

**STUDI KELAYAKAN DAN *BUSINESS PLAN* PENGEMBANGAN USAHA
BAROKAH FISHING DI WAKATOBI*****FEASIBILITY STUDY AND BUSINESS PLAN FOR BAROKAH FISHING
BUSINESS DEVELOPMENT IN WAKATOBI*****La Hasimu****Dr. Dedi Sulistiyono Soegoto, M.T**

Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan pengembangan usaha Barokah Fishing di bidang perlengkapan alat nelayan berupa senar pancing dan mata pancing. Pengembangan bisnis yang dilakukan yaitu melalui pendirian cabang yang terletak di Pasar Sentral di Kabupaten Wakatobi. Penilaian aspek kelayakan dilihat melalui aspek keuangan dan non-keuangan. Aspek keuangan dinilai melalui *Payback Period*, *Net Present Value* (NPV) dan *Profitability Index* (PI). Aspek non-keuangan terlihat melalui aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek manajemen. Hasil studi kelayakan dan rencana bisnis menunjukkan bahwa pengembangan Barokah Fishing layak dari semua aspek. Aspek pasar telah menunjukkan terdapat strategi pemasaran, aspek hukum sudah memiliki lisensi seperti CV dan SITU / SIUP, aspek manajemen telah disiapkan berdasarkan POAC dan aspek keuangan menunjukkan *Net Present Value* dinyatakan Layak karena NPV bernilai Positif, PI dinyatakan Layak karena PI lebih besar dari satu dan *Payback Period* satu Tahun tiga bulan dua puluh lima hari.

Kata Kunci : Perencanaan Bisnis, Strategi Bisnis, Studi kelayakan.

***FEASIBILITY STUDY AND BUSINESS PLAN FOR BAROKAH FISHING
BUSINESS DEVELOPMENT IN WAKATOBI***

ABSTRACT

This study aims to determine the feasibility of developing Barokah Fishing business in the field of fishing gear equipment in the form of fishing lines and hooks. The business development undertaken is through the establishment of a branch located in the Central Market in Wakatobi Regency. The assessment of eligibility aspects is seen through financial and non-financial aspects. Financial aspects are assessed through Payback Period, Net Present Value (NPV) and Profitability Index (PI). The non-financial aspects are seen through market aspects, marketing aspects and management aspects. The results of the feasibility study and business plan show that the development of Barokah Fishing is feasible from all aspects. Market aspects have shown there is a marketing strategy, legal aspects already have licenses such as CV and SITU / SIUP, management aspects have been prepared based on POAC and financial aspects indicate a Net Present Value is declared Eligible because the NPV is Positive, PI is declared Eligible because PI is greater than one and Payback Period is one year three months twenty-five days.

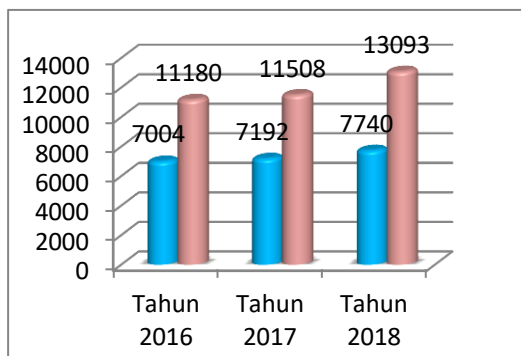
Keywords: *Business Planning, Business Strategy, Feasibility Study.*

1. Pendahuluan

Kabupaten Wakatobi merupakan salah satu daerah kepulauan di Indonesia dengan potensi kelautan yang besar serta daerah dengan jumlah profesi nelayan yang juga besar. Kebutuhan akan perlengkapan nelayan tentu sangat dibutuhkan untuk menunjang aktivitas nelayan. Alat pancing merupakan salah satu alat tangkap tradisional yang digunakan oleh nelayan untuk menangkap ikan di Wakatobi. Alat pancing yang paling banyak dibutuhkan oleh nelayan terdiri dari dua komponen diantaranya senar pancing (fishing line) dan mata pancing (hook).

Barokah Fishing didirikan pada tahun 2016 untuk memenuhi kebutuhan nelayan khususnya di Kecamatan Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara. Barokah fishing sejak tahun 2016 mampu memenuhi kebutuhan nelayan di Kec. Wangi-Wangi yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Grafik 1 Data Penjualan Produk Senar Pancing dan Kail Pancing Barokah Fishing Tahun 2016-2018



Sumber : Data Internal Barokah Fishing 2016-2018

Tabel 1. Hasil Olah Data Permintaan Produk Senar Pancing dan Kail Pancing Barokah Fishing 2019

Tahun	Senar Pancing		Mata Pancing		
	Demand (bks)	Pertumbuhan	Tahun	Demand (Kotak)	Pertumbuhan
2016	7004	0.00%	2016	11180	0.00%
2017	7192	2.68%	2017	11508	2.93%
2018	7740	7.62%	2018	13093	13.77%
Rata-Rata		2.06%	Rata-Rata		3.34%

Sumber : Data internal Barokah Fishing 2016 - 2018

Tabel 2. Data Jumlah Nelayan Kabupaten.Wakatobi Tahun 2018

No	Kecamatan	Jumlah
1	Wangi-Wangi	1.209
2	Wangi-Wangi Selatan	1.939
3	Binongko	535
4	Kaledupa	1.048
5	Kaledupa Selatan	544
6	Togo Binongko	163
7	Tomia	579
8	Tomia Timur	357
	Jumlah	6.364

Sumber : Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Wakaktobi 2018

Barokah Fishing saat ini masih terfokus melayani hanya nelayan yang berada di Kec. Wangi-Wangi yaitu berkisar sebesar 1209 orang nelayan. Selama ini nelayan di kabupaten Wakatobi secara keseluruhan pada umumnya berbelanja kebutuhan peralatannya di Pasar Sentral yang merupakan pasar terbesar di Kabupaten Wakatobi. Barokah Fishing berencana melakukan ekspansi pemasaran dengan mendirikan cabang yang berlokasi di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan di Pasar Sentral dengan harapan mampu mencakup seluruh pasar nelayan di Kabupaten Wakatobi

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan dalam melakukan studi kelayakan dan *business plan* adalah sebagai berikut : Mengetahui pengaruh faktor lingkungan internal dan eksternal terhadap usaha Barokah Fishing, Mengetahui kelayakan pengembangan usaha Barokah Fishing. Menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha Barokah Fishing dan Mengetahui prospek usaha apa saja yang kompetitif dan *profitable* pada usaha Barokah Fishing.

