
**ANALISIS KELAYAKAN EKONOMI DAN KEUANGAN
USAHA IKAN LELE ASAP DI PEKANBARU**

Indo Yama Nasarudin
Universitas Padjajaran

Abstract. Feasibility Analysis of Economic and Financial on Smoked Catfish Business in Pekanbaru. *This research is to analyze the feasibility of economic and financial on smoked catfish business in Pekanbaru. The methods analysis that used in this research are B/C ratio, NPV, payback period, profitability index, and IRR. Economic Performance for business of smoked lele fish was very good for marketing aspect and good enough for production, management and human resource aspect. While seen from finance aspect assess the Benefit cost ratio (BCR) equal to 1,39, Value of Payback Period is 2,44 years, below time specified 10 years. Positive valuable Net Present Value equal is Rp 739.508.134, Value of profitability index equal to 6,35. Rate of return (IRR) equal to 53,09% Pursuant to measurement financial as a whole indicate that the effort competent poultry to be continued.*

Keyword : *feasibility analysis, smoked catfish, economic performance*

Abstrak. Analisis Kelayakan Ekonomi dan Keuangan Usaha Ikan Lele Asap di Pekanbaru. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan ekonomi dan keuangan usaha ikan lele asap di Pekanbaru. Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ialah rasio B/C, NPV, payback period, indeks profitabilitas, dan IRR. Kinerja ekonomi atas usaha ikan lele asap memiliki kinerja sangat baik untuk aspek marketing, dan cukup baik dari sisi produksi, manajemen, dan sumber daya manusia. Rasio benefit/cost memberikan hasil sebesar 1.39, nilai payback period ialah 2.44 tahun dibawah waktu yang ditentukan yaitu 10 tahun. Kemudian nilai positif dari NPV sebesar 739.508.134, nilai indeks profitabilitas sebesar 6,35. Nilai IRR sebesar 53,09%. Dari ukuran keuangan tersebut mengindikasikan bahwa kinerja usaha ini dapat dilanjutkan.*

Kata Kunci: *analisis kelayakan, usaha ikan lele asap, kinerja ekonomi dan keuangan*

PENDAHULUAN

Eksistensi UKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Berdasarkan data Biro Pusat Statistik dan Kementrian Koperasi & UKM, jumlah UKM tercatat 42,39 juta unit atau 99,9% dari total unit usaha. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Sektor UKM menyerap 79,04 juta tenaga kerja atau 99,4% dari total angkatan kerja yang bekerja. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan yakni sebesar 56,72% dari total PDB (BPS, 2004).

Tantangan yang dihadapi memang cukup berat untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Pembinaan pengusaha kecil harus diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah. Namun disadari pula bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber daya manusia ini mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik.

Masalah mendasar yang dihadapi pengusaha UMKM adalah: *pertama*, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. *Kedua*, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. *Ketiga*, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. *Keempat*, keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). *Kelima*, iklim usaha yang kurang kondusif, karena persaingan yang saling mematikan. *Keenam*, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Kucoro, 2003).

Namun bagaimanapun juga kontribusi UMKM yang besar terhadap perekonomian menyebabkan diperlukannya pemberdayaan dan pola

pengembangan yang optimal agar dampak dari keberadaan UMKM ini semakin maksimal. Dari banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, kewirausahaan merupakan faktor penting yang berperan sangat menentukan keberhasilan UMKM. Kewirausahaan menyangkut berbagai aspek, salah satunya adalah kreatifitas dan kemampuan inovatif dari pelaku UMKM.

Kemampuan kewirausahaan dapat dilihat dari dua aspek yaitu; *pertama*, aspek manusianya. *Kedua*, aspek manajemen yang diterapkannya. Potensi kewirausahaan dan jiwa inovatif UMKM antara lain diindikasikan dari profil UMKM sukses. Dengan perkataan lain profil UMK sukses, disamping terlihat keberhasilannya dari indikator-indikator bisnis, juga dicerminkan dari kreatifitas dan kemampuan inovatifnya. Karakter inovatif ini juga diperlukan untuk mendukung optimalitas pemanfaatan bahan baku yang tersedia serta potensi daerah, yang sekaligus mengurangi ketergantungan daerah tersebut pada lainnya (termasuk ketergantungan pada pasar Internasional).

