

POTENSI PERTUMBUHAN USAHA BUDIDAYA IKAN HIAS DISCUS SJA

Fidelis Permana Sidi

fidelispermanasidi@gmail.com

A Bambang Sungkowo

bambang.sungkowo@atmajaya.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Atma Jaya

ABSTRACT

The fishing industry in Indonesia has great potential, and has the opportunity to become a source of new economic growth in Indonesia. This happens because fishery commodities in Indonesia have a comparative advantage in the international market in terms of quality, price, and availability of species. One sector or part of the fishing industry is aquaculture or aquaculture. Ornamental fish is a type of fish that is in great demand by the wider community because it has various advantages and beauty, as well as its own uniqueness. The uniqueness of ornamental fish can be seen from the very diverse shapes, colors, and patterns. Discus fish is a fish that is famous among ornamental fish lovers, so it is nicknamed 'The King of Aquarium Fish'. This is because of its beautiful shape and unique variety of patterns and colors. Seeing the great opportunities and potential in the fisheries industry, especially ornamental fish cultivation in the national and international markets, as well as the increase and higher demand for ornamental fish, this is an opportunity for Sinar Jaya Aquatic.

Keywords: *Fishing Industry, Aquaculture, Ornamental Fish, Discus Fish, Economic Growth*

1. PENDAHULUAN

Industri perikanan di Indonesia terdiri dari berbagai jenis, mulai dari perikanan komersial, pengolahan ikan, produk ikan, pemasaran ikan, dan budidaya (UKEssays, 2018). Peningkatan dan pengembangan industri perikanan saat ini sangat mungkin menjadi sumber pertumbuhan perekonomian baru yang ada di Indonesia, mengingat Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia., sehingga potensi perikanannyapun menjadi sedemikian besar. (Saragih.2010).

Salah satu sektor atau bagian yang ada di dalam industri perikanan adalah budidaya perikanan (akuakultur). Budidaya perikanan mengacu pada kegiatan industri yang memproduksi biota (organisme) akuatik, termasuk di dalamnya ialah ikan, moluska, echinodermata, krustasea, serta mikro dan makro alga, dengan menggunakan media air tawar, laut, maupun payau dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan dengan berwawasan lingkungan (Nirmala, 2017).

Salah satu jenis ikan yang memiliki nilai pasar yang tinggi adalah ikan hias. Daya tarik ikan hias dilihat dari bentuk dan ragam warna, dan coraknya yang sangat beragam.

Beberapa keunggulan yang didapat dari budidaya ikan hias, yaitu dapat dijalankan dengan modal yang sedikit, dapat dijalankan oleh industri dengan skala yang kecil, adanya pengembangan jenis varietas baru yang dapat dilakukan secara individu.

Keberadaan ikan hias saat ini tidak hanya sebagai media hiburan atau hobi, melainkan telah berkembang menjadi objek yang memiliki manfaat bagi dunia penelitian, pendidikan, medis, dan konservasi alam. Sejauh ini ikan hias air tawar merupakan salah satu jenis komoditas ekspor nonmigas bidang perikanan yang menyumbang devisa negara cukup besar. Dengan potensi kekayaan ikan hias yang dimiliki, hal ini menjadi peluang terbuka untuk Indonesia sebagai pengeksport komoditas ikan hias (Anggina & Hamid, n.d.).

Sejalan dengan data yang diperoleh dari KKP, nilai ekspor ikan hias Indonesia pada tahun 2017 sebesar 27.6 juta dolar AS dan terus meningkat pada tahun 2018 sebesar 32.2 juta dolar AS, serta tahun 2019 sebesar 33.1 juta dolar AS. Nilai ekspor ikan hias Indonesia pada tahun 2019 itu juga merupakan 10.5% dari nilai pasar ikan hias dunia, yang mana membuat Indonesia selalu menjadi lima besar negara pengeksport ikan hias sejak tahun 2010 dan menjadi yang terbesar di dunia pada tahun 2018 (Humas Ditjen PDSPKP, 2021). Sementara itu, yang menjadi negara tujuan ekspor ikan hias Indonesia adalah Cina, Jepang, Amerika Serikat, Singapura, Australia, dan Inggris.

Prospek bisnis ikan hias yang berkembang di Indonesia tentunya didukung oleh beberapa faktor seperti keanekaragaman jenis ikan, ketersediaan air dan lahan yang memadai, serta iklim yang mendukung (Karimah dkk., 2012). Salah satu jenis ikan hias dengan banyak penggemar adalah ikan Discus (*Symphysodon* sp) yang masuk dalam keluarga Cichlidae dari genus *Symphysodon* (Bernd dalam Indarta, 2002). Ikan Discus merupakan ikan air tawar yang habitat aslinya berasal dari lembah sungai Amazon, Amerika Selatan. Ikan Discus pertama kali diperkenalkan oleh seorang Ichthyologist dari Austria bernama Dr. Johan Jacob Heckel pada tahun 1840 dengan nama *Symphysodon Discus*. Varietas ikan Discus pada saat awal ditemukan digolongkan ke dalam 4 (empat) jenis berdasarkan warna, yaitu (a) *Green Discus (Symphysodon aequifasciata aequifasciata)*, (b) *Brown Discus (Symphysodon aequifasciata axelrodi)*, (c) *Blue Striated Discus (Symphysodon aequifasciata haraldi)* dan (d) *Heckel Discus (Symphysodon Discus heckel)*.