2. Kajian Pustaka

2.1 Manajemen

Menurut Akhmadrandy Ibrahim (2016 : 861), Manajemen merupakan ilmu seni yang sangat bermanfaat selalu didasarkan pada pengetahuan terhadap

bidang ilmu mendasarinya. tetapi ruang lingkup manajemen tidak hanya sebatas hanya pada leader. Menurut pendapat para ahli diatas maka ada empat manfaat manajemen antara lain yaitu :

- a. Perencanaan (*Planning*)
Perencanaan dapat menentukan untuk kinerja dari organisasi itu dimasa yang akan datang serta menetapkan fungsi dan penggunaan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
Bagian dari penentuan dan pengelompokan fungsi kedalam departemen penentuan otoritas dan bagian sumber daya di antara ogransisasi tersebut.
- c. Kepemimpinan (*leading*)
Pengaruh seorang manajemen memberikan semangat kepada bawahaanya atau karyawan untuk dapat mencapai tujuan organisasi. jadi tugas pemimpin adalah menciptakan budaya dan nilai bersama, mengkomunikasikan tujuan kepada bawahan atau karyawan disemua lini organisasi
- d. Pengendalian (*contrlolling*)
Untuk mengontrol semua kegiatan karyawan, sehingga dapat menentukan apakah organisasi tersebut dapat memenuhi tujuanya yang diharapkan atau tidak dan memerlukan koreksi bila diperlukan.

2.2 Kewirausahaan

Menurut Deden A.Wahab Sya'roni & Janivita J. Sudirham (2012:3) Kewirausahaan merupakan langkah awal menciptakan sesuatu hal lain dengan membutuhkan tenaga, waktu dan modal disertai risiko dengan tujuan menerima balas jasa serta kebebasan dan kepuasan. Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang memanfaatkan peluang yang ada dan menciptakan visi dan inovasi dimasa yang akan datang.

2.3 Growth Strategi

Menurut Endi Sarwoko (2017 : 48), Growht Strategi terbagi 4 bagian yaitu :

- a. *Penetration Strategy* merupakan strategi ini membuat konsumen lama untuk siap membeli produk lebih banyak dari perusahaan.
- b. *Market development strategy* merupakan strategi ini dengan cara menjual produk yang sudah ada ke konsumen baru.
- c. *Product Development Strategy* merupakan strategi ini dengan cara mengembangkan dan menjual produk baru kepada pelanggan.
- d. *Diversification Strategy* merupakan strategi ini dengan cara memasarkan produk baru kepasar baru yang dituju.

2.4 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2017 : 259), mengemukakan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor internal dan eksternal secara sistematis dengan tujuan merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan layak atau tidak bisnis untuk dijalankan.

2.5 Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir & Jakfar (2004 : 10). Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang bisnis yang akan dijalankan, layak atau tidak bisnis tersebut untuk dijalankan. Aspek yang perlu dalam studi kelayakan bisnis yaitu mulai dari aspek hukum, sosial ekonomi, budaya, keuangan, pasar, pemasaran, teknis dan teknologi, organisasi dan sumber daya manusia.

Berdasarkan studi diatas dibutuhkan beberapa penilaian secara ekonomi dan teknis sangat bermanfaat untuk dijadikan dasar penerapan sebuah kegiatan. Hasil studi kelayakan bisnis dapat berfungsi sebagai :

- a. Dalam memulai bisnis baru seperti bisnis membuka toko, mendirikan pabrik, mendirikan perusahaan jasa dan membuka usaha dagang.

- b. Mengembangkan bisnis yang sudah ada seperti menambah kapasitas pabrik, memperluas skala bisnis, mengganti peralatan mesin lama dan memperluas jangkauan bisnis

2.5.1 Analisis Kelayakan Bisnis

Menurut Dewi Purnamasari & Bambang Hendrawan (2013 : 84) menyatakan studi kelayakan bisnis merupakan aktivitas untuk mempertimbangkan sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis. Ada beberapa aspek penilaian dalam analisis kelayakan bisnis antara lain :

- a. Analisis aspek pemasaran

Seorang wirausaha strategi pertama harus melakukan riset pemasaran dengan menggunakan sebuah system informasi pemasaran yang layak digunakan.
- b. Analisis aspek manajemen

Ada beberapa aspek manajemen yang perlu diketahui antara lain :

 - 1. Kepemilikan

Bisnis yang akan dibangun milik pribadi (perseorangan) atau milik bersama seperti PT, CV dan bentuk usaha badan lainnya.
 - 2. Organisasi

Tentukan organisasi yang tepat dan efisien
 - 3. Tim manajemen

Jika bisnis dijalankan besar maka buat tim manajemen yang solit.
 - 4. Karyawan

Jumlah karyawan disesuaikan dengan kebutuhan.
 - 5. Analisis aspek keuangan
 - 1. Kebutuha dana
 - 2. Menetapkan sumber dana
 - 3. Proyeksi neraca
 - 4. Proyeksi laba rugi
 - 5. Proyeksi aliran kas
 - 6. Perhitungan kreteria investasi melalui

Payback, Net Present Value. Internal Rate Of Return dan Benefit Cost Rasio.