Kemampuan kreatifitas dan inovasi sangat berperan dalam keberhasilan UKM. Mereka yang berjiwa inovatif dan memiliki kreatifitas tinggi sehingga menjadi pengusaha sukses. Mereka mampu menciptakan peluang bisnis dan pasar yang semula kurang diperhatikan dan tidak bermanfaat menjadi bermanfaat. Sesuatu yang kurang atau tidak dipikirkan orang lain kemudian ditransformasi menjadi berharga dan berguna.

Kualitas produk yang baik merupakan senjata ampuh bagi para pelaku UKM untuk tetap bisa menjalankan usahanya, oleh karena itu konsistensi untuk bisa menjaga kualitas produk dan pelayanan merupakan kegiatan yang utama. Tak jarang sebuah produk yang mulai meraih pasar yang baik justru kualitas dan pelayanannya mengalami penurunan sebagai akibat kurangnya pengawasan dan kepedulian pelaku UKM. Di sini letak kredibilitas dan kejujuran pelaku UKM, bahwa pada saat ia bisa menciptakan pasar, di saat itu pula ia harus dapat mempertahankan kualitas produk dan pelayanannya, atau bahkan sedapat mungkin bisa meningkatkan kualitasnya.

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha sukses untuk memperbaiki kinerja usahanya ke arah perbaikan mutu perlu dicontoh oleh UKM, seperti misalnya dengan melakukan pelatihan pada tenaga kerja, mengikuti berbagai

kegiatan pameran, pengawasan mutu bahan baku, dan sebagainya. Selain itu, seiring dengan meningkatnya permintaan pasar, maka pemanfaatan teknologi yang lebih baik perlu juga dilakukan. Tidak sedikit pelaku UKM yang berhasil dengan melakukan dan membina kemitraan dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberi bantuan kepada usaha mereka. Atau dengan kata lain adalah pelaku UKM mengadakan komunikasi dengan banyak pihak, dengan lembaga-lembaga di dalam maupun di luar negeri. Lembaga-lembaga baik pemerintah maupun non-pemerintah saat ini banyak yang membuka dan memperluas wawasan UKM. Program "Bapak Angkat" banyak ditawarkan oleh lembaga-lembaga dan perusahaan besar untuk membina pelaku UKM, mempermudah pendanaan dan akses kepada pasar.

Di sisi lain, permasalahan UKM yang berkaitan dengan sumber daya manusia (*human resources*), manajemen, *funding access*, informasi teknologi dan *market acces* membuat para pengusaha UKM -umumnya- memposisikan diri untuk "apatis" dalam membangun simbiosis yang harmonis dengan pihak *intermediary*. Hal ini terbukti dengan data yang menunjukkan bahwa hanya 31% pihak UKM yang menerima kucuran kredit, sisanya sebanyak 21% ditolak (tidak *visible*) dan bahkan 48% pengusaha UKM tidak mengajukan kredit pembiayaan sama sekali dari pihak perbankan.

Berkenaan dengan hal itu salah satu jenis usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan mempunyai kelayakan usaha yang baik adalah usaha ikan asap lele. Jenis usaha ini tidak terlalu membutuhkan modal yang besar dan dapat menjadi salah satu jenis usaha yang bisa menjadi buah tangan (oleh-oleh) khs daerah Riau. Namun masih banyak kendala yang dihadapi para pelaku usaha pada komoditas ini. Akhir-akhir ini kenaikan bahan baku menyebabkan tingkat keuntungan pelaku usaha semakin berkurang meski efisiensi biaya produksi telah dilakukan, sementara jika harga dinaikkan dengan kondisi daya beli masyarakat yang makin lemah membuat kehidupan masyarakat kian sulit. Untuk itu perlu dilakukan kajian yang mendalam baik dari aspek produksi, pemasaran dan keuangan dalam mengukur tingkat kelayakan sekaligus melihat peluang dan hambatan pada industri ini.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisa kajian literatur yang berkenaan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam pengumpulan data. Pendekatan kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada responden. Pendekatan ini dilakukan agar kajian ini memperoleh hasil yang valid dan komprehensif.

