatan + Penyusutan Peralatan

Laba Ditahan = Total Aktiva – Modal – EAT

Total Passiva = Modal + EAT + Laba Ditahan

4.3. ANALISIS KELAYAKAN BISNIS

4.3.1. Net Present Value (NPV)

Tabel IV. 29 Perhitungan Net Present Value

NPV					
Tahun	EAT	Depresiasi	Cash Inflow	Df (8,95%)	PV
1	Rp. 22.600.430	Rp. 152.000	Rp. 22.752.430	0,917	Rp. 20.863.978,31
2	Rp. 23.381.306	Rp. 152.000	Rp. 23.533.306	0,842	Rp. 19.815.043,652
3	Rp. 28.065.726,2	Rp. 152.000	Rp. 28.217.726,2	0,773	Rp. 21.812.302,3526
4	Rp. 31.208.260,6	Rp. 152.000	Rp. 31.360.260,6	0,709	Rp. 22.234.424,7654
5	Rp. 34.665.596,4	Rp. 152.000	Rp. 34.817.596,4	0,651	Rp. 22.666.255,2564
TOTAL PV					Rp. 107.392.004,3364
NPV					Rp. 99.371.004,3364

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Keterangan :

$Cash\ Inflow\ (CIF) = EAT + Depresiasi$

$Present\ Value\ (PV) = Cash\ Inflow \times DF$

$NPV = PV - Initial\ Investment$

Discount Factor diasumsikan 8,95% berdasarkan rata-rata tingkat suku bunga kredit Bank Umum Konvensional pada Juli 2022 yang dapat diakses melalui www.ojk.go.id

Pada tabel diatas menunjukkan NPV pada usaha ini sebesar Rp. 99.371.004,3364. Sehingga dikatakan layak untuk didirikan karena nilai NPV lebih dari 0, dengan kata lain nilai pendapatan bersih yang akan diterima dimasa mendatang lebih besar dari investasi yang dikeluarkan saat ini.

4.3.2. Profitabilty Index (PI)

Tabel IV. 30 Perhitungan *Profitability Index*

TOTAL PV	107.392.004,3364
INITIAL INVESTMENT	8.021.000
PROFITABILITY INDEX	13,38

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

PI = Total PV/Initial Investment

PI = 107.392.004,3364/8.021.000

PI = 13,38

Pada tabel diatas menunjukkan hasil *Profitability Index* sebesar 13,38 yang dapat dinyatakan bahwa proyek tersebut layak untuk dijalankan karena hasil *Profitability Index* > 1.

4.3.3. Payback Period (PP)

Tabel IV. 31 Perhitungan *Payback Period*

Initial Investment	8.021.000
Cash Inflow 1	22.752.430
Belum Tertutup	-14.731.430
Cash Inflow 2	23.533.306
Sudah Tertutup	-0,63
Payback Period	0,37

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Pada tabel IV.31 menunjukkan hasil *payback period* memiliki waktu pengembalian untuk investasi sebesar 0,37 tahun, maka proyek tersebut dapat dikatakan cukup layak untuk dilaksanakan karena jumlah *payback period* < 5 tahun.

4.3.4. Internal Rate of Return (IRR)

Tabel IV. 32 Perhitungan *Internal Rate of Return*

Tahun	Cash Inflow	DF (10%)	PV	DF (15%)	PV
1	Rp. 22.752.430	0,909	Rp. 20.681.958,9	0,869	Rp. 19.771.861,7
2	Rp. 23.533.306	0,826	Rp. 19.438.510,8	0,756	Rp. 17.791.179,3
3	Rp. 28.217.726,2	0,751	Rp. 21.191.512,4	0,657	Rp. 18.539.046,1
4	Rp. 31.360.260,6	0,683	Rp. 21.419.058	0,571	Rp. 17.906.708,8
5	Rp. 34.817.596,4	0,621	Rp. 21.621.727,4	0,497	Rp. 17.304.345,4
Total PV			Rp. 104.352.768		Rp. 91.313.141,3
NPV			Rp. 96.331.767,5		Rp. 83.292.141,3

Sumber : Data Primer yang Diolah (2022)

Interpolasi

Total PV 10%	Rp. 104.352.768	Total PV 10%	Rp. 104.352.768
Total PV 15%	Rp. 91.313.141,3	<i>Initial Investment</i>	Rp. 8.021.000
	Rp. 13.039.626,7		Rp. 96.331.768

$$IRR = 10\% + \frac{Rp. 96.331.768}{Rp. 96.331.768 - Rp. 83.292.141,3} \times (15\% - 10\%)$$

$$IRR = 10\% + 7,387 \times 5\%$$

$$IRR = 46,93\%$$

Pada tabel perhitungan IRR diatas membuahakan hasil sebesar 46,93% dengan sensitivitas 8,95% , maka dengan adanya hasil IRR > tingkat suku bunga maka proyek tersebut dianggap layak.