2.5.2 Marketing Mix

Menurut Margarita Işoraitè, (2016 : 25-37), Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang dapat dikontrol suatu perusahaan di gunakan untuk membuat respons yang diinginkan di pasar yang ditargetkan. Dalam Strategi bauran pemasaran (Marketing Mix) atau 4P terdapat empat aspek dalam pemasaran diantaranya : Produk (Product), harga (price), distribusi (Place) dan promosi (promotion).



Gambar 1. 4P Marketing Mix

- a. Produk (*product*)

Merupakan dari semua kumpulan produk dan barang yang akan ditawarkan dipasar untuk dijual oleh penjual tertentu.
- b. Lokasi (*Place*)

Penentuan lokasi merupakan aspek terpenting yang memenuhi keberhasilan pemasaran dari sebuah bisnis, semakin tepat pemilihan lokasi bisnis yang dipilih maka tingkat penjualan semakin tinggi.
- c. Harga (*price*)

Keputusan harga harus disesuaikan dengan tujuan pemasaran, sarasanya berupa untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba jangka pendek, memaksimalkan pangsa pasar atau kepemimpinan mutu produk.
- d. Promosi (*promotion*)

Agar produk cepat dikenal oleh masyarakat dan cepat terjual maka perusahaan perlu melakukan strategi yang disebut bauran promosi (*Promotion Mix*) yaitu : periklanan, promosi penjualan.

2.5.3 Peramalan Permintaan Mendatang

Menurut Jay Heizer & Barry Render (2015 : 113) Peramalan (*Forcasting*) merupakan ilmu pengetahuan atau seni untuk memperkirakan peristiwa di masa yang akan datang. Adapun jenis – jenis teknik peramalan kuantitatif antara lain :

- a. Pergerakan rata-rata (*Moving average*) menggunakan data aktual perusahaan untuk mendapatkan peramalan.
- b. Penghalusan eksponensial (*Eksponential Smooting*) adalah metode peramalan pergerakan rata-rata bobot lainnya.
- c. Regresi linear (*Linier Regression*) adalah salah satu metode statistik yang bermanfaat melakukan peramalan atau memperkirakan.

2.5.4 Aspek Hukum

Tujuan aspek hukum adalah mengkaji tentang legalitas usaha yang akan dibangun. Hal ini berarti setiap usaha yang akan dibangun di lokasi tertentu maka harus memenuhi ketentuan Hukum dan peraturan-peraturan yang berlaku di wilayah tersebut.

2.5.5 Pengertian *Financial*

Dalam jurnal Analisis Perhitungan Biaya Relevan Untuk Pesanan Khusus Guna Meningkatkan Laba Perusahaan Kasur “UD. Afina Rizki”(Ika Sela Rohana, Siti Sunrowiyati, 2016 : 233), menyatakan “biaya adalah merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas, dan disajikan oleh akuntansi biaya.

2.6 Usaha Yang Kompetitif

Menurut Muhammad Bukhori Dalimunthe (2017 : 19) menyatakan keunggulan kompetitif merupakan perusahaan yang memiliki beberapa posisi dimana kompetitor tidak dapat meniru strategi yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.

2.7 Usaha Yang Profitable

Menurut Diana Istighfarin & Ni Gusti Putu Wirawati (2015 : 565) Profitabilitas merupakan parameter penting bagi seorang

investor untuk memperhitungkan kemampuan suatu perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh tingkat pengembalian modal dan keuntungan yang diterima oleh investor.

2.8 *Business Plan*

Menurut Herman S. Soegoto & Wandu Saputra Ali (2004:21) *Business plan* juga berisi tentang rincian profit, neraca perusahaan, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang. Juga memuat pandangan dan ide dari anggota tim manajemen.

Business plan merupakan dokumen tertulis yang mengemukakan berbagai ide pokok yang mendasari pertimbangan-pertimbangan untuk memulai mendirikan bisnis hal ini berkaitan dengan pendirian atau awal memulai bisnis. *Business plan* adalah konsep mencakup sebuah strategi perencanaan, tujuan dan target yang harus dicapai sebuah bisnis.

3. Metode

Dalam Penelitian ini menganalisis tentang kelayakan pengembangan bisnis untuk mendirikan Toko Barokah Fishing dilokasi baru yang berada di daerah Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Pasar Sentral Kabupaten Wakatobi. Ada beberapa aspek yang digunakan untuk menganalisis kelayakan bisnis dalam hal pengembangan Barokah Fishing, diatarannya aspek pasar, teknik manajemen dan *financial*.

Data yang diperlukan untuk menganalisis aspek pasar, berupa data demand produk, harga penjualan dan strategi pemasaran. Terkait untuk melakukan perhitungan pendapatan dan peluang pasar dari data demand produk. Aspek teknik yang diperlukan berupa data mengenai lokasi baru yang dijadikan tempat bisnis Barokah Fishing.

3.1 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian Studi Kelayakan dan *Business Plan* Barokah Fishing teknik

analisa data yang digunakan yaitu melalui analisis SWOT sebagai berikut :

a. Identifikasi SWOT

Mengidentifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

b. TOWS Matriks

Pada tahapan ini disusun strategi perbisnisan yang didasarkan pada faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

➤Strategi SO

Pada strategi ini dibuat berdasarkan kondisi dimana perbisnisan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkannya peluang sebebesar-besarnya.

➤Strategi ST

Pada tahapan ini perbisnisan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi berbagai macam ancaman.

➤Strategi WO

Selanjutnya perbisnisan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan kelemahan yang ada.

