

**LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN
INOVASI USAHA BUDIDAYA IKAN NILA BERBASIS PEMANFAATAN
LIMBAH PERTANIAN DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
DI KABUPATEN MAGELANG**

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh :

Deva Yuneza Pramudia Novalino

212231967

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA**

2026

TUGAS AKHIR
PROYEK KEWIRAUSAHAAN
INOVASI USAHA BUDIDAYA IKAN NILA BERBASIS PEMANFAATAN
LIMBAH PERTANIAN DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
DI KABUPATEN MAGELANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DEVA YUNEZA PRAMUDIA NOVALINO

Nomor Induk Mahasiswa: 212231967

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 30 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Dr. Maria Pampa Kumalaningrum, SE., M.Si.

Penguji



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Yogyakarta, 23 Februari 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan usaha budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang melalui penerapan inovasi pada aspek produksi, pemasaran, layanan, serta manajemen keuangan. Inovasi yang dikaji meliputi pemanfaatan limbah pertanian sebagai pakan alternatif, pengembangan kolam pemancingan sebagai sarana distribusi dan rekreasi, penerapan pemasaran digital melalui media sosial, serta layanan pengantaran ikan segar kepada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pakan alternatif berupa dedak dan ampas tahu mampu menekan biaya produksi sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan. Inovasi pemancingan memberikan nilai tambah melalui peningkatan pendapatan dan perluasan jaringan konsumen. Pemasaran digital terbukti meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat komunikasi dengan konsumen, serta membangun kepercayaan terhadap kualitas produk. Layanan pengantaran memberikan kemudahan akses bagi konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan usaha. Analisis finansial menunjukkan bahwa usaha budidaya ikan nila layak dikembangkan dengan nilai Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar $\pm$ Rp31.050 per kilogram, laba bersih bulanan sekitar Rp4.710.000, serta Payback Period $\pm$ 6 bulan. Secara keseluruhan, manajemen perubahan dan inovasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang.

Kata kunci: budidaya ikan nila, inovasi usaha, pakan alternatif, pemasaran digital, analisis finansial.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of tilapia aquaculture businesses in Magelang Regency through the implementation of innovations in production, marketing, service, and financial management. The innovations examined include the utilization of agricultural waste as alternative feed, the development of recreational fishing ponds as distribution and leisure facilities, the application of digital marketing through social media, and the provision of fresh fish delivery services to consumers. A descriptive research approach was employed using field observation, interviews, and documentation as data collection techniques.

The results indicate that alternative feed made from rice bran and tofu waste effectively reduces production costs while supporting environmental sustainability. Recreational fishing activities provide added value by increasing income and expanding consumer networks. Digital marketing significantly improves market reach, strengthens communication with customers, and enhances trust in product quality. Delivery services increase accessibility for consumers and improve overall service quality. Financial analysis shows that the tilapia farming business is feasible to be developed, with a cost of goods sold (COGS) of approximately Rp31,050 per kilogram, a monthly net profit of around Rp4,710,000, and a payback period of approximately six months. Overall, effective change management and innovation play an important role in improving efficiency, competitiveness, and sustainability of tilapia aquaculture businesses in Magelang Regency.

Keywords: *tilapia aquaculture, business innovation, alternative feed, digital marketing, financial analysis.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pendahuluan

Keberlanjutan merupakan prinsip utama dalam pembangunan yang menekankan pemanfaatan sumber daya secara bijaksana agar kebutuhan generasi sekarang dapat terpenuhi tanpa mengorbankan kepentingan generasi mendatang (WCED, 2020). Dalam sektor perikanan, keberlanjutan tidak hanya menyangkut ketersediaan produksi, tetapi juga bagaimana usaha budidaya mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, sekaligus menjaga kelestarian lingkungan (FAO, 2021). Karena itu, inovasi usaha perikanan yang mengutamakan efisiensi, nilai tambah, dan pemberdayaan masyarakat menjadi sangat relevan.

Di Indonesia, ikan nila (*Oreochromis niloticus*) merupakan komoditas air tawar unggulan karena pertumbuhan yang cepat, daya adaptasi tinggi, dan tingginya permintaan pasar. Namun, tantangan besar masih dihadapi, terutama tingginya biaya produksi serta keterbatasan strategi pemasaran. Subhan & Ardini (2024) menemukan bahwa pembudidaya nila di Kecamatan Aikmel, Lombok Timur, menghadapi kesulitan akses pasar yang berdampak pada keberlanjutan usaha mereka.

Pranata & Musnaini (2022) melaporkan bahwa sistem pemasaran ikan nila di Muaro Jambi masih belum efisien, terlihat dari margin pemasaran yang tinggi dan distribusi keuntungan yang kurang adil bagi pembudidaya. Sementara itu, Febrianti & Fahrial (2023) menunjukkan bahwa risiko produksi dan biaya usaha yang tinggi juga menjadi kendala utama dalam budidaya nila skala kecil. Untuk mengatasi persoalan tersebut, pemerintah melalui Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mendorong inovasi di sektor perikanan, baik melalui pengembangan pakan mandiri maupun strategi pemasaran digital (KKP, 2023).