Dari populasi yang menjadi subjek dalam kajian ini, kemudian diambil sampel. Responden yang menjadi sampel penelitian untuk masing-masing kegiatan studi kelayakan ekonomi dan finansial UKM dilakukan dengan *purposive sampling* berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut: *pertama*, pelaku UKM yang menjalankan usaha ikan lele asap. *Kedua*, telah menjalankan usaha minimal tiga tahun. *Ketiga*, data yang diambil merupakan data yang wajar.

Setelah data diperoleh dari berbagai kelompok responden serta setelah dilakukan entri dan tabulasi data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap hasil survei. Hasil dari survey dan analisa ini akan menjadi dasar informasi untuk mendesain kebutuhan seperti apa yang harus dipenuhi dari sisi operasional. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang nantinya akan menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya, yaitu melakukan penyusunan kelayakan ekonomi dan finansial.

Analisis teknis berkenaan dengan kegiatan produksi dan operasi yang dijalankan. Penilaian kelayakan diukur secara kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk melihat apakah menurut pelaku usaha kegiatan teknis produksi dan operasi yang dijalankan telah layak secara ekonomi. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam aspek produksi seperti sebagai berikut: lokasi usaha, fasilitas produksi, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, proses produksi, jumlah, jenis dan mutu, produksi optimum, kendala produksi.

Analisis usaha dapat dilakukan secara kualitatif atau deskriptif kuantitatif untuk mengetahui aspek pasar dan pemasaran. Secara umum, titik tolak dalam alur pikir tersebut adalah penyusunan aspek pemasaran dapat

dilakukan setelah pengusaha mempunyai rencana pengembangan bisnis. Pengembangan bisnis dapat diarahkan dalam rangka meningkatkan omset atau volume penjualan dan untuk meningkatkan efisiensi. Peningkatan omset penjualan dapat dicapai melalui pilihan strategi bisnis yaitu, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan differensiasi produk.

Setelah ditetapkan strategi bisnis yang akan dikembangkan, selanjutnya dilakukan analisis pasar untuk mengetahui kelayakan aspek pasar. Hasil yang diinginkan adalah sampai seberapa besar potensi dan peluang pasar yang tersedia serta risiko pemasaran apa yang mungkin muncul apabila rencana bisnis tersebut dapat diimplementasikan. Hasil tersebut diharapkan sebagai bahan untuk menyusun target penjualan dan strategi pemasaran yang akan dikembangkan.

Strategi pemasaran meliputi kombinasi antara kebijakan mengenai produk, tempat, harga dan promosi yang disesuaikan dengan kajian risiko pemasaran dan target penjualan yang diinginkan. Potensi dan peluang pasar dapat diketahui melalui kajian pasar yang ada saat ini dan pasar potensial. Pasar efektif saat ini, antara lain dapat diketahui melalui identifikasi mengenai jumlah dan karakteristik pelanggan, volume penjualan yang ada, tingkat dan perkembangan harga, cara pembayaran, tingkat persaingan, kontinuitas penjualan dan permintaan yang belum terpenuhi serta faktor lainnya yang mempengaruhi potensi pasar efektif. Pada umumnya sumber informasi untuk mengkaji pasar efektif berasal dari data primer (pengusaha dan pihak terkait lainnya). Sedangkan pasar potensial antara lain dapat dikaji melalui data makro permintaan, hambatan pemasaran yang bersifat kebijakan dan non kebijakan seperti monopoli, pangsa pasar dan lain-lain. Pada umumnya sumber informasi untuk mengkaji pasar potensial berasal dari data sekunder dari lembaga terkait. Berikut ini faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam melihat aspek pasar adalah sebagai berikut: permintaan, penawaran dan persaingan pasar, harga, jalur pemasaran, kendala pemasaran, pemilihan pola usaha, *market size* dan *market share*, segmentasi, *positioning* dan *targeting*.