➤Strategi WT

Pada strategi ini berbisnis meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

c. Analisis IFAS dan EFAS

Pada tahapan analisis EFAS (*External Strategic Factor Summary*) ini dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman pada perbisnisan yang akan diteliti.

d. Perumusan Strategi

Ada beberapa metode analisis dalam menentukan tujuan bisnis untuk menempuh perancangan perumusan strategi antara lain sebagai berikut :

➤ *Matrix 9 Cell*

Metode analisis *Matrik 9 Cell* berfungsi menganalisis posisi bisnis yang akan diteliti, dimana bisnis dapat mengetahui kondisi untuk menentukan strategi yang tepat dengan kondisi bisnis

berdasarkan hasil perhitungan dari EFAS dan IFAS.

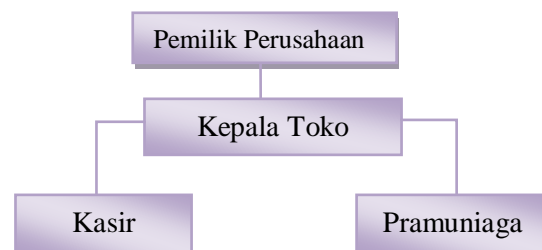
e. Aspek Keuangan

Ada tiga metode yang dapat digunakan untuk dipakai Bisnis Barokah Fishing untuk penilaian aliran kas diantaranya : Metode *payback period* (PP) , Metode *Profitability Index* (PI) dan NPV (*Net Present value*)

1. Kondisi Eksisting Perusahaan

Barokah Fishing dalam menjalankan usahannya dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan untuk penjualan senar pancing dengan rata-rata 2.06% untuk mata pancing dengan rata-rata 3.34%. Sehingga Barokah Fishing berencana melakukan ekspansi pemasaran dengan mendirikan cabang di Kelurahan Wangi-Wangi Selatan yang berlokasi di Pasar Sentral. Dengan harapan mampu mencakup seluruh pasar nelayan di Kabupaten Wakatobi.

4.1 Struktur Organisasi Barokah Fishing



4.2 Sumber Daya Manusia

Barokah Fishing dalam menjalankan usahanya saat ini memiliki karyawan dengan masing-masing *job desc* dan fungsinya. Informasi karyawan dapat dilihat dengan tabel berikut :

Tabel 3. Data Karyawan Barokah Fishing, Tahun 2018.

Nama Jabatan	Jumlah
Kepala Toko	1
Kasir	1
Pramuniaga	2

4.3 Aspek Pasar

4.3.1 Strategi Pemasaran

Barokah Fishing dalam menjalankan usahanya ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan antara lain : Segmentasi geografis didaerah Wangi-Wangi. Segmentasi Demografis, Barokah Fishing akan mengelompokan pada target Pelanggan berdasarkan : Usia : 10-70 Tahun, Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Segmentasi Psikografis, Kelas sosial, kelas sosial menengah dan kelas sosial atas.

4.3.2 Strategi Bauran Pemasaran

Barokah Fishing memiliki beberapa produk yang akan dipasarkan diantaranya mata pancing, mata kail dan aksesoris pancing. Setelah mengetahui Segmentasi, target dan posisi pasar, maka selanjutnya adalah penentuan strategi pemasaran.

Dalam menentukan strategi pemasaran terdapat 4P yaitu *Produk, Price, Promotion, Place*.

1. *Produk* yang dijual Barokah Fishing yaitu Senar Pancing dan Mata Pancing.
2. *Price* yang ditawarkan Barokah Fishing yaitu Senar Pancing dari harga Rp.12.000 – Rp.65.500, Mata Pancing dari harga Rp. 17.000 – Rp. 90.000.
3. *Promotion*, yang dilakukan Barokah Fishing melalui periklanan, promosi publisitas
4. *Place*, penentuan lokasi pengembangan usaha Barokah Fishing dengan beberapa pertimbangan yaitu :
 - Lokasi usaha dekat dengan pasar,
 - Lokasi usaha dekat dengan pasar ikan
 - Distribusi langsung penjual ke konsumen
 - Mempertimbangan jumlah kompotitior yang ada disuatu lokasi tersebut.

4.3.3 Produk

Produk alat pancing yang dijual oleh Barokah Fishing terdiri dari 2 macam diantaranya : Senar pancing mulai dari ukuran 10Lbs-100Lbs dan Mata pancing mulai Produk dari ukuran No.20-5.



Gambar 2. Produk Alat Pancing Barokah Fishing

4.4 Pembahasan

Faktor yang menyangkut dengan Strength / Kekuatan (S) dan Weakness / Kelemahan (W) secara internal dan Eksternal yang diperoleh dari data internal perusahaan Barokoh Fishing diantaranya sebagai berikut :

