

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan (Kampung Laut)

Kampung Laut adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu restoran. Kampung Laut telah berdiri sejak 24 Februari 2002. Bentuk badan hukum Kampung Laut adalah CV. Restoran ini hadir dengan konsep keindahan air dan kolam pemancingan untuk keluarga. Kampung Laut telah berdiri sejak 24 Februari 2002. Gambar 4.1 berikut adalah visi dan misi yang dimiliki oleh Kampung Laut:



Visi :

Menjadi Restoran yang terkemuka di Indonesia dan mampu membangun ciri khas sebuah restoran dengan mengutamakan kualitas produk dan pelayanan.

Misi :

1. Mengembangkan inovasi – inovasi baik dalam produk maupun pelayanan.
2. Selalu menjaga kualitas makanan dan minuman dengan konsep "fresh".
3. Selalu menjaga kualitas pelayanan dengan menumbuhkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.
4. Memelihara dan mengembangkan keindahan dan kenyamanan restaurant.
5. Menciptakan hubungan yang baik dengan semua pihak yaitu karyawan, konsumen, masyarakat, dan lain-lain.

Gambar 4.1. Visi dan Misi Kampung Laut

Kampung Laut merupakan perusahaan keluarga yang didirikan secara bersama. Pengelolaan Kampung Laut dilakukan oleh *owner* sendiri sehingga setiap proses dalam organisasi dipertanggungjawabkan kepada *owner* yang

sekaligus berperan sebagai direktur. Struktur organisasi dalam Kampung Laut dapat digambarkan pada Gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 4.2. Struktur Organisasi Restoran Kampung Laut

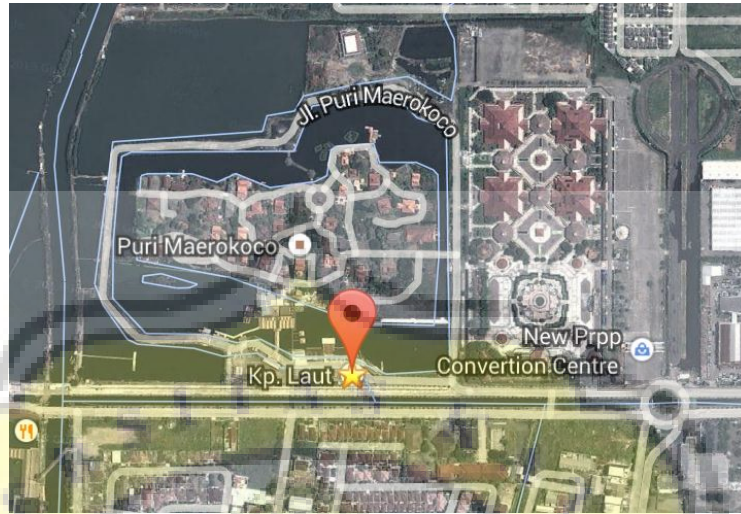
Kondisi strategis Kampung Laut saat ini adalah melakukan strategi diferensiasi dan responsif. Tabel 4.1 berikut akan membahas keputusan manajemen strategis Kampung Laut dalam beroperasi:

Tabel 4.1

Kondisi 10 Keputusan Manajemen Strategis Kampung Laut

10 Aspek Keputusan Manajemen	Penjelasan
Produk	Kampung Laut menyediakan produk dalam bentuk jasa pelayanan untuk menciptakan kenyamanan dan makanan. Kampung Laut melakukan pengembangan produk dari sisi menu makanan yang semakin beragam (terkait setiap pondok baru yang dibangun dalam Kampung Laut memiliki menu baru). Dari sisi kenyamanan Kampung Laut terus menerus melakukan inovasi yaitu dengan melakukan penambahan – penambahan dan pembangunan lokasi.
Proses	Proses Kampung Laut beroperasi: a. Keuangan: kasir menyimpan nota dan uang kemudian

10 Aspek Keputusan Manajemen	Penjelasan
	<p>melakukan pembukuan dan melaporkan ke atasan (telah terkomputerisasi)</p> <p>b.Pemasaran: ide gagasan <i>marketing</i> → atasan. Ide saat ini adalah dengan melakukan berbagai <i>event</i> khusus serta promo diskon.</p> <p>c.Operasi: kelancaran proses beroperasi yang dilakukan dengan saling berkomunikasi satu sama lain.</p> <p>d.Personalia: perekrutan secara internal dan eksternal, kompensasi disertakan berbagai tunjangan.</p>
Mutu	Mutu Kampung Laut dijaga melalui komitmen terhadap bahan baku yang fresh serta pelayanan oleh tenaga kerja yang berbasis pada 3S (senyum, salam, sapa)
Lokasi	Pemilihan lokasi yang unik yaitu berkonsepkan air dan keindahannya, serta konsep pemancingan.
Tata Letak	<i>Layout</i> Kampung Laut didesain dengan memperhatikan aspek kemudahan untuk diakses satu sama lain sehingga kegiatan yang dilakukan tetap efektif dan efisien.
SDM	Pengadaan SDM secara internal dan eksternal.
<i>Supply Chain</i>	<i>Supplier</i> Kampung Laut sebagian besar berasal dari Jepara yaitu <i>supplier</i> ikan. Produk utama laku terjual adalah ikan, sehingga upaya Kampung Laut adalah <i>Supplier</i> yang dimiliki lebih dari satu sehingga keberlangsungan operasional tidak terganggu.
Persediaan	Penjagaan kualitas yang tinggi membuat Kampung Laut memiliki syarat bagi <i>supplier</i> : ikan diusahakan hidup minimal tiga hari. Sayuran dibeli setiap pagi dan jika sisa tidak digunakan.
Penjadwalan	Sistem pemetaan lokasi karyawan (mengingat lokasi Kampung Laut luas)
Pemeliharaan	<p>a. Pelanggan akan memperoleh pemberian diskon, perayaan <i>event</i> tertentu, pelayanan yang maksimal.</p> <p>b. Alat produksi memperoleh perawatan yang dilakukan secara berkala setiap 3-6 bulan sekali.</p> <p>c. Pemeliharaan SDM dilakukan dengan pemberian <i>reward</i>, tunjangan, serta briefing.</p> <p>d. Pemeliharaan suasana dilakukan dengan merapikan tanaman (dengan pemotongan secara berkala) dan menambah keindahan air (melalui penggerak air).</p>



Gambar 4.3. Lokasi Kampung Laut

Ada beberapa kondisi yang ada di Kampung Laut (Lampiran 1c) yang perlu menjadi sorotan khususnya dari sisi kelemahan dan ancaman yang dapat mengganggu keberlanjutan bisnis Kampung Laut di masa yang akan datang.

Seperti yang telah dibahas pada Lampiran 1c terkait kondisi eksisting Kampung Laut saat ini, Kampung Laut berdiri di atas tambak Pemerintah Kota Semarang (Gambar 4.3) yang selama ini penggunaan lahan dilakukan dengan sistem sewa / kontrak. Hal tersebut merupakan ancaman utama yang dihadapi Kampung Laut di masa yang akan datang terkait lokasi. Lokasi Kampung Laut menjadi penunjang utama berlangsungnya bisnis ini khususnya dari segi konsep air. Bahkan karena lokasi yang cocok, Kampung Laut mampu menciptakan pesona tersendiri di mata masyarakat luas hingga menjadikan Kampung Laut saat ini menjadi salah satu tujuan wisata bagi masyarakat luar Kota Semarang (Gambar 4.4). Maka, pada dasarnya tanpa lokasi yang

memadai Kampung Laut akan mengalami kesulitan untuk tumbuh berkembang bahkan sulit untuk bertahan. Ketergantungan Kampung Laut pada Pemerintah Kota Semarang inilah yang menjadi ancaman utama bagi Kampung Laut.



Gambar 4.4. Kampung Laut sebagai Wisata Restoran

Keberadaan Kampung Laut juga tergantung pada dukungan masyarakat sekitar. Masyarakat sekitar yang memiliki hubungan langsung dengan Kampung Laut adalah petani tambak yang berada di sekitar Kampung Laut (Tambak Mas). Berdasarkan wawancara dengan Kepala Paguyuban Tambak Mas, kondisi eksternal yang terjadi adalah adanya penyempitan lahan yang dirasakan oleh petani tambak akibat adanya masalah sengketa tambak antara TNI dan petani Tambak Mas. Rasa “memiliki” petani atas tambak – tambak yang ada termasuk yang disewa oleh restoran – restoran menjadi ancaman utama. Bahkan, petani tambak saat ini berpandangan bahwa kerugian mereka saat bertani sebagai petani tambak adalah akibat adanya pencemaran air yang disebabkan oleh limbah industri atau perusahaan sekitar dan perumahan di daerah Puri (PT.IPU). Dikhawatirkan, ketika masyarakat berada

pada kondisi terhimpit seperti tersebut di atas mereka dapat menuntut dan mempermasalahkan perusahaan – perusahaan yang ada di sekitar tambak mereka. Berikut adalah komentar kepala paguyuban saat wawancara:

“...ini kan masalahnya, petani menguasai TNI ya menguasai... rumah makan kontrak sama yang punya tambak... ya masyarakat...”

Ancaman selanjutnya adalah dari sisi persaingan bisnis. Kondisi persaingan bisnis dengan konsep restoran air mulai muncul dimana sebelumnya kompetitor Kampung Laut hanyalah Baron, tetapi saat ini mulai muncul salah satunya Tanjung Laut. Selain itu, pesatnya perkembangan bisnis restoran - restoran di Semarang memunculkan restoran pengganti di mata masyarakat. Sebagai contoh restoran pengganti adalah restoran – restoran dengan nuansa minimalis dan modern dengan lokasi – lokasi strategis yang lebih mudah dikunjungi seperti Oriental, Toasty, Red, Du Potrait, WongArt, Kopi-O, Chung Gi Wa, Nestco, Sakapatat, Largo, Gige box, dan beberapa restoran baru lainnya.

Kampung Laut memiliki kelemahan khususnya dalam pengadaan bahan baku khususnya ikan dan sayuran yang memiliki standar kualitas tinggi sehingga harus bersifat *fresh*. Kendala yang sering dialami adalah terkait harga yang tentunya bersifat fluktuatif ketika pada periode tertentu mengalami kelangkaan karena tingginya permintaan (proses tawar-menawar) yang bahkan ketika bahan baku tersebut benar – benar tidak ada akhirnya menyebabkan menu makanan di Kampung Laut kosong. Kekosongan terhadap menu

makanan dapat berdampak pada berkurangnya kenyamanan konsumen ketika memesan sebuah makanan tetapi tidak tersedia.

“...tinggal artinya terjualnya banyak ato nggak seperti Lebaran kemarin tidak ada pengiriman.. Sebelumnya harus prepare untuk memperkirakan... kendalanya kalau memang artinya pas langka dari petaninya karena permintaan terlalu banyak dan mereka tidak mengerti kalau permintaan terlalu banyak.. sehingga saat tertentu sama sekali ndak ada barang... ya menu kosong. Kadang ukuran ngga sesuai, ya akhirnya 1 porsi 2 ikan..” tanggapan Bu Yayuk Kepala Persediaan Kampung Laut.

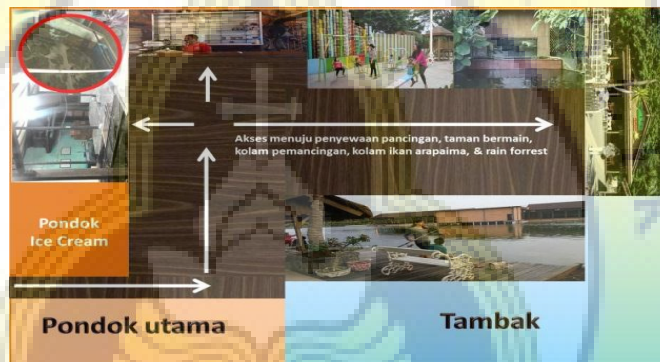
Kampung Laut memiliki lima *supplier* ikan yang berasal dari Jepara. Pemesanan dilakukan secara periodik yaitu satu minggu sekali. Dalam hal ini, tidak ada hubungan khusus yang saling mengikat antara Kampung Laut dan *supplier* ikan. Sedangkan untuk *supplier* sayuran, Kampung Laut tidak memiliki *supplier* tetap, karena pengadaan sayuran dilakukan secara harian dan dibeli secara langsung di beberapa pasar Semarang salah satunya Pasar Johar Semarang. Standar sayuran yang harus *fresh* menjadikan Kampung Laut harus pandai dalam mengestimasi kebutuhan harian, karena jika sayuran tersebut bersisa, maka tidak akan digunakan lagi pada hari berikutnya dan tentunya hal tersebut menimbulkan biaya.

Selain itu, tempat penyimpanan bahan baku yang berada di luar dapur (di restoran) kurang mendukung dari segi estetika. Penyimpanan beberapa bahan baku khususnya ikan diletakkan di kolam pada lokasi yang sering dilewati pengunjung saat akan menuju ke penyewaan pemancingan, kolam pemancingan, taman bermain, taman ikan arapaima, ataupun ke pondok *rain*

forest. Gambar 4.5 dan Gambar 4.6 berikut adalah penggambaran dari bentuk tempat dan pemetaan letak tempat penyimpanan bahan baku:



Gambar 4.5. Tempat Penyimpanan Ikan Segar (hidup)



Gambar 4.6. Tempat Persediaan Dilalui oleh Pelanggan

4.2. Gambaran Umum Calon *Partner* (Paguyuban Tambak Mas)

Paguyuban Tambak Mas adalah kelompok petani tambak pada Kawasan Tambak Mas yang tinggal di Desa Tawang Rajek Wesi Kelurahan Tawang Mas Semarang. Lokasi dari Paguyuban Tambak Mas dapat digambarkan pada Gambar 4.7. Paguyuban Tambak Mas terbentuk karena semula terjadi bentrokan yaitu TNI dan petani Tambak Mas akibat pelebaran bandara Semarang. Paguyuban Tambak Mas ini terdiri dari 130 keluarga dan kepala keluarganya yang bekerja dan mengolah tambak. Meskipun dibentuk paguyuban, pengelolaan tambak dilakukan secara individu. Artinya, pendapatan dari tambak menjadi milik masing - masing pengelola tambak. Dalam hal ini terdapat 30% warga (39 warga) yang dapat dikategorikan memiliki pendapatan yang kecil yaitu sekitar Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 per bulan. Bagi petani tambak, udang lokal merupakan sumber pendapatan harian mereka dan ikan merupakan sumber pendapatan secara musiman.



Gambar 4.7. Peta Lokasi Tambak Paguyuban Tambak Mas

Adapun beberapa permasalahan yang dihadapi oleh kelompok paguyuban Tambak Mas saat ini (berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* pada tanggal 12 Agustus 2014 di Tabel 4.2):

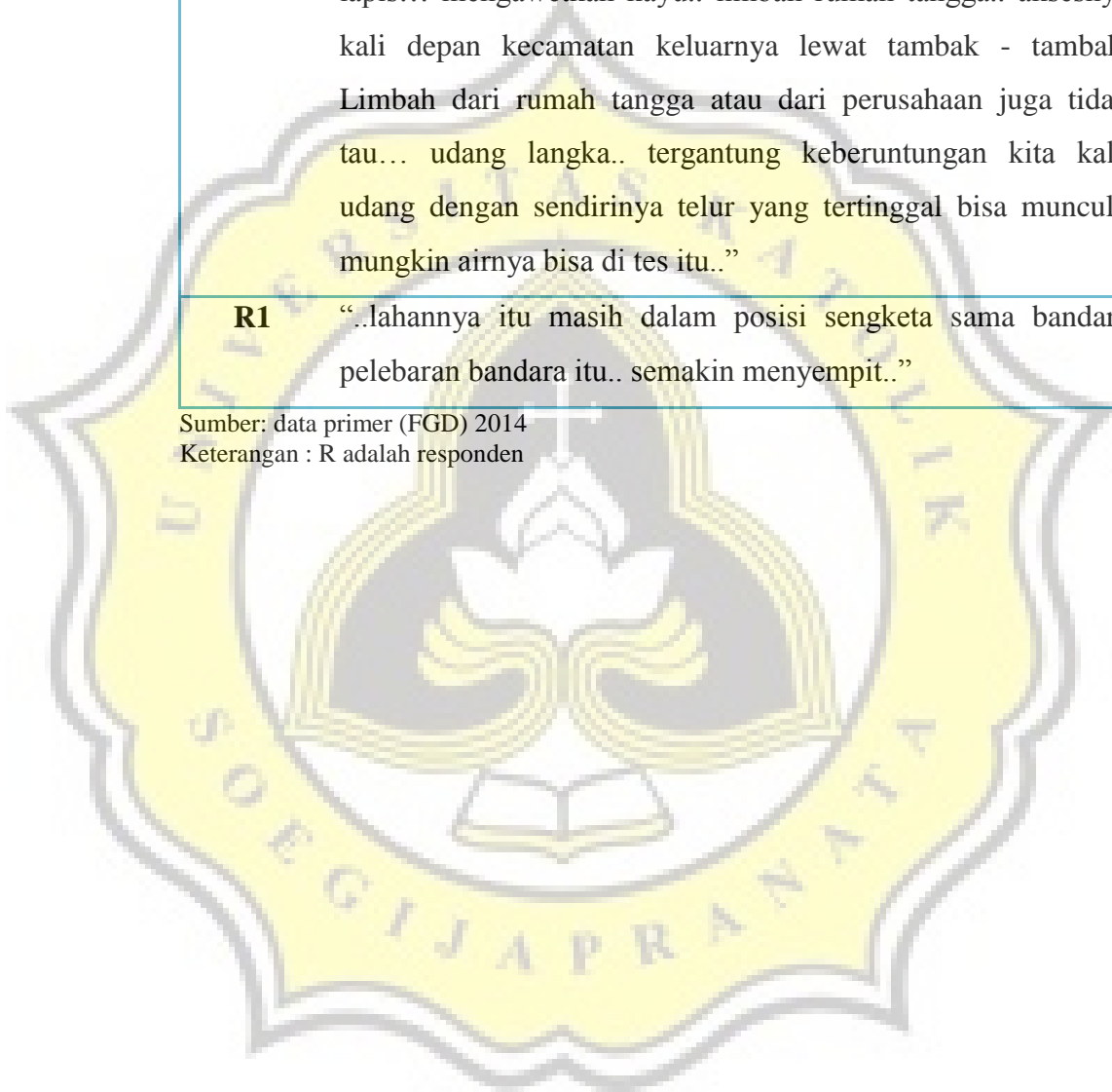
- a. Sifat bertani petani Tambak Mas yang masih tradisional, sehingga pengetahuan dalam melakukan pemeliharaan masih sederhana.
- b. Pendapatan yang tidak stabil dalam arti secara harian sulit diperoleh karena: kondisi tambak yang berada di tengah – tengah industri dan bangunan sehingga mengakibatkan pasang – surut tambak sulit terjadi (arus air kurang lancar), kualitas air payau tercemar (udang lokal langka sehingga pendapatan harian sulit), pakan alami sudah tidak ada (saat ini pakan harus beli), dan sulitnya pemesanan bibit ikan (pemesanan bibit ikan hanya bisa diperoleh dengan jumlah minimal pemesanan tertentu sehingga pemesanan harus menunggu beberapa petani untuk bersama – sama melakukan pemesanan).
- c. Munculnya kembali masalah perebutan hak milik Tambak Mas antara petani tambak dan TNI.

Tabel 4.2. Tanggapan Warga terkait Permasalahan dalam Bertani Tambak

Nama	Tanggapan
R1	“Kita tu petani masih bersifat tradisional Kita perlu penyuluhan... sampai sekarang petani disini masih tradisional.... mengenai bibit pemerintah sendiri belum menyediakan koprasa untuk bibit ikan.... dari segi harga kalo koprasa lebih miring...disamping itu kita waktu butuhnya gak bisa serentak kita berapa orang baru bisa pesan, kita cari teman dulu beberapa orang baru kita bisa datangkan...harus menunggu teman – teman kita”
R2	“.. sebenarnya yang jadi masalah dari PT. IPU, ada bendung, sehingga kelancaran air dari tambak ke laut kan ndak ada... benih udang ada sendiri dari laut kemudian berkembang dan pendapatan sehari – hari.. Biasanya, udang akan muncul sendiri, tetapi karena ada proyek maka menjadi sulit untuk pertumbuhan udang (hampir punah)..”
R3	“.. diuruk untuk lewat truk jadi jurusan air tidak lancar..”
R4	“tambak + pembangunan”..
R5	“Kendalanya masalah pakan, bandeng pakannya plankton alami, sekarang pakai pakan pelampung atau roti..”
R3	“Biaya pakan 1 ton 1.800.000
R4	“.. kalo penghasilan sedikit tidak cukup untuk memberikan pakan..”
R2	“..itu pakan per kg 1800..”
R1	“ini permasalahan lagi mbak, ini menjadi momok para petani.. mungkin sejak tahun 1997 air daerah tambak kena limbah sehingga udang bisa .. sering stres.. itu kalau kita mau tanam

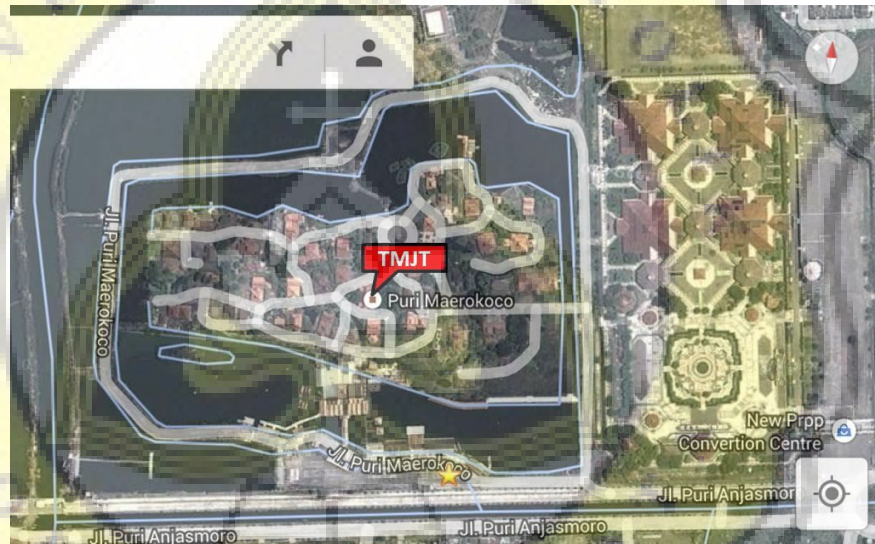
Nama	Tanggapan
	<p>bibit bago, itu kalau kena stres itu mati. .. itu karena pencemaran air. Asalnya tidak tau.. konon dekat industri kayu lapis... mengawetkan kayu.. limbah rumah tangga.. aksesnya kali depan kecamatan keluaranya lewat tambak - tambak. Limbah dari rumah tangga atau dari perusahaan juga tidak tau... udang langka.. tergantung keberuntungan kita kalo udang dengan sendirinya telur yang tertinggal bisa muncul.. mungkin airnya bisa di tes itu..”</p>
R1	<p>“..lahannya itu masih dalam posisi sengketa sama bandara pelebaran bandara itu.. semakin menyempit..”</p>

Sumber: data primer (FGD) 2014
Keterangan : R adalah responden



4.3. Gambaran Umum Lokasi *Aquaphonics System* di TMJT (Taman Mini Jawa Tengah)

Taman Mini Jawa Tengah (TMJT) yang terkenal dengan Taman Mini Puri Maerokoco adalah tempat wisata yang hadir dengan memberikan gambaran kecil mengenai lokasi – lokasi geografis di Jawa Tengah terkait rumah adat, laut-lautan, dan berbagai taman bermain. Gambar 4.8 di bawah ini adalah letak lokasi TMJT:



Gambar 4.8. Peta Lokasi TMJT

Sistem pengelolaan TMJT secara umum berada di bawah PRPP (Pusat Rekreasi Promosi dan Pembangunan), sementara pemilik TMJT adalah pemerintah yang terbagi – bagi dalam bentuk kepemilikan saham. Dalam hal ini, wewenang pengelolaan oleh PRPP hanya pada daerah – daerah di luar rumah adat (seperti: lahan kosong, lahan bermain, lahan pentas, laut – lautan, dan lain – lain).