Pada skala regional, Jawa Tengah merupakan salah satu sentra budidaya ikan nila. Namun, kendala berupa keterbatasan modal dan akses pasar masih menjadi hambatan utama. Penelitian Damayanti (2023) di Kabupaten Magelang menunjukkan bahwa rumah tangga pembudidaya ikan mengonsumsi nila dan lele 1–2 kali per minggu, mengindikasikan adanya potensi pasar lokal yang dapat dikembangkan lebih optimal melalui strategi pemasaran yang lebih terarah.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa inovasi berbasis rekreasi, digital, dan layanan langsung kepada konsumen sangat potensial. Mansyur dkk. (2022) menemukan bahwa media sosial, khususnya Facebook, mampu meningkatkan penjualan ikan nila

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

hingga 73%. Subhan & Ardini (2024) juga menegaskan bahwa strategi pemasaran digital memperluas jangkauan konsumen serta memperkuat daya saing pembudidaya. Lebih lanjut,

Di Kabupaten Magelang, pengembangan sektor perikanan tidak hanya difokuskan pada produksi tetapi juga pada inovasi pemasaran dan diversifikasi usaha. Penelitian di Desa Gunungpring, Kecamatan Muntilan, menunjukkan bahwa pelatihan diversifikasi produk perikanan dan strategi pemasaran dapat membantu meningkatkan serapan pasar sekaligus memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha kecil (Setiawan dkk., 2021). Studi di Desa Menayu, Kecamatan Muntilan, menegaskan bahwa faktor biaya, skala usaha, dan keterbatasan modal menjadi kendala signifikan (Astuti, 2022). Hal ini menguatkan pentingnya inovasi yang tidak hanya menitikberatkan pada produksi, melainkan juga strategi distribusi dan pemasaran.

Sementara itu, studi mengenai usaha pemindangan ikan di Kota Magelang menegaskan bahwa meskipun sebagian besar masih berskala kecil dan tradisional, produk olahan tersebut tetap mampu menembus pasar lokal dengan tingkat keuntungan yang ekonomis serta layak untuk dikembangkan (Astuti & Purnomo, 2020). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa wilayah Magelang memiliki potensi besar dalam mengembangkan model usaha perikanan berbasis rekreasi seperti pemancingan, sekaligus memperluas distribusi melalui strategi pemasaran digital dan layanan pengantaran produk segar.

Dengan demikian, di Indonesia secara umum, dan khususnya di Jawa Tengah serta Kabupaten Magelang, terdapat peluang besar untuk mengintegrasikan pemancingan, pemasaran ikan melalui media sosial, dan layanan pengantaran sebagai strategi inovasi budidaya ikan nila. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keuntungan pembudidaya, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan rekreasi yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun di atas, tujuan pada proyek kewirausahaan ini antara lain:

1. Mengembangkan pemanfaatan limbah pertanian sebagai bahan baku pakan alternatif untuk mendukung keberlanjutan budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Meningkatkan nilai tambah budidaya ikan nila melalui pengembangan usaha pemancingan sebagai sarana rekreasi sekaligus kanal distribusi hasil panen di Kabupaten Magelang..
3. Memperluas jangkauan pemasaran ikan nila dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen di Kabupaten Magelang..
4. Meningkatkan kepuasan konsumen serta aksesibilitas produk melalui penyediaan layanan pengantaran ikan nila segar hingga ke konsumen akhir di Kabupaten Magelang.
5. Mengidentifikasi dan mencari solusi atas kendala teknis, sosial, maupun ekonomi yang dihadapi dalam implementasi inovasi kewirausahaan budidaya ikan nila di Magelang.

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Kontribusi Ekonomi
 - a. Menekan biaya produksi melalui pemanfaatan pakan alternatif berbasis limbah pertanian.
 - b. Meningkatkan profitabilitas usaha budidaya ikan nila bagi petani di Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang.
 - c. Membuka peluang usaha baru, seperti produksi pakan alternatif dan pengolahan limbah pertanian bernilai tambah.
2. Kontribusi Lingkungan
 - a. Mengurangi potensi pencemaran lingkungan akibat pembuangan limbah pertanian.
 - b. Menekan ketergantungan pada pakan impor atau pakan berbahan kimia yang berdampak negatif.
 - c. Mendorong efisiensi penggunaan sumber daya lokal secara lebih berkelanjutan.
3. Kontribusi Teknologi & Praktik
 - a. Memperkenalkan serta mendiseminasikan teknik pengolahan limbah (misalnya fermentasi, hidrolisis, dan pencacahan) menjadi pakan berkualitas.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b. Menyediakan model praktik kewirausahaan yang dapat direplikasi oleh petani atau pembudidaya di daerah lain.
4. Kontribusi Sosial & Kapasitas
 - a. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pembudidaya ikan nila melalui penerapan inovasi kewirausahaan.
 - b. Memperkuat jaringan usaha antara kelompok tani/pembudidaya dengan pelaku usaha pakan lokal.
 - c. Mendukung keberlanjutan sektor akuakultur sebagai bagian dari pembangunan ekonomi lokal di tingkat desa maupun daerah.

Landasan Teori

Ikan Nila

Produk utama dalam proyek kewirausahaan ini adalah ikan nila (*Oreochromis niloticus*) yang dibudidayakan secara berkelanjutan melalui penerapan inovasi pakan berbasis limbah pertanian lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk menekan biaya produksi sekaligus memanfaatkan sumber daya alam secara efisien dan ramah lingkungan, sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan ekologi (WCED, 2020; FAO, 2021).

Dalam konteks pengembangan usaha di Kabupaten Magelang, inovasi tidak hanya difokuskan pada peningkatan produktivitas budidaya, tetapi juga pada diversifikasi produk dan strategi pemasaran. Astuti (2022) menekankan bahwa pengembangan usaha pendederan ikan nila di Desa Menayu, Kecamatan Muntilan, perlu diarahkan pada efisiensi biaya, peningkatan kapasitas teknis, serta perluasan akses pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Damayanti (2023) yang menemukan bahwa tingkat konsumsi ikan di kalangan rumah tangga pembudidaya di Kecamatan Mungkid cukup tinggi, menunjukkan adanya potensi pasar lokal yang dapat dimanfaatkan secara optimal melalui inovasi distribusi dan promosi.