4.4. IMPLEMENTASI

4.4.1. Aspek Pemasaran

Pada Dolcupang terdapat beberapa rencana yang sudah dilakukan atau diimplementasikan seperti pada bagian STP sudah dilakukan maka dari itu pemilik melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden yang sudah pernah melakukan transaksi/membeli produk Dolcupang. Pada bagian bauran pemasaran dari bagian pemilihan produk, harga, tempat/lokasi, dan promosi sudah diimplementasikan namun pada pemilihan produk halfmoon sendiri belum diimplementasikan secara penuh dikarenakan pemilik belum menemukan pengaturan air yang cocok untuk ikan cupang hias berjenis halfmoon, maka untuk produk ikan berjenis halfmoon belum dapat dipasarkan secara luas karena masih banyak produk yang belum sesuai dengan ketentuan kompetisi yang mengacu pada ketentuan SNI (Standar Nasional Indonesia).

Pada bagian penawaran dan permintaan belum dapat diimplementasikan atau belum dapat memenuhi ketentuan sesuai rencana dikarenakan cuaca yang tidak menentu pada lokasi dolcupang, terdapat hama tikus dan katak pada lokasi karena lokasi dolcupang dekat dengan telaga maupun hutan serta pada Dolcupang masih berupa ruangan terbuka. Pada Dolcupang melakukan pemasaran masih menggunakan promosi melalui sosial media dan belum menerapkan pencetakan spanduk untuk di tempel pada lokasi, sehingga pada bagian permintaan dan penawaran merupakan sebuah proyeksi yang di proyeksikan oleh pemilik, begitu juga pada biaya pemasaran pencetakan spanduk.

4.4.2. Aspek Operasi

Pada aspek operasi untuk bagian pemilihan lokasi sudah ditentukan sejak awal memulai usaha, namun pada bagian luas produksi belum dapat diimplementasikan karena kompetisi ikan cupang hias di Kota Semarang mulai jarang diadakan sejak tahun 2021 karena adanya cuaca yang tak menentu yang menyebabkan keterbatasan pakan hidup yang merupakan pakan utama para ikan cupang hias sehingga para peminat ikan cupang banyak yang mulai beralih merawat ikan gabus/ikan channa yang memiliki pakan utama ikan kecil yang mudah didapatkan di selokan. Peralatan yang diperlukan sudah hampir seluruhnya terpenuhi kecuali untuk soliter (aquarium) belum dapat dipenuhi sebanyak 100 buah karena harganya yang semakin mahal.

Pada bagian Layout memiliki rencana yang sudah baik sesuai yang pemilik inginkan namun belum dapat diimplementasikan karena adanya keterbatasan dana pada pemilik, untuk HPP pada bagian biaya tenaga kerja langsung merupakan sebuah proyeksi yang diproyeksikan oleh pemilik karena pada Dolcupang belum memiliki karyawan.

4.4.3. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek SDM pada perencanaan bisnis Dolcupang belum dapat diimplementasikan karena pada Dolcupang hingga saat ini belum membutuhkan tenaga kerja untuk membantu pemilik melakukan budidaya, sehingga pada bagian aspek SDM merupakan asumsi dari pemilik dan untuk kompensasi merupakan asumsi yang diproyeksikan oleh pemilik Dolcupang.

4.4.4. Aspek Keuangan

Dengan adanya beberapa rencana bisnis yang belum dapat diimplementasikan pada Dolcupang karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh pemilik maka pada bagian aspek keuangan seperti perincian pendapatan, kebutuhan dan sumber dana, proyeksi laba rugi, arus kas, dan neraca merupakan sebuah proyeksi yang diproyeksikan oleh pemilik dengan jangka waktu selama 5 tahun kedepan.