Dalam aspek finansial ini akan disajikan informasi tentang biaya investasi, modal kerja, *cash flow* dan biaya operasional yang terdiri dari *fixed*

cost dan *variable cost*. Sebelum menyusun analisis kelayakan finansial maka perlu dibuat ikhtisar biaya investasi. *Cash flow* merupakan aliran kas dari suatu usaha yang terdiri dari penerimaan usaha (*inflow*) dan pengeluaran usaha (*outflow*). Aliran kas disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama satu periode tertentu serta memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan darimana sumber-sumber kas dan penggunaan-penggunaannya (Umar, 2003). Berdasarkan jenis transaksinya menurut Haming dan Basamalah (2003), kas dalam *cash flow* dibagi menjadi dua macam, yaitu: *Pertama*, arus kas masuk (*cash Inflow*), yaitu arus kas menurut jenis transaksinya yang mengakibatkan terjadinya arus penerimaan kas. *Inflow* yang ada pada industri kecil terdiri dari penerimaan penjualan, manfaat tambahan, dan nilai sisa. Ketiga penerimaan tersebut yang paling utama adalah penerimaan penjualan karena penerimaan ini bersifat rutin. *Kedua*, Arus kas keluar (*cash outflow*) adalah arus kas menurut jenis transaksinya yang mengakibatkan terjadinya pengeluaran dana kas. *Outflow* usaha dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu biaya investasi, biaya tetap, dan biaya tidak tetap (biaya variabel).

Kelayakan investasi dapat diukur dari berbagai kriteria, yang dalam hal ini menggunakan; *analisis break even point*, *benefit/cost ratio*, *payback periods*, *net present value*, *profitability index*, *internal rate of return* dan rentabilitas ekonomi.

Pertama, analisis *break even point*, merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar beberapa variabel di dalam kegiatan perusahaan seperti, luas produksi atau tingkat produksi yang dilaksanakan, biaya yang dikeluarkan, serta pendapatan yang diterima perusahaan dari kegiatannya. Keadaan pulang pokok merupakan keadaan dimana penerimaan pendapatan (*total revenue*) yang disingkat TR adalah biaya yang ditanggungnya (*total cost*) yang disingkat TC. *Kedua*, analisis *benefit/cost ratio*, merupakan perbandingan antara NPV total dari benefit bersih terhadap total dari biaya bersih. B/C menunjukkan manfaat bersih yang diperoleh setiap penambahan satu rupiah pengeluaran bersih. Semua aliran biaya dan manfaat selama umur ekonomis, diukur dengan nilai uang sekarang,

artinya dilakukan discount nilai di kemudian hari dengan suatu discount factor. Penilaian kelayakan finansial berdasarkan Net B/C Ratio, yaitu: *Pertama*, Net B/C Ratio > 1 , maka proyek layak atau dapat dilaksanakan. *Kedua*, Net B/C Ratio $= 1$, maka proyek impas antara biaya dan manfaat sehingga terserah kepada pengambil keputusan untuk dilaksanakan atau tidak. *Ketiga*, Net B/C Ratio < 1 , maka tidak layak atau tidak dapat dilaksanakan.

Ketiga, *analisis payback period* adalah waktu yang dibutuhkan atas suatu investasi yang menghasilkan cash flow yg dapat menutupi biaya investasi yang telah dikeluarkan. Sebuah investasi diterima/layak jika payback period lebih rendah daripada waktu yang dipersyaratkan.

Menurut Sofyan (2002), teknik ini digunakan untuk menentukan berapa lama modal yang ditanamkan dalam usaha itu akan kembali jika alternatif aliran kas (CF) yang didapat dari usaha yang diusulkan itu akan kembali, maka alternatif usulan usaha yang memberikan masa yang terpendek adalah yang terbaik. Menurut Kasmir dan Jakfar (2004), Perhitungan didapat dari perhitungan nilai kas bersih (proceed) yang diperoleh setiap tahun. Nilai kas bersih merupakan penjumlahan laba setelah pajak ditambah dengan penyusutan (dengan catatan jika investasi 100% menggunakan modal sendiri).

Keempat, *Net Present Value* mengukur berapa nilai yang dihasilkan saat ini seandainya menanamkan sebuah investasi. NPV juga merupakan perbedaan di antara nilai pasar investasi dan biaya yang dikeluarkannya. *Discounted cash flow valuation* adalah Proses penilaian investasi melalui tingkat diskonto cash flow pada masa datang. Untuk menginterpretasikan kelayakan suatu usaha dapat dilihat dari hasil perhitungan NPV. Jika nilai NPV positif maka investasi layak dilakukan, sebaliknya jika negatif maka investasi ditolak atau tidak layak. Menurut Sofyan (2002), NPV adalah nilai neto sekarang dari dana yang diinvestasikan selama umur proyek. NPV mencerminkan besarnya tingkat pengembalian dari usulan usaha atau proyek, oleh karena itu usulan proyek yang layak diterima haruslah memiliki nilai NPV > 0 , jika tidak maka proyek itu akan merugi.