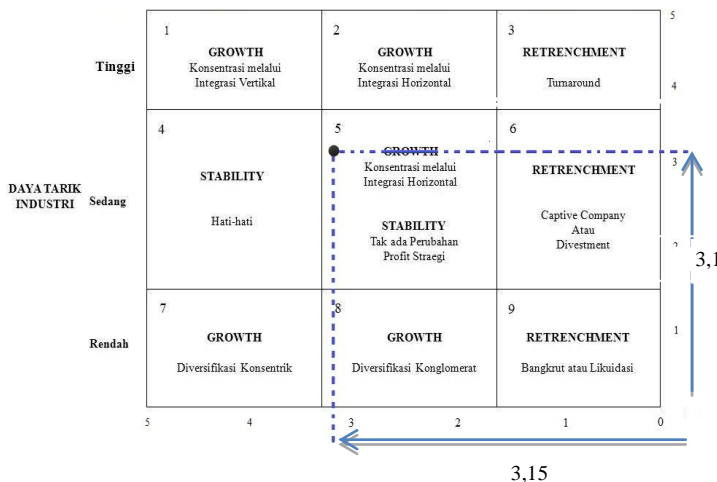
Tabel 4. Diagram Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS	WEAKNESS
	1. Harga Murah yang kompetitif 2. Keramahan Pelayanan 3. Banyak jenis produk alat Pancing 4. Promosi menggunakan media online 5. Lokasi usaha dekat pelabuhann nelayan	1. Tempat usaha kurang luas 2. Sistem pembukuan masih manual 3. Modal masih mengandalkan dari permutaran hasil penjualan 4. Pemasaran masih di daerah Kec. Wangi-Wangi 5. Promosi offline belum optimal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Daya beli masyarakat meningkat 2. Belum memiliki banyak pesaing 3. Memiliki Lebih dari 1 supplier 4. Jumlah nelayan tiap tahun meningkat 5. Dukungan pemerintah tentang permodalan bagi UMKM	❖ Mempertahankan harga yang kompetitif sehingga daya beli konsumen meningkat (S1,O1) ❖ Meyediakan berbagai jenis alat pancing untuk memenuhi kebutuhan konsumen (S3,O4)	❖ Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan permodalan (S5, W3) ❖ Memanfaatkan pesaing yang belum banyak menjadi pemimpin pasar (O2,W4)

THREAT (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Munculnya kapal Pelingkar	❖ Menjaga harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga ikut bersaing dengan kompotitor (S1 S2, T2).	❖ Mengembangkan usaha dan tingkatkan promosi agar ikut bersaing dengan kompotitor (W3, T3).
2. Mudahnya kompetitor baru yang masuk		
3. Terjadinya bencana alam	❖ Gencar menggunakan promosi online sehingga kompotitor baru tidak mudah masuk pasar (S4,T2)	❖ Meningkatkan promosi online sehingga masyarakat tidak cenderung berbelanja online. (W5, T5).
4. Kecenderungan masyarakat berbelanja online		
5. Terjadinya perubahan Peraturan Pemerintah		
	❖ Memantapkan Keunggulan lokasi usaha yang dekat dengan pelabuhan-pelabuhan nelayan sehingga nelayan tidak cenderung berbelanja online (S5,T4).	

4.4.1 Strategi Matrix 9 Cell

Dalam menentukan arah pergerakan usaha Barokah fishing dibutuhkan adanya formulasi strategi melalui analisis Matrix 9 Cell. Berdasarkan dari perhitungan IFAS dan EFAS, dengan hasil total score IFAS sebesar 3.15 dan EFAS sebesar 3.1. Dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3. Matrix 9 Cell Barokah Fishing.

Berdasarkan pada gambar Matrix 9 Cell Barokah Fishing diatas menunjukan dimana Barokah Fishing berada pada posisi *Integrasi Horizontal*, sehingga strategi yang perlu dilakukan oleh Barokah Fishing adalah dengan berinvestasi untuk

pengembangan usaha dengan cara melalui perluasan pasar dan meningkatkan jenis produk, Tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan profit.

4.4.2 Strategi Bisnis

Berdasarkan dari hasil Matrix 9 Cell Barokah Fishing berada pada posisi Integrasi Horizontal maka strategi yang dibutuhkan dengan melakukan perluasan pasar dan berinvestasi mendirikan Toko Barokah Fishing. Perusahaan perlu menciptakan keunggulan yang kompetitif melalui riset pasar, riset produk dan manajemen mutu serta penerapan strategi bersaing differensiasi, dimana penerapan ini bertujuan agar Barokah Fishing ikut bersaing dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan para kompotitornya.

4.4.3 Usaha Yang Kompetitif

Berdasarkan dari hasil perhitungan IFAS yaitu kekuatan dan kelemahan dan EFAS yaitu peluang dan ancaman maka usaha yang paling kompetitif dilihat dari nilai TAS tertinggi yang pertama adalah Senar pancing dan mata pancing nilai TAS sebesar 6.65, aksesoris pancing nilai TAS sebesar 6.45 dan Alat Diving nilai TAS sebesar 6.2.

4.4.4 Usaha Yang Profitable

Berdasarkan nilai dari Profit Margin, Rentabilitas dan TATO maka Prospek usaha yang paling profitabel adalah sebagai berikut : senar pancing dan mata pancing nilai TATO sebesar 4,49, aksesoris pancing nilai TATO 1.047 dan Alat Diving nilai TATO 0.26.

4.4.5 Data Pemilik Perusahaan

Nama : Jumaha
 Tempat, Tgl Lahir : Mola, 21 Juli 1969
 Alamat : Jln. Ahmad Nasution, Sombu Kec.Wangi-Wangi Kab.Wakatobi Sultra.

4.4.6 Aspek Hukum

Surat Izin Tempat Usaha yang dimiliki Barokah Fishing baru dikeluarkan oleh pemerintahan daerah pada tahun 2019 sebagai izin usaha untuk mendirikan usaha berdasarkan peraturan pemerintah daerah setempat yaitu CV dan Surat Izin Tempat Usaha (SITU).