Struktur kepemilikan TMJT adalah berupa rumah adat di masing – masing kabupaten, sehingga wewenang pengelolaan masing – masing rumah adat pun secara individu dilakukan masing – masing kabupaten (bukan wewenang PRPP). Karena struktur kepemilikan adalah saham, maka pendapatan yang diperoleh atas wisata TMJT ini dibagikan dalam bentuk deviden kepada masing – masing kabupaten yang memiliki rumah adat di TMJT. Kondisi TMJT saat ini adalah membutuhkan berbagai inovasi dan investor sehingga TMJT dapat terus tumbuh dan berkembang menjadi tempat wisata yang direkomendasikan oleh masyarakat. Berikut ini adalah komentar kepala personalia PRPP mengenai apa yang dibutuhkan TMJT saat ini:

“kami juga lagi terus mencari investor yang mau membantu pengembangan... ya memang sekarang ini pengembangannya baru wisata mangrove tetapi belum maksimal... kami terkendalanya masalah dana... ya itu keterbatasan”

4.4. *FRIENDLY Aquaphonics*

FRIENDLY Aquaphonics adalah aktivitas CSR untuk Kampung Laut yang mampu menjadi sebuah inspirasi sekaligus solusi yang dapat menetralkan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh Kampung Laut, masyarakat, dan pemerintah. “*FRIENDLY Aquaphonics, Your all Friendly Solutions*” adalah *tagline* yang sesuai untuk aktivitas CSR ini yakni dapat merangkul semua pihak secara sejajar dan dapat diibaratkan memunculkan kerjasama yang saling menguntungkan seperti analogi mekanisme simbiosis mutualisme dalam teknologi *aquaphonics*. Jadi, *FRIENDLY Aquaphonics* akan mampu untuk menjadi jembatan penghubung antara pengusaha, masyarakat, dan pemerintah dalam mengatasi setiap dampak dan permasalahan yang ada secara bersama – sama untuk menjadi manfaat bersama.

Menurut Solihin (2009) dalam Mardikanto (2013:382), CSR adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis, akan tetapi hal tersebut bukan amal melainkan strategi bisnis inti dari sebuah perusahaan. Selain itu, menurut Untung (2014:72), setiap upaya aktivitas CSR tidak hanya cukup untuk bertujuan dalam mengubah perilaku dan peningkatan pendapatan, tetapi juga harus memiliki nilai politik dan nilai bisnis, karena politisi memerlukan biaya perjuangan dan tentunya pelaku bisnis juga selalu memerlukan dukungan politik. Oleh karena itu, pelaksanaan aktivitas CSR *FRIENDLY Aquaphonics System* harus mampu untuk menggandeng masyarakat yaitu kelompok paguyuban petani Tambak Mas serta pemerintah yaitu TMJT

sebagai mitra dan bahkan mampu memberikan dukungan bagi keberlanjutan Kampung Laut di masa yang akan datang. Model *partnership* yang terjalin antara Kampung Laut dan petani Tambak Mas adalah dengan pemberdayaan masyarakat melalui budidaya ikan dan sayuran melalui teknologi *aquaponics system* yang nantinya hasil dari budidaya tersebut akan menjadi bahan baku di Kampung Laut. Sedangkan model *partnership* yang terjalin antara Kampung Laut dan TMJT adalah Kampung Laut akan menempatkan *Aquaponics* tersebut di lahan kosong TMJT. Dalam hal ini Kampung Laut hadir sebagai investor yang memberikan pesona baru melalui inovasi pada lokasi TMJT (lahan kosongnya) berupa budidaya ikan dan sayuran melalui teknologi akuaponik.

Konsep aktivitas CSR *FRIENDLY Aquaponics System* diyakini mampu menciptakan *power* bagi Kampung Laut, karena:

1. Melalui *FRIENDLY Aquaponics System*, Kampung Laut dapat memperoleh solusi atas permasalahan pengadaan bahan baku. Ketika Kampung Laut mampu memberdayakan masyarakat untuk memproduksi bahan baku, Kampung Laut akan memiliki akses yang lebih mudah dalam melakukan pengadaan bahan baku.
2. Melalui *FRIENDLY Aquaponics System*, Kampung Laut dapat menciptakan inovasi baru, sehingga mampu tetap bersaing di tengah munculnya banyak restoran di Semarang. Selain itu, Kampung Laut juga dapat menembus pangsa pasar baru karena kondisi Kampung Laut yang

sudah cukup terkenal di masyarakat luar Kota Semarang dan menjadi tempat tujuan wisata kuliner di Semarang. Melalui CSR ini, Kampung Laut dapat semakin meningkatkan *brand* nya di mata masyarakat luas.

3. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics System*, Kampung Laut dapat memunculkan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar dari segi ekonomi. Hal tersebut terjadi karena terdapat kesesuaian antara fungsi program tersebut atas kebutuhan masyarakat saat ini yaitu perolehan penghasilan yang tidak stabil yang diakibatkan karena kualitas air, penyempitan lahan, munculnya industri – industri, dan lain - lain.
4. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics System*, Kampung Laut dapat menjadi penengah masalah perebutan tambak yang terjadi antara masyarakat dan TNI. Pada dasarnya, ketika masyarakat petani tambak diberi lapangan pekerjaan yang baru sebagai bentuk tanggung jawab pihak TNI, maka mereka tidak akan memperlmasalahkan (ungkapan paguyuban saat FGD). Dalam hal ini, *FRIENDLY Aquaphonics System* dapat menjadi penengah karena dapat turut berkontribusi dalam memberikan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat.
5. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics System*, Kampung Laut dapat menjadi jawaban bagi kebutuhan TMJT untuk berinovasi yakni menghadirkan pesona baru. Kebutuhan lokasi budidaya *Aquaphonics* oleh Kampung Laut yang membutuhkan lokasi TMJT akan membawa TMJT memiliki inovasi tersendiri dalam bidang pariwisatanya. Berikut ini adalah komentar

personalia PRPP dan marketing PRPP terhadap aktivitas *FRIENDLY*

Aquaphonics :

“pengembangan CSR, wisata terkait dengan Puri Maerokoco, Kampung Laut saya kira tujuannya sangat mengena,.. Karena apa, memang saat ini puri maerokoco dengan lahan yang ada kami butuh ide-ide yang bisa mengembangkan fasilitas Maerokoco. Jadi kemarin saya lihat ada ide mengenai akuaponik, sebenarnya ide yang baru saya dengar... saya baca dan itu detail banget, dan kalo saya lihat di Puri Maerokoco kayaknya pas sekali dan itu mengambil apa yang bisa diambil dari akuaponik itu sendiri untuk Kampung Laut.. bisa meningkatkan menarik pengunjung..” komentar kepala personalia PRPP.

“..bagus itu diterapkan.. saling mendukung.” komentar bagian marketing PRPP.

6. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics System*, Kampung Laut mampu membangun *business sustainability*.

Poin ke-enam merupakan puncak dari manfaat *FRIENDLY Aquaphonics System* yang akan dialami oleh Kampung Laut. Lima poin sebelumnya merupakan sebuah manfaat yang diperoleh jangka pendek bagi seluruh pihak yang terlibat. Poin keenam ini merupakan berkah yang akan diterima oleh Kampung Laut di masa yang akan datang yaitu terjaminnya keberlanjutan bisnis.

Seperti yang telah dibahas pada gambaran umum lokasi TMJT, pengelolaan TMJT adalah berada di bawah PRPP akan tetapi pemilik saham dari TMJT adalah pemerintah – pemerintah kabupaten dan kota yang ada di Jawa Tengah. Artinya, ketika Kampung Laut mampu memberikan kontribusi inovasi di TMJT dan TMJT dapat berkembang, maka deviden yang diperoleh

masing – masing pemegang saham akan semakin bertambah. Pemegang saham disini adalah kabupaten – kabupaten yang ada di Jawa Tengah. Jadi ketika Kampung Laut mampu menciptakan *FRIENDLY Aquaponics* dan meletakkan di TMJT ini berarti Kampung Laut turut serta untuk berkontribusi dalam peningkatan pendapatan daerah. Tentunya, ketika hal tersebut tercapai Kampung Laut akan memperoleh dukungan sepenuhnya dari pemerintah – pemerintah daerah, termasuk Pemerintah Kota Semarang, untuk dapat terus berdiri dan berkembang.

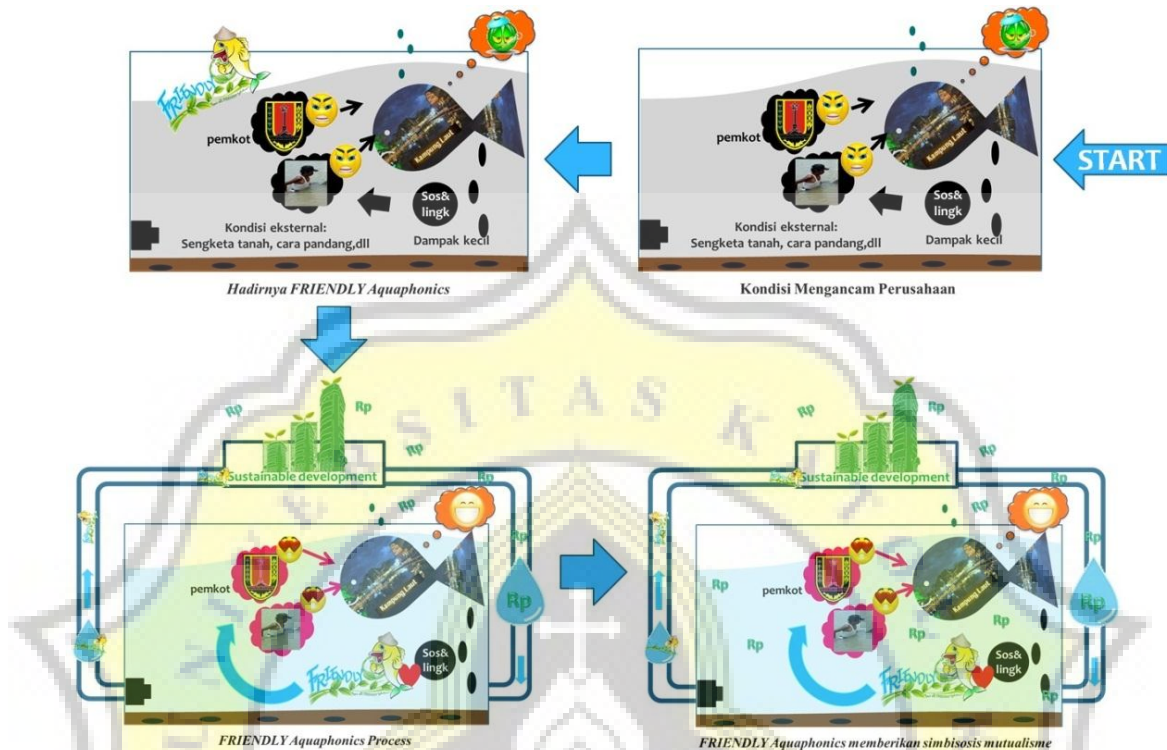
Selain itu, Kampung Laut yang mampu menjadi jawaban atas kebutuhan dan permasalahan di masyarakat paguyuban Tambak Mas saat ini juga akan semakin mendorong Kampung Laut untuk memperoleh dukungan – dukungan tersendiri. Bahkan dari sisi persaingan bisnis restoran di Semarang, Kampung Laut juga mampu mengatasinya dengan melakukan inovasi pembangunan *aquaponics* secara internal.

Jadi pada intinya, ketika *FRIENDLY Aquaponics System* ini dijalankan akan mampu menciptakan sebuah manfaat bersama seperti yang ada di mekanisme simbiosis mutualisme akuaponik, yakni ikan hidup membutuhkan oksigen, makanan, dan air bersih yang akhirnya ikan ini akan mengeluarkan kotoran yang membuat air bersih tersebut keruh dan tercemar, yang jika dibiarkan begitu saja air keruh tersebut dapat menyebabkan ikan mati atau terganggu kesehatannya, tetapi dengan adanya bakteri – bakteri yang mengolahnya dan dapat dimanfaatkan oleh teknologi akuaponik untuk

menjadikan air dalam kolam menjadi bersih melalui filter tanaman, air kembali menjadi bersih, dan kemudian akhirnya ikan dapat hidup sehat dalam air. Maka, ketika Kampung Laut mampu mengelola ancaman yang dimiliki menjadi sebuah manfaat yang mampu berkontribusi pada *sustainable development*, Kampung Laut akan dapat memiliki keberlanjutan bisnis di masa yang akan datang. Tabel 4.3 dan Gambar 4.9 di bawah ini adalah analogi mekanisme simbiosis mutualisme teknologi akuaponik secara ringkas:

Tabel 4.3. Analogi Mekanisme Akuaponik pada *FRIENDLY Aquaponics*

Komponen Aquaponics System di Kampung Laut	Berperan Sebagai
Ikan	Kampung Laut
Makanan	Sumber daya (bahan baku)
Oksigen	<i>Economic Success</i>
Air	<i>Stakeholder</i>
Air keruh	Ancaman Pemerintah Kota dan masyarakat
Bakteri (amoniak → nitrat)	Manajemen CSR yang bermanfaat
Penyerapan nitrat	Proses Rancang Bangun
Air Jernih	Dukungan <i>stakeholder</i>
Tanaman	Pembangunan berkelanjutan: perekonomian TMJT dan masyarakat bertumbuh, serta membangun lingkungan secara bersama – sama.



Gambar 4.9. *FRIENDLY Aquaphonics* pada Mekanisme Simbiosis Mutualisme Teknologi *Aquaphonics System*

Setiap manfaat yang dirasakan oleh Kampung Laut melalui *FRIENDLY Aquaphonics*, didukung oleh pernyataan Wibisono (2007:78-81) mengenai *benefits and drivers* aktivitas CSR yaitu melalui CSR perusahaan dapat:

1. **Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.** Bayangan negatif perusahaan pasti akan menurunkan reputasi, demikian pula sebaliknya ketika perusahaan mampu memberikan bayangan positif maka akan mampu mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan.

2. **Layak mendapatkan *social licence to operate*.** Masyarakat di sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan, sehingga ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka mereka juga akan ikut merasa memiliki perusahaan dan imbalan yang diberikan mereka terhadap perusahaan minimal adalah kekeluasaan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya.
3. **Mereduksi risiko bisnis perusahaan.** Kemampuan perusahaan mengelola risiko di tengah kompleksnya berbagai ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Seperti, risiko penghentian operasi, penurunan reputasi, dan lain – lain. Bahkan, jika hal tersebut terjadi akan memunculkan *opportunity loss*, yang tentunya biaya tersebut justru akan berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR. Maka, aktivitas CSR perlu memikirkan langkah penerapan CSR sebagai upaya investatif yang dapat menurunkan risiko tersebut.
4. **Melebarkan akses sumber daya.** Hasil yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing tersendiri bagi perusahaan yang dapat memperlancar perusahaan dalam menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. **Membentangkan akses menuju *market*.** Investasi perusahaan untuk program CSR dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar

yang lebih luas yaitu meliputi loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. **Mereduksi biaya.** Penerapan tanggung jawab sosial mampu memberikan kontribusi dalam penghematan biaya ketika perusahaan mampu mengkaitkan CSR ke dalam aktivitas bisnisnya.
7. **Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.** Implementasi program CSR akan mampu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder*, dan hal tersebut akan memunculkan *trust* kepada perusahaan.
8. **Memperbaiki hubungan dengan regulator.** Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya dapat diupayakan untuk meringankan beban pemerintah selaku regulator. Hal tersebut dikarenakan pemerintah adalah penanggungjawab utama untuk menyejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Jadi, tanpa ada bantuan dari perusahaan hal tersebut menjadi berat bagi pemerintah.
9. **Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.** Reputasi baik perusahaan di mata *stakeholders* merupakan vitamin tersendiri bagi kebanggaan karyawan sehingga karyawan akan termotivasi saat bekerja.
10. **Peluang mendapatkan penghargaan.** Banyak *reward* yang ditawarkan bagi pelaksana CSR, sehingga terdapat kesempatan untuk mendapatkannya.

Selain manfaat yang dicetuskan oleh Wibisono (2007:78-81) di atas, *FRIENDLY Aquaponics* ini juga mendukung konsep Porter dan Kramer

(2006) Porter dan Kramer (2006:5) memiliki cara pandang dalam melakukan aktivitas CSR yaitu dengan memasukkan aspek sosial ke dalam strategi perusahaan. Dalam hal ini, fokus sebuah perusahaan adalah dapat menentukan efek yang paling positif dalam sebuah aktivitas CSR yang disebut dengan *social opportunities*. *Mapping social opportunities*, itulah yang perlu dilakukan ketika perusahaan akan melakukan sebuah aktivitas CSR. Pemetaan *social opportunities* dapat dilakukan dengan memperhatikan kontribusinya terhadap kondisi internal perusahaan dan kondisi eksternal perusahaan. Kontribusi secara internal dapat dilakukan dengan melakukan analisis kontribusi CSR atas *value chain* perusahaan. Sedangkan kontribusi secara eksternal dapat dilakukan dengan melakukan analisis kontribusi CSR terhadap *context on competitiveness* perusahaan. *FRIENDLY Aquaphonics* ini, mendukung konsep Porter dan Kramer (2006) tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Kontribusi pada Value Chain

Terdapat dua hal yang mendukung perusahaan dalam menciptakan *margin*. Pertama, *support activities* yang terdiri dari *firm infrastructure, human resource management, technology development*, dan *procurement*. Kedua, *primary activities* yang terdiri dari *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales*, dan *services*. *FRIENDLY Aquaphonics* mampu memberikan kontribusi pada *value chain* Kampung Laut. Kontribusi tersebut khususnya dari sisi *support activity* pada pembangunan teknologi yang mampu berkontribusi pada *primary*

activities yaitu *inbound logistic* (terjaminnya bahan baku Kampung Laut dari segi kualitas, kuantitas, dan harga), *operations* (porsi ukuran untuk menu makanan terkontrol dengan baik), *outbound logistic* (bahan baku yang *fresh* menghasilkan menu yang lebih terjamin kesehatannya), serta *marketing and sales* (CSR ini dapat digunakan sebagai pendukung sarana promosi dan inovasi yang menarik). Kontribusi tersebut tentunya akan memberikan dampak positif pada peningkatan *margin* di Kampung Laut. Penggambaran kontribusi *FRIENDLY Aquaphonics* pada *value chain* Kampung Laut dapat digambarkan pada Lampiran 5.

