

ANALISIS PROFITABILITAS USAHA SATE BANDENG IBU AMENAH DI KECAMATAN CIPOCOK JAYA, KOTA SERANG

Salma Aulia Umamah^{1*}, Candra Adi Intyas²

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia^{1,2}

E-mail: salmaumamah3007@student.ub.ac.id¹

ABSTRAK

Ikan bandeng dijadikan sebagai salah satu komoditas alternatif dalam pengembangan produksi budidaya bandeng yang bisa mendorong pertumbuhan usaha pengolah ikan untuk melakukan diversifikasi produk olahan perikanan. Salah satu produk olahan perikanan tradisional yang berasal dari serang yaitu sate bandeng. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai profil usaha dari Sate Bandeng, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek teknis, aspek finansial pada usaha tersebut. Metode pengambilan data menggunakan metode partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Aspek pemasaran meliputi bauran pemasaran, strategi pemasaran dan saluran pemasaran. Analisis bauran pemasaran meliputi 7P (*Product, Place, Price, Promotion, Process, People, Physical evidence*) dan strategi pemasaran didalamnya membahas mengenai segmentation, targeting, positioning, dan differentiation. Aspek finansial terdiri dari permodalan, biaya produksi, penerimaan, keuntungan, R/C Ratio, BEP, dan RTC

Kata Kunci: Sate Bandeng; Olahan Ikan; Makanan Khas Banten

ABSTRACT

*Milkfish is used as one of the alternative commodities in the development of milkfish aquaculture production that can encourage the growth of fish processing businesses to diversify processed fishery products. One of the traditional fishery processed products originating from attack is milkfish satay. The purpose of this study was to identify and describe the business profile of milkfish satay, management aspects, marketing aspects, technical aspects, financial aspects of milkfish satay business. The data collection method uses active participation, observation, interviews, and documentation methods. Marketing aspects include marketing mix, marketing strategy and marketing channels. Marketing mix analysis includes the 7Ps (*Product, Place, Price, Promotion, Process, People, Physical evidence*) and marketing strategies in which it discusses segmentation, targeting, positioning, and differentiation. The financial aspect consists of capital, production costs, revenues, profits, R/C Ratio, BEP, and RTC.*

Keywords: *Satay Bandeng; Processed Fish; Banten Specialties*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Tingginya variasi ikan dalam hal jenis, bentuk, warna, rasa, dan ukuran, memungkinkannya untuk diolah lebih lanjut menjadi berbagai macam barang olahan dengan berbagai macam harga yang sesuai dengan semua kelompok kelas ekonomi. Ikan sebagai sumber protein dapat membantu dalam langkah-langkah yang mempercepat perbaikan gizi Masyarakat (Harsono, 2020; Patria & Sukamto, 2021; Wati & Hidayat, 2019).

Ikan bandeng merupakan jenis ikan air payau yang mampu tumbuh berkembang dengan baik pada perairan tawar (0 permil) hingga tambak di pesisir dengan salinitas yang tinggi (35 permil). Sifat makan ikan adalah herbivora dan lebih dikenal sebagai pemakan plankton (plankton feeder). Ikan bandeng cenderung memiliki cita rasa yang agak berbeda-beda sesuai dengan karakteristik lokasi budidaya. Ikan ini memiliki bentuk tubuh yang memanjang, oval, pipih, dan ramping dengan panjang antara 5-10 cm (Thalib et al., 2019).

Olahan bandeng menjadi sate bandeng merupakan olahan agroindustri yang mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi dan dalam proses perubahan itu akan didapat besaran nilai tambah pada produk olahan tersebut. Agroindustri sate bandeng banyak terdapat di Kecamatan

Serang yang dikelola dalam industri skala kecil, dengan tenaga kerja banyak yang berasal dari luar daerah, serta lokasi usahanya sulit untuk dijangkau bagi orang pendatang khususnya (Putri & Putera, 2022).