Kriteria untuk menerima dan menolak rencana investasi dengan metode NPV adalah sebagai berikut: *Pertama*, apabila NPV > 0 , maka usulan proyek

diterima. *Kedua*, apabila $NPV < 0$, maka usulan proyek ditolak. *Ketiga*, apabila $NPV = 0$, Kemungkinan proyek akan diterima atau nilai perusahaan tetap walaupun usulan proyek diterima atau ditolak.

Kelima, *Profitability Index* (PI) merupakan Perbandingan antara nilai cash flow investasi dengan biaya investasi yang dikeluarkan. Suatu investasi dikatakan layak jika nilai PI lebih besar daripada satu, sebaliknya jika nilai PI kurang dari satu maka investasi ditolak. *Keenam*, *Internal rate of return* (IRR) merupakan tingkat diskonto yang menyebabkan NPV investasi sama dengan nol. IRR dapat juga dianggap sebagai tingkat keuntungan atas investasi bersih dari suatu usaha, sepanjang setiap benefit bersih diperoleh secara otomatis ditanamkan kembali pada tahun berikutnya dan mendapatkan tingkat keuntungan i yang sama dan diberi bunga selama sisa umur usaha. Sebuah investasi layak jika nilai IRR melebihi tingkat return yang dipersyaratkan. IRR dapat menggambarkan besarnya suku bunga tingkat pengembalian atas modal yang diinvestasikan. Dalam kriteria investasi IRR harus lebih besar dari OCC atau *opportunity cost of capital* agar rencana atau usulan investasi dapat layak dilaksanakan (Sofyan 2002).

PEMBAHASAN

Berawal dari usaha keluarga dengan mengembangkan usaha peternakan burung puyuh tahun 2000. (usaha puyuh terhenti tahun 2005). Usaha ikan lele dumbo dimulai sejak tahun 2006 dengan konsentrasi usaha pembenihan dan pembesaran. Pembenihan ikan tidak berjalan karena sering mengalami kegagalan. Tahun 2010 melakukan pembenihan sistem usaha dengan konsentrasi pembesaran ikan dengan ditambahkan modal usaha untuk pengembangan pembesaran ikan sebesar Rp 22.500.000 yang berasal dari 3 pemodal dari keluarga. Awal tahun 2011 mulai melakukan pengembangan usaha pada bidang pengolahan ikan salai lele dumbo seiring dengan buruknya sistem pemasaran.

Tabel 1. Kinerja Marketing Usaha Ikan Lele Asap

Item	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Skor	Status
Produk	6	19	16	Hijau
Harga	5	16	15	Hijau

Distribusi	3	13	9	Kuning
Market share	3	9	8	Hijau
Segmentasi dan positioning	2	6	6	Hijau
Promosi	5	15	12	Hijau
Skor Total	22	74	66	Hijau

Sumber : data diolah

Akhir tahun 2011 telah terbangun rumah berkapasitas 150 kg dengan melakukan tambahan modal dari bank mandiri sebesar Rp 30.000.000. Juli 2011 melakukan pengembangan usaha di unit pembesaran ikan lele SMK Negeri Pertanian Terpadu Propinsi Riau dengan memberikan modal usaha sebesar Rp 8.200.000. Akhir tahun 2011 tercatat perkembangan modal sebesar Rp127.836.799 dengan jumlah kolam sebanyak 30 kolam pembesaran dan 1 unit pengolahan ikan kapasitas 150 kg.