2. Kontribusi pada *Context on Competitiveness*

Kontribusi terhadap *context on competitiveness* dibagi menjadi empat yaitu mengenai: *context of firm strategy and rivalry* (kesesuaian tipe strategi dan persaingan perusahaan), *local demand conditions* (tuntutan perusahaan untuk meningkatkan standar kualitas produk dan jasanya terkait: keamanan produk, terciptanya persaingan yang sehat, memperbaiki lingkungan, dan kinerja sosial), *related and supporting industries* (terdukungnya proses beroperasi perusahaan khususnya terkait bahan baku yang digunakan), serta faktor *input conditions* (kondisi infrastruktur yang mengembangkan kemampuan tenaga kerja dalam melakukan proses produksi). Terkait dengan hal tersebut, CSR *FRIENDLY Aquaphonics* dapat merangkul konteks *competitiveness* bagi Kampung Laut dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Konteks strategi dan persaingan perusahaan

FRIENDLY Aquaphonics ini sesuai dengan tipe matriks IE yang terdapat di Kampung Laut (Lampiran 1d), sehingga dapat menunjukkan bahwa *FRIENDLY Aquaphonics* mampu memberikan kontribusi pada pelaksanaan strategis perusahaan yaitu dengan pengembangan produk. Pengembangan produk bagi Kampung Laut adalah makanan yang sebelumnya dengan konsep *fresh* menjadi *fresh* dan organik. Pengembangan dari sisi suasana yang dimiliki Kampung Laut pun dapat memiliki ciri khas dan perbedaan jika dibandingkan restoran lainnya khususnya pada lokasi penyimpanan bahan baku.

b. *Related and Supporting Industries*

Permasalahan bahan baku Kampung Laut dapat terselesaikan melalui CSR *FRIENDLY Aquaphonics*. Melalui program CSR ini, pasokan bahan baku Kampung Laut semakin lancar dan bahkan berbiaya lebih rendah dengan harga bahan baku yang lebih terkontrol, serta dapat mendukung beroperasinya perusahaan dalam hal penyimpanan bahan baku yang telah terstandarisasi "*fresh*" saat akan digunakan. Bahkan, mendukung penciptaan atmosfer *physical evidence* Kampung Laut bagi konsumennya.

c. *Factor Input Conditions*

Dengan adanya *FRIENDLY Aquaphonics*, Kampung Laut dapat memperoleh daya saing yaitu melalui dukungan infrastruktur

teknologi untuk mendukung proses karyawan dalam mengolah bahan baku menjadi makanan. Dengan kualitas bahan baku yang tinggi, karyawan akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas pula dan tentunya akan meningkatkan daya saing Kampung Laut.

d. Local Demand Conditions

Tuntutan akan semakin meningkatnya kualitas produk dan jasa dapat dijawab oleh Kampung Laut melalui *FRIENDLY Aquaphonics*. Kualitas produk yang diberikan dapat menjamin standarisasi makanan yang sehat karena Kampung Laut dapat melakukan kontrol secara langsung atas bahan baku yang tersedia, kualitas jasa penyediaan tempat yang lebih nyaman dan asri, serta dampak perusahaan beroperasi baik itu pada masyarakat dan lingkungan dapat teratasi dengan baik. Selain itu, hubungan dengan sosial dan lingkungan dapat terjalin dengan baik (mengingat tambak semakin sedikit yang menyebabkan warga sulit mengakses tambak – tambak, hubungan dengan pemerintah terbangun, dan konsep keramahan pada lingkungan dapat diterapkan).

Selain manfaat, desain program *FRIENDLY Aquaphonics* memiliki kelebihan. Kelebihan tersebut adalah kemampuan aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* dalam meminimalkan kelemahan yang terjadi di program – program CSR lainnya. Mengapa? Berdasarkan teori, terdapat dua pendekatan

dalam melakukan pembangunan kepada masyarakat yang masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan (Mardikanto, 2013:78). Pertama, pembangunan dari atas (*top-down*) yaitu menempatkan pemberi program sebagai pencetus gagasan dengan berasumsi mereka mengetahui yang terbaik untuk masyarakat tanpa harus mendengarkan atau mengakomodasi aspirasi masyarakat. Kedua, pembangunan dari bawah (*bottom-up*), memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta sejak perencanaan dengan asumsi mereka mempunyai kemampuan dalam mengidentifikasi manfaat dan kebutuhan serta cara yang cocok untuk kondisi mereka. Dalam hal ini, sistem pendekatan yang dilakukan dalam merancang bangun CSR *FRIENDLY Aquaphonics* akan berbasiskan pada dua arah yakni tidak hanya memperhatikan pembangunan dari atas melainkan juga memperhatikan pembangunan dari bawah dan dalam hal ini akan disebut dengan *aquaphonics mixed development*. Proses rancang bangun CSR *FRIENDLY Aquaphonics* mengkolaborasikan kedua pendekatan tersebut yaitu dari atas (*top – down*) yakni *FRIENDLY Aquaphonics* sejak awal telah ditentukan (melalui diskusi dengan pihak Kampung Laut dan TMJT) dan sekaligus dari bawah (*bottom – up*) dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk turut serta dalam berinisiatif ketika perencanaan dilakukan (melalui FGD). Kelebihan dan kelemahan dari kedua metode pemberdayaan yang jika digabungkan dapat saling melengkapi terdapat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4. Kelebihan dan Kelemahan Metode Pemberdayaan *Top – Bottom* dan *Bottom – Up*

Top - Bottom	Bottom – Up
<p>Kelemahan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat tidak dapat berperan aktif sehingga pihak pemberi program lebih dominan. - Masyarakat tidak melihat seberapa jauh program dilaksanakan. - Peran masyarakat hanya sebagai penerima dan tidak mengetahui proses pembentukan program dari awal hingga akhir. - Masyarakat akan merasa terabaikan. - Masyarakat menjadi kurang kreatif. 	<p>Kelebihan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peran masyarakat optimal dalam memberikan masukan atau ide – ide kepada pemberi program. - Program dapat sesuai dengan keinginan, ide, dan kebutuhan. - Pemberi program tidak perlu bekerja secara optimal karena peran masyarakat lebih banyak. - Masyarakat menjadi lebih kreatif dalam melaksanakan program.
<p>Kelebihan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat tidak perlu bekerja dan memberi masukan, program dapat dengan sendiri berjalan optimal karena berbasiskan pemberi program. - Hasil yang dikeluarkan lebih optimal karena biaya ditanggung pemberi program. - Dapat mengoptimalkan karyawan dalam menyelenggarakan sebuah program 	<p>Kelemahan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemberi program tidak begitu berharga karena kurang berperan. - Hasil dari sebuah program belum tentu baik, karena terdapat perbedaan tingkat pendidikan dan lebih rendah jika dibandingkan karyawan perusahaan. - Hubungan masyarakat dengan pemberi program tidak akan berjalan baik karena memungkinkan terjadi salah paham karena kurang jelasnya komunikasi tugas masing – masing pihak.
<p style="color: #008080;">↔</p> <p><i>Aquaphonics Mixed Development</i></p> <p>Dengan menyeimbangkan kedua tipe pembangunan ini yaitu dalam bentuk <i>top-down</i> maupun <i>bottom up</i>, rancang bangun CSR <i>FRIENDLY Aquaphonics</i> dapat meminimalkan kelemahan yang terdapat pada masing – masing jenis atau dengan kata lain dapat saling menutupi kekurangan yang ada di masing-masing metode dengan menggabungkannya menjadi satu.</p>	

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, kontribusi Kampung Laut atas pendapatan yang akan diperoleh paguyuban Tambak Mas sejumlah 96 orang petani tambak. Selain itu, berdasar survei yang telah dilakukan pada

beberapa pengunjung konsumen Kampung Laut dan beberapa keluarga di Kawasan Perumahan Puri yang menyatakan tertarik untuk mengunjungi Kampung Laut dan TMJT serta beberapa guru di beberapa sekolah yang menyatakan bahwa akuaponik dapat sekaligus dijadikan pembelajaran (Tabel 4.5), bahkan adanya tanggapan positif dari pihak PRPP selaku pengelola TMJT, maka dapat dikatakan bahwa kemungkinan manfaat atas program *FRIENDLY Aquaponics* tersebut diprediksi dapat diperoleh. Oleh karena itu, dapat diestimasikan bahwa melalui *FRIENDLY Aquaponics* akan diperoleh manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Tabel 4.5. Komentar Potensi Minat Pengunjung terhadap Akuaponik di TMJT

Responden (R)	Komentar
R1	“memang saya suka makan disini, selain cocok dengan menu.. sekalian refreshing.. Seperti yang adek bilang saya kesini bersama rombongan untuk seminar.. o ya sangat senang sekali, setelah kita makan.. kita bisa berombongan melihat ke maerakaca.. intinya kita sangat senang dengan keindahan alam..”
R2	“..ya tertarik”
R3	“..wah bagus ya..”
R4	“ya tertarik juga”
R5	“ya bisa”
R6	“jarang... ya tertarik”
R7	“sangat tertarik untuk mencoba.. dan bisa memberikan pembelajaran untuk siswa siswi”

Sebagai penunjang berjalannya aktivitas CSR *FRIENDLY Aquaponics*, diperlukan adanya sebuah penciptaan komitmen secara bersama dengan peletakan beberapa nilai-nilai mendasar pada nama *FRIENDLY Aquaponics* itu sendiri yaitu pada Gambar 4.10 sebagai berikut:



Gambar 4.10. Logo *FRIENDLY Aquaponics System*

Pada dasarnya aktivitas CSR yang berbasiskan pada *aquaponics system* perlu memiliki nilai – nilai mendasar yang dapat dibangun oleh Kampung Laut yaitu terkait makna *FRIENDLY*, sehingga secara bersama – sama antara Kampung Laut, Paguyuban Tambak Mas (masyarakat), dan TMJT untuk mampu menciptakan *value added* dalam setiap aktivitas kerjasama yang dilakukan, yaitu pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6. Nilai – Nilai dalam *FRIENDLY*

Makna	
F	<p><i>Financial</i> Bahwa fokus Kampung Laut, masyarakat, dan TMJT adalah menciptakan kesuksesan ekonomi, sehingga dalam setiap aktivitas yang ada harus melakukan adanya <i>continuous improvement</i>. Evaluasi dari ketiga pihak harus terus dilakukan.</p>
R	<p><i>Responsibility</i> Fokus utama perusahaan, masyarakat, dan TMJT adalah mampu untuk mencapai performa operasional yang bertanggung jawab yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Turut serta melestarikan lingkungan dalam setiap aktivitas yang dilakukan. b. Secara bersama – sama dapat membangun komitmen untuk ‘saling’: menghargai dalam berkontribusi untuk memberikan pendapat, perencanaan, ataupun pemecahan masalah dan semuanya itu harus memiliki dasar yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. c. Secara bersama - sama dapat membangun komitmen untuk menghargai perjanjian kerjasama yang telah dirumuskan.
I	<p><i>Integrity</i> Setiap pelaksanaan aktivitas CSR haruslah penuh dengan integritas, sehingga setiap jajaran dan posisi dalam departemen CSR baik pada posisi tertinggi hingga paling bawah mampu melaksanakan tugas masing-masing secara totalitas dan tidak setengah-setengah.</p>
E	<p><i>Equity</i> Keadilan dalam pelaksanaan program haruslah diperhatikan supaya kerjasama yang terjalin tidak terputus.</p>
N	<p><i>Natural</i> Kealamian sifat individu harus dibentuk untuk dapat menciptakan budaya yang jujur. Setiap hal yang terjadi dalam perusahaan, TMJT, dan masyarakat yang terkait dengan aktivitas <i>FRIENDLY Aquaphonics</i> haruslah saling dikomunikasikan secara terbuka dan apa adanya. Sehingga, setiap individu dapat berkontribusi dengan maksimal dalam upaya melakukan berbagai perencanaan, perbaikan, ataupun pemecahan masalah secara tepat.</p>
D	<p><i>Develop</i> Fokus utama individu dalam Kampung Laut, masyarakat, dan TMJT adalah menciptakan berbagai ide dan karya yang dapat membangun pertumbuhan secara bersama - sama.</p>

Makna	
L	<p><i>Locality</i> Diharapkan fokus individu dalam Kampung Laut, masyarakat, dan TMJT adalah satu yaitu membangun sumber daya lokal sehingga pertumbuhan kesuksesan ekonomi seperti yang telah dipaparkan pada aspek finansial dapat tercapai.</p>
Y	<p><i>Youth</i> Jiwa dan semangat muda yang kreatif di setiap individu dalam Kampung Laut, masyarakat, dan TMJT perlu dibangun sehingga perkembangan pengetahuan dan munculnya kreativitas untuk mengembangkan program dari waktu ke waktu dapat terbentuk.</p>

Bagaimana detail dari Rancang Bangun CSR Kampung Laut melalui *FRIENDLY Aquaphonics* dari perumusan kebijakan, strategi, dan rancang bangun CSR yang meliputi *Lingkage Stakeholder* dan pemetaan wilayah, rencana operasional, rencana pemasaran, rencana struktur organisasi, rencana SDM (Sumber Daya Manusia), dan rencana keuangan akan dibahas pada poin berikutnya.

4.5. Kebijakan CSR

Menurut Hadi (2011: 126), terdapat empat macam kebijakan dalam pelaksanaan CSR, yaitu kebijakan yang didudukkan sebagai investasi sosial, strategi bisnis, *licence to operate*, dan *risk management*. Kebijakan sebagai investasi sosial berarti kebijakan CSR yang diletakkan untuk memperoleh nilai tambah secara ekonomi selain melakukan pembangunan masyarakat dan lingkungan. Kebijakan strategi bisnis adalah kebijakan CSR yang diletakkan untuk menciptakan daya saing. Kebijakan *licence to operate* adalah kebijakan

CSR yang didudukkan untuk memperoleh legitimasi, pengakuan, dan *image* positif. Sedangkan *risk management* adalah kebijakan CSR yang ditujukan untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat yaitu terkait munculnya risiko komplain negatif kepada perusahaan.

Penempatan kebijakan *FRIENDLY Aquaphonics* akan ditentukan dengan mengintegrasikan keempat jenis kebijakan di atas. Meskipun keempat kebijakan tersebut tampak dikotomis, pengintegrasikan keempat kebijakan dapat dilakukan dengan kembali melihat bahwa terdapat perkembangan cara pandang perusahaan dalam melaksanakan aktivitas CSR yaitu dalam *sinergy* 3P (*profit, planet, dan people*) pada konsep *Triple Bottom Line* (TBL). Artinya, ketika sebuah perusahaan berkontribusi pada aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan juga harus berkontribusi pada profit. Juga sebaliknya perusahaan mampu menggunakan profit untuk membangun sosial dan lingkungannya. *Sinergy* konsep TBL tersebut sejalan dengan konsep Schaltegger dan Wagner (2006:4) yang menyatakan bahwa untuk mencapai kesuksesan secara ekonomi, perusahaan harus mengaitkan pengelolaan aspek lingkungan dan sosial dengan keunggulan kompetitif dan kinerja ekonomi perusahaan dan juga sebaliknya pencapaian kinerja ekonomi tersebut dapat digunakan kembali untuk mencapai kinerja pada aspek lingkungan dan sosialnya.

Pada dasarnya sebuah perusahaan akan dapat memperoleh manfaat ekonomi secara *financial* ketika perusahaan mampu mengintegrasikan aktivitas CSR ke dalam aktivitas inti perusahaan (sebagai investasi sosial yang mampu

memberikan *support* pada aktivitas primer perusahaan). Demikian juga manfaat ekonomi secara *financial* akan diperoleh ketika perusahaan mampu menjadikan CSR sebagai sebuah peluang bisnis bagi perusahaan dalam membangun keunggulan kompetitifnya. Sedangkan manfaat ekonomi secara *non-financial* berupa pengoptimalan risiko dan *licence to operate* pada masa yang akan datang mampu tercipta ketika perusahaan dapat menggandeng *stakeholder* yang memiliki *power*, *urgency*, dan *legitimacy* atas perusahaan untuk menjadi “mitra”. Pengintegrasian tersebut dapat dikaitkan dengan konsep Bhattaracharyya, Sahay, Arora, dan Chaturvedi (2008). Bhattaracharyya, Sahay, Arora, dan Chaturvedi (2008) mengungkapkan bahwa langkah awal dalam melakukan perancangan aktivitas CSR, perusahaan harus melibatkan *stakeholder* yang memiliki *power*, *urgency*, dan *legitimacy* pada perusahaan (Freeman, 1984) dan membawanya untuk mampu berkontribusi pada *value chain* dan *context on competitiveness* (Porter dan Kramer, 2006) bahkan mampu berkontribusi pada *new business opportunity* di perusahaan (Drucker, 2001).

Maka, jika Kampung Laut dapat menggandeng *stakeholder* yang mempunyai *power*, *legitimacy*, dan *urgency* yaitu masyarakat (Paguyuban Tambak Mas) dan salah satu pihak pemerintah (TMJT) menjadi “mitra” dan mampu memasukkan aspek keuntungan secara *financial* dan *non financial* untuk memperoleh pengoptimalan risiko, *licence to operate*, peluang strategi, dan dukungan pada aktivitas inti perusahaan, Kampung Laut akan mampu mengintegrasikan keempat kebijakan menurut Hadi (2011). *FRIENDLY*

Aquaphonics akan membawa Kampung Laut untuk mampu mengintegrasikan keempat kebijakan di atas. Oleh karena itu kebijakan atas program *FRIENDLY Aquaphonics* akan didudukkan sebagai *kebijakan Aquaphonics Mix*. Gambar 4.11 berikut adalah penggambarannya:



Gambar 4.11. Penentuan Kebijakan CSR pada *FRIENDLY Aquaphonics*

Berikut ini adalah penjelasan dari Gambar 4.11:

1. ***FRIENDLY Aquaphonics*, dapat didudukkan sebagai kebijakan investasi sosial.** Kebijakan CSR sebagai investasi sosial melalui *FRIENDLY Aquaphonics* dapat dinyatakan karena terdapat unsur pembangunan lingkungan dan masyarakat bahkan juga mampu mendukung nilai tambah secara ekonomi bagi Kampung Laut di masa yang akan datang. Program *FRIENDLY Aquaphonics* dengan menggandeng pemerintah (TMJT) dan masyarakat sekitar (petani Tambak Mas) akan mampu memberikan nilai tambah ekonomi secara nyata yakni model *partnership* yang menjadikan masyarakat menjadi penyedia bahan baku Kampung Laut mampu

menghemat berbagai biaya – biaya yang terdapat di Kampung Laut bahkan secara non finansial nilai tambah secara ekonomi juga diperoleh yakni keberlangsungan bisnis di masa yang akan datang. Jadi, *FRIENDLY Aquaphonics* mampu diletakkan sebagai sebuah kebijakan Kampung Laut dalam melaksanakan aktivitas CSR - nya sebagai sebuah investasi sosial dimana setiap langkah dalam *FRIENDLY Aquaphonics* sangat berkaitan dengan *core business* Kampung Laut.

2. *FRIENDLY Aquaphonics*, dapat didudukkan sebagai kebijakan strategi

bisnis. Kegiatan *FRIENDLY Aquaphonics* dapat memunculkan berbagai inovasi secara internal di Kampung Laut terkait berbagai menu makanan yang dapat dikatakan bersifat *bio* karena bahan baku yang diolah dengan konsep ramah lingkungan, bahkan Kampung Laut dapat berinovasi dari sisi lokasi dengan memasukkan unsur *Aquaphonics System* sebagai sebuah inovasi lokasi yang belum dimiliki oleh pesaingnya. Dengan demikian, *FRIENDLY Aquaphonics* ini dapat didudukkan sebagai kebijakan CSR dalam menunjang strategi bisnis untuk memunculkan daya saing bagi Kampung Laut (terdapat kesesuaian dengan hasil *preliminary research* terkait strategi yang harus dilakukan Kampung Laut pada matriks IE, dapat dilihat di “Lampiran 1d”).

3. *FRIENDLY Aquaphonics*, dapat didudukkan sebagai kebijakan *licence*

to operate. Sistem *partnership* yang dibangun dalam *FRIENDLY Aquaphonics* yaitu antara Kampung Laut dan Paguyuban Petani Tambak

Mas serta antara Kampung Laut dan TMJT mampu ditujukan untuk memperoleh pengakuan dan legitimasi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa *FRIENDLY Aquaponics* hadir untuk membangun Paguyuban Tambak Mas yang dalam kondisi mengalami berbagai permasalahan terkait penyempitan lahan, perebutan tanah oleh TNI, dan perolehan pendapatan yang tidak stabil. Dengan demikian, ketika Kampung Laut mampu memecahkan permasalahan dan membangun masyarakat, Kampung Laut akan memiliki beberapa peran yaitu selain Kampung Laut mampu membangun perekonomian masyarakat melalui pemberdayaan, Kampung Laut juga mampu menjadi pendukung pemerintah dalam berkontribusi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, sehingga *FRIENDLY Aquaponics* mampu menjadi penengah atas permasalahan yang dihadapi antara TNI dan petani Tambak Mas. Selain itu, model kerjasama dengan TMJT yakni dengan meletakkan lokasi pemberdayaan dengan teknologi akuaponik di TMJT mampu memunculkan sebuah inovasi di TMJT (berdasarkan hasil diskusi dengan pihak marketing dan personalia PRPP). Peluang dilakukannya perjanjian dengan Pemerintah Kota Semarang dapat dilakukan disini, yakni terkait Kampung Laut yang telah membantu TMJT untuk berinovasi bahkan memiliki dampak secara luas yaitu ketika TMJT maju ini berarti Kampung Laut mampu berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan kabupaten dan kota yang memiliki saham di TMJT. Pada akhirnya, dapat dikatakan bahwa melalui *FRIENDLY*

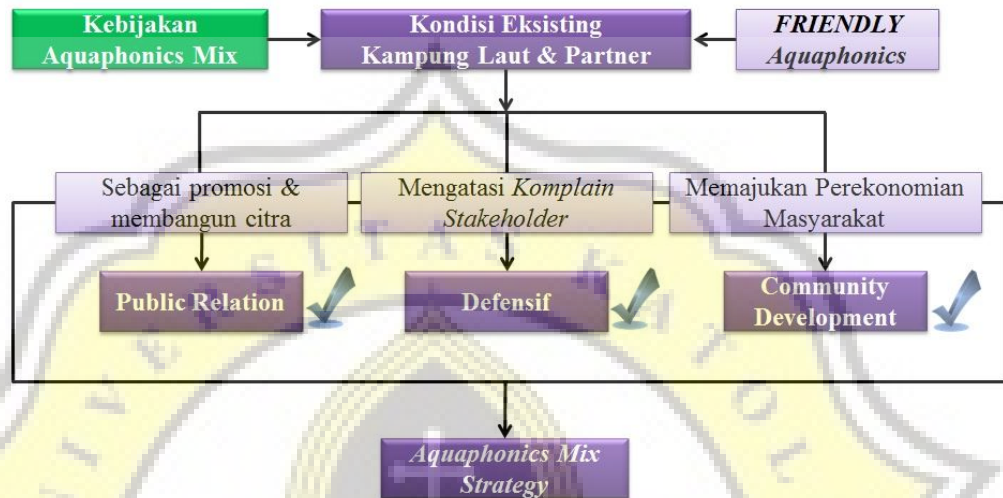
Aquaphonics Kampung Laut akan memperoleh dukungan – dukungan dari masyarakat bahkan pemerintah dalam memperoleh ijin untuk beroperasi.