Ikan Discus yang umumnya memiliki bentuk fisik membulat dengan kombinasi warna yang cerah menawan, hidup secara berkelompok (Schooling) dan merupakan ikan yang terkenal di kalangan pecinta ikan hias sehingga dijuluki '*The King of Aquarium Fish*'. Ikan Discus dapat dibudidayakan melalui media akuarium dengan parameter air yang sudah disesuaikan dengan parameter air di habitat aslinya. Dalam budidaya ikan hias Discus, parameter air merupakan hal yang menjadi kunci utama untuk keberhasilan

pengembangbiakan ikan hias tersebut. Salah satu faktor yang membuat nama Ikan Discus tetap berjaya dan digemari oleh pecinta ikan hias serta masyarakat adalah banyaknya jenis dari Ikan Discus dan sangat mungkin terciptanya varietas baru. Dengan jumlah penggemar yang semakin bertambah dari waktu, budidaya ikan hias Discus akan sangat menguntungkan bagi pemilik bisnisnya. Hal inilah yang mendorong pemilik usaha Sinar Jaya Aquatic (selanjutnya disebut SJA) untuk melakukan budi daya Ikan Discus.

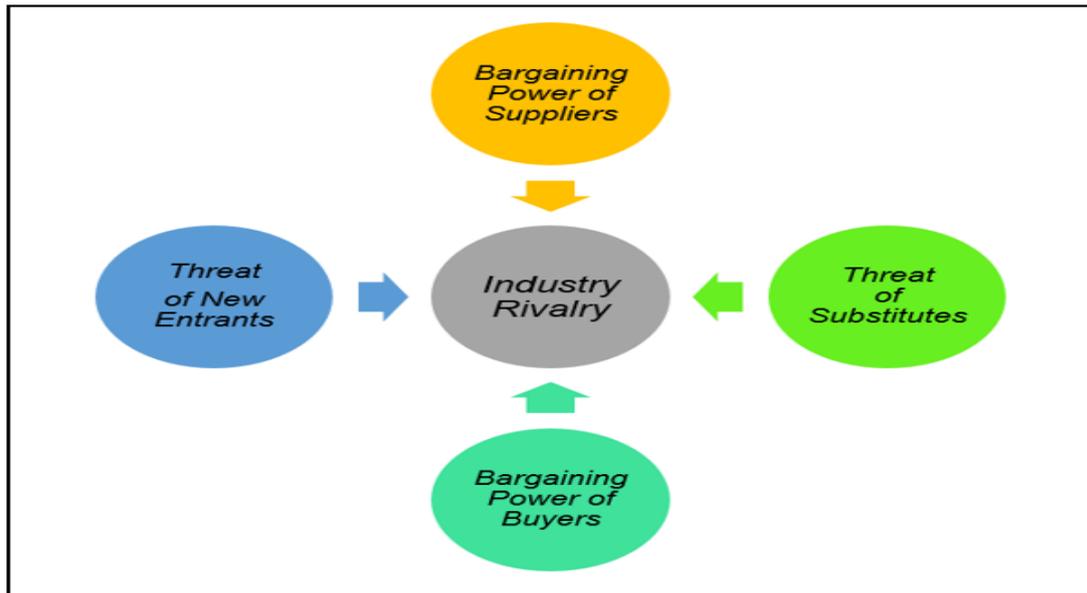
2. TINJAUAN LITERATUR

Proses Bisnis: serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu bisnis, di mana terdiri dari proses awal masukan, selanjutnya berproses dari suatu informasi, hingga kemudian menciptakan sebuah keluaran atau hasil. Keluaran atau hasil itulah yang memiliki nilai bagi konsumen, pasar, dan bagian dari proses lainnya di dalam organisasi. (Nurhayati & Setiadi, 2017).

Lingkungan Bisnis: Lingkungan bisnis merupakan lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan (bisnis) dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan (Riyanto, 2018). Lingkungan bisnis terdiri dari 2 macam, yakni lingkungan makro dan lingkungan mikro.

Lingkungan makro yang meliputi berbagai faktor atau elemen yang dapat mempengaruhi berjalannya suatu perusahaan (bisnis) secara tidak langsung, dan lingkungan mikro yang meliputi berbagai faktor atau elemen yang dapat mempengaruhi berjalannya suatu perusahaan (bisnis) secara langsung (GIBS dalam Josephine, 2022). Kondisi perekonomian Indonesia secara umum yang menyangkut daya beli pasar potensial, sangat mempengaruhi stabilitas dan pertumbuhan bisnis SJA. Lingkungan Mikro SJA diantaranya adalah sumber daya termasuk modal dan managerial yang dimiliki dan digunakan dalam pengelolaan bisnis.

Teori Porter *Five Forces* sendiri merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan industri berdasarkan faktor-faktor eksternal perusahaan (Pratama, 2020). Demikian juga dengan bisnis SJA, Model Teori 5 kekuatan Porter ini digunakan untuk memetakan kekuatan persaingan dalam industri, dengan mengukur tingkat ancaman pendatang baru, dengan mengukur kekuatan tawar pembeli, pemasok, ancaman pendatang baru, dan ancaman produk pengganti.