4.4.7 Aspek Manajemen

Berdasarkan studi kelayakan usaha dibutuhkan analisis dengan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksana dan pengawasan dilakukan dengan baik. Secara umum Barokah Fishing menerapkan Fungsi Manajemen POAC sebagai berikut :

- a. *Planning* (Perencanaan), *Planning* meliputi pengaturan tujuan dan mencari cara bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Dalam menetapkan Tujuan Barokah Fishing adalah sebagai berikut :
 - Mengembangkan usaha dengan mendirikan cabang baru
 - Meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan
 - Meningkatkan dan menjaga hubungan baik dengan konsumen
- b. *Organizing* (Pengorganisasian) Adapun fungsi kegiatan-kegiatan pengorganisasian adalah sebagai berikut : Adanya penetapan struktur perusahaan untuk menunjuk garis kewenangan serta tanggung jawab, sehingga setiap aktivitas perusahaan bisa berjalan dengan baik, Penempatan tenaga kerja dengan jabatan yang tepat sesuai profesinya. Mengaalokasikan sumber daya serta memformulasikan dan menetapkan tugas juga menetapkan prosedur yang diinginkan.
- c. *Actuating* Adapun kegiatan yang dilakukan dalam pengarahan adalah sebagai berikut :
 1. Menjelaskan tentang pekerjaan serta tugas dengan aturan yang sudah ditetapkan

- 2. Memberikan motivasi kepada seluruh karyawan sehingga karyawan dapat bekerja dengan semangat sehingga pekerjaan dapat selesai tepat waktu

- d. *Controlling* (Pengendalian), Fungsi manajemen untuk mengontrol seluruh kegiatan perusahaan sehingga penggunaan sumber daya yang ada akan maksimal.

4.4.8 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan tujuan akhir untuk menilai kemampuan suatu perusahaan untuk menentukan beberapa biaya yang dikeluarkan untuk pembelian produk alat pancing. Ada beberapa hal penilaian dalam aspek keuangan yang dibutuhkan diantaranya :

1. Investasi

Investasi awal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Investasi dalam pembuatan usaha Barokah Fishing

Investasi		Total	Harga	Total
Bangun Toko			90,000,000	90,000,000
CV			4,400,000	4,400,000
SIUP			350,000	350,000
Etalase Toko				
	Lemari kaca	4	2,300,000	9,200,000
	Rak besi	4	450,000	2,700,000
	Rak gantung	3	150,000	450,000
	Meja	1	300,000	300,000
	Kursi	1	200,000	200,000
Total				107,600,000

Berdasarkan dari tabel 5 untuk memulai mendirikan usaha Barokah Fishing, Investasi dalam pembuatan Barokah Fishing sebesar Rp. 107,600,000 dan biaya modal tenaga kerja dan biaya modal produk pada bulan awal sebesar Rp. 31,511,025 untuk bulan seterusnya, biaya modal kerja diperoleh dari hasil penjualan pada saat usaha berjalan. Maka jumlah modal yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha Barokah Fishing sebesar Rp. 139,111,025 Laporan Laba Rugi dan *Cash Flow* Barokah Fishing. Biaya modal produk merupakan 70 % dari nilai penjualan. Margin keuntungan kotor yang

diterapkan oleh Barokah Fishing untuk produk-produknya yaitu 30 %.

Tabel 6 *Cash Flow* Barokah Fishing

Komponen	Tahun-1	Tahun-2	Tahun-3
Kas Masuk			
Penjualan	483,617,571	523,271,136	536,463,924
Kas Masuk	483,617,571	523,271,136	536,463,924
Kas Keluar			
Investasi	107,600,000		
Biaya Operasional			
Biaya Variabel	341,394,407	368,576,833	395,759,259
Biaya Tetap	53,296,000	57,460,000	62,040,400
Pajak	8,938,927	9,712,134	9,649,877
Total Kas Keluar	403,629,334	435,748,967	467,449,536
Net Benefit	79,988,237	87,522,169	69,014,388
Kas Awal	0	79,988,236	167,510,404
Kas akhir	79,988,237	167,510,405	236,524,792

Tabel 7. Kelayakan Investasi

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3
Cash Flow	79,988,236	87,522,168	69,014,387
10%	0.909	0.826	0.751
PV	72,709,307	72,293,311	51,829,805
INVESTASI			107,600,000
NPV	Proyek dinyatakan Layak karena NPV bernilai Positif		89,232,422
PI	Proyek dinyatakan Layak karena $PI > 1$		1.83

Dari hasil perhitungan diatas, maka *payback periode* untuk investasi Barokah Fishing Selama 17 Bulan 23 Hari. Maka nilai NPV = RP. 89,232,422 dan Nilai PI = 1.82 maka NPV bernilai positif dan $PI > 1$. Maka usaha Barokah Fishing layak untuk dijalankan dengan tempo waktu selama 17 Bulan 23 hari.

4.4.9 Business Plan

Barokah Fishing bergerak dibidang penjualan alat-alat pancing, Barokah fishing ingin mengembangkan usahanya dengan mendirikan cabang di Kel.Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi yang berlokasi di Pasar Sentral. Tujuannya untuk meningkatkan Omset. Jika dilihat dari data Nelayan di tahun 2018 sebanyak 6.364 orang nelayan. hal Ini menjadi peluang bagi perkembangan usaha Barokah Fishing.

4.4.9.1 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat mendirikan usaha Barokah Fishing adalah sebagai berikut : Meningkatkan volume penjualan, Meningkatkan *profit* dan Meningkatkan kualitas pelayanan.

4.4.9.2 Ruang lingkup

Barokah Fishing Bergerak di bidang penjualan alat Pancing. Alat pancing terbagi beberapa komponen Senar pancing dan mata pancing dan aksesoris.

4.4.9.3 Visi dan Misi

❖ Visi

Menjadi usaha Alat-alat Pancing yang mandiri dan berkualitas yang dapat bersaing dipasar

❖ Misi

1. Meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk alat Pancing
2. Meningkatkan promosi produk melalui media *online*
3. Mengembangkan usaha yang sudah ada dan memperbanyak jenis alat pancing

4.4.9.4 Analisis Lingkungan

4.4.9.4.1 Lingkungan Internal

a. *Strength* / Kekuatan, Usaha Barokah Fishing

1. Memiliki banyak produk alat pancing
2. Harga yang kompetitif
3. Memiliki banyak ukuran
4. Produk selalu tersedia
5. Lokasi usaha strategis
6. Pelayanan baik terhadap konsumen
7. Mempunyai izin usaha

b. *Weakneass* / Kelemahan, Usaha Barokah Fishing

1. Membutuhkan modal besar
2. Cabang usaha baru belum banyak dikenal oleh konsumen
3. Promosi kurang optimal
4. Lahan parkir kurang luas
5. Belum melayani *delivery service* (Jasa Pengiriman).