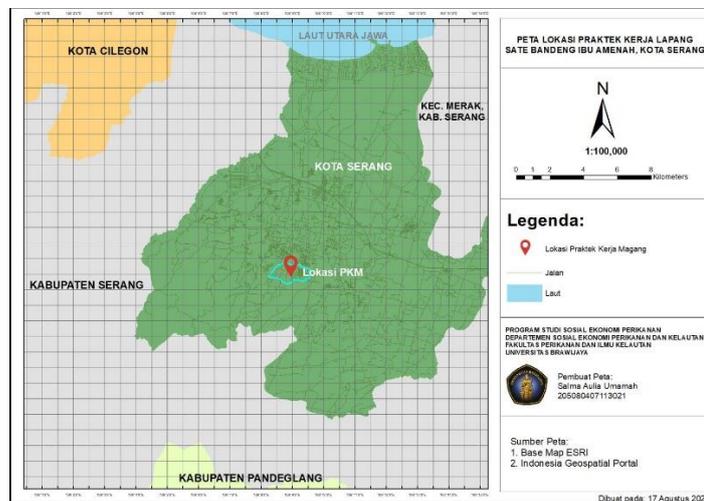
Menurut informasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Serang bahwa perkembangan kuliner modern, sate bandeng dapat mengadopsi konsep dan presentasi yang unik untuk menarik minat konsumen. Sate bandeng juga sering hadir dalam perayaan dan acara khusus sebagai hidangan istimewa, memberikan pilihan yang lebih luas bagi pengunjung. Sehingga sate bandeng sudah menjadi makanan khas daerah yang juga masuk ke dalam beberapa brosur wisata yang dibuat (PPID Diskominfo, 2021; Serang Kota, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas ikan bandeng memiliki cita rasa yang agak berbeda-beda tergantung karakteristik lokasi budidayanya. Selain itu juga olahan bandeng menjadi sate bandeng merupakan olahan agroindustri yang mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi yang dapat menambah nilai dari berbagai aspek. Oleh karena itu, peneliti mengkaji lebih dalam agar berbagai aspek dapat terealisasi secara efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai profil usaha dari Sate Bandeng, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek teknis, aspek finansial.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan selama 1 bulan yaitu pada 10 Juli – 10 Agustus 2023 di Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten. Penelitian dilakukan selama 30 HOK (Hari Orang Kerja) yang bertempat di Jl. Sayabulu km 1, Lingk No.11, RT.2/RW.1, Dalung, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 421.



Gambar 1 Peta Lokasi Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian analisis profitabilitas usaha ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil pengamatan langsung peneliti di lapang yaitu meliputi profil usaha sate bandeng, aspek pemasaran, aspek finansial, usaha sate bandeng. Data sekunder yang digunakan meliputi letak geografis dan topografi lokasi sate bandeng ibu amenah, keadaan umum penduduk lokasi produksi, serta keadaan umum kondisi perikanan di banten.

Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang digunakan yaitu metode partisipasi aktif, observasi dan dokumentasi dimana peneliti terjun langsung ke lapang.

Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada analisis profitabilitas usaha Sate Bandeng Ibu Amenah adalah sebagai berikut :

1. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan atau aktivitas atau jasa yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bertujuan untuk memindahkan suatu komoditas atau suatu produk dari produsen ke konsumen, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan harapan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut. Aspek pemasaran variabel yang digunakan salah satunya adalah mengenai bauran pemasaran yang meliputi 7P (*Product, Place, Price, Promotion, Process, People, Physical evidence*) (Intyas & Abidin, 2018).