Gambar 1.2 Porter's Five Forces Model

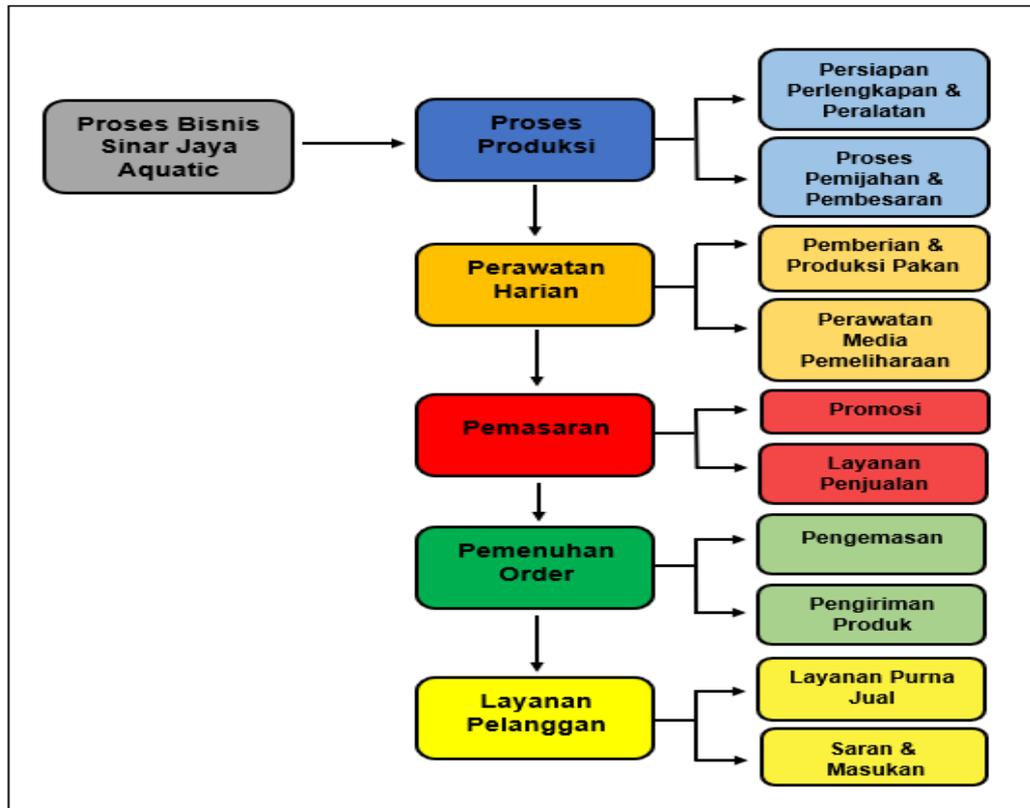
Analisis SWOT: merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi keseluruhan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan (bisnis) dengan cara memantau lingkungan pemasaran eksternal dan internal (Kotler & Keller, 2018, p. 71).

Business Model Canvas (BMC) Business Model Canvas diartikan sebagai Bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2013, p.11-12). Model bisnis adalah sebuah model yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2013, p.14). dengan demikian, penggunaan BMC akan membantu pemilik bisnis untuk mengetahui secara pasti segmen pasar yang dipilih, mengembangkan *value proposition* bagi kemajuan bisnisnya, Memilih saluran distribusi maupun dalam melakukan hubungan yang efektif dengan pelanggannya, merencanakan sumber pendapatan dan sumber daya yang akan digunakan, juga aktivitas utama, kemitraan utama dan struktur biaya dianggap dapat menjamin kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka.

Bauran Pemasaran (Marketing Mix) adalah sekumpulan variabel-variabel yang saling berkaitan, yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan atau tingkat penjualan atas barang dan jasa yang diinginkan di dalam sasaran pasar yang dituju. (Kotler & Keller, 2016). SAJ, dalam rangka mengusahakan kelangsungan dan pertumbuhan bisnisnya, juga menggunakan bauran yang disusun dengan memanfaatkan potensi yang ada di dalam perusahaannya

3. PENERAPAN TEORI DALAM BISNIS SAJ

Proses Bisnis Sinar Jaya Aquatic. Sebagai pelaku bisnis yang berasal dari kalangan berpendidikan tinggi, SAJ berusaha menerapkan proses bisnis sesuai dengan skema yang sudah dibuat sebelumnya. Adapun tujuan pelaksanaan proses bisnis tersebut dimaksudkan untuk memperbesar kemungkinan berhasilnya bisnis dalam jangka panjang. Berikut



Gambar 2. Proses Bisnis Sinar Jaya Aquatic (SAJ)

Dari skema proses bisnis tersebut, dapat diketahui komponennya terdiri dari proses produksi hingga layanan pelanggan. Keseluruhan proses bisnis SAJ, pada awal berdirinya di tahun 2021 hingga pertengahan tahun 2022 masih dikerjakan sendiri. Alasannya adalah karena pemilik bisnis memang berkeinginan untuk benar-benar mendalami kompleksitas bisnis ikan hias khususnya Ikan Discus da satu sisi dan secara faktual secara operasional masih dapat ditangani sendiri di sisi lain, mengingat skala usaha yang belum dilakukan secara optimal.

Secara Internal, skala usahanya masih menyesuaikan dengan modal yang dimiliki. SAJ memulai usahanya dengan dana milik sendiri hasil dari tabungan, sebesar Rp11.840.000,-. Modal tersebut digunakan untuk pengadaan modal tetap sebesar Rp8.685.000,- dan untuk modal kerja sebesar Rp3.155.000,-. Dengan modal tersebut, secara potensi, pasar yang dapat dilayani SAJ masih dalam wilayah seputar Jabotabek, mengingat jumlah produk yang terbatas, apalagi masih dikelola seorang diri.

Lingkungan eksternal SAJ Secara hukum, berdasarkan peraturan perundangan Undang-Undang No. 45 Tahun 2009 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 31 Tahun 2004 tentang Perikanan pasal 1 dan pasal 7, serta Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Indonesia nomor 3/PERMEN-KP/2015 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang Pemberian Izin Usaha di Bidang Pembudidayaan Ikan Dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Teadu Satu Pintu Kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal. Sehingga Sinar Jaya Aquatic tidak tergolong ke dalam pengusaha perikanan yang wajib memiliki Surat Izin Usaha Perikanan (SIUP Perikanan).