4.4.9.5 Lingkungan Eksternal

a. *Opportunities* / Peluang, Usaha Barokah Fishing

1. Penjualan dapat menjangkau seluruh kecamatan di Kabupaten Wakatobi

2. Tiap tahun profesi nelayan meningkat
 3. Ketersediaan supplier lebih dari 1
 4. Kebijakan pemerintah dalam mendukung bidang usaha perikanan
 5. Belum banyak kompetitor
 6. Nelayan lebih menyukai berbelanja konvensional dibandingkan *online*
- b. **THREAT / Ancaman, Usaha Barokah Fishing**
1. Mudahnya masuk kompetitor baru
 2. Munculnya kapal pelingkar
 3. Tiap tahun pajak naik
 4. Banyaknya peredaran produk tiruan
 5. Beralihnya pelanggan pada pesaing sejenis

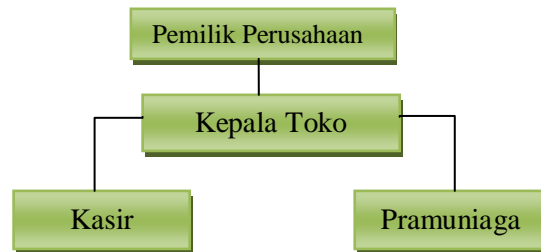
4.4.9.6 Rencana Pemasaran

Tabel 8. Strategy Plan STP Barokah Fishing:

Segmenting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi secara geografis, Regional Or State <ul style="list-style-type: none"> ❖ Kabupaten Wakatobi 2. Segmentasi secara demografis (Umur) <ul style="list-style-type: none"> ❖ 10-70 Tahun ❖ Laki-Laki 3. Segmentasi secara Psikografis <ul style="list-style-type: none"> ❖ Kelas sosial bawah ❖ Kelas sosial menengah ❖ Kelas sosial atas
Targeting	<p>Penentuan pasar yang dipilih atas segmentasi pasar yang telah terbentuk melalui market serta target konsumen di seluruh Kecamatan di Kabupaten Wakatobi. Usia 10-70 tahun, produk alat pancing menargetkan kepada konsumen laki-laki dikarenakan semua nelayan Kabupaten Wakatobi adalah laki-laki mulai dari kelas sosial menengah, kelas sosial bawah dan kelas menengah atas.</p>
Positioning	<p>Barokah Fishing sebagai penyedia alat pancing terlengkap dengan harga kompetitif</p>

4.4.10 Rencana Manajemen dan Organisasi

4.4.10.1 Struktur Organisasi



Gambar 4. Struktur Organisasi Barokah Fishing

4.4.10.2 Perencanaan Kebutuhan SDM

Perencanaan untuk Kebutuhan SDM sebanyak tujuh orang yaitu kepala toko 1 orang, kasi 2 orang dan pramuniaga 1 orang.

4.4.11 Rencana Keuangan

Renanan pribadi dari pemilik usaha Barokah Fishing.

4.4.11.1 Proyeksi Keuangan

a. Modal usaha

Investasi dalam pembuatan pengembangan usaha Barokah Fishing adalah dapat dijabarkan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 9. Investasi dalam pembuatan usaha Barokah Fishing

Investasi	Jmh	Harga	Total	
Sewa Ruko	1	500,000,000	500,000,000	
CV		4,400,000	4,400,000	
SIUP		350,000	350,000	
Motor Operasional	1	18,000,000	18,000,000	
Etalase Toko	Neon Box	1	5,000,000	5,000,000
	Lemari kaca	10	2,300,000	23,000,000
	Rak besi	6	450,000	2,700,000
	Rak gantung	5	200,000	1,000,000
	Meja	1	1,000,000	1,000,000
	Kursi	1	500,000	500,000
Peralatan Kasir				
Komputer PC (Komplit)	1	10,000,000	10,000,000	
Total			565,950,000	

b. Modal Kerja dan Biaya Modal Produk/Perbulan

Tabel 10. Biaya Modal Kerja

Tenaga Kerja	Jabatan	Jumlah	Gaji/Bulan	Jumlah
	Kepala Toko	1	1,200,000	1,200,000
	Kasir	1	1,000,000	1,000,000
	Pramuniaga	5	1,000,000	5,000,000
Total Gaji/Bulan				7,200,000
Biaya Modal Produk				121,195,014
Biaya Expedisi				600,000
Total				128,995,014

Investasi yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha Barokah Fishing sebesar Rp. 565,950,000 kemudian pada tabel 4.33 biaya modal kerja pada bulan awal sebesar Rp. 128,995,014 untuk bulan seterusnya, biaya modal kerja diperoleh dari hasil penjualan pada saat usaha berjalan. Maka jumlah modal yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha Barokah Fishing sebesar Rp. 694,945,014.

Tabel 11. Data Jumlah Nelayan Kab.Wakatobi Tahun 2018

No	Kecamatan	Jumlah Nelayan
1	Wangi-Wangi	1.209
2	Wangi-Wangi Selatan	1.939
3	Binongko	525
4	Kaledupa	1.048
5	Kaledupa Selatan	544
6	Togo Binongko	163
7	Tomia	579
8	Tomia Timur	357
Jumlah		6.364

Pada tabel 11 diatas dijadikan dasar perbandingan jumlah nelayan di Wangi-Wangi dan jumlah nelayan di wangi-wangi selatan termasuk Binongko, Keledupa, Kaledupa Selatan, Togo Binongko dan Tomia Timur, untuk meramalkan penjualan ditahun 1.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Nelayan} &= 6.364 \\ \text{Nelayan Wangi-Wangi} &= 1.209 - \\ &= 5.155 \\ &= 5.155/1.209 \\ &= 4.26 \end{aligned}$$

Dari hasil diatas kemudian dikalikan dengan penjualan tahun sebelumnya pada tahun 1. tahun ke 2 dan tahun ke 3 tersebut masing-masing mengalami peningkatan berdasarkan dari inflasi 10 % setiap tahunnya.