4. *FRIENDLY Aquaphonics*, dapat didudukkan sebagai kebijakan *risk management*. *FRIENDLY Aquaphonics* yang dilaksanakan dengan cara pemberdayaan masyarakat sekitar akan membawa dampak positif bagi masyarakat. Dampak positif yang diberikan kepada masyarakat yaitu berupa kemajuan secara ekonomi serta *skill* akan memunculkan rasa “memiliki” bagi masyarakat atas Kampung Laut. Dengan demikian, masyarakat akan turut menjaga atau melindungi Kampung Laut atas munculnya risiko – risiko yang tidak diharapkan. Bahkan, *image* negatif masyarakat terhadap perusahaan – perusahaan dan pabrik sekitar tambak yang menurut mereka diduga menyebabkan permasalahan dalam bertani muncul terkait kelancaran pasang surut air (tanggapan saat FGD), tidak akan ditujukan kepada Kampung Laut.

4.6. Strategi CSR

Menurut Hadi (2011:129), terdapat tiga macam strategi CSR yaitu CSR sebagai strategi *public relation* (sebagai promosi dan pembangunan citra), sebagai strategi defensif (mengubah anggapan negatif para *stakeholder*), dan sebagai strategi *community development* (memajukan perekonomian masyarakat). *FRIENDLY Aquaphonics* akan dapat secara sekaligus menjadi ketiga strategi tersebut, sehingga strategi CSR program *FRIENDLY*

Aquaphonics system ini adalah *Aquaphonics Mix Strategy* (dapat digambarkan pada Gambar 4.12).



Gambar 4.12. Penentuan Strategi CSR pada *FRIENDLY Aquaphonics*

Seperti yang telah dinyatakan oleh Hadi (2011:129), bahwa penetapan strategi diturunkan atas dasar arah kebijakan CSR dilakukan. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics*, dapat ditetapkan sebuah strategi CSR yang diturunkan dari jenis kebijakan sehingga aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* ini merangkul seluruh kebijakan CSR. Berikut ini adalah penjelasan Gambar 4.16:

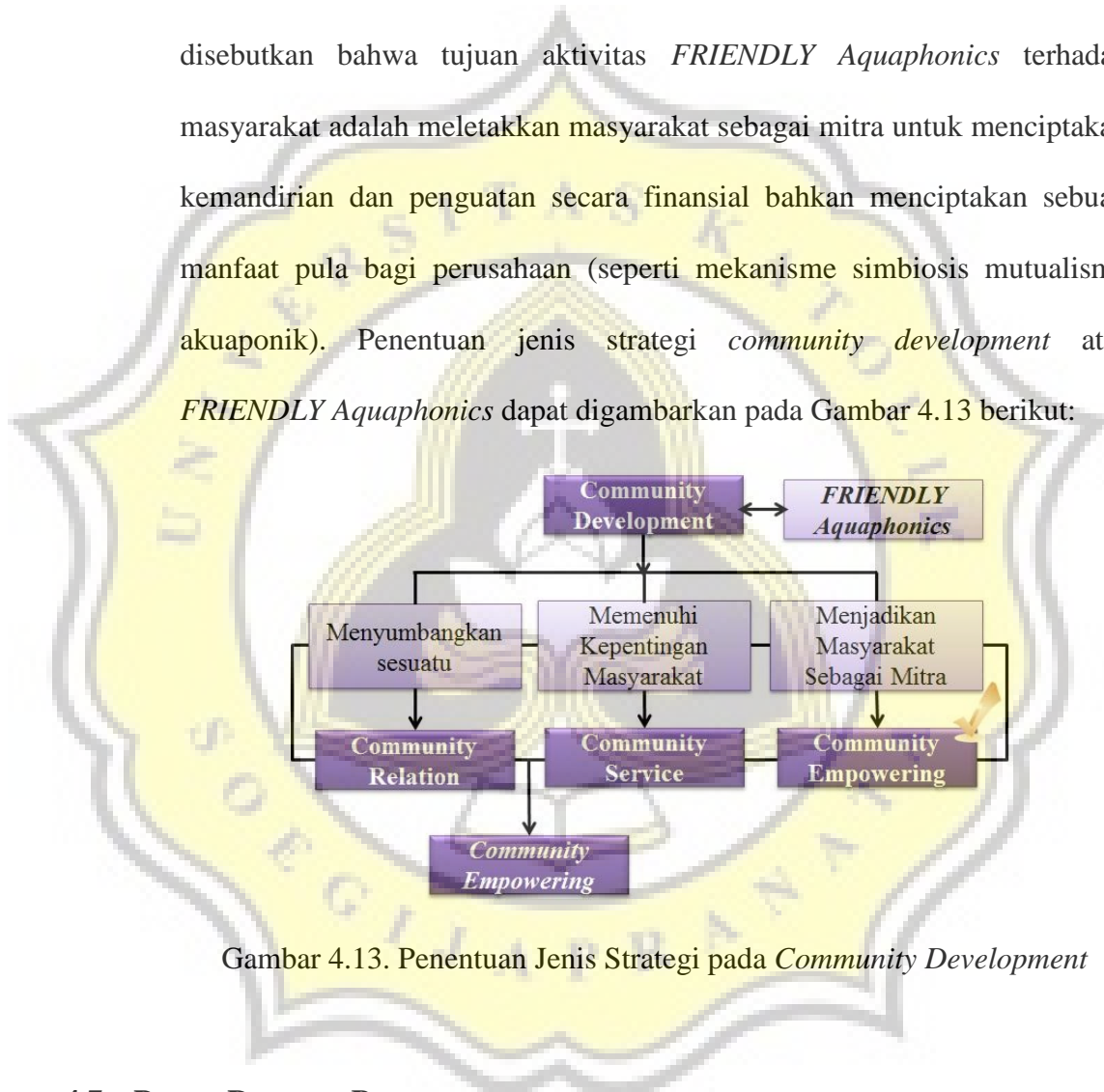
1. ***FRIENDLY Aquaphonics sebagai strategi public relation***. Pada dasarnya, *FRIENDLY Aquaphonics* dapat menjadi sebuah sarana Kampung Laut untuk melakukan kegiatan promosinya khususnya dalam membangun *brand* dan juga membangun citra. Berbagai kegiatan promosi dapat dilakukan melalui teknologi akuaponik sebagai suatu pesona baru yang menarik dan

menunjukkan niat baik Kampung Laut kepada pertumbuhan ekonomi (akan dibahas lebih lanjut pada aspek pemasaran).

2. ***FRIENDLY Aquaphonics* sebagai strategi defensif.** Salah satu komentar yang muncul saat FGD dengan warga paguyuban Tambak Mas adalah saat ini saluran air kurang lancar karena mulai banyak tembok – tembok bangunan di sekitar tambak. Melalui *FRIENDLY Aquaphonics*, Kampung Laut dapat menghindari tuduhan negatif warga atas hal tersebut. Akan tetapi, justru akan memperoleh pujian yang positif karena melaksanakan program *FRIENDLY Aquaphonics* karena mampu memberikan kontribusi yang positif bagi solusi atas masalah yang mereka hadapi (lihat Tabel 4.1).

3. ***FRIENDLY Aquaphonics*, sebagai strategi *community development*.** Tujuan dari program *Aquaphonics* ini adalah juga untuk memajukan perekonomian masyarakat. Seperti yang telah dijelaskan bahwa konsep CSR *FRIENDLY Aquaphonics* adalah dengan menjadikan masyarakat sebagai mitra dan berperan sebagai *supplier*. Tentunya, dalam hal ini aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* mampu meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat sekitar (petani paguyuban Tambak Mas). Menurut Hadi (2011:130), terdapat tiga macam strategi *community development* yaitu *community relation* (menyumbangkan sesuatu, bersifat jangka pendek, bentuk kegiatan adalah kedermaan atau *charity*, habis pakai, dan *incidental*), *community service* (memenuhi kepentingan masyarakat dan berperan sebagai fasilitator saja), dan *community empowering* (menjadikan

masyarakat sebagai mitra, menunjang kemandirian, dan memberikan penguatan). Dalam hal ini, *FRIENDLY Aquaponics* akan didudukkan sebagai *community empowering* karena seperti sifat – sifat yang telah disebutkan bahwa tujuan aktivitas *FRIENDLY Aquaponics* terhadap masyarakat adalah meletakkan masyarakat sebagai mitra untuk menciptakan kemandirian dan penguatan secara finansial bahkan menciptakan sebuah manfaat pula bagi perusahaan (seperti mekanisme simbiosis mutualisme akuaponik). Penentuan jenis strategi *community development* atas *FRIENDLY Aquaponics* dapat digambarkan pada Gambar 4.13 berikut:



Gambar 4.13. Penentuan Jenis Strategi pada *Community Development*

4.7. Proses Rancang Bangun

1. *Linkage Stakeholder* dan Pemetaan Wilayah Program

Linkage stakeholder telah dilakukan khususnya kepada masyarakat (Paguyuban Petani Tambak Mas) dan pemerintah (TMJT). Terdapat

kesesuaian – kesesuaian konsep *FRIENDLY Aquaponics* dengan permasalahan dan kebutuhan yang mereka hadapi yang juga sesuai dengan kebutuhan Kampung Laut (permasalahan masing – masing pihak terdapat pada gambaran umum perusahaan, TMJT, dan Paguyuban Tambak Mas). Keterkaitan tersebut dapat digambarkan pada Gambar 4.14 sebagai berikut:



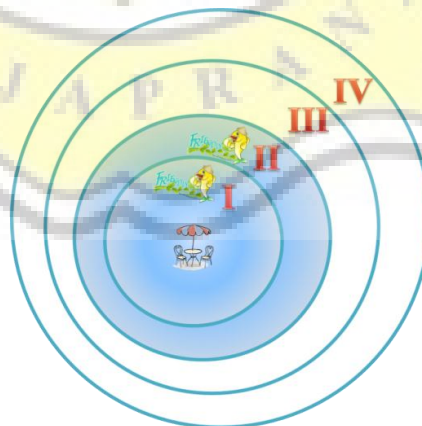
Gambar 4.14. Skema kesesuaian *FRIENDLY Aquaponics* antar Pihak

Oleh karena itu, wilayah penerima program *FRIENDLY Aquaponics* adalah Paguyuban Petani Tambak Mas dan Pihak PRPP selaku pengelola TMJT. Model CSR *FRIENDLY Aquaponics* yang menggandeng *stakeholder* sebagai mitra bagi Kampung Laut, tidak lepas dari berbagai risiko terjadinya konflik. Oleh karena itu, dalam melakukan *linkage stakeholder* juga perlu dilakukan berbagai perjanjian secara hukum antara Kampung Laut, masyarakat, dan pihak TMJT. Gambar 4.15 di bawah ini adalah peta pemetaan wilayah *FRIENDLY Aquaponics*:



Gambar 4.15. Peta Pemetaan Wilayah *FRIENDLY Aquaphonics*

Menurut Wibisono (2007:137), terdapat pembagian wilayah pelaksanaan CSR, yaitu Ring I (wilayah berhimpitan dengan perusahaan), Ring II (wilayah di sekitar perusahaan), Ring III (Wilayah di sekitar pabrik lebih dari ring II), dan Ring IV (seluruh wilayah). Dalam hal ini pelaksanaan *FRIENDLY Aquaphonics* akan fokus pada Ring I (TMJT) dan Ring II (Paguyuban Tambak Mas). Gambar 4.16 berikut ini adalah penggambaran pembagian wilayah pelaksanaan CSR *FRIENDLY Aquaphonics*:



Gambar 4.16. Pemetaan Wilayah *FRIENDLY Aquaphonics*

2. Rencana Operasional

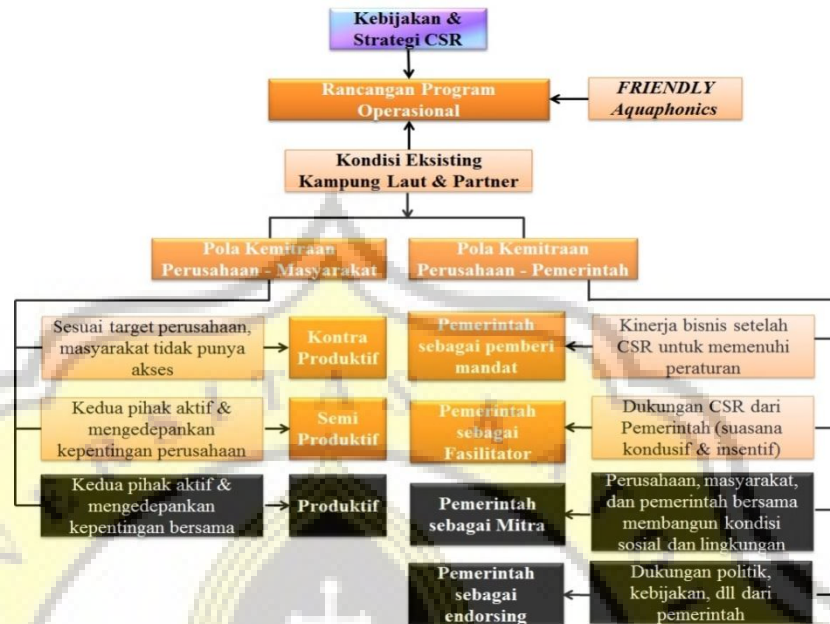
Pada aspek rencana operasional akan dibahas dua jenis yaitu perencanaan operasional pelaksanaan dan langkah – langkah CSR menurut pola kemitraannya serta rencana operasional secara teknis (*business plan*).

Program CSR yang akan dirancang bagi Kampung Laut adalah berbasiskan pada *FRIENDLY Aquaponics* dengan jenis kebijakan CSR *Aquaponics Mix* dan *Aquaponics mixed strategy*. Sehingga sebagaimana yang telah menjadi dasar, setiap aktivitas dari *FRIENDLY Aquaponics* akan dilakukan dengan pendekatan mekanisme simbiosis mutualisme teknologi akuaponik mitra sehingga hubungan jangka panjang (*long term partnership*) dapat terwujud.

Menurut Wibisono (2007:104) terdapat beberapa skenario kemitraan yang dapat dilakukan antara perusahaan dan masyarakat, yaitu: pola kemitraan kontra produktif (menyesuaikan target perusahaan), pola kemitraan semi produktif (saling berperan aktif dan mengedepankan kepentingan perusahaan), dan pola kemitraan produktif (kedua pihak aktif dan mengedepankan kepentingan bersama). Sesuai dengan pendekatan yang digunakan dalam *FRIENDLY Aquaponics* yang berbasiskan pada analogi mekanisme simbiosis mutualisme teknologi akuaponik, pola kemitraan yang akan dibangun antara Kampung Laut dan masyarakat adalah pola kemitraan produktif yaitu dengan mengutamakan kepentingan bersama. Dengan

mengutamakan kepentingan bersama, aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* dapat berlangsung secara berkelanjutan, optimal, dan tidak terputus.

Sementara itu, menurut Wibisono (2007:110), pola CSR antara pemerintah dan dunia usaha terdapat beberapa macam yaitu pemerintah sebagai pemberi mandat (kinerja CSR untuk memenuhi aturan), pemerintah sebagai fasilitator (dukungan CSR dilaksanakan melalui suasana kondusif dan pemberian insentif atau penghargaan jika melaksanakan aktivitas CSR), pemerintah sebagai mitra (perusahaan, masyarakat, dan pemerintah bersama membangun kondisi sosial, dan lingkungan), serta pemerintah sebagai *endorsing* (dukungan politik, kebijakan, dll. dari pemerintah). Dalam hal ini pola yang terbentuk dalam *FRIENDLY Aquaphonics* adalah pemerintah sebagai mitra dan juga sebagai *endorsing*. Hal tersebut dikarenakan, kebutuhan Kampung Laut akan dukungan politik dan kebijakan dari pemerintah yang secara bersamaan sebenarnya hal tersebut dapat ditempatkan pemerintah sebagai mitra yakni bersama-sama untuk membangun kondisi sosial di wilayah sekitarnya. Gambar 4.17 berikut akan memberikat penggambaran atas pola operasional *FRIENDLY Aquaphonics*:



Gambar 4.17. Pola Operasional *FRIENDLY Aquaponics*

Untuk menunjang terjalannya pelaksanaan antara Kampung Laut – Petani Tambak Mas dan Kampung Laut – TMJT, adapun beberapa langkah yang dapat dilakukan:

a. Antara Kampung Laut – Petani Tambak Mas

Berdasarkan hasil FGD dengan warga paguyuban Tambak Mas, berikut ini adalah langkah – langkah yang dapat dilakukan saat *FRIENDLY Aquaponics* ini dilaksanakan:

1) Sosialisasi program melalui kepala paguyuban (Bp. Chadig)

Sosialisasi *FRIENDLY Aquaponics* dapat dilakukan dengan menghubungi kepala paguyuban dan mengkomunikasikan apa itu akuaponik, mekanisme akuaponik, dan keuntungan apa yang diperoleh masyarakat ketika menjalankan akuaponik tersebut

(perhitungan biaya produksi dan peningkatan pendapatan yang diperoleh, hal ini akan dibahas lebih lanjut di aspek finansial).

2) Pemberian Motivasi

Pemberian motivasi dapat dilakukan dengan menyampaikan berbagai manfaat ketika masyarakat mampu memiliki penghasilan yang lebih yakni dapat dilakukan dengan menentukan sistem kerjasama yang dilakukan yaitu dengan menentukan model pendapatan yang diperoleh masyarakat yaitu terdapat pendapatan tetap dan pendapatan bonus ketika memungkinkan untuk diberikan.

3) Pelatihan Mekanisme Teknologi Akuaponik

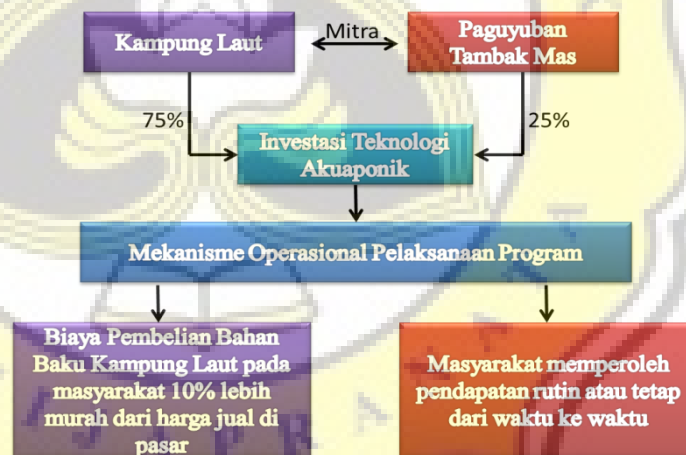
Pelatihan mekanisme teknologi akuaponik dapat dilakukan dengan mengajak masyarakat untuk praktik pada media mini *aquaphonics*.

4) Perjanjian (Mekanisme Hubungan Kerja)

Berdasarkan hasil FGD dengan lima orang dari Paguyuban Tambak Mas, bentuk kerjasama yang diinginkan adalah mereka memperoleh pendapatan yang bersifat tetap (gaji pokok) dan pendapatan tambahan jika hasil yang diproduksi lebih (bonus).

Bentuk *partnership* yang akan dilakukan adalah masyarakat memproduksi ikan dan sayuran melalui teknologi akuaponik dengan jumlah yang dibutuhkan oleh Kampung Laut. Dalam hal tersebut, masyarakat akan memperoleh pendapatan yang bersifat

tetap. Pendapatan tambahan akan diperoleh masyarakat dari hasil produksi tambahan sayuran yang digunakan untuk menyesuaikan hasil produksi ikan. Harga jual sayuran dan ikan dari masyarakat kepada Kampung Laut adalah 10% lebih rendah dari harga yang ada di pasar. Model investasi yang dilakukan adalah investasi teknologi akuaponik pada lahan kosong TMJT yakni dengan proporsi 25% dari masyarakat dan 75% dari Kampung Laut (pembahasan proporsi investasi ini akan dibahas lebih lanjut pada aspek finansial). Mekanisme hubungan kerja dapat digambarkan pada Gambar 4.18 di bawah ini:



Gambar 4.18. Mekanisme Hubungan Kerja

5) Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan *FRIENDLY Aquaponics* akan dilakukan dengan memulai budidaya akuaponik dan kemudian dilanjutkan dengan pemanenan yang akan langsung digunakan oleh

Kampung Laut sebagai bahan baku. Dalam pelaksanaannya akan dilakukan pertemuan antara kepala tim kelompok-kelompok paguyuban setiap seminggu sekali untuk melaporkan yang terjadi di lapangan (apakah terdapat kendala). Dalam hal ini, pelaksanaan kegiatan *FRIENDLY Aquaponics* antara Kampung Laut dan masyarakat akan dibahas lebih lanjut di aspek operasional berbasiskan *business plan*.

6) Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan setiap bulan dengan tujuan untuk melihat apakah manfaat bersama sudah benar – benar tercapai pada masing – masing pihak.

7) Pemberdayaan Berkelanjutan (*Sustainable Empowerment*)

Pemberdayaan yang berkelanjutan perlu diperhatikan yakni terkait pertumbuhan manfaat atas kegiatan *FRIENDLY Aquaponics* dari waktu ke waktu. Hal tersebut dapat dilakukan dengan inovasi aktivitas CSR di masa yang akan datang (misalnya : pengembangan pemberdayaan dalam pengadaan pakan ikan di *FRIENDLY Aquaponics* masyarakat dapat memproduksi sendiri melalui penggunaan sisa makanan yang ada di Kampung Laut untuk diolah menjadi pellet (pakan ikan). Dengan ada perkembangan – perkembangan inovasi atas aktivitas CSR, pemberdayaan yang berkelanjutan dapat terwujud.

b. Antara Kampung Laut – TMJT

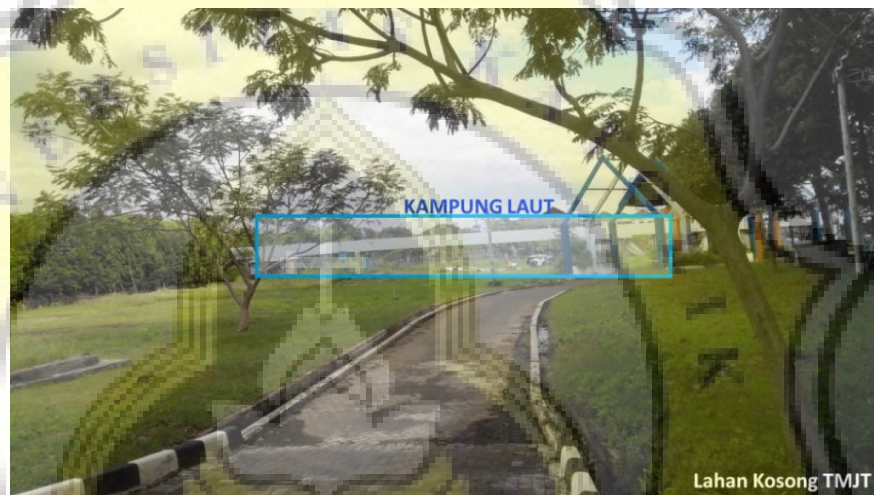
Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak PRPP selaku manajemen TMJT, kerjasama dapat dilakukan dengan memposisikan Kampung Laut sebagai investor. Sehingga terdapat poin – poin penting yang harus disampaikan ketika program *FRIENDLY Aquaphonics* dilaksanakan:

- 1) Pengantar manfaat *FRIENDLY Aquaphonics* bagi Direktur PRPP.
- 2) Sistem kontrak kerjasama yang menyatakan bahwa *FRIENDLY Aquaphonics* adalah milik Kampung Laut dan Kampung Laut dan masyarakat akan selalu terjamin terkait ijin beroperasi menempati wilayah tersebut.

