

**ANALISIS PROSPEKTIF USAHA BUDIDAYA IKAN HIAS AIR TAWAR
DI TAMAN AKUARIUM AIR TAWAR (TAAT)
DAN TAMAN MINI INDONESIA INDAH (TMII) JAKARTA**

Annisa Karimah*, Iwang Gumilar** dan Zahidah Hasan**

*) Alumni Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad

***) Staf Dosen Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpad

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis arah pengembangan usaha ikan hias air tawar. Penelitian ini dilakukan di Karantina (*Mini Raiser*) TAAT– TMII Jakarta pada bulan April 2012. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Metode pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TAAT-TMII merupakan perusahaan yang layak untuk dikembangkan, sesuai dengan analisis yang dilakukan, yaitu analisis finansial, (dengan hasil BCR=1.2, *Payback Periode*=2,6), analisis manajerial, analisis teknik budidaya, analisis pemasaran dan arah pengembangan usaha (SWOT). Hasil analisis SWOT dalam perumusan kebijakan dapat diketahui bahwa TAAT-TMII berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif, yaitu perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga dapat dimungkinkan untuk terus melakukan perbaikan, memperbesar pertumbuhan, dan meraih keuntungan secara maksimal. Alternatifnya antara lain strategi SO, yaitu: (a) mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk ikan serta pengawasan dan pelayanan, (b) menambah fasilitas produksi dan transportasi dengan peralatan yang lebih modern, (c) meningkatkan jumlah produksi.

Kata kunci: budidaya, ikan hias air tawar, prospektif, SWOT

ABSTRACT

This research was aimed to analyze the business development of freshwater fish. This research was conducted in mini raiser TAAT- TMII, Jakarta on April 2012. The research was designed as descriptive analysis with case study method. The sample technique use purposive sampling method. The results showed that the TAAT-TMII is a worthy enterprise to be developed, according to the analysis performed, that is the financial analysis (with the result BCR=1.2, *Payback Periode*=2,6) managerial analysis, analysis of cultivation techniques, analysis of marketing, analysis business development direction (SWOT). The results of SWOT analysis in policy formulation can be seen that the TAAT-TMII is located in quadrant I is supporting an aggressive strategy, the company in good shape and steady so that it can be possible to continue to make improvements, increase growth, and achieve maximum benefit. Alternatives such as SO strategy, are: (a) maintaining and improving the quality of fish products as well as supervision and services, (b) increase the production and transportation facilities with more modern equipment, (c) increase the amount of production.

Keywords: Aquaculture, Freshwater Ornamental Fish, Prospective, SWOT

PENDAHULUAN

Prospek bisnis ikan hias di Indonesia cukup cerah. Faktor pendukungnya adalah jenis ikan yang beragam, air cukup, lahan masih sangat luas dan iklimnya cocok.

Taman Akuarium Air Tawar (TAAT) merupakan salah satu bentuk pariwisata perikanan, yang terletak di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) menampilkan keindahan dan keanekaragaman hewan air tawar dalam bentuk akuarium geografik. Akuarium geografik disini menampilkan ikan sesuai dengan penyebarannya di Indonesia. TAAT dibangun tidak cukup sekedar hiburan (*entertainment*) saja, tetapi sebagai sarana pendidikan (*education*), penelitian (*research*) dan konservasi alam dan lingkungan (*ecology*). Jenis-jenis ikan hias yang dibudidayakan di TAAT antara lain cupang, Oscar, Manfish, Black Ghost, Rainbow, ikan Buta dan lain-lain masih banyak lagi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Unit penelitian yang menjadi objek penelitian adalah Taman Akuarium Air Tawar – TMII di Jakarta.

Metode pengambilan responden yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu responden yang dipilih secara sengaja untuk memenuhi tujuan tertentu dengan mengandalkan logika atas kaidah-kaidah yang berlaku. Responden yang dituju dari berbagai bidang yaitu bidang manajemen, bidang produksi/karantina, bidang pemasaran/ marketing, bidang keuangan, dan konsumen.

Aspek Pemasaran

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran. Alat bauran pemasaran diklasifikasikan menjadi empat unsur yang dikenal dengan empat P yaitu produk (*Product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Kotler 1997).