Dalam hal teknologi pembudidayaan Ikan Discus, pengetahuan dan pemahaman pemilik usaha relatif cukup, karena selain menjadi kesenangan/hobby, pemilik juga sudah bergabung dalam Komunitas Pehobby Ikan Discus, dan terus belajar secara mandiri dari buku-buku, artikel, maupun video pembudidayaan Ikan Discus dari berbagai sumber.

Terkait dengan lingkungan alam, dengan berbagai cara/rekayasa yang dilakukan para pembudidaya Ikan Discus yang tergabung dalam komunitas yang sudah terbukti efektivitasnya, pemilik terus berusaha mengikuti cara-cara untuk menjamin tetap hidupnya indukan maupun anakan Ikan Discus yang dibudidayakannya.

Penerapan Model 5 Kekuatan Porter yang dilakukan SJA adalah sebagai berikut: Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*) Ancaman yang mungkin datang tidak hanya berasal dari para kompetitor lama, namun seiring berkembangnya industri ikan hias khususnya jenis Discus, dan meningkatnya jumlah permintaan pasar, tidak menutup kemungkinan akan masuknya pelaku-pelaku bisnis pembudidayaan Ikan Discus yang baru.

Strategi untuk menghadapi adanya ancaman pendatang baru, SJA berusaha selalu menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen baik sebelum maupun sesudah membeli produk, dan menyediakan berbagai metode penjualan yang dapat digunakan oleh konsumen.

Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*) pembeli/konsumen SJA berada pada tingkat rendah, karena biaya pemeliharaan ikan hias Discus yang cukup

tinggi dan tingkat kesulitan dalam proses pembudidayaan menyebabkan harga produk ikan hias Discus relatif stabil di dalam pasar industri

Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*) Merupakan produk atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis, hal tersebut akan membatasi potensi laba yang bisa didapatkan dari suatu industri.

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*) Bahan pakan merupakan salah satu faktor yang penting dari proses budidaya, oleh karena itu faktor-faktor seperti ketersediaan jumlah bahan pakan, harga, dan kualitas bahan pakan harus menjadi perhatian.

Ketersediaan pemasok bahan pakan di sekitar lokasi bisnis yang terbatas menyebabkan SAJ tidak memiliki banyak pilihan untuk menentukan pemasok bahan pakan, namun demikian, secara kebetulan, SAJ sudah memiliki pemasok bahan pakan terbaik karena memiliki tingkat harga yang cukup rendah dan kualitas produk yang ditawarkan baik.

Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*) Persaingan yang timbul atau muncul disebabkan karena adanya industri yang menghasilkan serta menjual produk sejenis, yang melakukan persaingan dalam memperebutkan pasar yang sama. Persaingan yang ada di dalam industri biasanya terjadi dari segi kualitas produk, pelayanan yang diberikan kepada konsumen, harga, dan keberagaman produk yang ditawarkan. Berbagai segi persaingan tersebut akan menghasilkan pandangan atau penilaian tersendiri bagi konsumen.

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang selanjutnya digunakan untuk menyusun Matrix SWOT. Di dalam matrix swot, diuraikan strategi untuk memaksimalkan potensi bisnis sekaligus meminimasi dampak kelemahan dan ancaman yang dihadapi SJA. Berikut disajikan Matrix SWOT bisnis SJA.

Tabel 1. Matrix SWOT Sinar Jaya Aquatic

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerti dan memahami cara perawatan serta pengembangbiakan ikan hias Discus yang baik dan benar • Memiliki pengalaman dalam mengembangbiakan ikan hias jenis Discus. • Memiliki beragam jenis 	<ul style="list-style-type: none"> • Modal yang dimiliki terbatas • Jumlah produk yang dihasilkan dapat dipengaruhi oleh kualitas dan parameter air • Modal yang dimiliki terbatas • Jumlah dan variasi

	<p>indukan ikan Discus.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tempat dan letak budidaya yang strategis • Hanya membudidayakan dan menjual produk ikan hias Discus yang berkualitas 	<p>jenis induk ikan yang terbatas</p>
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya permintaan pasar akan ikan hias jenis Discus. • Ketersediaan produk ikan hias jenis Discus di pasar masih sangat terbatas sehingga peluang pasar masih terbuka luas. • Produk ikan hias tidak hanya diminati oleh pasar dalam negeri namun juga pasar luar negeri. • Tidak semua orang dapat membudidayakan ikan hias jenis Discus. • Reputasi ikan hias jenis Discus yang terus naik dan semakin dikenal oleh pecinta ikan hias air tawar. 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan media sosial, internet, dan forum komunitas untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai pembudidayaan ikan hias Discus. • Menjual dan mempromosikan produk melalui media sosial dan lokapasar untuk menjangkau pangsa pasar yang luas. 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menambahkan variasi jenis induk ikan Discus untuk meningkatkan hasil dan variasi produk. • Menjalankan proses budidaya yang baik dan benar untuk memaksimalkan serta meningkatkan produksi induk ikan dengan memperhatikan metode perawatan, nutrisi pakan yang diberikan dan pengawasan kondisi induk ikan.
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat persaingan dengan pembudidaya skala besar yang memiliki berbagai macam jenis Ikan Discus. • Harga bahan pakan yang relatif mahal. • Ikan hias Discus memiliki tingkat kesulitan pemeliharaan pada level menengah. • Adanya ancaman penyakit seperti infeksi yang disebabkan oleh parasit dan dapat menyerang sistem pencernaan atau permukaan tubuh ikan. 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan edukasi dan bantuan personal kepada konsumen mengenai panduan serta saran-saran praktis mengenai pemeliharaan ikan hias Discus yang baik dan benar. • Kegiatan pembelian bahan pakan dilakukan langsung ke supplier. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan hasil produksi induk ikan dengan selalu menyediakan obat-obatan untuk mencegah ancaman penyakit dan mengobati penyakit pada produk ikan Discus. • Terlebih dahulu melakukan pengecekan parameter, pengolahan, dan penyaringan media air yang digunakan dalam proses pemeliharaan dan budidaya.