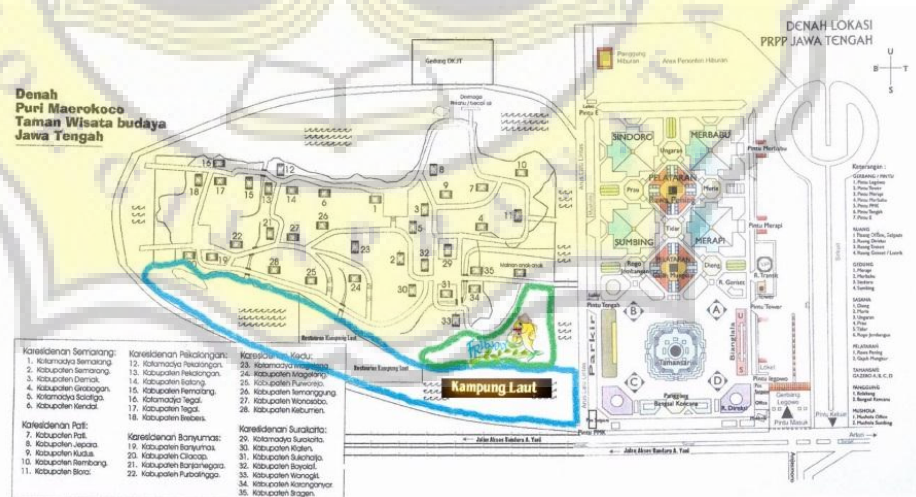
Selain hal – hal di atas dibutuhkan perencanaan operasional dari sudut pandang *business plan* karena hasil atau *output* program *FRIENDLY Aquaphonics* akan digunakan sebagai bahan baku di Kampung Laut. Menurut Abrams (2005: 79), terdapat aspek – aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan perencanaan operasional yaitu meliputi lokasi dan fasilitas, perencanaan produksi, peralatan dan teknologi, pembelian bahan baku, kontrol kualitas, penyediaan dan distribusi, dan penentuan anggaran produksi (Solihin, 2007).

a. Lokasi dan Fasilitas

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian awal, lokasi *FRIENDLY Aquaponics* akan berada di TMJT dengan menggunakan lahan kosong yang berada di belakang persis Kampung Laut. Gambar 4.19 dan 4.20 akan memberikan penggambaran lokasi TMJT :



Gambar 4.19. Lahan Kosong di TMJT



Gambar 4.20. Peletakan *FRIENDLY Aquaponics* di TMJT

Pemilihan lokasi ini dirasa strategis yaitu ketika *FRIENDLY Aquaphonics* diletakkan di TMJT terdapat sejumlah manfaat bersama yang dibangun yaitu:

1. Lokasi cukup luas yaitu berkisar 3000 m².
2. Lokasi sangat berhimpit dengan Kampung Laut, maka akses mengambil bahan baku dan kontrol terhadap program *FRIENDLY Aquaphonics* menjadi mudah.
3. Lokasi sangat berhimpit dengan Kampung Laut, sehingga ketika konsumen datang ke Kampung Laut jika melihat terdapat hal baru di TMJT, mereka akan sekaligus mengunjungi TMJT. Sebaliknya, ketika TMJT ramai dikunjungi, setelah berkunjung pengunjung dapat sekaligus mengunjungi Kampung Laut untuk makan.
4. Lokasi juga dekat dengan tempat tinggal petani paguyuban Tambak Mas (kurang lebih dapat ditempuh dalam waktu 7 menit dengan menggunakan kendaraan bermotor).

b. Perencanaan Produksi

Produk dari program *FRIENDLY Aquaponics* adalah berupa ikan dan sayuran segar dan organik yang akan digunakan sebagai bahan baku di Kampung Laut setiap harinya. Perencanaan bahan baku ini akan berbasiskan kebutuhan bahan baku di Kampung Laut (data kebutuhan bahan baku ini berbasiskan pada kondisi saat peneliti melakukan pengumpulan data sehingga memungkinkan terjadi perubahan pada waktu yang akan datang). Sebelum melakukan perencanaan produksi, Tabel 4.7 dan 4.8 berikut adalah tabel kebutuhan bahan baku di Kampung Laut untuk ikan (per minggu) dan sayuran (per hari):

Tabel 4.7. Kebutuhan Beberapa Ikan Kampung Laut per Minggu

No	Jenis Ikan	Jumlah (kg)	Berat satuan (kg)	Jumlah (ekor)
1	Gurami	300 kg	0,6	500
2	Nila	50 kg	0,5	100
3	Lele	10 kg	0,2	50
4	Bandeng	300 kg	0,25	1200
5	Malas	10 kg	0,3	34
6	Kerapu	50 kg	0,5	100
7	Patin	50 kg	0,7	72
8	Bawal	10 kg	0,4	25
9	Udang	100 kg	0,1	1000

Sumber: Data primer (wawancara *owner* Kampung Laut pada Agustus 2014)

Tabel 4.8. Kebutuhan Sayuran di Kampung Laut

No	Jenis Sayuran	Jumlah Belanja Harian (kg)						
		Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
1	Kangkung	16	16	16	16	30	54	54
2	Tomeo	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1.5	1.5
3	Kol	1	1	1	1	2	3	3
4	Sawi Putih	0.5	0.5	0.5	0.5	1	1.5	1.5
5	Sawi Hijau	4	4	4	4	8	14	14
6	Sawi Sendok	4	4	4	4	8	14	14
7	Brokoli	5	5	5	5	18	43	40
8	Baby Buncis	4	4	4	4	8	14	14
9	Kailan	4	4	4	4	8	14	14
10	Baby Kailan	6	6	6	6	11	20	20
11	Pweling	3	3	3	3	5	8	8
12	Sayur Genjer	3	3	3	3	5	8	8
13	Rumput Laut	1.5	1.5	1.5	1.5	3	6	6

Sumber: data primer (wawancara *owner* dan kepala persediaan Kampung Laut)

c. Peralatan dan Teknologi

Peralatan dan teknologi yang digunakan adalah teknologi akuaponik. Peralatan yang dibutuhkan untuk membangun akuaponik adalah sama seperti membangun kolam ikan, hanya saja filter akan berukuran lebih besar dan menggunakan tanaman. Tabel 4.9 berikut ini adalah tabel peralatan dan teknologi yang digunakan:

Tabel 4.9. Kebutuhan Teknologi dan Peralatan

No	Nama	Harga (Rp)	Jumlah	Umur Ekonomis	Total Biaya (Rp)
1	Jaring	5.000	10	1 tahun	50.000
2	Gunting Sayuran	10.000	10	1 tahun	100.000
3	Gerobag beralas terpal	100.000	5	1 tahun	500.000
4	Teknologi dan Bangunan Akuaponik	300.000/m ²	1760 m ²	20 tahun	528.000.000
TOTAL BIAYA					528.650.000

Untuk mengetahui luas media teknologi akuaponik, perlu disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku di Kampung Laut. Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu luas kolam, volume air, dan luas *growbed* (media tanam):

1. Luas kolam yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan ikan di Kampung Laut

Kebutuhan luas kolam untuk ikan diperhitungkan dengan mempertimbangkan kebutuhan ikan setiap minggunya serta masa panen. Total kebutuhan luas kolam diperoleh dengan mengalikan luas kolam yang dibutuhkan untuk menghasilkan kebutuhan ikan satu minggu (satu periode) dan kemudian mengkalikannya dengan masa panen (dalam mingguan). Tabel 4.10 berikut ini adalah perhitungannya:

Tabel 4.10. Luas Kolam Ikan yang Dibutuhkan

Jenis ikan	Kebutuhan (kg)	Kebutuhan (ekor)	Luas utk 1 minggu (m ²)	Jumlah Kolam (unit)	Total Luas (m ²)
Gurami	300	500	60	14	840
Nila	50	100	10	14	140
Lele	10	50	2	10	20
Malas	10	34	2	22	44
Kerapu	50	100	10	28	280
Patin	50	72	10	28	280
Bawal	10	25	2	8	16
Udang	100	1000	10	14	140
Ikan A	Langsung di tambak Kampung Laut				
Total Luas					1760m²

Keterangan: Jumlah unit kolam yang dibutuhkan diperoleh dari masa panen dalam mingguan (contoh : masa panen gurami 3,5 bulan atau 14 minggu, maka kolam yang dibutuhkan 14 unit).

2. Luas *Growbed* yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan Kampung Laut

Kebutuhan luas *growbed* akan diperoleh berdasarkan luas yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan Kampung Laut setiap harinya (Senin sampai dengan Minggu). Luas yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan setiap harinya = kebutuhan harian x kebutuhan *growbed* perhari x masa panen. Total luas kebutuhan akan diperoleh dengan menjumlahkan luas yang dibutuhkan untuk mencukupi kebutuhan setiap harinya = luas untuk mencukupi setiap hari Senin + Selasa + Rabu +dst. Luas *grow bed* yang dibutuhkan ada pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11. Luas *Growbed* yang Dibutuhkan

Jenis Sayuran	Kebutuhan media tanam per kg (cm ²)	Masa Panen (Minggu)	Kebutuhan Luas per kebutuhan (cm ²)							Luas Total
			Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	
Kangkung	800	4	51200	51200	51200	51200	96000	172800	172800	646400
Tomeo	800	4	1600	1600	1600	1600	3200	4800	4800	19200
Kol	625	8	5000	5000	5000	5000	10000	15000	15000	60000
Sawi Putih	400	5	1000	1000	1000	1000	2000	3000	3000	12000
Sawi Hijau	400	5	8000	8000	8000	8000	16000	28000	28000	104000
Sawi Sendok	400	5	8000	8000	8000	8000	16000	28000	28000	104000
Brokoli	635	8	25400	25400	25400	25400	91440	218440	203200	614680
Baby Buncis	800	2	6400	6400	6400	6400	12800	22400	22400	83200
Kailan	400	4	6400	6400	6400	6400	12800	22400	22400	83200
Baby Kailan	400	2	4800	4800	4800	4800	8800	16000	16000	60000
Pweling	800	4	9600	9600	9600	9600	16000	25600	25600	105600
Sayur Genjer	800	4	9600	9600	9600	9600	16000	25600	25600	105600
Rumput Laut	langsung di tambak									0
Total Luas (cm²)										1997880
Total Luas (m²)										200

Sumber : Bapak Mahmudi

Jika memperhatikan jumlah luas kolam ikan dan tanaman dirasa tidak seimbang. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyesuaian dengan melakukan penambahan tanaman. Luas *Growbed* yang disarankan adalah 25% dari luas kolam ikan. Maka, sisa luas kolam ikan yang masih bisa digunakan untuk menanam sayuran adalah sebesar $440\text{m}^2 - 200\text{m}^2 = 220\text{m}^2$. Lahan seluas 220m^2 ini nantinya akan digunakan untuk menanam kangkung yang dapat dijual secara bebas oleh masyarakat. Kangkung menjadi pilihan karena kangkung adalah salah satu sayuran yang diminati oleh masyarakat luas. Luas 220m^2 dapat menghasilkan kangkung sekitar 98 kg / hari dengan perhitungan = (sisa luas dalam cm^2 : 800cm^2) : masa panen. Masa panen kangkung adalah 28 hari. Sayuran ini nantinya akan dijual oleh masyarakat sebagai pendapatan tambahan mereka ke beberapa pasar - pasar.

d. Operasional Produksi

Operasional produksi akan dijelaskan dengan menggunakan konsep SIPOC (*Supplier, Input, Production, Output, dan Customer*). Selain itu, akan dibahas juga mengenai bagaimana penjadwalan pendistribusian ini dilakukan ke Kampung Laut. Gambar 4.21 berikut ini adalah penggambaran SIPOC:



Gambar 4.21. Diagram SIPOC

Proses *FRIENDLY Aquaponics* ini akan membutuhkan *supplier* bibit ikan, pakan ikan, dan bibit sayuran yang nantinya ketiga hal tersebut akan menjadi input dalam proses budidaya akuaponik dengan hasil ikan dan sayuran konsumsi dengan sifat organik. Setelah siap untuk konsumsi, Kampung Laut akan menjadi konsumen yang menerima sebagian besar *output* dari produk tersebut (sayuran dan ikan menjadi bahan baku Kampung Laut) dan untuk sayuran kangkung yang melebihi kapasitas kebutuhan Kampung Laut yaitu sebesar 98 kg/hari akan dijual ke beberapa restoran lain. Restoran ini meliputi restoran yang berada di Puri Anjasmoro (sekitar rumah warga), terdapat pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12. Tempat Penjualan Kangkung untuk Rumah Makan

Nama Lokasi	Jumlah yg di butuhkan per hari (kg)	Jumlah yg di tawarkan per hari (kg)
WM A	8	8
RM B	7	7
WM C	2.5	2.5
RM D	12.5	12.5
RM E	12	12
WM F	1	1
WM G	3	3
WM F	10	10
WM H	25	25
Pedagang A Pasar Bulu	12.5	12.5
Pedagang B Pasar Bulu	10	4.5
Pedagang C Pasar Bulu	7.5	0
Pedagang F Pasar Bulu	25	0
Total		98

Sumber: Data primer (Wawancara Rumah Makan daerah Puri dan Pedagang di Pasar Bulu)

Adapun perhatian khusus untuk aspek *customer* khususnya bagaimana produk tersebut dapat sampai di Kampung Laut yang akan digunakan sebagai bahan baku. Berikut ini adalah pembahasannya:

Bahan baku ikan setiap hari Selasa akan dilakukan pemindahan ikan yang sudah layak konsumsi ke kolam persediaan Kampung Laut. Seperti biasanya, setiap pagi mulai pukul 10.00 akan mulai dilakukan penangkapan beberapa ikan dan dibersihkan sebagian. Pada dasarnya tidak ada perubahan jadwal yang terkait pengambilan bahan baku oleh Kampung Laut khususnya pada bahan baku ikan.

Tetapi, terdapat aktivitas yang berubah khususnya dalam pengadaan bahan baku sayuran. Aktivitas yang sebelumnya belanja akan digantikan dengan aktivitas memetik sayuran secara langsung yang dilakukan oleh penerima program untuk dibawa ke dapur Kampung Laut. Mulai pukul 08.00 – 10.00 sayuran akan dipetik dan kemudian diantar ke dapur Kampung Laut untuk dibersihkan dan dipotong.

Selain itu juga diperlukan jadwal kegiatan *FRIENDLY Aquaponics* setiap harinya oleh petani Tambak Mas. Pada dasarnya perawatan akuaponik hanya terdiri dari pemberian makan ikan dan kontrol saja. Pemberian makan ikan akan dilakukan 2x sehari yaitu pukul 07.00 dan 17.00. Kontrol dilakukan dengan pengecekan ikan jika ada yang mati maka harus segera dibersihkan. Jadwal kegiatan sehari – hari bagi masyarakat penerima program berada pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13. Jadwal *FRIENDLY Aquaponics*

Waktu	07.00	08.00-10.00	10.00-11.00	17.00
Senin-Rabu	Pemberian Makan dan kontrol Ikan	Pemetikan Sayuran	Selasa (Pertemuan kepala tim kelompok paguyuban dengan manajer CSR)	Pemberian makan ikan
Kamis			Pemindahan ikan konsumsi ke kolam persediaan Kampung Laut	
Jumat Minggu			-	

e. Anggaran Biaya Produksi Per Bulan

1) Ikan

Biaya produksi untuk ikan akan dianggarkan dalam periode bulanan. Biaya – biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan ikan terdiri dari bibit ikan (berkisar 2-4 cm) dan biaya perawatan yaitu pakan ikan. Pembelian bibit ikan akan dilebihkan sebesar 5% dari jumlah yang dibutuhkan oleh Kampung Laut (KL) sebagai estimasi terdapatnya ikan yang mati. Untuk pembesaran 1 kg ikan gurami, nila, lele, patin, bawal, bandeng, dan udang membutuhkan 0.6 kg pakan dengan harga pakan per kg Rp 1800. Sedangkan pembesaran 1 kg ikan kerapu membutuhkan biaya pakan Rp 30.000, dan 1 kg ikan malas membutuhkan biaya pakan Rp 20.000. Tabel 4.14 berikut ini adalah biaya produksi untuk kebutuhan ikan per bulan:

Tabel 4.14. Biaya Produksi Ikan

JENIS IKAN	KEBUTUHAN KL (kg)	Kebutuhan KL (ekor)	Kebutuhan Bibit (ekor)	Harga Bibit (per ekor)	Total Biaya Bibit (Rp)	Total Biaya Perawatan (Rp)	Total Biaya
Gurami	1,200	2,000	2,100	145	304,500	1,296,000	1,600,500
Nila	200	400	420	50	21,000	216,000	237,000
Lele	40	200	210	150	31,500	43,200	74,700
Malas	40	136	143	3,000	428,400	800,000	1,228,400
Kerapu	200	400	420	22,500	9,450,000	6,000,000	15,450,000
Patin	200	288	302	170	51,408	216,000	267,408
Bawal	40	100	105	50	5,250	43,200	48,450
Bandeng	1,200	4,800	5,040	50	252,000	1,296,000	1,548,000
Udang	400	4,000	4,200	50	210,000	432,000	642,000
TOTAL BIAYA IKAN PERBULAN							21,096,458

Keterangan: *kebutuhan bibit dilebihkan 5% dari yang dibutuhkan untuk spekulasi ikan mati, pertahunnya biaya produksi akan mengalami kenaikan harga sebesar 6%.

2) Sayuran

Anggaran biaya produksi untuk sayuran dilakukan secara bulanan. Dalam hal ini, perhitungan biaya produksi dilakukan dengan menggunakan perkiraan harga jual di pasaran memiliki tingkat keuntungan mencapai kisaran 40% (sumber: Bapak Mahmudi). Perhitungan biaya produksi sayuran per kg = 60% x harga jual per kg sehingga diperoleh total biaya produksi = biaya per kg x kebutuhan KL (kg/bulan). Tabel 4.15 berikut ini adalah anggaran biaya produksi untuk sayuran per bulan:

Tabel 4.15. Biaya Produksi Sayuran

Jenis Sayuran	Keb KL (kg/bulan)	Harga jual / kg	BIAYA/kg	TOTAL BIAYA
Kangkung	800	10,000	6,000	4,800,000
Tomeo	20	8,000	4,800	96,000
Kol	40	7,500	4,500	180,000
Sawi Putih	20	5,500	3,300	66,000
Sawi Hijau	200	10,000	6,000	1,200,000
Sawi Sendok	200	7,000	4,200	840,000
Brokoli	400	13,500	8,100	3,240,000
Baby Buncis	200	9,000	5,400	1,080,000
Kailan	200	10,000	6,000	1,200,000
Baby Kailan	300	8,000	4,800	1,440,000
Pweling	120	14,000	8,400	1,008,000
Sayur Genjer	120	6,000	3,600	432,000
Rumput Laut	80	2,000	70	5,600
Kangkung dijual umum	2940	10,000	6,000	17,640,000
TOTAL BIAYA 1 BULAN				33,227,600

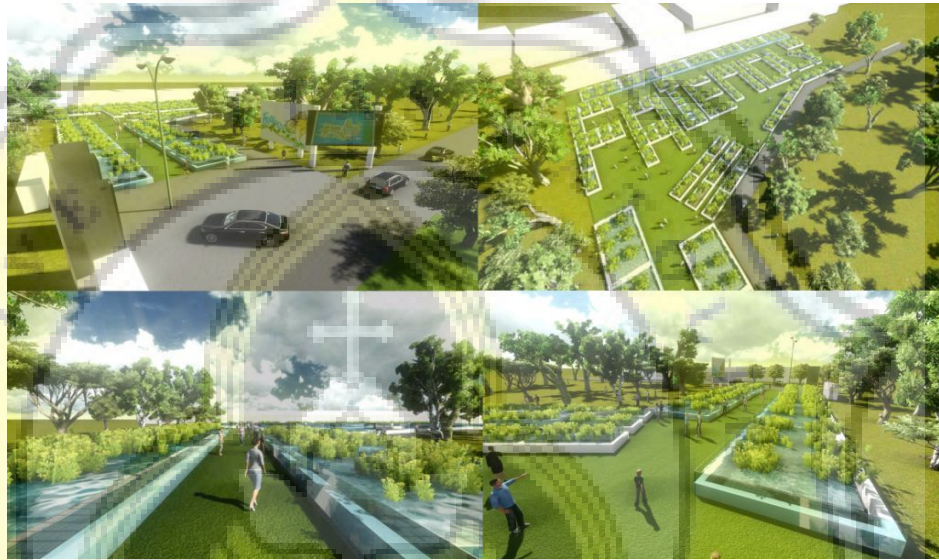
Keterangan :

Biaya produksi akan mengalami kenaikan harga sebesar 6%

Harga jual kangkung berdasarkan pada harga jual umum di pasar

f. Layout dan Desain *FRIENDLY Aquaponics*

Gambar 4.22, 4.23, dan 4.24 berikut adalah penggambaran layout desain *FRIENDLY Aquaponics* yang berada di TMJT dan di Kampung Laut (sebagai perbaikan tempat bahan baku dan inovasi):



Gambar 4.22. Desain Lokasi *FRIENDLY Aquaponics* di TMJT



Gambar 4.23. Desain Perbaikan tempat Persediaan Kampung Laut



Gambar 4.24. Desain Penanaman Tanaman di Kolam Kampung Laut

3. Rencana Pemasaran

Pada dasarnya aspek pemasaran juga perlu diperhatikan dalam pelaksanaan aktivitas CSR. Menurut Rusdianto (2013: 25), pengungkapan CSR dirasa penting karena dapat meningkatkan reputasi perusahaan, melayani tuntutan pemangku kepentingan, membantu perusahaan dalam membuat keputusan, memudahkan investor memahami kinerja perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka aktivitas *FRIENDLY Aquaponics* perlu untuk dikomunikasikan dengan harapan Kampung Laut memperoleh peningkatan reputasi ataupun pendapatan, bahkan komunikasi rencana pemasaran ini juga mampu mendongkrak kepentingan TMJT secara ekonomi. Rencana pemasaran menurut Abrams (2008: 62-68) dalam *business plan* terdapat empat hal yang perlu dirumuskan yaitu ringkasan pesan pemasaran, sarana pemasaran, identifikasi strategi untuk pemasaran

dan penjualan, dan menentukan siapa tim yang akan mengkomunikasikan.