Produk

Produk yang dikembangkan dalam proyek kewirausahaan ini tidak hanya berfokus pada hasil utama berupa ikan nila segar konsumsi, tetapi juga diarahkan pada upaya peningkatan nilai tambah, diversifikasi produk, dan inovasi layanan. Pendekatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ini dimaksudkan untuk menciptakan model kewirausahaan perikanan yang terpadu, efisien, serta berorientasi pada keberlanjutan ekonomi dan lingkungan.

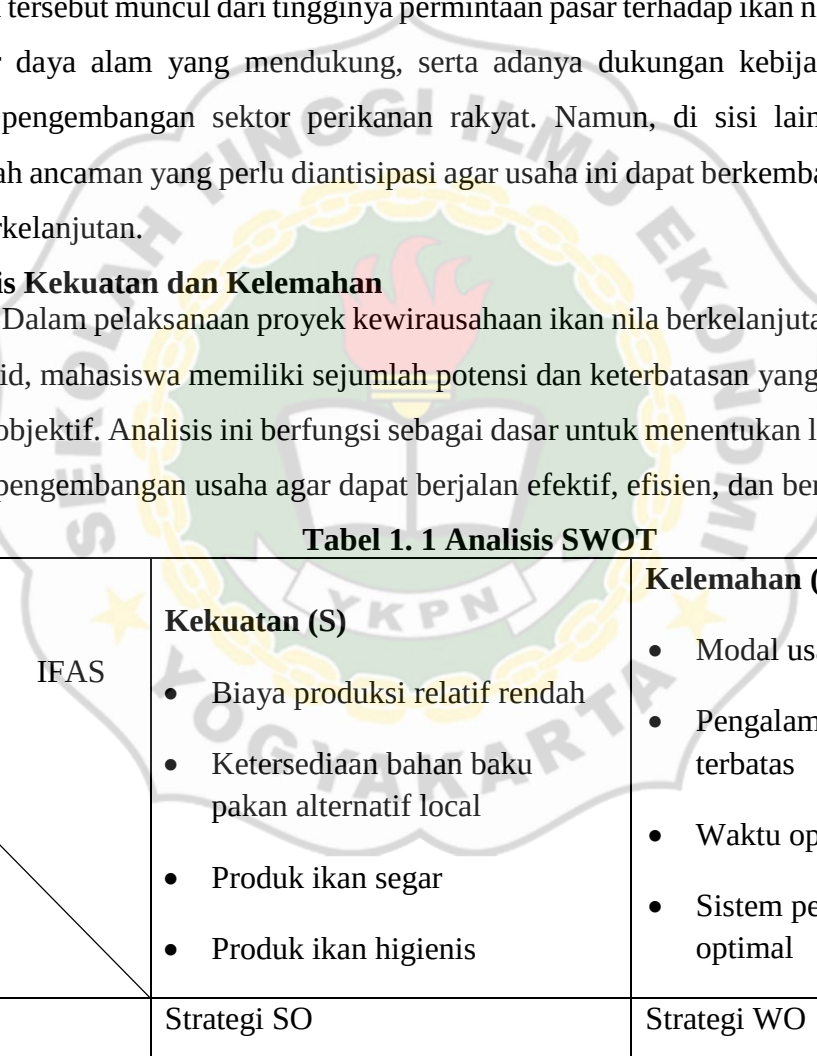
Analisis Peluang dan Ancaman

Pengembangan usaha budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang, khususnya di Kecamatan Mungkid dan sekitarnya, memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai model kewirausahaan berbasis inovasi dan keberlanjutan. Potensi tersebut muncul dari tingginya permintaan pasar terhadap ikan nila, ketersediaan sumber daya alam yang mendukung, serta adanya dukungan kebijakan pemerintah dalam pengembangan sektor perikanan rakyat. Namun, di sisi lain, terdapat pula sejumlah ancaman yang perlu diantisipasi agar usaha ini dapat berkembang secara stabil dan berkelanjutan.

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Dalam pelaksanaan proyek kewirausahaan ikan nila berkelanjutan di Kecamatan Mungkid, mahasiswa memiliki sejumlah potensi dan keterbatasan yang perlu dianalisis secara objektif. Analisis ini berfungsi sebagai dasar untuk menentukan langkah strategis dalam pengembangan usaha agar dapat berjalan efektif, efisien, dan berorientasi hasil.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT

 IFAS EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	• Biaya produksi relatif rendah • Ketersediaan bahan baku pakan alternatif local • Produk ikan segar • Produk ikan higienis	• Modal usaha terbatas • Pengalaman manajerial terbatas • Waktu operasional terbatas • Sistem pemasaran belum optimal
Peluang (O) • Permintaan pasar ikan nila yang relatif stabil dan cenderung meningkat • Perkembangan teknologi informasi dan media digital	Strategi SO • Memanfaatkan kemampuan adaptasi teknologi informasi dan perkembangan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran ikan nila melalui media sosial dan layanan pengantaran daring.	Strategi WO • Menerapkan sistem penjadwalan operasional dan pembagian tugas untuk mengatasi keterbatasan waktu pengelola. • Meningkatkan kompetensi manajerial melalui pelatihan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dukungan pemerintah melalui program pelatihan, pendampingan, dan bantuan bagi pelaku usaha perikanan..	- Mengembangkan usaha pemancingan sebagai sarana rekreasi dengan memanfaatkan lokasi budidaya yang strategis dan mudah diakses. - Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal dan dukungan pemerintah dalam pengembangan pakan alternatif berbahan baku lokal	dan pendampingan yang difasilitasi oleh pemerintah atau lembaga terkait. Mengembangkan kemampuan pemasaran digital secara bertahap melalui pelatihan daring dan pembelajaran mandiri.
Ancaman (T) - Fluktuasi harga pakan ikan komersial - Persaingan usaha budidaya ikan nila yang semakin ketat - Perubahan kondisi cuaca dan iklim - Risiko serangan penyakit ikan	Strategi ST - Mengembangkan inovasi pakan alternatif lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap pakan komersial yang harganya fluktuatif. - Mempertahankan kualitas ikan nila yang segar, higienis, dan ramah lingkungan sebagai keunggulan bersaing di tengah meningkatnya persaingan usaha.	Strategi WT - Menjalin kerja sama dengan pembudidaya berpengalaman atau kelompok tani lokal untuk meminimalkan keterbatasan sumber daya dan risiko usaha. - Memperbaiki sistem manajemen keuangan dan operasional secara sederhana namun konsisten guna menghadapi persaingan dan ketidakpastian kondisi usaha.

Analisis Strategi SWOT

Analisis strategi SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha budidaya ikan nila guna merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan. Pendekatan ini dilakukan dengan mengkaji faktor kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) sebagai faktor internal, serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) sebagai faktor eksternal. Melalui analisis SWOT, pelaku usaha dapat memahami posisi usaha secara komprehensif dan menentukan strategi yang selaras dengan kondisi lingkungan usaha. Strategi tersebut disusun untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi usaha budidaya ikan nila.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha budidaya ikan nila memiliki sejumlah kekuatan utama, antara lain kemampuan adaptasi terhadap teknologi informasi, lokasi usaha yang strategis dan mudah diakses, kualitas ikan nila yang relatif segar dan higienis, serta pemanfaatan sumber daya lokal yang mendukung pengembangan pakan alternatif. Kekuatan tersebut menjadi modal penting dalam menghadapi dinamika persaingan usaha dan perubahan lingkungan bisnis.

Dari sisi eksternal, peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi permintaan pasar ikan nila yang relatif stabil dan cenderung meningkat, perkembangan teknologi informasi dan media digital, serta dukungan pemerintah melalui program pelatihan, pendampingan, dan bantuan bagi pelaku usaha perikanan. Kombinasi antara kekuatan dan peluang tersebut melahirkan strategi SO, yaitu optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan layanan pengantaran daring, pengembangan usaha pemancingan sebagai sarana rekreasi berbasis lokasi budidaya yang strategis, serta pemanfaatan dukungan pemerintah dalam pengembangan pakan alternatif berbahan baku lokal.

Namun demikian, usaha ini juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan waktu pengelola, pengalaman dan kompetensi manajerial yang masih terbatas, penguasaan pemasaran digital yang belum optimal, serta sistem manajemen keuangan dan operasional yang masih sederhana. Dalam menghadapi peluang yang ada, kelemahan tersebut diatasi melalui strategi WO, antara lain penerapan sistem penjadwalan operasional dan pembagian tugas, peningkatan kompetensi manajerial melalui pelatihan dan pendampingan, serta pengembangan kemampuan pemasaran digital secara bertahap.

Selain peluang, usaha budidaya ikan nila juga dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal, seperti fluktuasi harga pakan ikan komersial, persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan kondisi cuaca dan iklim, serta risiko serangan penyakit ikan. Dalam kondisi ini, kekuatan internal dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman melalui strategi ST, yaitu pengembangan inovasi pakan alternatif lokal guna menekan biaya produksi serta mempertahankan kualitas ikan nila yang segar, higienis, dan ramah lingkungan sebagai keunggulan bersaing.

Sementara itu, kombinasi antara kelemahan dan ancaman menghasilkan strategi WT, yang berfokus pada upaya defensif untuk menjaga keberlanjutan usaha.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Strategi ini meliputi menjalin kerja sama dengan pembudidaya berpengalaman atau kelompok tani lokal guna mengatasi keterbatasan sumber daya, serta memperbaiki sistem manajemen keuangan dan operasional secara sederhana namun konsisten.

Berdasarkan hasil analisis strategi SWOT yang disajikan pada Lampiran 3, dapat disimpulkan bahwa usaha budidaya ikan nila memiliki prospek pengembangan yang cukup baik apabila strategi yang diterapkan disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal usaha. Kekuatan dan peluang yang dimiliki memungkinkan usaha untuk menerapkan strategi pertumbuhan melalui optimalisasi pemasaran digital, inovasi produk, dan pemanfaatan dukungan pemerintah. Di sisi lain, kelemahan dan ancaman yang ada menuntut adanya strategi pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penguatan kerja sama dan manajemen risiko.

Business Model Canvas

Tabel berikut menggambarkan *Business Model Canvas* (BMC) untuk usaha budidaya ikan nila yang mengintegrasikan pemeliharaan ikan, usaha pemancingan, pemasaran digital, dan layanan pengantaran produk.