2. Aspek Finansial

Keuangan adalah salah satu fungsi dari bisnis atau usaha yang bertujuan untuk memberi keputusan untuk berinvestasi, pendanaan dan dividen. Studi keuangan akan memberikan pemahaman mendalam mengenai arah bagaimana dana akan dialokasikan yang dapat dilakukan dalam dua bentuk yaitu untuk aktiva tetap (*fixed assets*) dan modal kerja (*working capital*) (Sugiyanto et al., 2020). Variabel yang dianalisis pada aspek finansial diantaranya:

a. Permodalan

Struktur modal yaitu dana berupa kas yang digabungkan dengan kolaborasi faktor produksi yaitu tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan suatu barang. Bentuk dari permodalan yaitu modal tetap atau aktiva tetap dan juga modal kerja atau aktiva lancar. Aktiva tetap biasanya lahan, gedung, peralatan, mesin yang biasanya mempunyai jangka waktu panjang yaitu lebih dari satu tahun. Modal kerja yaitu modal yang dipakai untuk operasional suatu perusahaan. Modal kerja memiliki jangka waktu yang pendek kurang dari 1 tahun (Primyastanto, 2016).

b. Biaya Produksi (*Total Cost*)

Total Cost (TC) yaitu seluruh biaya yang digunakan ketika produksi suatu produk yang meliputi fixed cost atau variable cost. Total Fixed Cost (TFC) yaitu total jumlah biaya yang ditanggung jawabkan oleh perusahaan dengan jumlah output yang ditargetkan. Total Cost sifatnya konstan untuk outputnya pertahun. Contoh TC yaitu biaya penyusutan, penyewaan gedung dan masih banyak lagi. Total *Variable Cost* (TVC) yaitu jumlah biaya yang berubah sesuai dengan jumlah output yang diproduksi (Primyastanto, 2016). Rumus yang digunakan untuk mengetahui biaya produksi adalah:

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- TC = Total biaya
- TFC = Total biaya tetap
- TVC = Total biaya variabel

c. Penerimaan

Penerimaan disebut juga fungsi pendapatan atau fungsi hasil penjualan, dilambangkan dengan R (*revenue*) atau TR (*total revenue*). Penerimaan merupakan keseluruhan pendapatan yang diperoleh seorang produsen apabila memproduksi sejumlah unit barang tertentu. penerimaan (TR) adalah nilai yang didapat dari perkalian antara jumlah produksi (Q) dengan harga produksi yang dijual (P). Penerimaan ini dapat

digunakan untuk mengetahui pendapatan nanti. Perhitungan besarnya penerimaan dapat digunakan rumus sebagai berikut : (Ibrahim, 2020)

$$TR = P \times Q \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

TR = Total penerimaan
P = *Price of Quantity* atau harga produk
Q = *Quantity* atau jumlah produk

d. Keuntungan

Keuntungan usaha perikanan merupakan suatu usaha yang mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan/laba yang sebesar-besarnya. Keuntungan usaha hasil perikanan diperoleh setelah penerimaan dari penjualan hasil tangkapan atau produksi dikurangi dengan total biaya. Diasumsikan bahwa apabila hasilnya tinggi maka penerimaannya akan tinggi dan keuntungannya juga semakin tinggi. Apabila hasilnya rendah maka penerimaan juga akan rendah dengan sedikit keuntungan. Perhitungan keuntungan atau pendapatan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: (Primyastanto, 2016)

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (3)$$

e. R/C Ratio

Analisis rasio R/C adalah merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Analisis R/C Ratio membutuhkan rumus sebagai berikut: (Wati & Hidayat, 2019)

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Biaya Total}} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

TR = *Total revenue* atau penerimaan
TC = Biaya total

f. *Break Even Point* (BEP)

g. Titik impas atau *break even point* adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (revenues) sama dengan jumlah biaya atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Berikut rumus untuk menghitung BEP: (Putri & Putera, 2022)

1) Rumus BEP (unit) adalah sebagai berikut:

$$BEP \text{ (unit)} = FC / (p - v) \dots\dots\dots (5)$$

2) Rumus BEP (rupiah) adalah sebagai berikut:

$$BEP \text{ (unit)} = \frac{FC}{(1 - \frac{vc}{s})} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