Berikut ini adalah rancangan pemasaran untuk *FRIENDLY Aquaphonics*:

a. Ringkasan Pesan Pemasaran

Terdapat ringkasan pemasaran untuk program CSR *FRIENDLY Aquaphonics* ini, yaitu “*Your all FRIENDLY Solutions*”. Ringkasan pesan pemasaran ini akan tercantum di bawah logo dari ikan itu sendiri. Pesan singkat ini mengandung makna bahwa melalui aktivitas CSR, Kampung Laut dapat memposisikan seluruh *stakeholder* – nya secara sejajar yaitu dengan status persahabatan, sehingga setiap hal yang dilakukan adalah untuk selalu ada dalam membangun solusi bagi kepentingan, perjuangan, dan manfaat bersama. Gambar 4.25 berikut adalah pesan singkat yang berada pada logo *FRIENDLY Aquaphonics*:



Gambar 4.25. Logo *FRIENDLY Aquaphonics* Beserta Pesan Singkat

b. Sarana Pemasaran

Terdapat beberapa macam saluran komunikasi CSR (Rusdianto, 2013:57) yaitu dapat melalui *sustainable reporting*, majalah

internal (dikomunikasikan secara internal di perusahaan baik karyawan yang ada ataupun sudah pensiun), dan media masa (majalah, surat kabar, televisi, radio, dll). Selain itu, menurut Abrams (2008:64) terdapat media lain yang dapat dipergunakan yaitu melalui *website* perusahaan, brosur, iklan internet, bergabung dengan kelompok *networking*, dan lain – lain.

Pada dasarnya sarana pemasaran yang akan dilakukan adalah lebih dari satu sarana, sehingga sarana pemasaran yang dipilih akan berdasarkan tahapan – tahapan di Tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16. Aktivitas Pemasaran

Tahap	Sarana dan Biaya	Aktivitas Pemasaran
1	Baliho (Rp 1.500.000)	Pengkomunikasian CSR melalui Baliho dapat dilakukan dengan mengganti bentuk baliho sebelumnya yakni sebagai berikut: <div data-bbox="987 1182 1330 1612" data-label="Image"> </div>

Tahap	Sarana dan Biaya	Aktivitas Pemasaran
		
2	Surat Kabar (Rp 140.000) http://seputarsemarang.com/tarif-iklan-suara-merdeka-tahun-2014/ dilakukan tiga bulan pertama	Pengkomunikasian mengenai kontribusi dan keberadaan <i>FRIENDLY Aquaphonics</i> dapat dikomunikasikan melalui surat kabar. Adapun kelebihan pengkomunikasian CSR melalui surat kabar yaitu dapat dibaca dimana saja, biaya relatif rendah, dan penyampaian pesan terperinci (Rusdianto, 2013:67).
4	Media sosial (Rp 200.000) <i>Biaya pembuatan video</i>	Pengkomunikasian CSR melalui video di youtube dan media sosial lainnya. Melalui video yang disebar di media sosial, masyarakat dapat melihat visualisasi yang baik untuk menampilkan bentuk aktivitas dan fisik dari <i>FRIENDLY Aquaphonics</i> di TMJT tersebut.
5	Brosur (Rp 900.000) http://percetakanbrosumurah.com/harga-cetak-brosur-murah/	Pengkomunikasian CSR melalui brosur dapat dilakukan khususnya kepada dunia pendidikan seperti TK, SD, SMP, SMA, atau Universitas yang sering melakukan kunjungan yang dikaitkan dengan mata kuliah. Dalam hal ini diharapkan mampu meningkatkan pesona TMJT sekaligus Kampung Laut di dunia pendidikan.
Biaya Pemasaran		Rp 2.740.000 per bulan

*Seluruh sarana digunakan tujuannya adalah untuk menunjukkan kontribusi Kampung Laut terhadap pertumbuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan serta mampu memberikan pesona tersendiri khususnya bagi kemajuan bersama antara Kampung Laut dan TMJT.

c. Merumuskan Strategi Pemasaran dan Penjualan

Menurut Abrams (2008: 66), terdapat beberapa macam strategi pemasaran dan penjualan yaitu kemitraan strategis (bersama pihak lain saling mempromosikan produk), perjanjian lisensi (melisensi hak atas produk untuk di atasnamakan merek tertentu), kesepakatan distribusi (mengatur perusahaan lain untuk turut menjual dan memasarkan produk), penggunaan dagang grosir, dan bekerja dengan agen. Tentunya, model pengkomunikasian Kampung Laut dapat dilakukan dengan strategi pemasaran kemitraan strategis untuk memperoleh pendapatan. Seperti yang telah dibahas dari awal, bahwa peletakkan *FRIENDLY Aquaphonics* di TMJT ditujukan untuk dapat menarik pesona masyarakat terhadap TMJT, bahkan juga sebaliknya ketika masyarakat mengunjungi TMJT mereka dapat terpesona dengan Kampung Laut. Terdapat beberapa macam aktivitas kemitraan strategis yang dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Proses pemasaran yang dapat dilakukan adalah pada restoran Kampung Laut akan disediakan brosur milik TMJT (Geografis Jawa Tengah dan *aquaphonics garden*) sedangkan pada TMJT akan disediakan brosur Kampung Laut (paket makan dan foto pengembangan *Aquaphonics* internal Kampung Laut). Paket makan ini senilai Rp 30.000 (Rp 5000 tiket masuk TMJT dan Rp 25.000

adalah paket makan). Gambar 4.26 berikut ini adalah penggambaran brosur Kampung Laut:



Gambar 4.26. Brosur untuk Sekolah – Sekolah

2) Aktivitas Kunjungan Sekolah – Sekolah ke TMJT

Peningkatan jumlah pengunjung TMJT dapat diprediksi khususnya berpeluang dari siswa-siswi TK, SD, SMP, SMA, dan Universitas dalam maupun luar kota. *FRIENDLY Aquaponics* ini akan mampu memberikan nilai pembelajaran tambahan di TMJT selain pembelajaran mengenai budaya dan susunan geografis di Jawa Tengah. Hal ini didukung dengan adanya aktivitas pemasaran yang sebelumnya telah dilakukan oleh PRPP yang memberikan penawaran ke sekolah – sekolah untuk mengunjungi TMJT.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Bapak Adhim (*marketing PRPP*) hasil yang diperoleh adalah peningkatan jumlah pengunjung berkisar 16% dari tahun 2013 sebesar 30.000 pengunjung dan pada Juli 2014 sebesar 35.000 pengunjung.

Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan pada beberapa guru di beberapa sekolah menyatakan terdapat keterkaitan teknologi akuaponik dengan beberapa kurikulum mata pelajaran dan juga memungkinkan untuk mengajak siswa-siswi melihat dan mengunjungi TMJT. Tabel 4.17 berikut ini adalah beberapa komentar – komentar tersebut:


Tabel 4.17. Komentar Keterkaitan Teknologi Akuaponik pada Pendidikan

Guru Sekolah	Komentar
SMP Negri 1	Itu kalau dikelas 7 ada pelajaran ketrampilan ada 4 aspek : pengolahan, budidaya, kerajinan, sama rekayasa.. Yang ini masuk ke aspek budidaya. Kalau kelas 7 budidaya nya ke pertanian, kalau kelas 8 ikan... jadi itu bisa nyambung. Kemudian itu memang kompetisi dasarnya budidaya adalah modifikasi.... memungkinkan karena kurikulum 2013 budidayanya itu tahap lanjutnya adalah modifikasi.. Seperti kangkung budidayanya dibotol..”
SMP Kristen	“.... juga apabila diperkenankan akan belajar secara langsung dari pembuatan akuaponik itu ...”
SMA Karangturi	“... bahwa aplikasi mata pelajaran biologi pun bisa dimanfaatkan untuk aplikasi lingkungan dan ilmu mereka bermanfaat untuk masa depan dan masa yang akan datang..”

Berdasarkan hal-hal di atas, maka dapat dilakukan estimasi peningkatan minat jumlah pengunjung di TMJT setiap tahunnya sebesar 10%. Estimasi peningkatan ini juga berbasiskan pada komentar dari pihak *marketing* PRPP yang telah melakukan pembagian brosur ke sekolah – sekolah untuk mengunjungi TMJT dan mengalami peningkatan sebesar 5% dalam waktu setengah tahun.

Terdapat beberapa aktivitas yang dapat dilakukan supaya pengunjung juga tertarik untuk mengunjungi Kampung Laut sesudah berwisata di TMJT (selain terdapat brosur yang dibagikan), pada Tabel 4.18 berikut ini:

Tabel 4.18. Aktivitas Komunikasi *FRIENDLY Aquaponics*

Tingkat Pendidikan	Aktivitas oleh Tim Kampung Laut
TK	Menangkap ikan dan memetik sayuran untuk dibawa ke Kampung Laut dan bisa dimasak sesuai dengan menu yang diinginkan. 
SD - 4	Pelajaran IPA terkait pengembangan penggabungan teknologi pertanian dan perikanan oleh Kampung Laut.
SMP - 1	Teknologi Kreatif melalui Akuaponik

Tingkat Pendidikan	Aktivitas oleh Tim Kampung Laut
SMA - 1	Pelajaran Biologi terkait limbah ikan untuk akuaponik, memberikan pembelajaran mengenai kewirausahaan sosial, dan lain-lain.
Universitas	Manajemen – CSR, Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan, ISBD, Manajemen Lingkungan untuk Bisnis, dan lain – lain.

*Ketika Tim Pelaksana ini menyampaikan berbagai penjelasan mengenai *FRIENDLY Aquaponics*, sekaligus menceritakan hal *aquaponics* seperti apa yang ada di Kampung Laut. (Hal ini ditujukan dengan harapan ketika pengunjung menghampiri Kampung Laut juga akan melakukan pemesanan terhadap produk Kampung Laut), bahkan bagi mereka juga akan merekomendasikan kepada keluarga untuk melihat suasana baru Kampung Laut sekaligus makan bersama. Untuk menunjang hal tersebut dapat dilakukan sistem paket makan di Kampung Laut + tamasya TMJT (Rp. 30.000 yang terdiri Rp. 25.000 paket makan dan Rp.5000 biaya masuk TMJT).

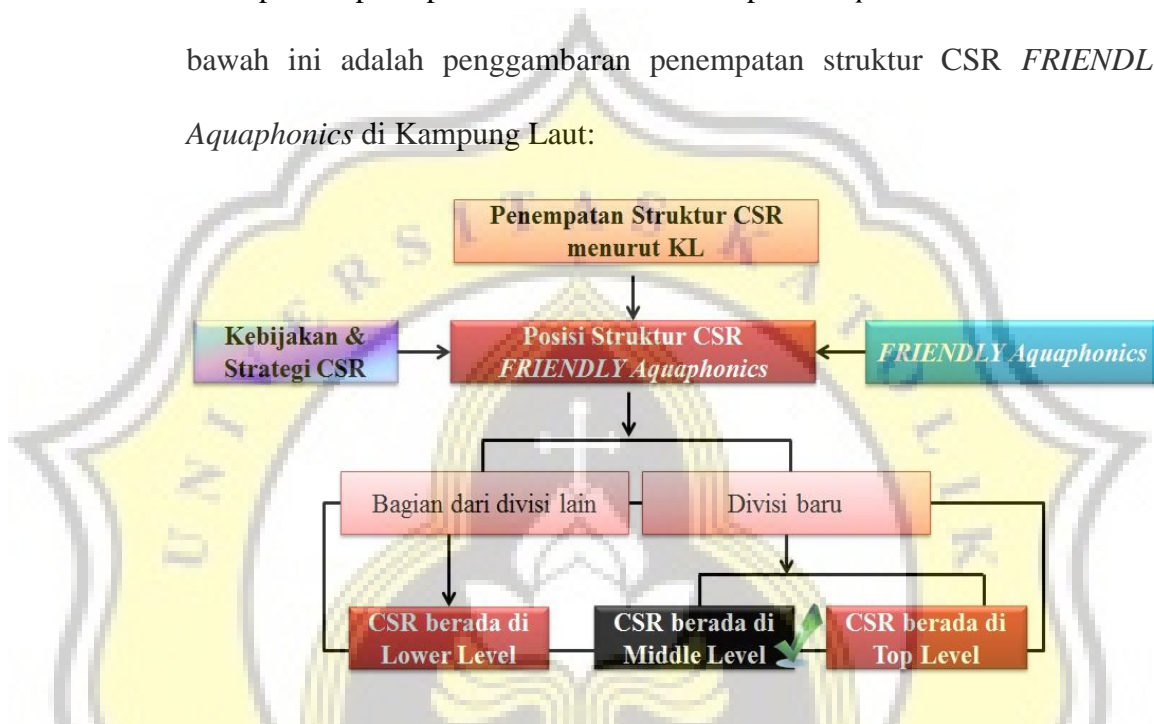
d. Menentukan Siapa yang Berkomunikasi

Aktivitas pengkomunikasian program *FRIENDLY Aquaponics* akan dilakukan oleh bagian *marketing* baik itu melalui iklan di surat kabar, baliho, dan brosur. Selain itu, untuk aktivitas kunjungan sekolah – sekolah ke TMJT mengenai akuaponik akan dilakukan oleh kepala persediaan yang akan memegang jabatan sebagai manajer CSR.

4. Rencana Struktur Organisasi

Pada dasarnya keseriusan dan keberhasilan aktivitas CSR sangat tergantung dari komitmen perusahaan dalam menempatkan tingkat kepentingan CSR dalam struktur organisasinya. Menurut Kurniati (2011: 46-48), terdapat tiga jenis penempatan CSR ke dalam struktur organisasi

sebuah perusahaan yaitu meliputi CSR merupakan bagian dari divisi lain yakni pada *lower level* atau sudah menjadi departemen baru yang ditempatkan pada posisi *middle level* atau posisi *top level*. Gambar 4.27 di bawah ini adalah penggambaran penempatan struktur CSR *FRIENDLY Aquaphonics* di Kampung Laut:



Gambar 4.27. Penempatan Struktur CSR *FRIENDLY Aquaphonics*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kampung Laut, sebaiknya struktur organisasi akan diletakkan pada bagian divisi lain yaitu di bawah *marketing (lower level)*. Tetapi jika struktur CSR diletakkan pada bagian divisi *marketing (lower level)*, dapat mengakibatkan program CSR tidak efektif karena biasanya struktur tersebut digunakan dengan model kebijakan CSR cenderung lemah yaitu aktivitas yang dilakukan bersifat insidental (Kurniati, 2011 : 46). Oleh karena itu, struktur CSR *FRIENDLY Aquaphonics* tidak dapat diletakkan pada posisi *lower level* mengingat

desain rancang bangun CSR melalui *FRIENDLY Aquaphonics* memiliki konsep simbiosis mutualisme antar beberapa pihak dalam jangka panjang (terus berkelanjutan) sehingga diperlukan keseriusan untuk pengelolaannya dan tidak dapat hanya dimasukkan ke dalam divisi *marketing* saja ataupun divisi operasional saja yang mana divisi operasional ini aktivitasnya cukup padat. Selain itu, jumlah masyarakat penerima program yang cukup banyak, jumlah investasi yang cukup besar, dan fungsi dari *FRIENDLY Aquaphonics* yang tidak hanya sebagai salah satu kebijakan atau salah satu strategi melainkan sebagai sebuah penggabungan (strategi dan kebijakan *Aquaphonics Mix*) sangat diperlukan sebuah struktur yang mendukung kelancaran aktivitas ini.

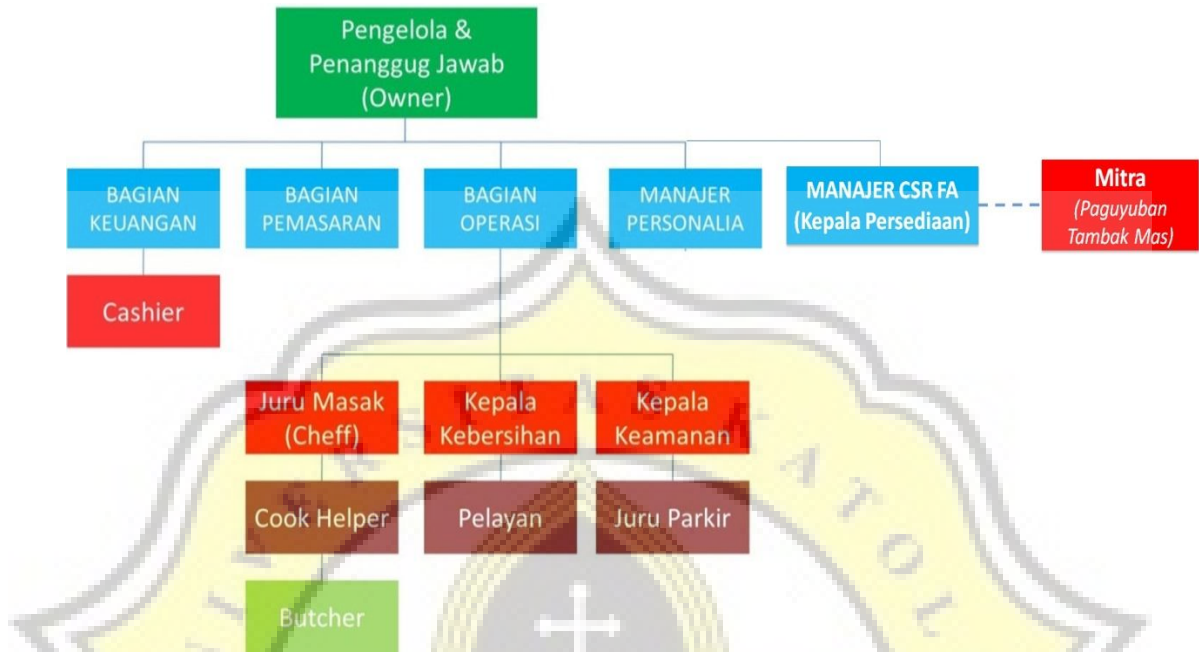
Berdasarkan hal tersebut, struktur yang diperlukan untuk aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* adalah dengan meletakkannya pada divisi baru. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya peletakkan CSR pada divisi baru terbagi menjadi dua yaitu pada *middle level* dan *top level* (Winarlin, 2011:46-48). Penempatan pada departmen baru (*middle level*) berarti *department CSR* dengan *department* lain merupakan mitra sejajar dan tanggung jawab tetap langsung diserahkan kepada pimpinan perusahaan. Dalam hal ini, CSR memiliki pengelolaan tersendiri dalam menentukan program jangka pendek, menengah, hingga panjang, secara personalia memiliki *teamwork* yang dipimpin oleh manajer CSR, dan memiliki diferensiasi tugas yang jelas. Dan yang terakhir, ketika struktur CSR

diletakkan pada bagian *head of CSR* atau pada posisi *top level* perusahaan telah memiliki komitmen yang kuat dengan *guidance* ISO 26000. Dalam hal ini peletakan struktur *FRIENDLY Aquaponics* juga tidak akan ditempatkan pada posisi top level karena perencanaan *FRIENDLY Aquaponics* tidak berbasiskan pada *guidance* ISO 26000.

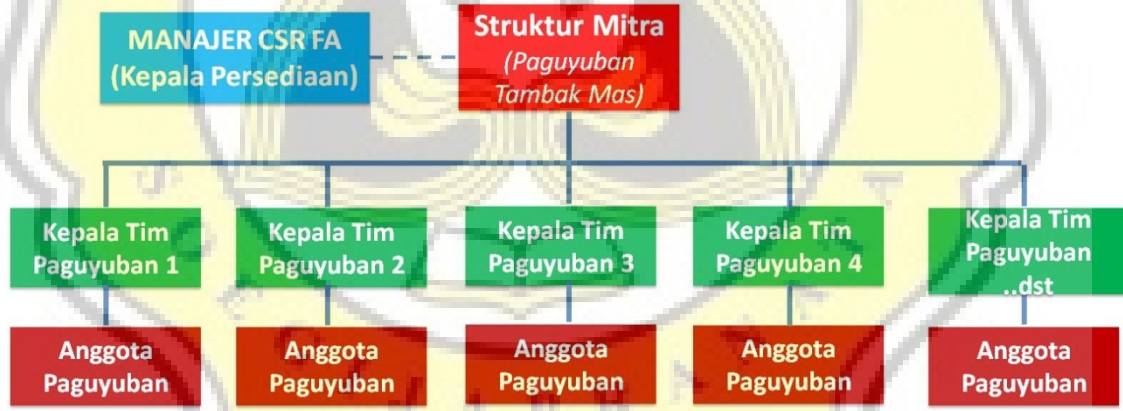
Berdasarkan hal tersebut maka peletakan struktur CSR *FRIENDLY Aquaponics* akan diletakkan pada *middle level* yaitu menambah satu divisi pada struktur organisasi Kampung Laut yaitu divisi CSR yang akan dipimpin oleh kepala persediaan. Kepala persediaan menjadi pilihan karena kepala persediaanlah yang terbiasa untuk mengambil keputusan dalam menentukan standar kualitas dan kuantitas penyediaan bahan baku, sehingga kepala persediaan ini yang lebih mengetahui bagaimana standar bahan baku di Kampung Laut. Kepala persediaan yang akan diangkat menjadi manajer CSR akan memiliki Tim Lapangan yang akan melaporkan kejadian yang terjadi dalam pembudidayaan teknologi akuaponik. Tim lapangan tersebut adalah mitra, yakni dari 96 orang dalam paguyuban Tambak Mas akan dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan kedekatan lokasi antar warga. Akan terdapat 10 kelompok dan masing – masing kelompok terdiri dari 10-11 orang dan setiap kelompok akan memilih satu orang yang akan menjadi kepala tim yang akan mengkoordinasi tim dan melaporkan kepada manajer CSR mengenai apa

yang terjadi di lapangan. Setiap kelompok akan bertanggung jawab atas 195 m² luas kolam *FRIENDLY Aquaponics*.