Tabel 1.2 *Business Model Canvas*

Partner Kunci	Aktivitas Kunci	Proposisi Nilai	Hubungan Pelanggan	Segmen Pelanggan
a. Pemasok benih ikan nila. b. Pemasok pakan ikan (pabrik atau pakan alternatif). c. Komunitas perikanan lokal. d. Dinas Perikanan (pendampingan teknis). e. Jasa ekspedisi / kurir lokal untuk pengantaran.	a. Pembudidayaan ikan: pemberian pakan, pengelolaan kualitas air, perawatan kolam. b. Sortasi dan pemanenan. c. Pengemasan dan distribusi ikan segar. d. Mengelola kolam pemancingan. e. Pemasaran digital melalui media sosial.	a. Ikan nila segar berkualitas tinggi langsung dari kolam. b. Harga lebih terjangkau karena rantai distribusi pendek. c. Tersedia jasa delivery ke rumah. d. Pengalaman rekreasi melalui layanan pemancingan. e. Produk higienis dan terjamin kesegarannya.	a. Komunikasi melalui WhatsApp dan Instagram b. Pelayanan cepat dan responsif. c. Pemberian informasi stok & harga secara real-time. d. Membership pemancingan untuk pelanggan rutin. e. Layanan after-sales (komplain, kualitas ikan, dan penggantian).	a. Konsumen rumah tangga. b. Rumah makan, warung seafood, dan katering. c. Komunitas pemancing. d. Pedagang pengecer. e. Masyarakat sekitar yang membutuhkan ikan segar dan sehat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Sumber Daya Utama		Saluran (Channels)	
	a. Kolam budidaya ikan nila (kolam tanah/terpal/beton). b. Benih ikan berkualitas. c. Pakan ikan (komersial & alternatif). d. Tenaga kerja terampil. e. Peralatan panen & sortasi (jaring, ember, timbangan). f. Peralatan digital (HP, kamera, akun media sosial).		a. Media sosial: Facebook, Instagram, WhatsApp Business. b. Penjualan langsung di lokasi kolam. c. Layanan pengantaran (delivery). d. Kolam pemancingan sebagai kanal distribusi dan promosi.	
	Struktur Biaya		Aliran Pendapatan	
	a. Biaya pembelian benih ikan. b. Biaya pakan (utama & alternatif). c. Biaya tenaga kerja. d. Perawatan kolam (air, obat, peralatan). e. Biaya pemasaran digital. f. Biaya listrik (aerator, pompa).		a. Penjualan ikan nila segar per kilogram. b. Pendapatan dari usaha pemancingan. c. Penjualan melalui layanan delivery. d. Penjualan ikan olahan (opsional). e. Penjualan bibit ikan (jika dikembangkan).	

Business Model Canvas (BMC) menggambarkan bagaimana usaha budidaya ikan nila dijalankan melalui sembilan elemen penting yang saling terhubung. Model ini membantu usaha memahami struktur bisnis, nilai yang ditawarkan, serta bagaimana produk disalurkan kepada pelanggan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil dan Pembahasan

Biaya Investasi Awal

Biaya investasi awal merupakan pengeluaran yang dikeluarkan sekali pada awal pendirian usaha dan bersifat jangka panjang. Pada usaha budidaya ikan nila, biaya investasi mencakup pembangunan atau pengadaan kolam, pembelian peralatan dasar, dan infrastruktur pendukung. Komponen biaya investasi awal meliputi berdasarkan survei toko perikanan, marketplace, dan standar biaya budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang seperti terlihat ditabel dibawah

Tabel 1.3 Biaya Investasi Awal

No	Komponen Investasi Awal	Rincian	Harga Satuan (Rp)	Jumlah	Total (Rp)
1	Kolam di sawah ukuran 10 × 8 m	Sawah sudah disemen pinggirnya	25.000.000	1 unit	25.000.000
2	Saluran air masuk–keluar	Inlet & outlet tiap kolam	150.000	6 kolam	900.000
Subtotal					25.900.000
3	Peralatan Penunjang	Pompa air	1.700.000	1 unit	1.700.000
		Selang + batu aerasi	35.000	3 set	105.000
		Kincir air kecil (opsional)	750.000	1 unit	750.000
		Jaring panen	45.000	2 unit	90.000
		Ember plastik	25.000	3 unit	75.000
		Timbangan digital	120.000	1 unit	120.000
		Keramba kecil/sungkup	80.000	1 unit	80.000
		Pompa air kecil	150.000	1 unit	150.000
		Alat uji pH & suhu	120.000	1 unit	120.000
Subtotal					2.260.000
4	Fasilitas Produksi Lain	Tempat penyimpanan pakan (drum/box)	120.000	1 unit	120.000
		Meja sortasi & penimbangan	200.000	1 unit	200.000
		Rak penyimpanan alat panen	150.000	1 unit	150.000
Subtotal					470.000
TOTAL INVESTASI AWAL					± 28.630.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Biaya Modal Kerja

Biaya modal kerja merupakan komponen penting dalam manajemen keuangan yang harus dipenuhi secara berulang pada setiap siklus budidaya ikan nila. Biaya ini meliputi seluruh kebutuhan operasional harian hingga panen, seperti pembelian benih, pakan, vitamin, listrik, air, tenaga kerja, hingga pengemasan hasil produksi. Pengeluaran modal kerja perlu dihitung secara rinci untuk mengetahui kebutuhan dana yang harus disiapkan pembudidaya setiap siklus produksi. Selain itu, analisis modal kerja juga berfungsi untuk menilai efisiensi biaya dan memproyeksikan keuntungan usaha.

Tabel 4.2 berikut menyajikan rincian komponen biaya modal kerja (*Operating Cost Budget Analysis/OCBA*) yang diperlukan dalam satu siklus pemeliharaan ikan nila selama kurang lebih tiga bulan.