FC = Biaya tetap
S = Harga jual per produk
VC = Biaya variabel per unit

h. *Return to Total Capital* (RTC)

i. Analisa *Return to Total Capital* (RTC) adalah suatu analisis untuk mengetahui nilai imbalan terhadap seluruh yang digunakan dalam usaha. Besarnya RTC yang diperoleh dibandingkan dengan suku bunga pinjaman bank. Untuk menghitung besarnya imbalan yang diterima oleh nelayan kecil digunakan perhitungan RTC karena responden menggunakan anggota keluarga dalam proses produksi. Nilai RTC dianggap layak apabila melebihi suku bunga pinjaman. Analisis *Return to Total Capital* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: (Primyastanto, 2016)

$$RTC = \frac{L - NKK}{M} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

- L = Pendapatan bersih
- M = Total Modal
- NKK = Nilai Kerja Keluarga

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

Bauran pemasaran atau biasa disebut marketing mix adalah kombinasi variabel-variabel kegiatan pemasaran yang terdiri dari 7 komponen antara lain: *produk, price, place, product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* (Suherman, 2017). Bauran pemasaran berisikan beberapa variabel untuk menjual produk perusahaan dan memenuhi target penjualan. Strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan atau usaha dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan atau usaha melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat (Farahdiba, 2020). Dalam dunia pemasaran, bauran pemasaran menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Intyas & Abidin, 2018). Berikut ini beberapa komponen dalam bauran pemasaran pada usaha sate bandeng ibu amenah:

- a) Produk
Produk yang diberikan oleh usaha merupakan pelayanan jasa yang disajikan olahan hangat dan olahan frozen dalam freezer box. Pelayanan pada usaha sudah didukung dengan sertifikasi usaha, seperti MUI Provinsi Banten dan Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).
- b) Harga
Harga yang dijual pada sate bandeng ibu amenah sebesar Rp. 40.000/pcs. Penentuan harga jual produk tersebut di dapatkan dengan cara menambah laba yang di harapkan dan biaya penuh masa yang akan datang harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dalam menghasilkan laba yang dikehendaki.
- c) Tempat
Pelaksanaan penelitian ini berlokasi tengah kota serang tepatnya berada di Jl. Sayabulu km 1, Lingkok No.11, RT.2/RW.1, Dalung, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten.

Permodalan

Struktur modal yaitu dana berupa kas yang digabungkan dengan kolaborasi faktor produksi yaitu tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan suatu barang. Bentuk dari permodalan yaitu modal tetap atau aktiva tetap dan juga modal kerja atau aktiva lancar. Aktiva tetap biasanya lahan, gedung, peralatan, mesin yang biasanya mempunyai jangka waktu panjang yaitu lebih dari satu tahun. Modal kerja yaitu modal yang dipakai untuk operasional suatu perusahaan. Modal kerja memiliki jangka waktu yang pendek kurang dari 1 tahun (Bulan, 2015; Primyastanto, 2016).

Tabel 1 Permodalan pada Sate Bandeng Ibu Amenah

No	Aspek Finansial	Satuan	Jumlah
1	Permodalan		
	Modal Tetap	Rp/ Tahun	13.367.750
	Modal Lancar	Rp/ Tahun	18.960.000
	Modal Kerja	Rp/ Tahun	86.520.000
2	Pembiayaan		
	Biaya Tetap	Rp/ Tahun	9.093.979,17
	Biaya Variabel	Rp/ Tahun	18.960.000

No	Aspek Finansial	Satuan	Jumlah
	Total Biaya	Rp/ Tahun	28.053.979,17
3	Penerimaan	Rp/ Tahun	417.120.000
4	Keuntungan	Rp/ Tahun	389.066.021
5	R/C Ratio		14,86
6	BEP		
	BEP (<i>Sales</i>)	Kg/ Bulan	9.296.663,44
	BEP (Unit)	Kg/ Tahun	98 Ekor
	Ikan Bandeng		
	BEP (Unit)	Kg/ Tahun	98 Pcs
	Sate Bandeng		
	BEP (Unit)	Kg/ Tahun	16 Unit
	Jasa Transportasi		
	BEP (Unit)	Pcs/ Tahun	1.219 Pcs
	Jasa <i>Packaging</i>		
	BEP (Unit)	Kg/ Tahun	8 Unit
	Jasa <i>Pickup Poxel</i>		