Aspek Teknis

Aspek teknis dalam budidaya ikan hias air tawar terdiri dari kualitas air serta

teknis budidaya pembenihan, pendederan, pemanenan dan pengangkutan ikan.

Aspek Managerial

Komponen dalam aspek managerial dan administratif dalam usaha budidaya ikan hias air tawar yang dilakukan kelompok budidaya ikan hias, terdiri dari perencanaan, organisasi, pelaksanaan, kontrol, serta sumberdaya manusia.

Analisis Pendapatan Usaha

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total

TC = Biaya Total

Analisis Kelayakan Usaha (BCR)

$$B/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Analisis Payback Period (PP)

$$PP = \frac{\text{Invertasi}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ Tahun}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Reponden

Responden yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 25 orang dengan berbagai status jabatan dan kegiatan, yaitu 1 orang manajer Taman Akuarium Air Tawar – TMII, 2 orang bagian promosi/pemasaran, 2 orang bagian keuangan, 10 orang bagian karantina dan 10 orang konsumen.

Karakteristik responden yang diamati untuk pegawai Taman Akuarium Air Tawar – TMII meliputi umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan/jabatan, motivasi bekerja, tanggapan terhadap pekerjaan dan hambatan dalam pekerjaan. Produktivitas seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor umur. Umur merupakan salah satu variabel yang sangat penting bagi produktivitas seseorang dalam melakukan suatu usaha atau suatu bidang. Untuk tingkat usia responden dari pekerja di TAAT – TMII dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
20-30	6	40,00
30-50	8	53,33
51 keatas	1	6,70
Total	15	100,00

Sumber : Data primer, diolah (2012).

Berdasarkan tabel 1 kita dapat melihat bahwa pegawai Taman Akuarium Air Tawar – TMII responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 40%, 31-50 tahun sebanyak 53,33%, dan 51 tahun keatas sebanyak 6,7% (Tabel 7). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden berada pada usia produktif dimana usia produktif berada pada kisaran 15 – 65 tahun.

Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi proses pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh para pekerja karena tingkat pendidikan merupakan salah satu tolak ukur atau pun korelasi positif terhadap kecerdasan, daya pikir, serta tingkat kekritisian pada setiap individu. Tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
SLTA	4	26,67
D3	2	13,33
S1	8	53,33
S2	1	6,67
Total	15	100,00

Sumber : Data primer, diolah (2012).

Berdasarkan tabel 2 dapat kita lihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan mulai dari lulusan SLTA sebanyak 26,67% responden, 13,33% responden lulusan D3, 53,33% responden lulusan S1 dan 6,67 % responden lulusan S2 (Tabel 8). Tingkat pendidikan responden yang tinggi menentukan keberhasilan dalam manajemen

perusahaan ini. Tentunya bidang tersebut tidak hanya membutuhkan keterampilan, kesehatan fisik, dan pengalaman saja tetapi memerlukan tingkat pendidikan yang tinggi.

Untuk responden konsumen, karakteristik yang diamati meliputi umur, dan faktor ketertarikan konsumen membeli ikan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
7-20	3	30,00
21-40	7	70,00
Total	10	100,00

Sumber : Data primer (2012)

Berdasarkan tabel 3, dapat disimpulkan konsumen di TAAT-TMII ini mayoritas diatas umur 20 tahun, diantara umur 21 - 40 tahun.

Pada tingkat faktor ketertarikan membeli ikan hias tersebut di TAAT – TMII mempengaruhi terhadap proses pemasaran. Untuk responden konsumen menurut tujuan pembelian dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Tujuan Pembelian

Faktor ketertarikan membeli ikan hias	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Hobi / kolektor	4	40
Pembudidaya / Agen penjual	6	60
Total	10	100,00

Sumber : Data primer (2012)

Menurut tabel 4 tingkat tujuan pembelian konsumen di TAAT-TMII ini adalah pembudidaya. Yang dimana hasil pembelian ikan hias tersebut, mereka budidaya kembali ataupun mereka jual langsung.

Aspek Pemasaran

Strategi Produk

Pada umumnya, ukuran untuk ikan hias yang digunakan bersifat kualitatif yaitu S (*small*/kecil), M (*medium*/menengah) dan L (*large*/besar). Pengukuran juga dapat digunakan ukuran-ukuran menentu seperti inchi atau cm. Standar ukuran Ikan hias yang menjadi permintaan pembeli adalah ukuran 1 inchi dan 2 inchi.