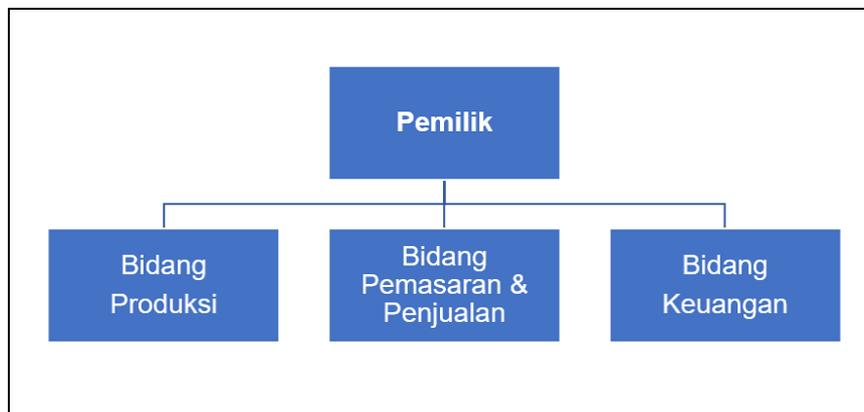
Selanjutnya, untuk dapat memetakan secara tepat Segmen konsumen, menentukan value proposition yang memungkinkan perkembangan bisnis, memilih saluran distribusi serta bentuk dan macam hubungan pelanggan, mengetahui sumber dan macam sumber pendapatan, pemilihan dan penentuan jumlah sumber daya yang dibutuhkan, menentukan aktivitas utama, memilih dan memelihara kemitraan utama, serta mengetahui dan menentukan struktur biasa dan jumlahnya, SJA telah memiliki Kanvas Model Bisnis yang digunakan dalam operasionalisasi bisnis, dengan tujuan agar tercipta kelancaran jalannya operasional bisnis dan memberikan hasil yang mendukung proses tumbuh-kembang bisnis SJA. Berikut Kanvas Model Bisnis Sinar Jaya Aquatic.

Tabel 2. Kanvas Model Bisnis Sinar Jaya Aquatic

<i>Business Model Canvas Sinar Jaya Aquatic</i>				
<u><i>Key Partners</i></u>	<u><i>Key Activities</i></u>	<u><i>Value Propositions</i></u>	<u><i>Customer Relationship</i></u>	<u><i>Customer Segment</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> • Pemasok bahan pakan. • Pemasok indukan ikan. • Penjual ikan hias. • Komunitas pecinta ikan hias. • Agen Pengiriman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembudidayaan. • Perawatan harian ikan dan media akuarium. • Pembesaran burayak. • Pembuatan pakan. • Pemasaran. • Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk Ikan hias Discus yang berkualitas. • Dapat menjangkau konsumen di seluruh Indonesia. • Layanan purna jual. • Layanan pembelian secara <i>Cash On Delivery</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan personal khusus (memberikan panduan dan saran-saran praktis pemeliharaan). • Garansi kondisi ikan dan pengiriman produk. 	<p>Demografis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pria pehobby ikan hias. • Usia: 17 – 70 tahun. <p>Geografis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indonesia (untuk sekarang fokus di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). <p>Psikografis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang yang menempatkan produk ikan hias Discus ini sebagai kegiatan menjalankan hobi dan kesenangan dalam memelihara, menikmati dan merawat ikan hias sebagai salah satu sarana hiburan. <p><i>Behavioral:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Individu atau mereka yang hobi dan senang dalam menikmati proses memelihara dan merawat ikan hias.
	<p><u><i>Key Resources</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Akuarium budidaya dan pembesaran. • Air tawar. • Induk ikan. • Burayak. • Pakan ikan. • Modal. • <i>Packaging</i>. 		<p><u><i>Channel</i></u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Medial Sosial. • <i>Marketplace</i>. • Pedagang ikan hias. • Komunitas pecinta ikan hias. 	

<u>Cost Structure</u>	<u>Revenue Streams</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Investasi. • Biaya pakan ikan. • <u>Biaya Perawatan</u> • <u>Biaya Pengemasan.</u> • Biaya Pengiriman. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan ikan hias Discus • Penjualan pakan ikan hias.

Sebagai bisnis yang masih baru dengan modal yang relative terbatas dan skala usaha yang masih relative kecil, SJA menggunakan struktur organisasi sederhana, yang mana semua bagian dalam struktur yang ada (bagian produksi; bagian pemasaran & Penjualan; bagian keuangan), masih dipegang/dijalankan langsung oleh pemilik usaha. Hal ini dimaksudkan untuk efisiensi biaya di satu sisi dan mengoptimalkan pengembangan gagasan dan strategi bisnis perusahaan. Memang, sudah menjadi harapan yang terprogram, bahwa pada waktu skala usaha perusahaan semakin berkembang, pemilik bisnis akan mempekerjakan tenaga kerja yang terlatih. Tenaga kerja pertama yang nantinya akan direkrut seiring pertumbuhan bisnis adalah Bagian Produksi, yang memang membutuhkan orang yang benar-benar memiliki kompetensi dalam pembiakan, perawatan dan pemilahan produk yang siap jual. Berikut disajikan gambar struktur organisasi SJA.