Tabel 1.4 Biaya Modal Kerja

No	Komponen Modal Kerja / OCBA	Rincian Kebutuhan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah	Total (Rp)
1	Bibit Ikan Nila	30 kg bibit ikan per kolam	950.000	6 kolam	5.700.000
2	Pakan Ikan	Pelet 100–120 kg per siklus	11.000/kg	280 kg	3.080.000
3	Pakan Alternatif (opsional)	Dedak / ampas tahu 30 kg	3.000/kg	50 kg	150.000
4	Vitamin & Obat Ikan	Probiotik, garam ikan, multivitamin	-	-	120.000
5	Listrik	Pompa Air	1.700.000	1 unit	1.700.000
6	Air / Penggantian Air Kolam	Pengisian ulang & pergantian	-	-	100.000
7	Biaya Tenaga Kerja	Operator kolam (1 orang)	500.000/bln	3 bulan	1.500.000
8	Perawatan Peralatan	Pompa air, jaring, pH meter	-	-	70.000
9	Biaya Transportasi	Transport pakan & pemasaran	-	-	150.000
10	Kemasan Panen	Plastik food grade, timbangan	-	-	60.000
11	Kolam Ikan Nila	Pembuatan kolam ikan	6.000.000	1 kolam	6.000.000
TOTAL MODAL KERJA / OCBA					18.630.000

Pendapatan Penjualan Per Bulan

Pendapatan usaha diperoleh dari penjualan ikan nila segar, layanan pemancingan,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

serta potensi penjualan pakan atau bibit jika usaha telah berkembang. Pada penelitian ini, pendapatan utama berasal dari penjualan ikan konsumsi. Berdasarkan harga pasar ikan nila konsumsi di Kabupaten Magelang tahun 2025 yang berada pada kisaran Rp 30.000–33.000 per kilogram, maka perhitungan pendapatan dapat dibuat menggunakan asumsi produksi rata-rata per bulan. Tabel 4.3 di bawah ini menyajikan estimasi pendapatan penjualan ikan nila per bulan pada skala usaha kecil–menengah.

**Tabel 1.5 Estimasi Pendapatan Penjualan Ikan Nila Per 3 Bulan
Pada Skala Usaha Kecil–Menengah.**

No	Sumber Pendapatan	Rincian	Volume Penjualan	Harga Satuan (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
1	Penjualan Ikan Nila Segar	Penjualan ikan konsumsi	200 kg per bulan*	33.000/kg	6.600.000
2	Pemancingan Harian	Tiket + ikan tangkapan	20 kunjungan × Rp 10.000	-	200.000
3	Layanan Pengantaran	Fee layanan per order	20 order × Rp 5.000	-	100.000
TOTAL PENDAPATAN / BULAN					6.900.000

Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan (HPP) merupakan komponen penting dalam analisis keuangan yang digunakan untuk mengetahui besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan ikan nila siap jual. HPP dihitung berdasarkan total biaya modal kerja dalam satu siklus pemeliharaan, kemudian dibagi dengan jumlah total produksi ikan yang dihasilkan. Perhitungan HPP sangat penting untuk menentukan harga jual yang kompetitif, menghindari kerugian, dan memastikan usaha tetap menguntungkan. Adapun perhitungan HPP dalam penelitian ini disajikan secara rinci pada Tabel 1.6 berikut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 1. 6 Harga Pokok Penjualan

Komponen	Nilai
Total biaya modal kerja per siklus	Rp18.630.000
Total produksi ikan per siklus	600 kg
Harga Pokok Penjualan (HPP)	Rp 31.050/kg

Berdasarkan hasil perhitungan, harga pokok produksi (HPP) ikan nila dalam usaha ini adalah sekitar Rp 31.050 per kilogram. Sementara itu, harga jual ikan nila di tingkat pasar Kabupaten Magelang berada pada kisaran Rp 30.000–33.000 per kilogram. Dengan HPP sebesar Rp 31.050/kg dan harga jual rata-rata Rp 33.000/kg, maka margin keuntungan kotor per kilogram dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Laba Kotor per Kg} = 33.000 - 31.050 = 1.950$$

Perhitungan ini menunjukkan bahwa usaha budidaya ikan nila layak dan menguntungkan, karena menghasilkan margin laba yang relatif besar pada setiap kilogram ikan yang dijual, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

Laba Rugi Usaha

laba rugi usaha budidaya ikan nila dalam penelitian ini disusun berdasarkan pendapatan bulanan dan alokasi biaya modal kerja per bulan seperti terlihat pada Tabel 1.7 berikut.

Tabel 1. 7 Laba Rugi Usaha

No	Komponen	Jumlah (Rp)
1	Pendapatan	
1.1	Penjualan ikan nila segar	6.600.000
1.2	Pendapatan pemancingan	200.000
1.3	Layanan pengantaran	100.000
Total Pendapatan		6.900.000
2	Biaya Operasional (per bulan)	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1	Alokasi modal kerja per bulan (1 siklus/3 bulan)	2.190.000
Total Biaya		2.190.000
3	Laba Bersih Bulanan	4.710.000

Hasil analisis laba rugi ini juga menunjukkan bahwa komponen biaya terbesar berasal dari pakan dan tenaga kerja, sehingga upaya efisiensi pada kedua aspek tersebut akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan laba usaha. Dengan penerapan manajemen keuangan yang baik serta optimalisasi pemasaran, termasuk pemanfaatan media digital, usaha budidaya ikan nila memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan berkelanjutan di masa depan.