Strategi Harga

Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam komponen pemanenan. Hal ini disebabkan harga menentukan apakah penerimaan yang diperoleh akan mampu menutup berbagai biaya yang dikeluarkan, menghasilkan keuntungan dan sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan. Penetapan harga Ikan hias yang ada di TAAT dilakukan berdasarkan harga pasar yang berlaku dan berbeda untuk setiap ukurannya.

Strategi Distribusi

Pasar pada usaha budidaya ikan hias air tawar di TAAT – TMII yang dimaksudkan adalah pasar *reseller*, yaitu suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan.

(d) Strategi Promosi

Taman Akuarium Air Tawar –TMII melakukan promosi khusus dalam memasarkan produknya. Promosi yang dilakukan, yaitu promosi tidak langsung dengan memperkenalkan hasil budidaya air tawar sebagai tempat wisata. TAAT-TMII juga menjalin hubungan yang baik

dengan pembudidaya sejenis, toko-toko akuarium, dan *supplier supplier*.

Aspek Teknis

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aspek teknis adalah penentuan lokasi, kapasitas produksi, tata letak, dan proses produksi termasuk pemilihan teknologi, kelengkapan kajian teknis (Kasmir dan Jakfar, 2003).

Lokasi usaha budidaya ikan hias air tawar dari penyediaan sarana produksi cukup dekat.

Kajian teknis usaha budidaya ikan hias air tawar meliputi sarana, persiapan kolam, pembesaran dan pemeliharaan, pemanenan, pengangkutan dan pemasaran.

Aspek Managerial dan Administratif

Aspek manajemen dan organisasi merupakan aspek yang sangat penting dianalisis untuk kelayakan suatu usaha. Baik menyangkut sumberdaya manusia maupun rencana perusahaan secara keseluruhan, haruslah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. Manajemen mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya.

TAAT TMII, telah berhasil membudidayakan ikan hias air tawar dan ikan konsumsi, dalam melakukan tugas pembinaan TAAT TMII, tidak terlepas dari tenaga kerja yang melakukan tugas sehari-hari. Supaya mempermudah dalam melaksanakan tugas-tugas tersebut, maka disusunlah struktur organisasi Taman Akuarium Air Tawar.

TAAT memiliki karyawan sebanyak 62 orang dengan komposisi 50 orang laki-laki dan 12 orang perempuan. Jumlah ini tidak termasuk dengan 2 orang karyawan harian lepas. Selang usia karyawan TAAT berkisar antara 24 tahun sampai dengan 63 tahun. Tingkat pendidikan karyawan TAAT sangat bervariasi yaitu 5 orang

lulusan SD, 7 orang lulusan SLTP, 45 orang lulusan SLTA, dan 5 orang lulusan Perguruan Tinggi.

Jumlah hari kerja bagi karyawan TAAT adalah 6 hari dalam seminggu yang dimulai pada hari Selasa sampai dengan Minggu. Hari Senin merupakan hari libur bagi karyawan TAAT, namun karyawan Bagian Operasi dan Peragaan secara bergiliran tetap bekerja karena pada hari Senin biasanya digunakan untuk membersihkan akuarium-akuarium pameran atau karyawan yang mengurus biota serta menangani penyakit dan penangulangannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha ikan hias air tawar di TAAT - TMII dalam pelaksanaan fungsi manajemen hampir sesuai/cukup baik. Jadi dari hipotesa bahwa pelaksanaan fungsi manajemen pada usaha tersebut sudah baik diterima, meskipun pada

kenyataannya kurang sempurna. Jadi diperlukannya pengawasan rutin dari General Manajer TMII atau Manajer TMII.

Aspek Finansial

Analisis finansial merupakan kajian keuangan untuk mengetahui keberhasilan dan keuntungan yang telah dicapai selama usaha ikan hias tersebut berlangsung. Dengan analisis ini, pembudidaya dapat membuat perhitungan dan menentukan tindakan apa untuk memperbaiki dan meningkatkan keuntungan dalam usahanya.