Berdasarkan tabel 1 terlihat nilai skor kinerja marketing usaha ikan lele asap. Kualitas budidaya sudah sangat baik, dan dipertahankan tingkat kegagalan panen yang rendah, diversifikasi budidaya dipertahankan agar produk yang dihasilkan tetap terdifferensiasi. Kinerja harga jual hasil budidaya sangat baik, harga jual tidak berfluktuatif dan stabil serta tidak banyak faktor yang mempengaruhi perubahan harga. Wilayah dan jalur pemasaran perusahaan cukup baik dan rantai pemasaran perlu ditingkatkan dengan melibatkan banyak pihak. Luas dan relung pasar yang mampu dikuasai perusahaan sangat baik serta posisi perusahaan dalam pasar sangat positif. Segmentasi dan penempatan pasar yang dituju sudah sangat baik, perusahaan perlu meningkatkan konsistensi terhadap pasar yang dilayani. Biaya, intensitas dan dampak promosi sangat positif. Aspek distribusi berdasarkan data pada tabel 1 masih harus lebih ditingkatkan lagi. Hal ini dapat disebabkan aspek keterjangkauan hasil usaha ikan lele asap yang masih dapat diperluas lagi. Dalam aspek distribusi ini perlu membutuhkan bantuan pemerintah untuk membenahi infrastruktur, karena distribusi yang kurang lancar salah satunya disebabkan oleh infrastruktur penunjang yang masih belum baik. Oleh karenanya diharapkan dengan perbaikan infrastruktur ini akan memperlancar proses distribusi.

Tabel 2. Kinerja Produksi Usaha Ikan Lele Asap

Item	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Skor	Status
Lokasi Usaha	1	3	3	Hijau
Fasilitas Produksi dan Alat	1	3	3	Hijau
Tenaga Kerja	5	16	10	Kuning
Teknologi usaha	4	12	9	Kuning
Proses Produksi	3	9	6	Kuning
Kapasitas Produksi	2	6	6	Hijau
Skor Total	20	62	37	Kuning

Sumber : data diolah

Tabel 2 menunjukkan kinerja produksi usaha ikan asap di wilayah Pekanbaru aksesibilitas sangat positif. Fasilitas Produksi dan Peralatan sangat mendukung usaha. Kinerja tenaga kerja perusahaan normal dalam mendukung usaha. Kinerja teknologi perusahaan normal. Tahapan, persyaratan dan waktu produksi memiliki kinerja yang normal dalam mendukung usaha. Jumlah hasil budidaya dan tingkat penyerapannya memiliki kinerja yang positif dalam mendukung usaha. Kondisi tenaga kerja, teknologi usaha, dan proses produksi masih dapat ditingkatkan lagi. Proses produksi yang masih tradisional harus perlahan-lahan diganti dengan teknologi yang lebih maju, dimana teknologi ini haruslah teknologi yang mampu meningkatkan efisiensi perusahaan. Tenaga kerja pun harus selalu dilakukan peningkatan kemampuan, dari aspek peningkatan kemampuan tenaga kerja ini dinas tenaga kerja setempat harus membuat terobosan agar tenaga kerja dapat memiliki produktivitas yang tinggi. Dinas tenaga kerja setempat harus menyusun suatu program peningkatan kualitas sumber daya manusia yang lebih tepat guna sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja.

Tabel 3 memberikan informasi tentang kinerja manajemen dan sumber daya manusia usaha ikan lele asap khas Riau. Kinerja bentuk organisasi perusahaan yang terdiri dari kepemilikan badan hukum dan izin usaha standar. Kinerja profil usaha yang terdiri atas skala usaha dan sistem pengelolaan usaha perusahaan masih rendah. Kinerja tingkat kompensasi perusahaan standar. Dinas tenaga kerja perlu melakukan suatu upaya peningkatan kinerja profil usaha, karena secara tidak langsung peningkatan kinerja manajemen akan

berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di wilayah bersangkutan. Secara keseluruhan, dari sisi kinerja manajemen perlu dilakukan pembenahan.

Tabel 3. Kinerja Manajemen dan SDM Usaha Ikan Lele Asap

Item	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Skor	Status
Bentuk Organisasi	2	5	4	Kuning
Profil Usaha	2	6	3	Merah
Kompensasi	1	3	2	Kuning
Skor Total	5	14	9	kuning

Sumber : data diolah

Tabel 4 menunjukkan kinerja analisis lingkungan ikan lele asap seperti tingkat ketersediaan, sumber, tingkat harga dan pembiayaan bahan baku normal. Tingkat persaingan relatif rendah dan persaingan potensial cukup sulit memasuki pasar, perusahaan perlu menciptakan image positif di mata konsumen. Secara keseluruhan nilai total dari kinerja analisis lingkungan hanya memberikan skor yang cukup saja. Oleh karena ini masih dapat dilakukan pembenahan untuk meningkatkan kinerja analisis lingkungan ini.