Gambar 3. Struktur Organisasi Sinar Jaya Aquatic.

Bauran Pemasaran SJA diterjemahkan dengan mengikuti mengikuti teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller. Bauran pemasaran, terdiri dari ekumpulan variabel yang saling berkaitan dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu: produk (*product*), tempat

(*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*) (Kotler & Keller. 2016). Di bawah ini tersaji bauran pemasaran pada bisnis Sinar Jaya Aquatic:

1. Produk (*Product*)

Pada awal bisnisnya hingga sekarang, SJA menawarkan 7 pilihan jenis produk ikan hias Discus , yakni: Discus Golden, Discus Red Melon, Discus Blue Diamond, Discus Turquoise , Discus Leopard Snake Skin, Discus Red Pigeon, dan Discus Turquoise High Body

2. Harga (*Price*)

Penetapan harga produk ikan hias Discus yang dipasarkan, Sinar Jaya Aquatic memberikan harga produk sesuai dengan kualitas, ukuran, dan jenis ikan hias Discus yang ditawarkan. Penentuan harga jual juga disesuaikan dengan harga produk sejenis di pasaran, yang sekarang berada di kisaran Rp80.000,- sampai dengan Rp350.000,- per ekor, tergantung jenis, ukuran, dan corak dan kualitasnya.

3. Tempat (*Place*)

Lokasi budidaya Sinar Jaya Aquatic berada di rumah penulis yaitu di Jalan Desa Putera, RT: 013/ RW: 05, No. 19. Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Alasan penulis memilih lokasi tersebut adalah karena kualitas air tanah yang cukup baik, ketersediaan air tanah yang memadai untuk media pemeliharaan dan operasional budidaya serta akses menuju lokasi yang mudah untuk dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi atau transportasi umum, sehingga memudahkan konsumen untuk datang langsung melihat dan membeli produk.

4. Promosi (*Promotion*)

Sinar Jaya Aquatic menggunakan beberapa media promosi yang dapat mengenalkan serta mempromosikan produknya. Adapun aktivitas promosi yang dilakukan SJA adalah :

a) Penjualan Langsung (*Direct Selling*)

Sinar Jaya Aquatic melakukan kegiatan promosi penjualan langsung melalui berbagai lingkup yang dimiliki seperti keluarga, pertemanan, komunitas ikan hias Discus, dan pedagang ikan hias.

b) Media Sosial

Sinar Jaya Discus juga melakukan promosi atau memasarkan produknya melalui berbagai media sosial seperti Instagram dan Facebook, dengan cara menyebarkan video dan foto produk disertai keterangan yang jelas mengenai produk agar konsumen dapat dengan mudah melihat dan mengidentifikasi produk yang

ditawarkan. Hal ini dilakukan karena media sosial sudah sangat melekat dan memberikan pengaruh untuk sebagian besar masyarakat umum. Hal atau pengaruh media sosial ini yang diharapkan mampu memperkenalkan dan memberikan daya tarik produk kepada masyarakat.

c) Lokapasar.

Kegiatan promosi juga dilakukan melalui berbagai lokapasar seperti Tokopedia dan Shopee, dengan cara menyebarkan video dan foto produk yang menarik dengan memberikan keterangan yang jelas mengenai produk. Hal ini dilakukan mengingat saat ini semua industri perdagangan perlahan mulai bergeser ke digitalisasi dan harapannya juga dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk secara langsung.

d) Sosialisasi dari Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth*)

Selain berbagai kegiatan promosi yang dilakukan, Sinar Jaya Aquatic juga melakukan kegiatan promosi melalui mulut ke mulut melalui relasi hubungan pertemanan dan keanggotaan komunitas pecinta ikan hias yang diikuti oleh pemilik.

5. KEUANGAN USAHA DAN KEMUNGKINAN PENGEMBANGAN BISNIS

Sinar Jaya Aquatic sebagai bisnis budidaya ikan hias Discus, dimulai dengan modal keseluruhan sebesar Rp11.840.000.- Jumlah uang tersebut digunakan untuk pengadaan barang-barang modal dan modal kerja, sebagaimana diuraikan dalam tabel Berikut.

Tabel 3.1 Kebutuhan dan penggunaan dana Sinar Jaya Aquatic (satuan rupiah)

Sumber dana usaha sebesar Rp11.840.000.- berasal dari modal emilik usaha (tabungan). Sehingga dapat dipahami bahwa 100% dana usaha berasal dari modal sendiri tanpa modal pinjaman.

Berikut Neraca awal Sinar Jaya Aquatic yang disusun pada saat pemilik akan memulai bisnis budidaya ikan hias Discus.