Peletakan kepala tim paguyuban yang dipilih oleh masyarakat sendiri ditujukan untuk menghindari konflik sosial (iri hati antar warga), memudahkan kontrol dari kepala persediaan kepada 96 masyarakat paguyuban, dan juga memudahkan masyarakat dalam memberikan masukan atas aktivitas CSR kepada manager CSR Kampung Laut. Semangat kemitraan pada Tabel 4.6 (bagian gambaran umum *FRIENDLY Aquaponics*) yang akan menjadi dasar struktur CSR ini berlangsung, sehingga memiliki persepsi dan komitmen yang sama dalam setiap beraktivitas. Gambar 4.28 dan Gambar 4.29 adalah penggambaran struktur di Kampung Laut dan di paguyuban Tambak Mas yang akan menjadi mitra Kampung Laut:



Gambar 4.28. Struktur CSR *FRIENDLY Aquaphonics* di Kampung Laut



Gambar 4.29. Struktur CSR *FRIENDLY Aquaphonics* untuk Paguyuban Tambak Mas

Adapun beberapa alasan yang mendasari mengapa struktur CSR akan diletakkan pada *middle level*, sebagai berikut:

1. Dengan meletakkan CSR pada *middle level* akan mempermudah kontrol Kampung Laut atas kebutuhan bahan baku.
2. Ketika CSR berada di *middle level*, posisi ini tidak akan membuat rentang kendali terlalu panjang yang berdampak pada penyampaian informasi yang cenderung lama (seperti pada *low level*) karena pertanggungjawaban langsung kepada pimpinan perusahaan (Winarlin, 2011:47).
3. Peletakkan struktur di atas akan memiliki dampak finansial yang lebih minimal karena tidak perlu dilakukan rekrutmen sehingga hanya terjadi perubahan jabatan yang semula kepala persediaan menjadi manajer CSR dan disini akan diberikan gaji tambahan kepada kepala persediaan senilai Rp 2.000.000 (berdasarkan gaji yang ditawarkan oleh *owner* Kampung Laut).
4. Sementara itu, perancangan pengkomunikasian atas program *FRIENDLY Aquaphonics* juga tidak memerlukan rekrutmen karyawan baru, pengkomunikasian program *FRIENDLY Aquaphonics* dapat dikomunikasikan oleh divisi *marketing*. Sedangkan, karena aktivitas pemesanan bahan baku sebelumnya sudah secara langsung terhubung dengan pelaporan secara finansial oleh bagian keuangan, maka

administrasi atas *FRIENDLY Aquaphonics* pun secara langsung akan terhubung ke bagian keuangan seperti biasa.

Berdasarkan sejumlah alasan di atas, maka CSR *FRIENDLY Aquaphonics* akan diletakkan pada sebuah divisi baru yaitu diposisikan pada *middle level*. Diperlukan uraian mengenai *job specification* dan *job description* masing – masing posisi dalam struktur CSR yaitu untuk kepala persediaan yang akan menjadi manajer CSR *FRIENDLY Aquaphonics*, kepala tim paguyuban, dan penambahan tugas bagian *marketing* di Kampung Laut.

Menurut Wibisono (2007:129), kriteria penyediaan SDM atas penggiat aktivitas CSR yang ideal adalah SDM yang memiliki pengetahuan yang luas, karakter loyal, semangat kerjasama tinggi, etos kerja baik, penuh inisiatif, bersikap proaktif, emosi stabil, sederhana, optimis, kepekaan sosial tinggi, supel, kreatif, mampu berkomunikasi dengan baik, dan mampu mengelola konflik. Hal tersebut akan menjadi pokok terpenting dalam penyediaan SDM dari sisi karakter.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa manajer CSR akan diduduki oleh kepala persediaan di Kampung Laut. Selain terkait dengan tugasnya yang melakukan pemesanan bahan baku, berdasarkan diskusi dengan *owner* Kampung Laut dan komentar yang diperoleh saat wawancara dilakukan mengenai upaya – upaya yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan penyediaan bahan baku, kepala persediaan Kampung Laut

juga memiliki beberapa karakter yang mendekati persyaratan di atas. Kesesuaian karakter tersebut terkait: kepala persediaan Kampung Laut yang merupakan karyawan lama yang mulai bekerja sejak awal Kampung Laut berdiri (loyal), berbagai inisiatif dilakukan ketika pasokan bahan baku tidak memenuhi kualifikasi misalnya dari segi ukuran jika yang tersedia adalah lebih kecil maka penyajian akan didobel ataupun jika mendekati *event* tertentu yang ramai misalnya lebaran, pasokan bahan baku sesegera mungkin sudah diestimasi jauh – jauh hari (memiliki inisiatif dan kreatif), ketika tidak ada pekerjaan beliau juga turut serta dalam membantu kesibukan karyawan lainnya misalnya dalam penataan nota-nota secara rapi untuk diberikan kepada bagian administrasi (kepekaan sosial dan semangat kerjasama tinggi), mengetahui pengetahuan mengenai beberapa jenis ikan karena banyak berhubungan dengan berbagai *supplier* (pengetahuan luas), dan lain - lain. Tabel 4.19 di bawah ini adalah *job description* dan *job specification* mengenai aspek – aspek yang perlu diperhatikan dalam menyediakan SDM bagi CSR Kampung Laut, sebagai berikut:

Tabel 4.19. Uraian Deskripsi dan Spesifikasi Pekerjaan

Jabatan	Job Description	Job Specification
Manajer CSR (oleh kepala persediaan Kampung Laut)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinir berlangsungnya pelaksanaan seluruh aktivitas CSR <i>FRIENDLY Aquaphonics</i>. - Mengelola kelancaran dan kecukupan pasokan bahan baku dari masyarakat ke Kampung Laut - Melakukan kontrol atas budidaya <i>aquaphonics</i> melalui kepala tim pada masing-masing kelompok paguyuban yang telah ditentukan. - Memberikan Pengantar ketika terdapat kunjungan dari pihak pendidikan, 	<ul style="list-style-type: none"> - Berpengalaman mengelola bahan baku Kampung Laut. - Memiliki beberapa sikap yang diungkapkan oleh Wibisono (2007:129).
Tim Lapangan (Kepala Tim tiap kelompok paguyuban)	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan arahan, pelaporan, petunjuk, dan masukan kepada masyarakat dan kepada manajer CSR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki sikap pemimpin, mampu berkomunikasi secara persuasif, sabar, rendah hati, aktif, jujur, dan rajin dll. (sesuai kriteria sikap oleh Wibisono, 2007).
Marketing	<p>Sebelumnya bagian <i>marketing</i> bertugas untuk mengelola reservasi tempat dan mengurus beberapa iklan melalui baliho. Dengan adanya CSR, divisi <i>marketing</i>lah yang juga akan bertugas untuk mengelola pengkomunikasian <i>FRIENDLY Aquaphonics</i> ini untuk pemasangan baliho, brosur, dan lain – lain yang telah disebutkan pada aspek pemasaran.</p>	<p>(divisi <i>marketing</i> sudah tersedia dengan <i>job specification</i>-nya).</p>

5. Rencana SDM

Menurut acuan dalam *business plan* menurut Sidik (2013:251), terdapat faktor-faktor yang dapat diperlukan untuk menunjang penyediaan SDM yaitu terkait kebutuhan SDM, uraian jabatan terkait *job description and specification* (telah dibahas pada aspek perencanaan struktur organisasi CSR), proses rekrutmen, kompensasi, pengembangan karyawan (jenjang karir), pelatihan, dan pemutusan hubungan kerja. Karena posisi struktur CSR berada pada *middle level* dan jabatan manajer CSR diduduki oleh kepala persediaan dan dibawah oleh kepala tim paguyuban, maka aspek jenjang karir dan pemutusan hubungan kerja tidak dibahas. Berikut ini adalah beberapa perumusan kebutuhan SDM untuk departemen baru CSR Kampung Laut pada program *FRIENDLY Aquaphonics System* :

a. Perencanaan Karyawan (Proses Rekrutmen dan Mekanismenya)

Proses yang akan dilalui oleh Kampung Laut dalam menyediakan SDM pada departemen CSR khususnya *FRIENDLY Aquaphonics* adalah pada posisi manajer CSR Kampung Laut dan kepala tim dari kelompok – kelompok paguyuban. Persyaratan untuk menjadi kepala tim dan manajer CSR telah diungkapkan pada poin sebelumnya terkait *job specification*. Proses perekrutan ini akan berbicara mengenai langkah kebijakan perekrutan yang berbasiskan pada tenaga kerja lokal yakni 96 orang mitra program *FRIENDLY Aquaphonics*. Berdasarkan struktur organisasi yang telah dirumuskan

pada poin 4, maka perekrutan akan dilakukan kepada ketua tim dalam masing – masing kelompok paguyuban yang telah dikelompokkan berdasarkan kedekatan lokasi. Penentuan kepala tim akan dilakukan oleh kelompok tim masing – masing karena merekalah yang lebih memahami karakter masing – masing anggota dalam kelompok mereka yang berkompeten untuk dijadikan ketua tim mereka. Tentunya hal tersebut dilandaskan atas dasar kualifikasi ciri – ciri SDM yang dituliskan oleh Wibisono (2007,129) untuk mengelola aktivitas CSR yaitu: memiliki sikap pemimpin, mampu berkomunikasi secara persuasif, sabar, rendah hati, aktif, jujur, dan rajin. Mekanisme proses rekrutmen dapat digambarkan pada Gambar 4.30 sebagai berikut:



Gambar 4.30. Mekanisme Proses Rekrutmen

b. Jumlah dan Kompensasi Karyawan

Kompensasi bagi karyawan akan berbasiskan pada standar di Kampung Laut. Tabel 4.20 berikut adalah perencanaan jumlah karyawan beserta kompensasi yang mereka dapatkan:

Tabel 4.20. Uraian Jumlah dan Kompensasi Karyawan

Jabatan	Jumlah	Gaji	Tunjangan
Manajer CSR <i>FRIENDLY Aquaponics</i> (kepala persediaan Kampung Laut)	1	Peningkatan gaji senilai Rp 2.000.000 dari sebelumnya	Tunjangan diberikan sesuai dengan yang sebelumnya telah diberikan oleh Kampung Laut seperti:
Tim Lapangan (Kepala Tim tiap kelompok paguyuban)	9	0 Rekrutmen berdasarkan pilihan warga, bersifat sukarela karena telah memperoleh pendapatan bulanan atas bahan baku yang dibeli oleh Kampung Laut.	tunjangan kesehatan sebesar 25%, THR sebesar gaji pada saat hari raya (Lebaran), tamasya keluarga dll.
<i>Marketing</i>	1	Peningkatan gaji senilai Rp 750.000	
Total		Rp 2.750.000	

Keterangan: *Gaji untuk karyawan Kampung Laut pada tahun kedua bekerja mengalami peningkatan sebesar 6%, untuk manajer CSR ditempati oleh kepala persediaan yang mengelola kebutuhan bahan baku di Kampung Laut.

Pelaksana *FRIENDLY Aquaponics* adalah masyarakat sekitar yaitu paguyuban petani Tambak Mas. Sistem kerja yang dilakukan adalah dengan membagi 96 orang untuk bertanggung jawab atas budidaya akuaponik. Setiap 10 – 11 orang akan diketuai oleh satu kepala

tim. Sehingga terdapat sembilan tim yang masing – masing tim mengelola lahan akuaponik sekitar 195 m².

c. Produktivitas

Perhitungan produktivitas ini akan diberlakukan pada seberapa tingkat kemampuan masyarakat untuk mengolah media akuaponik yang tersedia untuk mencukupi kebutuhan Kampung Laut. Semakin memiliki kecukupan dengan kebutuhan Kampung Laut, produktivitas semakin baik.

d. Pelatihan

Kegiatan *training and development* akan dilakukan secara berkala yaitu setiap satu tahun sekali selama 3-7 hari. Kegiatan ini meliputi, pelatihan dan pengetahuan dalam hal pengembangan teknologi akuaponik sehingga perbaikan-perbaikan atas kesulitan yang sebelumnya terjadi dapat teratasi, dan memupuk kebersamaan antar masyarakat.

e. *Performance Appraisal*

Penilaian kinerja karyawan akan dilakukan berdasarkan pada hasil produktivitas kepala tim paguyuban. Penilaian kinerja karyawan bertujuan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan produktivitas. Tim terbaik akan diberikan penghargaan dengan ditetapkan sebagai tim teladan.

6. Rencana Keuangan

Pada aspek keuangan ini akan dilakukan pembahasan mengenai dampak finansial yang dirasakan bagi Masyarakat, TMJT, dan Kampung Laut secara bersama – sama sebagai berikut:

a. Dampak Finansial

1) Kampung Laut

Adapun manfaat secara finansial atas aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics*. Berikut ini adalah ilustrasi estimasi arus kas yang diperoleh Kampung Laut atas aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics*, dengan beberapa keterangan sebagai berikut:

- a. Arus kas masuk yang diterima oleh Kampung Laut merupakan penghematan bahan baku sayuran dan ikan. Penghematan yang diharapkan oleh Kampung Laut adalah berkisar 20%, namun meskipun tingkat penghematan memungkinkan mencapai angka 20% sebaiknya penghematan cukup berada pada 10% karena mengingat semakin banyak warga yang terlibat dalam program ini, semakin tinggi pula dukungan yang diberikan kepada Kampung Laut. Tingkat penghematan ini akan mengalami peningkatan sebesar 10% dari tahun ke tahun yang dikarenakan estimasi peningkatan penggunaan bahan baku di Kampung Laut yang mengalami peningkatan 10%.

- b. Penghematan secara finansial atas biaya bahan baku sebesar 10% tersebut memiliki nilai tambah tersendiri jika diinvestasikan atau didepositokan. Dalam hal ini, karena perencanaan aktivitas CSR fokus pada *FRIENDLY Aquaphonics* dan bertujuan juga untuk mempermudah *supply* bahan baku di Kampung Laut, maka sejumlah penghematan tersebut dapat dialihkan dengan menyimpannya dalam bentuk deposito yang tentunya Kampung Laut akan memperoleh pendapatan bunga deposito. Tingkat bunga deposito per 13 November 2014 adalah sebesar 7.5% (<http://www.bi.go.id/id/moneter/bi-rate/data/Default.aspx>). Penghematan yang diperoleh tersebut sementara dapat didepositokan, yang kemudian di tahun ke-6 Kampung Laut dapat melakukan investasi-investasi untuk melakukan inovasi CSR.
- c. Arus kas masuk lainnya adalah pemasukan berupa estimasi adanya pemesanan *lunch box* atas peningkatan pengunjung TMJT dari sekolah – sekolah dengan biaya Rp 30.000 yakni Rp 25.000 merupakan harga *lunch box*, sementara harga pokok dari makanan tersebut adalah Rp 15.000 (harga pokok produksi mengalami peningkatan 6% pertahunnya).
- d. Investasi atas *FRIENDLY Aquaphonics* dilakukan secara internal di Kampung Laut dan di TMJT. Jumlah investasi teknologi pada lahan TMJT adalah sebesar Rp 528.000.000 sementara investasi teknologi secara internal adalah sebesar Rp 10.300.000. Sumber dana untuk

investasi teknologi akuaponik secara internal akan berasal dari Kampung Laut sendiri. Sementara itu, meskipun program CSR ini dilaksanakan dan memberikan sejumlah manfaat baik secara finansial dan non finansial, risiko atas *licence to operate* tetap perlu diperhatikan. Oleh karena itu, sumber dana investasi teknologi akuaponik di TMJT yang memunculkan kerja sama antara masyarakat, Kampung Laut, dan TMJT berasal dari Kampung Laut dan Masyarakat dengan prosentase 75% investasi berasal dari Kampung Laut dan 25 % investasi berasal dari masyarakat. Dalam hal ini, TMJT tidak turut berinvestasi karena mereka berperan sebagai penyedia lahan. Maka:

- i) Jumlah investasi yang perlu dilakukan atas bangunan teknologi *FRIENDLY Aquaphonics* dilakukan oleh Kampung Laut adalah sebesar Rp 406.300.000 dengan rumus perhitungan $(75\% \times 528.000.000) + 10.300.000$. Kampung Laut akan memperoleh sumber dana yang berasal dari modal sendiri sebesar Rp 210.000.000 dan hutang bank sebesar Rp 200.000.000 dengan tingkat suku bunga kredit korporasi rata – rata 9.17% (<http://www.kreditkonsumer.com/suku-bunga-indonesia/> per tanggal 24 Agustus 2014) dengan waktu kredit selama dua tahun.
- ii) Investasi yang perlu dilakukan atas bangunan teknologi oleh masyarakat adalah sebesar $25\% \times 528.000.000 = \text{Rp } 132.000.000$

yang akan dikreditkan atas nama masyarakat dengan fasilitas KUR. KUR ini akan berbentuk kredit kelompok dengan tingkat bunga KUR 1,5% dengan waktu kredit tiga tahun (Sumber: Bapak Badri *marketing* BPR Gunung Kawi Imam Bonjol per tanggal 24 Agustus 2014).

Mengapa investasi akan dilakukan oleh masyarakat dan juga Kampung Laut? Hal ini bertujuan supaya masyarakat mempunyai rasa memiliki atas *FRIENDLY Aquaphonics* akan tetapi hak kepemilikan terbesar tetap berada pada Kampung Laut. Tujuannya adalah supaya masyarakat tetap menjaga keberadaan Kampung Laut bersama *FRIENDLY Aquaphonics* karena sebagian dari *FRIENDLY Aquaphonics* juga merupakan milik mereka sehingga harapannya di masa yang akan datang keberlanjutan Kampung Laut akan lebih terjamin (tentunya dengan diiringi peningkatan pendapatan Kampung Laut yang juga berdampak pada kebutuhan bahan baku yang meningkat, investasi yang lebih besar, dan akhirnya berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat yang lebih besar pula di masa yang akan datang). Hal ini didukung oleh Wibisono (2007:106), dimana terdapat contoh program CSR dengan pola produktif melalui model pendanaan *stock ownership program* sehingga penerima program turut serta memiliki bagian dari investasi tersebut (*participating interest*), dan hal ini dipercaya dapat

membangun kepercayaan yang semakin tinggi (*high trust, high security level*), serta membangun hubungan yang bersinergis antar pihak terkait. Akan tetapi, meskipun demikian terdapat risiko pergeseran atas manfaat-manfaat yang telah diestimasikan. Oleh karena itu, hal tersebut perlu didukung dengan berbagai perjanjian – perjanjian baik itu antara pemerintah, TMJT, dan Masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, akan muncul biaya pembuatan perjanjian di notaris sebesar Rp 1.000.000 yang akan ditanggung Kampung Laut.