Biaya Investasi adalah biaya yang digunakannya dapat berlangsung dalam waktu yang relatif lama (lebih dari satu tahun). Biaya investasi biasanya berhubungan dengan pembangunan atau pengembangan infrastruktur fisik dan kapasitas produksi. Untuk biaya investasi TAAT – TMII dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Biaya Investasi

No	Alat dan Bahan	Satuan (cm)	Σ	Harga Satuan	Umur Teknis (tahun)	Harga Total	Nilai Penyusutan per Tahun
1	Bangunan		1	100.000.000	15	100.000.000	6.666.666
2	Tandon air		1	1.500.000	5	1.500.000	300.000
3	Freezer		1	3.000.000	5	3.000.000	600.000
4	Genset		1	2.000.000	5	2.000.000	400.000
5	Sumur bor		1	7.000.000	5	7.000.000	1.400.000
6	Blower		2	500.000	5	500.000	100.000
7	Perangkat aerasi		1	300.000	3	300.000	100.000
8	Pipa + sambungan		1	250.000	3	250.000	83.333
9	Pompa tendon		1	300.000	3	300.000	100.000
10	Pompa sumur		1	1.500.000	3	1.500.000	500.000
11	Akuarium		7	80.000	3	6.240.000	2.080.000
12	Akuarium	100x50x40	8	50.000	3	1.600.000	533.333
13	Bak fiber	50x50x45	3	250.000	3	6.000.000	2.000.000
14	Induk jantan		2	130.000	2	3.120.000	1.560.000
15	Induk betina		2	130.000	2	6.240.000	3.120.000
Total				16.990.000		137.050.000	19.543.332

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

Setelah kita melihat data pada tabel di atas, maka diperoleh hasil perhitungan biaya investasi TAAT-TMII ini adalah Rp137.050.000,00 (tanah bangunan tidak diperhitungkan).

Biaya produksi terdiri dari dua bagian, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap yaitu sejumlah biaya yang tetap harus dikeluarkan saat proses budidaya berproduksi atau tidak, misalnya biaya pajak tanah dan biaya-biaya penyusutan. Biaya tetap tertera pada tabel 6.

Tabel 6. Biaya Tetap

No	Biaya Tetap / tahun	Harga
1	Pajak & retribusi	5.475.000
2	Biaya penyusutan	19.543.332
Jumlah		25.018.332

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

Biaya tidak tetap (biaya variabel) yaitu sejumlah biaya yang digunakan untuk memproduksi ikan hias dan jumlahnya sangat

tergantung pada jumlah kapasitas dan masa produksi yang bersangkutan. Biaya tidak tetap (variabel) tertera pada tabel 7.

Tabel 7. Biaya Variabel

No	Biaya Tetap / Bulan	Harga
1	Cacing beku (blood worm)	2.800.000
2	Pakan benih (cacing rambut)	3.500.000
3	Pakan larva (daphnia)	1.200.000
4	Listrik	1.000.000
5	Gaji pegawai	5.600.000
6	Transportasi	300.000
7	Perawatan alat	250.000
8	Obat-obatan	200.000
Jumlah		14.850.000
Biaya Tetap/ Tahun		178.200.000

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya} &= (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}) \\ &= 25.018.332 + 178.200.000 \\ &= 203.218.332 \end{aligned}$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya total yang dikeluarkan oleh perusahaan TAAT-TMII adalah Rp 203.218.332,00.

Penerimaan adalah jumlah uang yang diperoleh dari penjualan sejumlah

output atau dengan kata lain merupakan segala pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan hasil dari penjualan hasil produksinya. Total biaya penerimaan tertera pada tabel 8.

Tabel 8. Penerimaan

No	Ikan yang Terjual	Jumlah x Harga	Total
1	Black Ghost	2672 x 700	1.870.400
2	Oscar	1000 x 200	200.000
4	Arwana Brazil	53 x 64.000	3.392.000
5	Manfish	649 x 200	129.800
6	Gara Rupa	19.500 x 800	15.600.000
Jumlah penerimaan per bulan			21.192.200
Jumlah penerimaan per tahun			254.306.400

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

$$\begin{aligned} 1. \text{ Analisis Pendapatan Usaha} \\ \pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= 254.306.400 - 203.218.332 \\ &= 51.088.068 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan perusahaan TAAT – TMII dapat dikatakan untung, dengan besar keuntungan tiap tahunnya adalah Rp 51.088.068,00.