Tabel 4. Kinerja Analisis Lingkungan

Item	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Skor	Status
Bahan Baku	4	13	9	Kuning
Tingkat Persaingan	3	11	9	Hijau
Skor Total	7	24	18	kuning

Sumber : data diolah

Tabel 5 menunjukkan kinerja dan kelayakan finansial usaha ikan lele asap khas Riau. Nilai *Break Event point* kuantitas perusahaan sebesar 11.290 unit, secara rata-rata berada di bawah nilai produksi. Rata-rata produksi berkisar antara 15.000 kg sampai 43.000 kg jauh di atas nilai titik impasnya. Kemudian dilihat dari nilai *break even point* penjualan juga memiliki kondisi yang sama dengan nilai Rp75.819.850, jauh di bawah nilai harga jual yang berkisar antara Rp 147.697.000 sampai Rp 889.650.000. Nilai Benefit cost ratio (BCR) sebesar 1.16 lebih besar dari satu. Ini menggambarkan bahwa keuntungan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Nilai Payback Period sebesar 2,44 tahun di bawah waktu yang ditetapkan yaitu 10 tahun. Ini menunjukkan bahwa waktu pengembalian investasi selama 2,44 tahun.

Net present Value bernilai positif sebesar Rp 739.508.134 enunjukkan kondisi yang baik karena total *present value* lebih besar dibandingkan *initial outlay*. Nilai *profitability index* sebesar 6,35 menunjukkan angka yang baik karena lebih besar daripada 1. *Internal rate of return* (IRR) sebesar 53,09% menunjukkan nilai yang baik karena jauh di atas tingkat bunga yang dipersyaratkan yaitu sebesar 15%. Berdasarkan pengukuran finansial secara keseluruhan menunjukkan bahwa usaha ikan lele asap layak untuk dilanjutkan.

Tabel 5. Kinerja Finansial Usaha Ikan Lele Asap

Keterangan	Nilai
Asumsi tingkat bunga	15%
Periode	10 tahun
Jumlah Produksi Optimum	43.000 kg
Jumlah Produksi Minimum	13.467 kg
Modal Awal	Rp 94.285.300
Break Even Point Kuantitas	11.290
Break Even Point Sales	Rp 75.819.850
Benefit Cost Ratio	1.39
Payback Period	2,44 Tahun
Net Present Value	739.508.134
Profitability Index	6,35
Internal Rate of Return	53,09%

Sumber : data diolah

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dilihat dari aspek ekonomi baik kinerja marketing yang secara umum menunjukkan status berwarna hijau. Ini berarti usaha masih layak untuk dijalankan dan dipertahankan. Kinerja Produksi secara umum memiliki status berwarna kuning. Kinerja ini perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Kinerja manajemen dan sumber daya manusia memiliki status kuning artinya usaha perusahaan ikan lele asap memiliki kinerja yang cukup baik. Berdasarkan kinerja ini perusahaan perlu melakukan pembenahan yang menyeluruh terhadap aspek manajemen mereka agar usaha memiliki daya saing yang tinggi. Kinerja keuangan usaha ikan lele asap khas Riau umumnya baik.

Pustaka Acuan

- Brealey, et.al. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga
 Brigham, E.F. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga

- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Eiteman, D. K. et.al. 2011. *Manajemen Keuangan Multinasional*. Jakarta: Erlangga.
- Frensidy, B. 2008. *Financial Mathematics*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kementerian UKM dan Koperasi. 2008. *Laporan Penelitian Decision Support Sistem Kelayakan Ekonomi dan Finansial UKM*. Jakarta: KUMKM RI.
- Keown, A.J, et. al, 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Noor, H.F. 2009. *Investasi: Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat*. Jakarta: Indeks
- Rangkuti, F. 2006. *Business Plan, Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, V. 2013. *Financial Institution Management: Manajemen Kelembagaan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sjahrial, D. 2010. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Mitra Wacana Media
- Van Horne, J.C & J.M. Wachowicz, Jr. 1997. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan* Edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Empat.