Struktur Permodalan

Struktur permodalan merupakan aspek penting dalam perencanaan keuangan usaha budidaya ikan nila. Struktur ini menunjukkan komposisi sumber modal yang digunakan untuk menjalankan usaha, baik yang berasal dari modal pribadi, pinjaman, maupun hasil reinvestasi keuntungan. Pemahaman struktur permodalan diperlukan untuk menilai kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan investasi awal, modal kerja, serta potensi pengembangan usaha. Dengan mengetahui proporsi modal yang digunakan, pembudidaya dapat mengelola risiko keuangan, merencanakan pengembalian modal, dan menentukan strategi pendanaan yang paling sesuai. Adapun struktur permodalan pada usaha budidaya ikan nila ini dapat dilihat pada Tabel 1.8 berikut.

Tabel 1.8 Struktur Permodalan

No	Sumber Modal	Rincian Penggunaan	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1	Modal Pribadi	Investasi awal (kolam, alat, fasilitas)	28.630.000	60,6%
2	Modal Kerja dari Pribadi	Pembelian benih, pakan, listrik, tenaga kerja	18.630.000	39,4%
TOTAL MODAL			47.260.000	100%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan Tabel 4.6, struktur permodalan usaha budidaya ikan nila sepenuhnya bersumber dari modal pribadi dengan total nilai sebesar Rp47.260.000. Modal tersebut dialokasikan ke dalam dua komponen utama, yaitu modal investasi awal dan modal kerja.

Payback Period

Payback Period merupakan salah satu metode analisis investasi yang digunakan untuk mengetahui berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal awal usaha melalui keuntungan yang diperoleh setiap periode. Semakin cepat modal kembali, semakin layak usaha untuk dijalankan karena risiko keuangan menjadi lebih rendah. Metode ini penting bagi pembudidaya ikan nila untuk menilai efisiensi investasi kolam, peralatan, dan infrastruktur pendukung sebelum usaha dijalankan. Perhitungan *Payback Period* dilakukan dengan membandingkan nilai investasi awal dengan laba bersih yang diperoleh per bulan.

Perhitungan:

$$\begin{aligned}\text{Payback Period} &= \frac{\text{Investasi Awal}}{\text{Laba Bersih per Bulan}} \\ &= \frac{28.630.000}{4.710.000} = 6,08 \text{ bulan}\end{aligned}$$

Berdasarkan proyeksi keuangan awal, payback period untuk ide usaha pemancingan baru diperkirakan dapat tercapai dalam waktu sekitar ± 6 bulan setelah operasional dimulai. Perhitungan ini didasarkan pada total investasi awal yang mencakup pembangunan kolam pemancingan, penyediaan fasilitas pendukung seperti gazebo dan tempat duduk, pembelian peralatan pancing, serta biaya operasional awal seperti pakan ikan dan tenaga kerja. Pendapatan yang diperhitungkan berasal dari biaya tiket masuk pemancing, penyewaan peralatan tambahan, serta penjualan fasilitas pendukung di lokasi, bukan dari penjualan ikan nila.

Estimasi waktu pengembalian modal yang relatif singkat ini menunjukkan bahwa usaha pemancingan memiliki tingkat risiko finansial yang rendah dan efisiensi investasi yang cukup tinggi. Selain itu, modal yang cepat kembali memungkinkan pengelola untuk melakukan reinvestasi atau pengembangan usaha lebih lanjut,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

misalnya menambah kolam atau fasilitas rekreasi tambahan. Dengan demikian, payback period menjadi indikator penting bagi calon pelaku usaha pemancingan untuk menilai kelayakan investasi, sekaligus memberikan keyakinan bahwa usaha ini dapat berjalan berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan dalam waktu singkat.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) merupakan salah satu metode analisis kelayakan investasi yang digunakan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan berdasarkan nilai sekarang dari arus kas yang akan diterima di masa mendatang. Menurut Sugiyono (2019), NPV digunakan untuk membandingkan nilai sekarang dari manfaat (cash inflow) dengan nilai sekarang dari biaya investasi (cash outflow). Suatu usaha dinyatakan layak secara finansial apabila nilai $NPV > 0$, karena menunjukkan bahwa manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

Perhitungan NPV dalam usaha budidaya ikan nila ini didasarkan pada estimasi arus kas bersih bulanan yang diperoleh dari hasil penjualan ikan nila dan usaha pemancingan, dikurangi dengan biaya operasional. Periode analisis yang digunakan adalah satu tahun usaha dengan tingkat suku bunga atau discount rate yang disesuaikan dengan tingkat suku bunga UMKM, yaitu sebesar 10% per tahun.

Perhitungan NPV

$$NPV = \text{Rp}53.569.800 - (\text{Rp}28.260.000 + \text{Rp}18.630.000)$$

$$NPV = \text{Rp}53.569.800 - \text{Rp} 46.890.000$$

$$NPV = \text{Rp}6.679.800 \text{ (POSITIF)}$$

Nilai *Net Present Value* (NPV) usaha budidaya ikan nila sebesar Rp Rp6.679.800, menunjukkan bahwa nilai sekarang dari arus kas masuk lebih besar dibandingkan dengan nilai investasi awal yang dikeluarkan. Karena $NPV > 0$, maka usaha budidaya ikan nila berbasis pemanfaatan limbah pertanian dan strategi pemasaran digital layak secara finansial untuk dijalankan dan dikembangkan.