2. Analisis Kelayakan Usaha (BCR)

$$B/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Biaya Total}}$$

$$= \frac{254.306.400}{203.218.332}$$

$$= 1.2$$

Hasil perhitungan diatas mendapatkan hasil B/C = 1,2 maka dapat disimpulkan bahwa Taman Akuarium Air Tawar dapat dikatakan untung, sesuai dengan kriteria B/C > 1. Sehingga perusahaan ini layak untuk memperoleh investasi perkembangan usahanya.

3. Analisis Payback Period (PP)

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$= \frac{137.050.000}{51.088.068}$$

$$= 2,68$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa investasi yang digunakan pada awal pembangunan usaha dapat kembali dalam waktu 2,7 tahun atau ± 31 bulan.

Arah Pengembangan Usaha

Identifikasi Lingkungan Internal Karantina TAAT - TMII

Karantina TAAT – TMII dalam melakukan kegiatan strategi pemasarannya, memperhatikan beberapa faktor yang menjadi bauran pemasarannya, yaitu :

a. Bauran produk

Produk yang menjadi prioritas utama dan diperdagangkan di karantina TAAT TMII ini yaitu ikan hias air tawar dan ikan konsumsi air tawar. Kualitas yang baik dan dan pelayanan yang bersahabat merupakan citra produk yang hendak dipertahankan dan terus dipelihara.

b. Bauran harga

Karantina TAAT TMII dalam menentukan harga produk dilakukan berdasarkan harga secara relative berlaku umum dalam perdagangan ikan.

c. Bauran distribusi

Karantina TAAT TMII merupakan produsen ikan yang berperan sebagai agen perantara dalam distribusi produk ikan ke pengepul, petani dan agen besar untuk dijual kembali. Focus kegiatan bisnis karantina TAAT TMII yaitu berusaha memenuhi kebutuhan display akuarium di Taman Akuarium dan memenuhi kebutuhan distributor ikan.

d. Bauran promosi

Bauran promosi yang dilakukan untuk mempromosikan produknya saat ini yaitu berupa promosi di lingkungan Taman Mini Indonesia Indah dan penjualan perseorangan (*personal selling*), dan pameran.

e. Keuangan

Sumber pendanaan terhadap kegiatan usaha berasal dari modal perusahaan Taman Mini Indonesia Indah. Selanjutnya untuk biaya pengembangan usaha dan penambahan modal kerja yaitu berasal dari keuntungan yang diperoleh TAAT.

f. Produksi

Jenis komoditi yang ditawarkan oleh TAAT TMII meliputi ikan hias air tawar dan ikan konsumsi air tawar. Produk ikan hias air tawar yang menjadi unggulan yaitu ikan Black Ghost. Untuk produk ikan konsumsi air tawar yang menjadi unggulan yaitu ikan Lele. Keperluan pengendalian mutu produk yang dilakukan oleh TAAT TMII yaitu dengan cara menyeleksi produk ikan secara cermat dan menjaga agar ikan hias dapat dipelihara tanpa gangguan penyakit. Maka dilakukan pengendalian secara ketat terhadap air yang digunakan serta pakan yang cukup dan berkualitas.

g. Sumberdaya Manusia

TAAT TMII mendasarkan proses kerja pada setiap bidang secara disiplin, setiap karyawan melakukan setiap pekerjaan dengan baik dan tepat waktu. Tingkat pengawasan terhadap kinerja karyawanpun tinggi, langsung dilakukan oleh Manajer TAAT dan jenderal Manajer TMII.

Identifikasi Lingkungan Eksternal Karantina TAAT - TMII

a. Ekonomi

Ketidakstabilan kondisi ekonomi Indonesia pada akhir-akhir ini lebih disebabkan tingkat inflasi yang tinggi.

b. Sosial Budaya

Kondisi sosial masyarakat terus mengalami perubahan seiring dengan kemajuan zaman. Perubahan-perubahan sosial yang terjadi lebih diakibatkan oleh tingkat modernisasi kehidupan. Hal tersebut tentunya harus diantisipasi secara cermat oleh setiap pelaku bisnis. Kondisi sosial masyarakat yang sering mengalami perubahan yaitu sikap konsumen dalam membeli produk dan gaya hidup.