Sumber: (Data Primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan modal yang digunakan untuk proses produksi terdapat 3 jenis, yakni modal tetap, modal lancar, dan modal kerja. Modal tetap yang dikeluarkan untuk usaha olahan yakni sebesar Rp. 13.367.750 per tahun dan modal lancar yang dikeluarkan sebesar Rp. 18.960.000,- sehingga diperoleh total modal atau modal kerja pada usaha olahan ikan di Sate Bandeng Ibu Amenah sebesar Rp. 86.520.000,-.

Pembiayaan

Total Cost (TC) yaitu seluruh biaya yang digunakan ketika produksi suatu produk yang meliputi *fixed cost* atau *variable cost*. *Total Fixed Cost* (TFC) yaitu total jumlah biaya yang ditanggung jawaban oleh perusahaan dengan jumlah *output* yang ditargetkan. *Total Cost* sifatnya konstan untuk outputnya pertahun. Contoh TC yaitu biaya penyusutan, penyewaan gedung dan masih banyak lagi. *Total Variable Cost* (TVC) yaitu jumlah biaya yang berubah sesuai dengan jumlah output yang diproduksi (Primyastanto, 2016).

Tabel 2 Biaya Tetap dan Baya Variabel Sate Bandeng Ibu Amenah

Biaya Tetap	unit	satuan	Jumlah
Penyusutan	1	Rp/tahun	1.113.979,167
Listrik	1	Rp/Tahun	6.720.000
Air	1	Rp/Tahun	1.260.000
Total Biaya tetap			Rp 9.093.979,17

No	Biaya Variabel	unit	satuan	harga (Rp/unit)	Jumlah
1	Plastik Kemasan	120	Pcs	250	30.000
2	Kardus Kemasan	120	Pcs	2.000	240.000
3	Bambu	120	Pcs	1.000	120.000
4	Arang	5	kg	12.000	60.000
5	korek gas	1	Pcs	2.000	2.000
6	kawat	120	gulung kecil	125	15.000
7	<i>santan</i>	40	butir	7.000	280.000
8	<i>masako</i>	9	bungkus	556	5.000
9	es batu	6	Pcs	667	6.000
10	cabai	1	kg	15.000	15.000

No	Biaya Variabel	unit	satuan	harga (Rp/unit)	Jumlah
11	Gula merah	2	kg	12000	24.000
12	Bawang merah	2	kg	15000	30.000
13	Asam jawa	9	kg	1.000	9.000
14	Gula pasir	2	kg	25.000	50.000
15	ketumbar	1	kg	8.000	8.000
16	Garam	2	bungkus kecil	3.000	6.000
17	Listrik	1	bulan	560.000	560.000
18	Bahan bakar (Transport ke serang)	1	bulan	120.000	120.000
Total Biaya Variabel (bulan)					1.580.000
Total Biaya Variabel (Tahun)					18.960.000

NO	Uraian	Jumlah
1	Biaya Tetap	Rp 9.093.979,17
2	Biaya Variabel	Rp 18.960.000
Total Biaya(TC)		Rp 28.053.979,17

Sumber: (Data Primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan table 2 terlihat bahwa total biaya yang dikeluarkan usaha ini setiap tahunnya yaitu sebesar Rp. 28.053.976,- dimana biaya tetap diperoleh dikeluarkan baik ketika tidak ada kegiatan atau proses produksi yang dilakukan maupun saat melakukan banyak kegiatan sekali pun sedangkan untuk biaya variabel diperoleh dari total pengeluaran yang habis dipakai dalam satu kali siklus produksi. Besar biaya tetap usaha sebesar Rp. 9.093.979,17,- sedangkan besar biaya variabel yang digunakan yaitu Rp. 18.960.000,-.