Tabel 12. Cash Flow Barokah Fishing

Komponen	Tahun-1	Tahun-2	Tahun-3
Kas Masuk			
Penjualan	2,060,210,852	2,229,135,039	2,285,336,316
Kas Masuk	2,060,210,852	2,229,135,039	2,285,336,316
Kas Keluar			
Investasi	565,950,000		
Biaya Operasional			
Biaya Variabel	1,449,347,596	1,567,594,527	1,606,935,421
Biaya Tetap	165,587,381	174,227,381	183,731,381
Pajak	44,527,587	48,731,313	49,466,951
Total Kas Keluar	1,659,462,564	1,790,553,221	1,840,133,753
Net Benefit	400,748,288	438,581,818	445,202,563
Kas Awal	0	400,748,287	839,330,104
Kas akhir	400,748,288	839,330,105	1,284,532,667

Tabel 13. Net Present Value dan Profitability Index Barokah Fishing

	Tahun 1	Tahun 2		
Cash Flow	400,748,288	438,581,818	445,202,563	
10%	0.909	0.826	0.751	
PV	364,280,193	362,268,581	334,347,125	1,060,895,900
INVESTASI				565,950,000
NPV	Proyek dinyatakan Layak karena NPV bernilai Positif			494,945,900
PI	Proyek dinyatakan Layak karena PI > 1			1.87

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 13 diatas, maka *Payback Periode* untuk investasi Barokah Fishing Selama 1 Tahun 6 bulan 20 hari. Maka nilai NPV = RP. 494,945,900 dan Nilai PI = 1.22 maka usaha Barokah Fishing layak untuk dikembangkan dengan tempo waktu selama 1 Tahun 6 bulan 20 hari.

2. Kesimpulan

5.1 Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal yang Terdapat Pada Usaha Barokah Fishing

Untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha Barokah Fishing maka peneliti melakukan dengan cara *environmental scanning*, sehingga dari hasil tersebut dapat diketahui kondisi eksisting usaha Barokah Fishing berupa internal usaha Barokah Fishing adalah *streght and weakness* kemudian eksternal usaha Barokah Fishing adalah *opportunities and threats*. Dari setiap faktor tersebut dapat menggambarkan keadaan usaha Barokah Fishing dapat dilihat melalui tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

ditunjukkan dengan nilai total skor 3.15 dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) ditunjukkan dengan nilai total *score* 3.1. Berdasarkan dari hasil kedua faktor tersebut maka Barokah Fishing berada pada posisi Growth.

5.2 Kelayakan Usaha Secara Finansial

Usaha Barokah Fishing dinilai layak untuk dijalankan dikarenakan memenuhi segala aspek penilaian kelayakan yang telah dilakukan termasuk aspek financial dengan nilai NPV = 494,945,900 dan nilai PI = 1.87. Dari hasil perhitungan tersebut maka usaha Barokah Fishing layak untuk dikembangkan dengan tempo Waktu Payback Period selama 1 Tahun 6 Bulan 20 hari.

5.3 Strategi Perusahaan

Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha Barokah Fishing dihasilkan melalui *TOWS Matriks* dan *Matriks 9 Cell*.

5.4 Usaha yang Kompetitif dan Profitable

1. Senar pancing dan mata pancing
2. Aksesoris pancing
3. Alat Diving

5.5 Business Plan

Setelah dilakukan analisis dari setiap aspek hukum, aspek pasar, aspek manajemen dan aspek keuangan. Maka hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan Barokah Fishing layak untuk dilakukan. Sehingga pembuatan business plan untuk dijadikan sebagai RoadMap dalam menjalankan Usaha Barokah Fishing.

Daftar Pustaka

Dalimunthe, Muhammad Bukhori. "Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk." JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN) 3.2 (2017): 140-153.

H. S. Soegoto & Ali, Wandu Saputra. "Studi Kelayakan dan Business Plan Ali Bakri Cake & Drinks." Bandung: Magister Managemet Universitas Komputer Indonesia (2004).

Ibrahim, Akhmadrandy. "Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Di Sulawesi Utara." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4.2 (2016).

Işoraité, Margarita. "Marketing mix theoretical aspects." *International Journal of Research-Granthaalayah* 4.6 (2016): 25-37

Istighfarin, Diana, and Ni Gusti Putu Wirawati. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN)." *E-Jurnal Akuntansi* (2015): 564-581.

Jay Heizer & Barry Render. 2015 *Manajemen Operasi*. Edisi 11, Salemba Empat Jakarta.

Kasmir, dan Jakfar. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana

Purnamasari, Dewi, and Bambang Hendrawan. "Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis/ e-ISSN: 2548-9836* 1.1 (2013): 83-87.

Rohana, Ika Sela, and Siti Sunrowiyati. "Analisis Perhitungan Biaya Relevan Untuk Pesanan Khusus Guna Meningkatkan Laba Perusahaan Kasur "UD. Afina rizki"." *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* 3.3 (2016).

Sarwoko, Endi. "Strategi Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM)." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 13.1 (2017): 46-52.

Sudarso, Indung. "Perancangan Bisnis Model dan Perumusan Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Pamekasan." (2017).

Sya'roni, Deden A. Wahab, and Janivita J. Sudirham. "Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha

Kecil." Jurnal Manajemen
Teknologi 11.01 (2012): 1-17.