Hasil analisis NPV ini memperkuat hasil analisis kelayakan sebelumnya, yaitu Harga Pokok Penjualan (HPP) yang kompetitif dan Payback Period yang relatif singkat, sekitar enam bulan. Dengan demikian, secara keseluruhan analisis keuangan menunjukkan bahwa usaha memiliki tingkat pengembalian investasi yang baik dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

prospek keberlanjutan yang menjanjikan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengembangan usaha budidaya ikan nila di Kabupaten Magelang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemanfaatan limbah pertanian seperti dedak dan ampas tahu di Kabupaten Magelang memiliki potensi besar sebagai pakan alternatif ikan nila. Inovasi ini mampu menekan biaya produksi, mengurangi ketergantungan pada pakan pabrikan, serta mendukung keberlanjutan lingkungan budidaya.
2. Usaha pemancingan berperan sebagai inovasi distribusi sekaligus sarana rekreasi yang efektif dalam mendukung pemasaran ikan nila di Kabupaten Magelang. Kegiatan ini memberikan nilai tambah usaha melalui peningkatan pendapatan dan memperkuat interaksi langsung antara pembudidaya dan konsumen.
3. Strategi pemasaran melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing pembudidaya ikan nila di Kabupaten Magelang. Media digital memudahkan promosi, komunikasi dengan konsumen, serta membangun kepercayaan melalui transparansi proses budidaya.
4. Penerapan layanan pengantaran (delivery) ikan nila segar meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas jaringan distribusi, khususnya bagi rumah tangga dan pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Magelang, sehingga kualitas layanan dan daya saing usaha semakin meningkat.
5. Kendala dalam penerapan inovasi meliputi aspek teknis, sosial, dan ekonomi, seperti keterbatasan pengetahuan, konsistensi produksi, serta modal usaha. Namun, secara finansial usaha budidaya ikan nila ini tergolong layak untuk dikembangkan, dengan nilai Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar $\pm$ Rp 31.050 per kilogram, laba bersih bulanan sekitar Rp 4.710.000, serta Payback Period $\pm$ 6 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha memiliki tingkat keuntungan yang baik dan mampu mengembalikan modal dalam waktu relatif singkat sehingga berpotensi berkelanjutan.

Saran

Untuk mendukung peningkatan kualitas dan keberlanjutan usaha budidaya ikan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

nila di masa mendatang, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Pembudidaya disarankan untuk terus mengoptimalkan pemanfaatan pakan alternatif melalui kerja sama dengan petani lokal, seperti pemanfaatan dedak dan ampas tahu, serta mengikuti pelatihan formulasi pakan agar kualitas nutrisi tetap terjaga dan pertumbuhan ikan optimal.
- 2.
3. Pengembangan fasilitas pemancingan perlu dilakukan guna meningkatkan kenyamanan pengunjung sehingga potensi pendapatan dari sektor rekreasi dapat ditingkatkan. Perbaikan sarana pendukung seperti tempat duduk, kebersihan area kolam, dan pengelolaan ikan hasil pancing dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen.
4. Dalam aspek pemasaran, pembudidaya perlu meningkatkan kemampuan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial, khususnya dengan pembuatan konten foto dan video proses budidaya. Upaya ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.
5. Layanan pengantaran ikan nila segar dapat dikembangkan melalui kerja sama dengan ojek online lokal atau penerapan sistem pesan-antar terjadwal, sehingga distribusi produk menjadi lebih luas, cepat, dan efisien.
6. Dari aspek keuangan dan operasional, pembudidaya disarankan untuk melakukan pencatatan biaya dan pendapatan secara sistematis guna memudahkan evaluasi kinerja usaha dan perencanaan pengembangan. Selain itu, investasi pada peralatan pendukung seperti aerator tambahan, pH meter digital, dan jaring panen berkualitas perlu dipertimbangkan sebagai upaya peningkatan produktivitas jangka panjang.
7. Pembudidaya dianjurkan untuk menjalin kemitraan dengan pedagang ikan, restoran, serta pelaku UMKM kuliner guna memperkuat jaringan pemasaran dan meningkatkan stabilitas permintaan. Dengan penerapan saran-saran tersebut, usaha budidaya ikan nila diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan produktivitas, serta memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Penderederan Ikan Nila di Desa Menayu Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang. Universitas Sebelas Maret.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/102026/NjIwMTQx/Strategi-Pengembangan-Usaha-Penderederan-Ikan-Nila-di-Desa-Menayu-Kecamatan-Muntilan-Kabupaten-Magelang-Halaman-Judul.pdf>
- Astuti, S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Penderederan Ikan Nila di Desa Menayu. Universitas Sebelas Maret.
- Astuti, W., & Purnomo, H. (2020). Kelayakan Usaha Pemindangan Ikan di Kota Magelang. Jurnal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Indonesia (JPPHPI), 23(1), 31–40.
<https://jppik.id/index.php/jppik/article/view/265>
- Damayanti, T. H. (2023). Konsumsi Ikan pada Rumah Tangga Pembudidaya Ikan di Desa Pabelan, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang. Universitas Gadjah Mada.
<https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/225249>
- Damayanti, Y., Nurchaini, D. S., Yulismi, Ulma, R. O., & Elwamendri. (2024). Pendampingan UMKM dalam pengembangan strategi pemasaran kerupuk ikan nila pada agroindustri Desa Muaro Pijoan. Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(3), 319–329.
- FAO. (2021). The State of World Fisheries and Aquaculture 2020: Sustainability in Action. Rome: Food and Agriculture Organization.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, 6(1), 67–82.
- Hartanto, Y., & Pradana, D. (2021). Pengelolaan SDM UMKM untuk meningkatkan produktivitas. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8(2), 101–112.