Penerimaan

Tabel 3 Penerimaan per Tahun Sate Bandeng Ibu Amenah

No.	Item	Produksi	satuan	Harga satuan(Rp)	Jumlah total harga	sebulan dalam siklus	Total
1	Ikan Bandeng	120	ekor	22.000	2.640.000	4	10.560.000
2	sate bandeng	120	pcs	40.000	4.800.000	4	19.200.000
3	Jasa Transportasi	20	pcs	40.000	800.000	1	800.000
4	Jasa packaging	1500	pcs	2.000	3.000.000	1	3.000.000
5	Jasa proses pickup paxel	10	kg	20.000	200.000	6	1.200.000
Total penerimaan (TR)							34.760.000

Total Penerimaan per Tahun (TR)**417.120.000**

Sumber: (Data Primer yang diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan penerimaan diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah total harga dengan siklus yang dipilih selama sebulan dimana jumlah total harga berasal dari produksi dikalikan dengan harga satuan. Periode satu bulan bisnis olahan perikanan memperoleh penerimaan sebesar Rp 417.120.000 dengan penggunaan jasa proses pickup paxel sebanyak 22 unit dengan harga satuan Rp. 20.000 diperoleh Rp. 200.000 sehingga dalam 6 kali setiap bulan menghasilkan Rp. 1.200.000. Jasa packaging sebanyak 3.102 pcs dengan harga satuan Rp. 2000 diperoleh sebesar Rp. 3.000.000/ 1 kali siklus setiap bulannya. Untuk jasa transportasi memperoleh 41unit dengan harga Rp 40.000 sehingga didapatkan sebesar Rp. 800.000/ 1 kali siklus setiap bulannya. Sate Bandeng memproduksi sebanyak 264 ekor dengan harga satuan Rp. 40.000 menghasilkan sebesar Rp. 4.800.000 kali dalam 4 siklus setiap bulannya menghasilkan Rp. 19.200.000, Sedangkan ikan bandeng itu sendiri sebanyak 120 ekor atau 30 kg dengan harga satuan Rp. 22.000 menghasilkan sebanyak Rp. 2.640.000 dalam 4 kali siklus setiap bulannya dihasilkan Rp. 10.560.000.

Keuntungan

Keuntungan usaha perikanan merupakan suatu usaha yang mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan/laba yang sebesar-besarnya. Keuntungan usaha hasil perikanan diperoleh setelah penerimaan dari penjualan hasil tangkapan atau produksi dikurangi dengan total biaya (Primyastanto, 2016). Hasil keuntungan untuk usaha sate bandeng ibu amenah sebagaimana diuraikan berikut:

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan Usaha} &= \text{TR}-\text{TC} \\ &= 417.120.000- 28.053.979 \\ &= \text{Rp.}389.066.021\end{aligned}$$

Hasil perhitungan keuntungan yang dilakukan pada bisnis olahan perikanan di Sate Bandeng Ibu Amenah yaitu mengurangi total penerimaan sebesar Rp. 417.120.000, dengan total biaya sebesar Rp. 28.053.979, sehingga pendapatan bersih yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 389.066.021.

R/C Ratio

Analisis rasio R/C adalah merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Wati, 2019). Hasil r/c ratio yang diperoleh untuk usaha ini sebagaimana diuraikan berikut:

$$\begin{aligned}\text{R/C Ratio} &= \frac{\text{TR}}{\text{TC}} \\ &= \frac{417.120.00}{28.053.979} \\ &= 14,86 (>1, \text{menguntungkan})\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis maka akan terlihat berapa rupiah penerimaan yang akan dihasilkan dari setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan. Analisis R/C ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya produksi. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai R/C ratio usaha ternak tersebut adalah 14,86. Jika dilihat dari nilai R/C ratio maupun skala usaha yang dilaksanakan di tempat penelitian, secara finansial masih layak dan menguntungkan untuk dilaksanakan. Usaha olahan akan menguntungkan apabila nilai R/C > 1. Semakin besar nilai R/C semakin besar pula tingkat keuntungan yang akan diperoleh dari usaha tersebut.