Tabel 4. Neraca Awal Sinar Jaya Aquatic (dalam Rupiah)

Aktiva		Pasiva	
Aktiva Lancar		Kewajiban	
Kas	7.203.000		
Total Aktiva Lancar	7.203.000	Total Kewajiban	-
		Modal	
Aktiva Tetap		Modal Awal	11.840.000
Peralatan	3.517.000		
Mesin	1.120.000		
Total Aktiva Tetap	4.637.000	Total Modal	11.840.000
Total Aktiva	11.840.000	Total Kewajiban & Modal	11.840.000

Proyeksi Pendapatan Lima Tahun

Tabel 5. Proyeksi pendapatan lima tahun (dalam Rupiah)

Tahun	Penjualan <i>Online</i>	Penjualan <i>Offline</i>	Total Pendapatan
1	30.030.000	55.770.000	85.800.000
2	41.291.250	76.683.750	117.975.000
3	68.305.600	126.853.258	195.158.858
4	146.207.985	271.529.115	417.737.100
5	241.137.291	447.826.398	688.963.690

Proyeksi Laba & Rugi Lima Tahun ke depan

Tabel 6. Proyeksi laba & rugi lima tahun (dalam satuan Rupiah)

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun5
Penerimaan:					
Pendapatan Penjualan	85.800.000	117.975.000	195.158.858	417.737.100	688.963.690
Pengeluaran:					
a) Harga Pokok Penjualan					
Pakan Ikan	24.000.000	30.000.000	37.500.000	46.875.000	58.593.750
Obat Ikan	630.000	787.500	984.375	1.230.469	1.538.086
Induk Ikan	2.400.000	-	25.000.000	-	35.000.000
Filtrasi	-	10.000.000	-	-	10.000.000
Total HPP	27.030.000	40.787.500	63.484.375	48.105.469	105.131.836

Lab Kotor	58.770.000	77.187.500	131.674.483	369.631.631	583.831.854
b) Biaya Operasional					
Gaji Pemilik	24.000.000	25.680.000	36.000.000	38.520.000	41.216.400
Gaji Karyawan	-	-	51.000.000	54.570.000	58.389.900
Biaya Internet dan Listrik	2.100.000	2.205.000	2.315.250	2.431.013	2.552.563
Biaya Pengiriman	480.000	552.000	634.800	730.020	839.523
Biaya Pemasaran	-	-	2.800.000	3.220.000	3.703.000
Biaya Penyusutan	927.400	2.927.400	2.927.400	2.927.400	4.927.400
Sewa Toko	-	-	14.000.000	16.100.000	18.515.000
Biaya Tak Terduga	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Total Biaya Operasional	28.107.400	31.994.400	110.338.950	119.193.008	130.873.090
Pendapatan Sebelum Pajak	30.662.600	45.193.100	21.335.533	250.438.623	452.958.764
Pajak 0, 5%	-	-	-	-	-
Pendapatan Setelah Pajak	30.662.600	45.193.100	21.335.533	250.438.623	452.958.764

Berdasarkan tabel tersebut di atas, pendapatan setelah pajak yang dihasilkan oleh Sinar Jaya Aquatic pada tahun pertama sebesar 30.662.600,- kemudian mengalami kenaikan pada tahun kedua menjadi sebesar Rp45.193.100,- selanjutnya pada tahun ketiga mengalami penurunan menjadi sebesar Rp21.335.533,- pada tahun keempat kembali naik menjadi sebesar Rp250.438.623,- dan pada tahun kelima juga mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp452.958.764,-.

Analisis Kelayakan Keuangan

Tingkat kelayakan keuangan bisnis SJA, dihitung dengan menggunakan metode *net present value* dan *profitability index*. Berikut perhitungan *net present value*, dan *profitability index* SJA

Tabel 7. PV work sheet Sinar Jaya Aquatic (dalam satuan Rupiah)

Keterangan	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Lab Setelah Pajak	-	30.662.600	45.193.100	21.335.533	250.438.623	452.958.764
Penyusutan		927.400	2.927.400	2.927.400	2.927.400	4.927.400
Arus Kas Operasional	-	31.590.000	48.120.500	24.262.933	253.366.023	457.886.164
Investasi						
Aktiva Tetap	- 927.400	-	-	-	-	-
Modal Kerja	- 18.840.000	-	-	-	-	-

Arus Kas Bersih	- 19.767.400	31.590.000	48.120.500	24.262.933	253.366.023	457.886.164
DF (20%)	1	0,83333333	0,69444444	0,57870370	0,48225309	0,40187757
PV	- 19.767.400	26.325.000	33.417.014	14.041.049	122.186.547	184.014.180
NPV	360.216.390					

Net Present Value

Tabel 8. *Net Present Value* Sinar Jaya Aquatic

(dalam satuan Rupiah)

NPV	-COF + PVCIF
COF	- 19.767.400
PVCIF	379.983.790
NPV	360.216.390

Dengan menggunakan asumsi *discount factor* sebesar 20%, *Net present value* yang diperoleh positif yaitu sebesar Rp360.216.390.

Profitability Index

Profitability index = *present value of future cash flow* / *initial investment*

$$\text{Profitability index} = \frac{\text{Rp}360.216.390}{\text{Rp}19.767.400} = 18.223$$

Profitability index yang dihasilkan adalah 18.223, karena nilai *profitability index* yang dihasilkan lebih besar dari satu.

5. SIMPULAN

Usaha budidaya ikan hias khususnya ikan Discus, memiliki peluang besar untuk sukses secara berkelanjutan. Sinar Jaya Aquatic yang merupakan salah satu pelaku bisnis budidaya ikan hias jenis Discus yang didirikan pada pertengahan tahun 2021, dengan modal sebesar Rp11.840.000,-. Proses bisnis dari Sinar Jaya Aquatic diawali dengan proses produksi, perawatan harian, kegiatan pemasaran, pemenuhan order dan layanan pelanggan. Produk yang dihasilkan oleh Sinar Jaya Aquatic adalah Ikan hias Discus berkualitas dengan berbagai macam jenis.

Berdasarkan proyeksi keuangan yang telah dibuat untuk lima tahun ke depan, Sinar Jaya Aquatic berpotensi menghasilkan laba bersih yang terus meningkat. Analisis kelayakan keuangan bisnis SJA masing-masing menghasilkan *net present value* positif sebesar Rp360.216.390,-, dan *profitability index* lebih besar dari satu yaitu sebesar 18.223.