c. Teknologi

Teknologi yang mengalami perkembangan pesat pada era ini yaitu transportasi, komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi dalam bidang transportasi membantu usaha bisnis ekspor ikan hias untuk mempercepat kegiatan distribusi barang dari satu tempat ke tempat yang lainya serta menjangkau pasar ke seluruh dunia dengan aman dan cepat. Kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi menjadi faktor pendukung yang penting dalam dunia

bisnis, dengan ditemukannya telepon maka setiap orang dapat berkomunikasi dimanapun dan kapanpun, perjanjian bisnis antar pelaku usaha dapat berjalan dengan lancar.

d. Persaingan Antar Perusahaan dalam Industri

Persaingan dalam industri ikan hias akan mempengaruhi kinerja dan kebijakan perusahaan. Tingkat persaingan dalam industri ikan hias dipengaruhi beberapa faktor, yaitu jumlah competitor, tingkat pertumbuhan industri, karakteristik produk, kapasitas, hambatan keluar, asosiasi perdagangan.

Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE)

Setelah menganalisis kondisi eksternal dan internal perusahaan maka dapat dihitung bobot dan rating dari masing-masing faktor. Pemberian bobot dan rating didasarkan pada faktor subyektifitas yang dilakukan peneliti melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada perusahaan untuk menilai seberapa besar atau kecil kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan tersebut. Matriks IFE dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Matriks IFE

Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan			
1. Pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan	0,15	3	0,45
2. Lokasi strategis dan memiliki fasilitas operasi dan transportasi yang memadai.	0,30	3	0,90
3. Memiliki diversifikasi produk ikan hias/konsumsi air tawar.	0,20	4	0,80
4. Tingkat kedisiplinan kerja dalam perusahaan tinggi.	0,15	3	0,45
5. Kualitas produk baik.	0,20	4	0,80
JUMLAH	1,00		3,40
Kelemahan			
6. Kegiatan budidaya sering terhambat akibat gangguan air	0,15	3	0,45
7. Tergantung terhadap pasokan ikan hias	0,25	3	0,75
8. Kegiatan promosi belum optimal	0,15	3	0,45
9. Jaringan distribusi kurang	0,20	2	0,40
10. Keterbatasan pasokan hias, lebih mengutamakan untuk display TAAT-TMII(wisata)	0,25	3	0,75
JUMLAH	1,00		2,80
SKOR INTERNAL	1,00		0,60

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

Sedangkan matriks EFE yang digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal sehingga diperoleh factor-faktor

yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan di TAAT-TMII. Matriks EFE dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Matriks EFE

Faktor- faktor Strategis Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang			
1. Ikan alam air tawar sudah mulai dapat dibudidayakan	0,20	3	0,60
2. Industri ikan hias air tawar terus menerus mengalami pertumbuhan	0,20	3	0,60
3. Jumlah pemasok ikan hias relatif banyak	0,15	3	0,45
4. Permintaan ikan hias/konsumsi meningkat	0,20	4	0,80
5. Banyak pelanggan setia pembeli ikan hias/konsumsi air tawar	0,25	4	1,0
Jumlah	1,00		3,45
Ancaman			
1. Persaingan bisnis semakin ketat	0,25	3	0,75
2. Perubahan selera konsumen	0,15	3	0,45
3. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berjalan lambat	0,20	2	0,60
4. Tingkat inflasi yang tinggi	0,20	3	0,60
5. Hambatan perdagangan internasional	0,20	3	0,60
JUMLAH	1,00		3,00
SKOR INTERNAL	1,00		0,45