- e. Biaya SDM (gaji karyawan) merupakan biaya gaji tambahan atas perubahan jabatan dari kepala persediaan menjadi manajer CSR dan penambahan tanggung jawab bagian *marketing* untuk juga mengkomunikasikan aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* yaitu sebesar Rp 2.740.000.
- f. Akan terdapat peningkatan gaji setiap tahunnya sebesar 6%.
- g. Biaya atas aktivitas pemasaran akan dibebankan di setiap bulan (terdapat peningkatan biaya pemasaran pertahunnya sebesar 6%).
- h. Setiap peningkatan biaya yang diestimasikan dari tahun ke tahun berbasiskan pada rata-rata tingkat inflasi mulai tahun 2009 sampai tahun 2014 yaitu berkisar 6%. Tabel 4.21 berikut ini adalah tingkat inflasi sejak tahun 2009 :

Tabel 4.21. Inflasi di Indonesia 2009 – 2014

BULAN	TAHUN 2009		TAHUN 2010		TAHUN 2011		TAHUN 2012		TAHUN 2013		TAHUN 2014	
	IHK	INFLASI	IHK	INFLASI	IHK	INFLASI	IHK	INFLASI	IHK	INFLASI	IHK	INFLASI
Jan	113.78	-0.07	118.01	0.84	126.29	0.89	130.9	0.76	136.88	1.03	110.99	1.07
Feb	114.02	0.21	118.36	0.3	126.46	0.13	130.96	0.05	137.91	0.75	111.28	0.26
Mar	114.27	0.22	118.19	-0.14	126.05	-0.32	131.05	0.07	138.78	0.63	111.37	0.08
Apr	113.92	-0.31	118.37	0.15	125.66	-0.31	131.32	0.21	138.64	-0.1	111.35	-0.02
Mei	113.97	0.04	118.71	0.29	125.81	0.12	131.41	0.07	138.6	-0.03	111.53	0.16
Jun	114.1	0.11	119.86	0.97	126.5	0.55	132.23	0.62	140.03	1.03	112.01	0.43
Jul	114.61	0.45	121.74	1.57	127.35	0.67	133.16	0.7	144.63	3.29	113.05	0.93
Agt	115.25	0.56	122.67	0.76	128.54	0.93	134.43	0.95	146.25	1.12	113.58	0.47
Sep	116.46	1.05	123.21	0.44	128.89	0.27	134.45	0.01	145.74	-0.35	113.89	0.27
Okt	116.68	0.19	123.29	0.06	128.74	-0.12	134.67	0.16	145.87	0.09	114.42	0.47
Nov	116.65	-0.03	124.03	0.6	129.18	0.34	134.76	0.07	146.04	0.12	N.A	N.A
Des	117.03	0.33	125.17	0.92	129.91	0.57	135.49	0.54	146.84	0.55	N.A	N.A
Tahunan		2.78		6.96		3.79		4.3		8.38		9
Inflasi rata-rata												6

Sumber: <http://www.bps.go.id/aboutus.php?inflasi=1> dan <http://bisnis.liputan6.com/read/2126775/bi-perkiraan-inflasi-2014-capai-9>

- i. Estimasi pada *cash flow* nantinya akan dipergunakan untuk menghitung NPV dan IRR untuk dijadikan acuan kelayakan atas investasi aktivitas sosial dengan tingkat suku bunga rata – rata sebesar 7,5% (<http://www.bi.go.id/id/moneter/bi-rate/data/Default.aspx>). Tingkat IRR yang diharapkan Kampung Laut adalah 25% di atas tingkat suku bunga kredit rata-rata. Analisis NPV dan IRR juga akan dilakukan bagi kelompok masyarakat. Perhitungan analisis NPV dan IRR akan dilakukan dengan menggunakan *calculator online* NPV dan IRR (http://www.ultimatecalculators.com/quick_capital_budget_calculator.html) pada Gambar 4.31 dan Gambar 4.32 sebagai berikut:

www.ultimatecalculators.com/quick_capital_budget_calculator.html

[Instructions & Formulas](#) [Calculate](#) [Reset](#)

Capital Budgeting/Cash Flow Analysis		
Period	Cash Flow	k (Required Rate of Return)%
0	-185,886,458.00	7.50000000%
1	1,670,754,919.00	
2	1,869,985,069.00	Net Present Value
3	2,090,690,165.00	\$25,053,437,404.19
4	2,398,002,400.00	
5	26,686,088,864.00	Internal Rate of Return
6		911.8271%
7		
8		Profitability Index
9		135.7782
10		
11		Equivalent Annual Annuity
12		\$6,192,325,785.59
13		
14		Break Even in this Period
15		1

Gambar 4.31. Perhitungan *Calculator Online* IRR dan NPV Kelompok Masyarakat

www.ultimatecalculators.com/quick_capital_budget_calculator.html

Canada Capital Budgeting Calculator | USA Ca

Please fill all required fields

[Instructions & Formulas](#) [Calculate](#) [Reset](#)

Capital Budgeting/Cash Flow Analysis		
Period	Cash Flow	k (Required Rate of Return)%
0	-407,300,000.00	7.50000000%
1	143,052,000.00	
2	179,160,400.00	Net Present Value
3	341,991,562.00	\$770,713,962.19
4	394,716,965.00	
5	458,044,718.00	Internal Rate of Return
6		50.9492%
7		
8		Profitability Index
9		2.8923
10		
11		Equivalent Annual Annuity
12		\$190,493,298.96
13		
14		Break Even in this Period
15		3

Gambar 4.32. Perhitungan *Calculator Online* IRR dan NPV Kampung Laut

Tabel 4.22 berikut ini adalah *cash flow* yang dimiliki Kampung Laut per bulan:

Tabel 4.22. *Cash Flow* Kampung Laut per Bulan

ESTIMASI CASH FLOW													
KETERANGAN	BULAN -0	TAHUN I											
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Kas Masuk													
Pemasukan : <i>Lunch Box</i> saat Pengunjung TMJT hadir		7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667	7,291,667
Penghematan Bahan Baku		23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000	23,021,000
Bunga Deposito													7,500,000
Hutang Bank	200,000,000												
Modal	210,000,000												
Total Kas Masuk	410,000,000	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	30,312,667	37,812,667
Kas Keluar													
Investasi Kolam TMJT	396,000,000												
Investasi Pengadaan Aquaponics Waterfall	10,000,000												
Investasi Pengadaan Aquaphonesia	300,000												
Biaya Hukum	1,000,000												
Peralatan Aquaponics (jaring, gunting, dll)		650,000											
Biaya SDM (Gaji karyawan)		2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000	2,750,000
Biaya Pemasaran		2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000	2,740,000
HPP Paket makanan yang ditawarkan		4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000	4,375,000
Angsuran Kredit Bank		8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333	8,333,333
Beban Bunga Bank		764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167	764,167
Total Kas Keluar	407,300,000	19,612,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500	18,962,500
Selisih	2,700,000	10,700,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	11,350,167	18,850,167
Saldo Kas Awal	-	2,700,000	13,400,167	24,750,333	36,100,500	47,450,667	58,800,833	70,151,000	81,501,167	92,851,333	104,201,500	115,551,667	126,901,833
Saldo Kas Akhir	2,700,000	13,400,167	24,750,333	36,100,500	47,450,667	58,800,833	70,151,000	81,501,167	92,851,333	104,201,500	115,551,667	126,901,833	145,752,000

Keterangan: bunga deposito diperhitungkan secara tahunan

Tabel 4.23 berikut ini adalah *cash flow* yang dimiliki Kampung Laut per tahun :

Tabel 4.23. *Cash Flow* Kampung Laut per Tahun

KETERANGAN	TAHUN-0	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
Kas Masuk						
Pemasukan : <i>Lunch Box</i> saat Pengunjung TMJT hadir	0	87,500,000	91,875,000	96,468,750	101,292,188	106,356,797
Penghematan Bahan Baku	0	276,252,000	303,877,200	334,264,920	367,691,412	404,460,553
Bunga deposito		7,500,000	18,750,000	45,000,000	67,500,000	97,500,000
Hutang Bank	200000000	-	-	-	-	-
Modal	210000000	-	-	-	-	-
Total Kas Masuk	410000000	371,252,000	414,502,200	475,733,670	536,483,600	608,317,350
Kas Keluar						
Investasi Kolam TMJT	396000000			-	-	-
Investasi Pengadaan Aquaphonics Waterfall	10000000			-	-	-
Investasi Pengadaan Aquaphonesia	300000			-	-	-
Biaya Hukum	1000000					
Peralatan Aquaphonics (jaring, gunting, dll)		650,000	689,000	730,340	774,160	820,610
Biaya SDM (Gaji Karyawan)		33,000,000	34,980,000	37,078,800	39,303,528	41,661,740
Biaya Pemasaran		32,880,000	34,852,800	36,943,968	39,160,606	41,510,242
HPP Paket makanan yang ditawarkan		52,500,000	55,650,000	58,989,000	62,528,340	66,280,040
Angsuran Kredit Bank		100,000,000	100,000,000		-	-
Beban Bunga Bank		9,170,000	9,170,000		-	-
Total Kas Keluar	407,300,000	228,200,000	235,341,800	133,742,108	141,766,634	150,272,633
Selisih	2,700,000	143,052,000	179,160,400	341,991,562	394,716,965	458,044,718
Saldo Kas Awal	-	2,700,000	145,752,000	324,912,400	666,903,962	1,061,620,927
Saldo Kas Akhir	2,700,000	145,752,000	324,912,400	666,903,962	1,061,620,927	1,519,665,645

Tahun	2015	2016	2017	2018	2019
Deposito	100,000,000	250,000,000	600,000,000	900,000,000	1,300,000,000
Pendapatan Bunga (7,75%)	7,500,000	18,750,000	45,000,000	67,500,000	97,500,000

Tabel 4.24, tabel 4.25, dan tabel 4.26 akan berbicara mengenai kelayakan Kampung Laut atas investasi *FRIENDLY Aquaphonics* dari sisi NPV, IRR, dan *payback period*:

Tabel 4.24. NPV Kampung Laut atas Investasi *FRIENDLY Aquaphonics*

Tahun	Cashflow
0	(407.300.000)
2015	143.052.000
2016	179.160.400
2017	341.991.562
2018	394.716.965
2019	458.044.718
Suku bunga	7,5%
NPV	770.713.962

Keterangan:

Initial Investment = Rp 407.300.000

Profitability Index (NPV : *Initial Investment*) = 2.89 kali

NPV > 0 Usulan Investasi *FRIENDLY Aquaphonics* layak

Tabel 4.25. Tingkat IRR Kampung Laut atas Investasi *FRIENDLY Aquaphonics*

Tahun	Cashflow
0	(407.300.000)
2015	143.052.000
2016	179.160.400
2017	341.991.562
2018	394.716.965
2019	458.044.718
Suku bunga	7,5%
IRR Harapan KL	25% di atas tingkat suku bunga → IRR = 8,4%
IRR	50,95%

Keterangan: IRR > 7,5% dan 8,4%, investasi *FRIENDLY Aquaphonics* Layak

Tabel 4.26. *Payback Period* Kampung Laut atas Investasi *FRIENDLY Aquaphonics*

PAYBACK PERIOD	
Initial investment	407.300.000
Cash inflow Tahun 1	(143.052.000)
Cash inflow Tahun 2	(179.160.400)
	<hr/>
	85.087.600
Cash inflow th ke 3 bulan 1	(28.499.297)
Cash inflow th ke 3 bulan 2	(28.499.297)
Cash inflow th ke 3 bulan 3	(28.499.297)
Cash inflow th ke 3 bulan 4	(28.499.297)
	<hr/>
	TERTUTUP

Keterangan: *payback period* atas aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* adalah pada tahun ke 3 bulan ke 4.

2) Masyarakat (Petani Tambak Mas)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan kontribusi pendapatan yang akan diperoleh paguyuban Tambak Mas adalah Rp 1.500.000 per petani tambak sejumlah 96 orang petani (74% warga tambak mas). Angka tersebut diperoleh dengan berpatokan pada pendapatan petani sebelumnya yaitu sebesar Rp 1.500.000 yang menjadi pembagi kontribusi Kampung Laut terhadap pendapatan masyarakat perbulan sebesar Rp 144.470.542. Nilai Rp 1.500.000 tersebut adalah pendapatan rutin yang diperoleh masyarakat saat ini yang dapat dijadikan patokan pendapatan yang diharapkan masyarakat. Hal tersebut berbasiskan tanggapan sistem kerjasama yang diinginkan oleh masyarakat saat FGD yang menyatakan bahwa berminat untuk melakukan kerjasama jika lahan tersedia serta terdapat pendapatan tetap dan ada sistem bonus jika penjualan meningkat (pendapat tersebut berada pada Lampiran 7 komentar R4). Sementara tingkat pendapatan masyarakat perbulan adalah sebesar Rp 144.470.542 yang berasal dari hasil budidaya akuaponik (ikan dan sayuran) untuk menjadi bahan baku oleh Kampung Laut (dengan harga 10% di bawah harga di pasar).

Dalam perolehan keuntungan yang diperoleh masyarakat, masyarakat juga perlu menyediakan modal kerja untuk mengawali produksi ikan dan sayuran. Modal kerja tersebut adalah berupa modal untuk pembelian awal bibit sayuran, bibit ikan, dan pakan ikan. Karena kontribusi

Kampung Laut terhadap masyarakat secara finansial belum dirasakan oleh masyarakat di bulan ke - 0 (bulan awal *FRIENDLY Aquaponics* dijalankan), maka pengadaan modal kerja dilakukan oleh masyarakat sendiri melalui KUR (Kredit Usaha Rakyat). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya masyarakat akan turut berinvestasi sebesar 25% dari investasi akuaponik di TMJT. Tingkat suku bunga KUR tersebut adalah sebesar 1,5% (sumber: BPR Gunung Kawi Imam Bonjol Semarang). Maka, KUR yang akan diajukan oleh masyarakat adalah KUR atas investasi ditambah KUR atas modal kerja awal pembelian bibit bahan baku sebesar $(25\% \times 132.000.000) + 53.886.458 = \text{Rp } 185.886.458$. Jangka waktu pengembalian KUR adalah dalam waktu tiga tahun. Untuk penyediaan bibit sayuran, bibit ikan, dan pakan ikan di bulan berikutnya yakni setelah Kampung Laut memberikan kontribusi pembelian bahan baku (yang berarti masyarakat sudah memiliki pendapatan tambahan), masyarakat dapat mengadakan dana untuk memperoleh bibit sayuran, bibit ikan, dan pakan ikan dengan modal sendiri. Estimasi peningkatan biaya produksi sebesar 6% dan peningkatan pesanan dari Kampung Laut bagi masyarakat adalah sebesar 10% per tahun.

Tabel 4.27 dan Tabel 4.28 akan menunjukkan kontribusi Kampung Laut terhadap pendapatan masyarakat per bulan. Perhitungan jumlah penerima program berada pada Tabel 4.29, *Cash flow* masyarakat secara bulanan dan tahunan terdapat pada Tabel 4.30 dan Tabel 4.31.

Tabel 4.27. Kontribusi Kampung Laut terhadap Pendapatan Masyarakat dari Sayuran per Bulan

Jenis Sayuran	Keb KL (kg/bulan)	Harga jual / kg	Total Pendapatan Kotor	Total Biaya	Total Pendapatan Bersih
Kangkung	800	10,000	8,000,000	4,800,000	3,200,000
Tomeo	20	8,000	160,000	96,000	64,000
Kol	40	7,500	300,000	180,000	120,000
Sawi Putih	20	5,500	110,000	66,000	44,000
Sawi Hijau	200	10,000	2,000,000	1,200,000	800,000
Sawi Sendok	200	7,000	1,400,000	840,000	560,000
Brokoli	400	13,500	5,400,000	3,240,000	2,160,000
Baby Buncis	200	9,000	1,800,000	1,080,000	720,000
Kailan	200	10,000	2,000,000	1,200,000	800,000
Baby Kailan	300	8,000	2,400,000	1,440,000	960,000
Pweling	120	14,000	1,680,000	1,008,000	672,000
Sayur Genjer	120	6,000	720,000	432,000	288,000
Rumput Laut	80	2,000	160,000	5,600	154,400
KONTRIBUSI KL			22,725,000	15,150,000	7,575,000
Kangkung untuk resto lain	2940	10,000	29,400,000	17,640,000	11,760,000
TOTAL			52,125,000	32,790,000	19,335,000

Tabel 4.28. Kontribusi Kampung Laut terhadap Pendapatan Masyarakat dari Ikan per Bulan

JENIS IKAN	KEBUTUHAN KL (kg)	Harga Jual per kg	Total pendapatan Kotor	Total Biaya	Total Pendapatan Bersih
Gurami	1200	45000	54,000,000	1,600,500	52,399,500
Nila	200	19000	3,800,000	237,000	3,563,000
Lele	40	17000	680,000	74,700	605,300
Malas	40	200000	8,000,000	1,228,400	6,771,600
Kerapu	200	450000	90,000,000	15,450,000	74,550,000
Patin	200	25000	5,000,000	267,408	4,732,592
Bawal	40	25000	1,000,000	48,450	951,550
Bandeng	1200	18000	21,600,000	1,548,000	20,052,000
Udang	400	50000	20,000,000	642,000	19,358,000
KONTRIBUSI KL			146,232,000	21,096,458	125,135,542

Tabel 4.29. Jumlah Masyarakat yang Memperoleh Pendapatan atas Kebutuhan Bahan Baku Kampung Laut

Pendapatan Total per bulan	Rp
Sayuran	19,335,000
Ikan	125,135,542
Total	144,470,542
Jumlah Penerima Program	96

*pendapatan minimal Rp 1.500.000

Tabel 4.30. *Cashflow* Masyarakat secara Bersama per bulan

KETERANGAN	BULAN												
	BULAN - 0	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Kas Masuk													
Penjualan		198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000
KUR	185,886,458												
Total Kas Masuk	185,886,458	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000	198,357,000
Kas Keluar													
Investasi akuaponik di TMJT	132,000,000												
Biaya produksi (persiapan awal)	53,886,458												
Biaya Produksi		53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458	53,886,458
Angsuran KUR		5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513	5,163,513
Beban Bunga		77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453	77,453
Total Kas Keluar	185,886,458	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423	59,127,423
Selisih	-	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577	139,229,577
Saldo Kas Awal	-	-	139,229,577	278,459,153	417,688,730	556,918,306	696,147,883	835,377,460	974,607,036	1,113,836,613	1,253,066,189	1,392,295,766	1,531,525,342
Saldo Kas Akhir	-	139,229,577	278,459,153	417,688,730	556,918,306	696,147,883	835,377,460	974,607,036	1,113,836,613	1,253,066,189	1,392,295,766	1,531,525,342	1,670,754,919

Tabel 4.31. *Cashflow* Tahunan Masyarakat secara Bersama per Tahun

KETERANGAN	TAHUN					
	TAHUN - 0	2015	2016	2017	2018	2019
Kas Masuk						
Penjualan	-	2,380,284,000	2,618,312,400	2,880,143,640	3,168,158,004	3,484,973,804
KUR	185,886,458	-	-	-	-	-
Total Kas Masuk	185,886,458	2,380,284,000	2,618,312,400	2,880,143,640	3,168,158,004	3,484,973,804
Kas Keluar						
Investasi akuaponik di TMJT	132,000,000	-	-	-	-	-
Biaya produksi (persiapan awal)	53,886,458	-	-	-	-	-
Biaya Produksi	-	646,637,496	685,435,746	726,561,891	770,155,604	816,364,940
Angsuran KUR	-	61,962,153	61,962,153	61,962,153	-	-
Beban Bunga	-	929,432	929,432	929,432	-	-
Total Kas Keluar	185,886,458	709,529,081	748,327,331	789,453,475	770,155,604	816,364,940
Selisih	-	1,670,754,919	1,869,985,069	2,090,690,165	2,398,002,400	2,668,608,864
Saldo Kas Awal	-	-	1,670,754,919	3,540,739,988	5,631,430,153	8,029,432,553
Saldo Kas Akhir	-	1,670,754,919	3,540,739,988	5,631,430,153	8,029,432,553	10,698,041,417

Tabel 4.32, Tabel 4.33, dan Tabel 4.34 akan berbicara mengenai kelayakan masyarakat atas investasi *FRIENDLY Aquaphonics* dari sisi NPV, IRR, dan *payback period*.

Tabel 4.32. NPV Masyarakat atas Investasi *FRIENDLY Aquaphonics*

Tahun	Cashflow
0	(185.886.458)
2015	1.670.754.919
2016	1.869.985.069
2017	2.090.690.165
2018	2.398.002.400
2019	2.668.608.864
Suku Bunga	7,5%
NPV	25.053.437.404

Keterangan:

Initial Investment = Rp 185.886.458

Profitability Index ($NPV : Initial Investment$) = 135,78 kali

$NPV > 0$ Investasi Masyarakat atas *FRIENDLY Aquaphonics* layak

Tabel 4.33. Tingkat IRR Masyarakat atas Investasi *FRIENDLY Aquaphonics*

Tahun	Cashflow
0	(185.886.458)
2015	1.670.754.919
2016	1.869.985.069
2017	2.090.690.165
2018	2.398.002.400
2019	2.668.608.864
Suku Bunga	7,5%
IRR	911,83%

Keterangan: $IRR > 1,5\%$ investasi masyarakat *FRIENDLY Aquaphonics* Layak

Tabel 4.34. *Payback Period* Masyarakat

PAYBACK PERIOD	
Initial investment	185,886,458
Cash inflow bulan 1	(139,229,577)
	46,656,881
Cash inflow bulan 2	(139,229,577)
1,5 bulan	TERTUTUP

Keterangan : *payback period* investasi masyarakat atas aktivitas *FRIENDLY Aquaphonics* adalah 1,5 bulan.

3) TMJT

Seperti yang telah dijelaskan pada aspek pemasaran, peningkatan pengunjung di TMJT dapat diestimasikan berkisar 10%. Jika per Juli 2014 pengunjung TMJT sebanyak 35.000 maka peningkatan pengunjung setelah ada *FRIENDLY Aquaponics* diestimasikan berkisar 3.500 pertahun. Oleh karena itu, Tabel 4.35 berikut adalah kontribusi peningkatan jumlah ekonomi di TMJT :

Tabel 4.35. Kontribusi Peningkatan Pengunjung TMJT

Keterangan	Jumlah
Jumlah Pengunjung per Juli 2014	35,000
Estimasi Prosentase Peningkatan Pengunjung	10%
Estimasi total penambahan jumlah pengunjung	3,500
Biaya Masuk (Rp) / orang	5,000
Peningkatan dari tahun sebelumnya (30.000)	17,500,000

b. Dampak Non Finansial

Berikut ini adalah dampak secara non finansial yang diperoleh ketiga pihak:

1) Bagi Masyarakat

Di samping memperoleh pendapatan tetap, pengetahuan dan keterampilan masyarakat bertambah yakni yang sebelumnya hanyalah petani tambak tradisional menjadi petani tambak *modern*.

2) TMJT

Di samping memperoleh pendapatan tetap, TMJT juga memiliki kontribusi dalam memajukan perekonomian masyarakat mengingat tambak yang digunakan untuk *FRIENDLY Aquaponics* adalah milik TMJT. Dengan

demikian, TMJT juga dapat memperoleh citra yakni wisata yang ramah sosial dan lingkungan. Dengan demikian, TMJT semakin dikenal oleh masyarakat luas.

3) Kampung Laut

Selain memperoleh manfaat secara ekonomi yaitu penghematan biaya bahan baku sebesar 6% senilai Rp 276.252.000 pertahun, Kampung Laut juga dapat membangun citra bahwa Kampung Laut selalu “*FRIENDLY*” dan mampu menjadi solusi semua pihak (masyarakat dan pemerintah) bahkan selalu menjadi solusi bagi kebutuhan konsumennya bahkan *brand* dari Kampung Laut akan semakin ternama. Selain itu, Kampung Laut juga dapat memperkecil risiko yaitu berupa dukungan masyarakat, perolehan *licence to operate* karena terjalinnya kerjasama antara Kampung laut dan beberapa pihak yang saling menguntungkan dan terikat sehingga tentunya dalam jangka panjang keberlanjutan bisnis Kampung Laut dapat terjamin.

4) Lingkungan

Kampung Laut, masyarakat, dan TMJT dapat membangun lingkungan secara bersama – sama dengan menggunakan teknologi yang ramah lingkungan yaitu akuaponik.