Dari perhitungan *payback period* dari bisnis Sinar Jaya Aquatic telah berhasil mengembalikan seluruh investasinya dalam waktu 8.7 bulan.

Berdasarkan hasil data analisis kelayakan keuangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa budidaya ikan hias Discus yang dilakukan oleh Sinar Jaya Aquatic sangat menguntungkan bagi pemilik maupun karyawan dan layak untuk terus ditumbuh kembangkan.

6. DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education. (Original work published 2018).
- Scarborough N.M & Cornwall R Jeffrey. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (9th ed)*. Pearson. United Kingdom.
- Osterwalder A & Pigneur Y (2012). *Business Model Generation*. Gramedia. Jakarta

Jurnal

- Hsb, J. (2016). Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Hias Kelompok Pembudidaya Mekar Jaya Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. In repository.uma.ac.id. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1718>.
- Karimah, A., Gumilar, I., & Hasan, Z. (2012). Analisis prospektif usaha budidaya ikan hias air tawar di Taman Akuarium Air Tawar (TAAT) dan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) Jakarta. *Jurnal Perikanan Kelautan*, 3(3).
- Nirmala, K. (2017). Akuakultur: Prinsip dan ruang lingkup. In *Budidaya Perikanan*. Universitas Terbuka.
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj-qs214-r5AhVgIbcAHY1ACdwQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fpustaka.ut.ac.id%2Flib%2Fmmpi5201-budidaya-perikanan%2F&usg=AOvVaw2tWm7TiCPz9qNdNcYbWnbw>
- Pratama, F. C. (2020, August 25). Porter's five forces : Lima hal sebelum bersaing. BINUS UNIVERSITY MALANG.
<https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing>.

- Radiarta, I. N., Erlania, E., & Haryadi, J. (2016). Analisis Pengembangan Perikanan Budidaya Berbasis Ekonomi Biru Dengan Pendekatan *Analytic Hierarchy Process* (AHP). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 10(1), 47. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v10i1.1247>.
- Ratwianingsih, L. (2018). Dampak lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan sektor industri provinsi Jawa tengah sebagai upaya percepatan era ASEAN economic community. *Dampak Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Sektor Industri Provinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Percepatan Era ASEAN Economic Community*, 10(1). <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/INTECH/article/view/3968/1883>.
- Riyanto, S. (2018). Analisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Madiun. *Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Madiun*, 5(3), 161.
- Saragih, B. (2010). Agribisnis paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian. *Repository.ipb.ac.id*. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/42677>.
- Suratman, A. (2021). Analisis lingkungan bisnis dan hukum (1st ed., Vol. 228, p. 1). PT. Mandala Nasional. http://repository.stieyai.ac.id/555/1/Analisis%20Lingkungan%20Bisnis%20dan%20Hukum_Prof%20Adji%20Suratman_full%20ISBN.pdf (Original work published 2021).
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (studi kasus STIE Galileo Batam). *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus STIE Galileo Batam)*, 1(1), 30–42.

Artikel dari internet

- Anggina, D., & Hamid, H. (n.d.). *Analysis of Ornamental Fish Farming Member Of Group Diamond Fish Club In Tampan Village Districts Payung Sekaki Pekanbaru City Riau Province*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/189149-ID-none.pdf>.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Www.bps.go.id*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/6/715/1/jumlah-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur.html>.
- Firmansyah, M. I. (2021, August 10). Harapan Untuk Ekonomi Perikanan Indonesia di Masa Pandemi (F. Fenoria, Ed.). *Unair News*. Diakses dari

<https://news.unair.ac.id/2021/08/10/harapan-untuk-ekonomi-perikanan-indonesia-di-masa-pandemi/?lang=id>.

Potensi Perikanan Indonesia. (2017, April 27). Wantimpres.go.id; Dewan Pertimbangan Presiden (Wantimpres). Diakses dari <https://wantimpres.go.id/id/potensi-perikanan-indonesia>.

Suhana. (n.d.). Tantangan ekspor ikan hias di masa pandemi covid-19 | . Suhana. Diakses pada 6 Juni 2022, dari <http://suhana.web.id/2020/05/22/tantangan-ekspor-ikan-hias-di-masa-pandemi-covid-19/>.

UKEssays. (November 2018). *Aquaculture And Fishing Industries Environmental Sciences Essay*. Diakses dari <https://www.ukessays.com/essays/environmental-sciences/aquaculture-and-fishing-industries-environmental-sciences-essay.php?vref=1>.

Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang perikanan.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj1womT3er5AhWL5HMBHZDECo8QFnoECAcQAQ&url=https%3A%2F%2Fperaturan.bpk.go.id%2FHome%2FDetails%2F38790%2Fu-no-45-tahun-2009&usg=AOvVaw1KGilqqCPEoHagFyGWYWBf>

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjh36fi3er5AhWP8HMBHVINBTgQFnoECAcQAQ&url=https%3A%2F%2Fjdih.kemenkeu.go.id%2Fin%2Fdokumen%2Fperaturan%2F1261ff41-c359-4b2c-7596-08d99eb1213d&usg=AOvVaw01J17-iJr3Oo2c265bgq-G>

Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 3 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang Pemberian Izin Usaha di Bidang Pembudidayaan Ikan Dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal.

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjW7Mf_3er5AhU473MBHaw0AvUQFnoECA4QAQ&url=https%3A%2F%2Fkpk.go.id%2Fdjpb%2Fartikel%2F386-permen-kp-no-3-tahun-2015&usg=AOvVaw0tFWRT79UN8OYNCS-T-vfEz