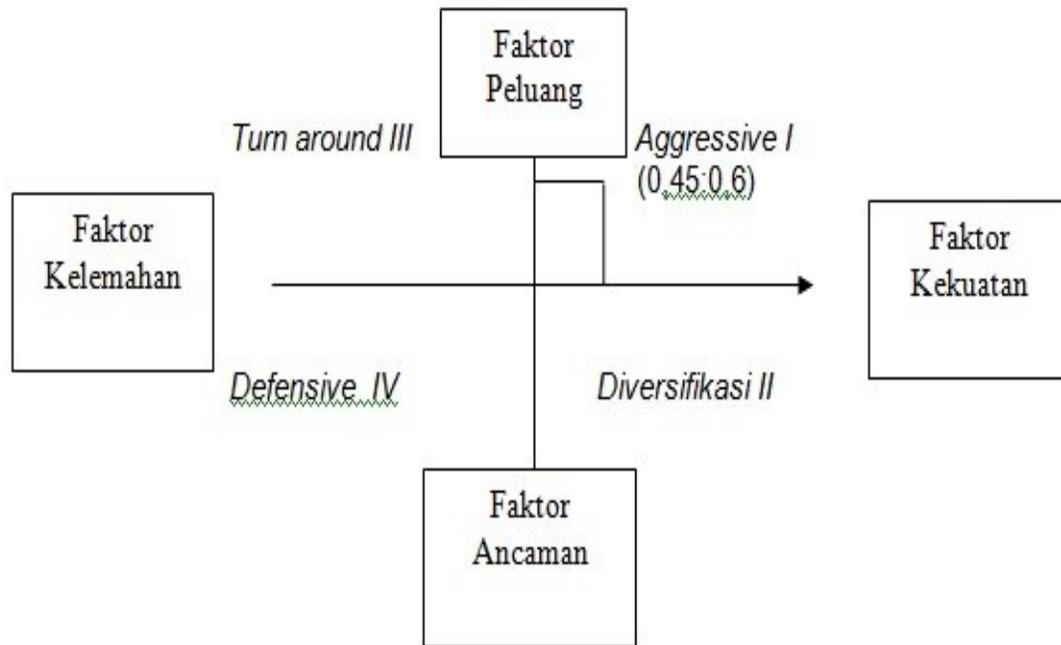
Sumber: Data Primer, diolah (2012)

Berdasarkan perhitungan tabel 9 dan tabel 10 maka dapat disimpulkan bahwa hasil skor pembobotan menunjukkan posisi internal dan eksternal perusahaan TAAT-TMII ini kuat.

Analisis Matriks Strategi

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, penghitungan koordinat pada matriks SWOT yaitu skor peluang dikurangi skor ancaman dan skor kekuatan dikurangi skor kelemahan. Hasil

pengurangan IFE yang meliputi faktor internal diperoleh hasil sebesar 0,6 untuk faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan ini. Hasil pengurangan EFE yang meliputi faktor eksternal diperoleh hasil 0,45 untuk faktor peluang pada perusahaan ini. Kemudian hasilnya digambarkan dalam diagram matriks strategi untuk mengetahui posisi dari perusahaan serta strategi yang sesuai untuk diterapkan. Hasil matriks strategi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Matriks Strategi, Sumber: Data Primer, diolah 2012

Dapat dilihat pada gambar 1 bahwa hasil matriks Strategi pada posisi (X,Y) dimana X adalah hasil pengurangan nilai EFE sebesar 0,45 dan Y adalah hasil pengurangan IFE sebesar 0,60, sehingga apabila ditarik garis lurus didapatkan titik koordinat pada posisi (0,45;0,60) yaitu kuadran I. Strategi yang paling tepat di kuadran I adalah strategi aggressive yaitu perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan perbaikan, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Pemaknaan Strategi

Setelah dilakukan tahap input dari analisis IFE dan EFE, selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT dengan cara mengetahui posisi perusahaan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan TAAT-TMII. Berdasarkan analisis SWOT pengembangan usaha budidaya di TAAT-TMII yaitu disarankan menggunakan strategi *aggressive*, yaitu perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga dapat dimungkinkan untuk terus melakukan perbaikan, memperbesar pertumbuhan, dan meraih keuntungan secara maksimal. Alternatifnya antara lain strategi SO. Selengkapnya Analisis Matriks Strategi pengembangan dapat dilihat pada tabel 11 di bawah ini.

Tabel 11. Analisis Matriks SWOT Taman Akuarium Air Tawar – TMII

Eksternal 	Internal	Kekuatan – S 1. Pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan. 2. Lokasi strategis dan memiliki fasilitas operasi dan transportasi yang memadai. 3. Memiliki diversifikasi produk ikan hias/konsumsi air tawar. 4. Tingkat kedisiplinan kerja dalam perusahaan tinggi. 5. Kualitas produk baik.	Kelemahan – W 1. Kegiatan budidaya sering terhambat akibat gangguan air 2. Tergantung terhadap pasokan ikan hias 3. Kegiatan promosi belum optimal 4. Jaringan distribusi kurang 5. Keterbatasan pasokan hias, lebih mengutamakan untuk kebutuhan display TAAT-TMII(wisata)	
	Peluang – O	1. Ikan air tawar sudah mulai dapat dibudidayakan 2. Industri ikan hias air tawar terus menerus mengalami pertumbuhan 3. Jumlah pemasok ikan hias relatif banyak 4. Permintaan ikan hias/konsumsi meningkat 5. Banyak pelanggan setia pembeli ikan hias/konsumsi air tawar	Strategi - SO 1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas ikan serta pelayanan dan pengawasan (S1,S2,S3,S5,O2,O4,O5) 2. Menambah fasilitas produksi dan transportasi dengan per1atan yang lebih modern (S2,S4,O3,O5) 3. Meningkatkan jumlah produksi (S5, O3,O4,O5)	Strategi – WO 1. Meningkatkan kegiatan produksi, dan kesejahteraan (W1,W2,O2,O3,O4) 2. Melakukan kegiatan program kemitraan dengan pemasok atau pembudidaya ikan hias. (W3,W4,O4,O5)
	Ancaman – T	1. Persaingan bisnis semakin ketat 2. Perubahan selera konsumen 3. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berjalan lambat 4. Tingkat inflasi yang tinggi 5. Hambatan perdagangan internasional	Stategi-ST 1. Meningkatkan daya saing melalui efisiensi dan kualitas. (S1,S2,S3,S4,S5,T1.T2) 2. Meningkatkan teknologi produksi dan pendekatan dengan konsumen (S1,S2,S5,T1,T3,T4,T5)	Strategi – WT 1. Mengoptimalkan kapasitas produksi dan melakukan efisiensi biaya. (W1,W2,W3,W5,T1, T3,T4,T5) 2. Melakukan perekrutan tenaga ke pemasaran. (W3,W5,T1,T2)

Sumber: Data Primer, diolah (2012)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Taman Akuarium Air Tawar (TAAT) – Taman Mini Indonesia Indah (TMII) prospektif usahanya baik dan layak untuk dikembangkan, dilihat dari berbagai aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek teknis, aspek managerial, dan aspek financial, serta arah pengembangan usaha.

2. Faktor pendukung TAAT-TMII yaitu banyaknya permintaan dari konsumen serta tingginya harga ikan hias yang dipasarkan. Faktor kelemahan yang menghambat dalam proses budidaya ikan hias ini yaitu terbatasnya stok ikan yang dipengaruhi oleh cuaca, iklim dan terhambatnya persediaan air.

3. Berdasarkan analisis SWOT pengembangan usaha budidaya di TAAT-TMII yaitu disarankan menggunakan strategi *aggressive*, yaitu perusahaan dalam kondisi prima dan mantap sehingga dapat dimungkinkan untuk terus melakukan perbaikan, memperbesar pertumbuhan, dan meraih keuntungan secara maksimal. Alternatifnya antara lain strategi SO, yaitu: (a) mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk ikan serta pengawasan dan pelayanan, (b) menambah fasilitas produksi dan transportasi dengan peralatan yang lebih modern, (c) meningkatkan jumlah produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Rangkuti F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dinas Perikanan DKI Jakarta. 1996. *Kajian Pengembangan Pemasaran Hasil Perikanan Dalam Perdagangan Global*. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah*. PT. Toko Gunung Agung, Jakarta.
- Iskandarini. 2004. *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan* [Skripsi]. Sumatera Utara. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Jauch, L.R. dan Glueck, W.F. 1994. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* (Terjemahan). Edisi kedua. Erlangga. Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana, Jakarta.
- Kotler, P. 1993. *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan). Edisi Keenam. Erlangga. Jakarta.
- Kotler. P. 1997. *Manajemen Pemasaran. : Analisa, Perencanaan, Implikasi dan Kontrol*, Jilid I. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Manulang, M. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nazir, Moh,. 2000. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Rizti. 2008. *Analisis Kebijakan Publik* [Jurnal]. Semarang.
- Stanton, J.W. 1993. *Prinsip Pemasaran* (Terjemahan). Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 434 hlm.
- Sule, Erni Trisnawati dan Kurniawan. Saefullah. 2008. *Pengantar Manajemen*. Kencana. Jakarta.
- Terry, George R. 2008. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.