BEP (Break Even Point)

Titik impas atau *break even point* adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (revenues) sama dengan jumlah biaya atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja (Putri & Putera, 2022). Hasil BEP (sales) dan BEP (unit) yang diperoleh untuk usaha ini sebagaimana diuraikan berikut:

- a.
$$\text{BEP Sales} = \frac{9,093,979.17}{\left(1 - \left(\frac{9,093,979.17}{417.120.000}\right)\right)}$$

 BEP Sales = Rp. 9.296.663,44 (Tahun)
- b. BEP Unit per Tahun:
- Ikan Bandeng $\rightarrow \frac{2.640.000}{11.440.000} \times \frac{2.895.663}{22.000} = 97,52 = 98 \text{ ekor}$
- Sate Bandeng $\rightarrow \frac{4.800.000}{11.440.000} \times \frac{2.895.663}{40.000} = 97,52 = 98 \text{ pcs}$
- Jasa Transportasi $\rightarrow \frac{800.000}{11.440.000} \times \frac{2.895.663}{40.000} = 16,25 = 16 \text{ unit}$
- Jasa packaging $\rightarrow \frac{3.000.000}{11.440.000} \times \frac{2.895.663}{2000} = 1,218.97 = 1.219 \text{ pcs}$
- Jasa proses pickup paxel $\rightarrow \frac{200.000}{11.440.000} \times \frac{2.895.663}{20.000} = 8,13 = 8 \text{ unit}$

Diketahui bahwa BEP (sales) sebesar Rp 9.296.663,44,- . Break Even Point unit terdapat pada beberapa produk jasa, yaitu BEP Unit ikan bandeng didapatkan sebesar 98 ekor, BEP Unit sate bandeng didapatkan sebesar 98 pcs, BEP Unit jasa transportasi didapatkan sebesar 16 unit, BEP Unit jasa packaging didapatkan sebesar 1.219pcs, serta BEP Unit jasa proses pickup paxel didapatkan sebesar 8 unit. Satuan untuk perhitungan BEP sales adalah rupiah per bulan sedangkan BEP unit adalah kilogram per tahun. Perhitungan tersebut menggunakan BEP Multi dikarenakan jenis jasa yang ditawarkan beragam.

RTC (Return to Total Capital)

RTC (*Return to Total Capital*) merupakan suatu ukuran untuk mengetahui nilai imbalan terhadap total modal. Nilai RTC dianggap layak apabila melebihi suku pinjaman (kredit mikro) apabila tidak dibandingkan dengan *opportunity cost of capital* (usaha lain) (OJK, 2020). Hasil RTC yang diperoleh untuk usaha ini sebagaimana diuraikan berikut:

$$\begin{aligned} \text{NKK} &= \sum(n \times \text{upah}) \times \text{HOK} \\ &= \{(1 \times 170.000) + (3 \times 120.000)\} \times 30 \\ &= \text{Rp. } 15.900.000 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Jumlah nilai tenaga kerja yang ditentukan oleh pemilik usaha yakni Pak Didin untuk *manager of production & finance* adalah sebesar Rp. 170.000,- sedangkan untuk *manager of production* sebesar Rp. 120.000,-. Hari kerja yang digunakan dalam waktu satu bulan adalah 30 hari. Maka, diperoleh NKK dari usaha olahan sate bandeng Ibu Amenah adalah sebesar Rp. 15.900.000,- dalam kurun waktu satu bulan.

RTC (Return to Total Capital)

RTC (*Return to Total Capital*) merupakan suatu ukuran untuk mengetahui nilai imbalan terhadap total modal. Nilai RTC dianggap layak apabila melebihi suku pinjaman (kredit mikro)

apabila tidak dibandingkan dengan *opportunity cost of capital* (usaha lain) (OJK, 2020). Hasil RTC yang diperoleh untuk usaha ini sebagaimana diuraikan berikut:

$$RTC = \frac{L-NKK}{Total Modal} \times 100\%$$

$$RTC = \frac{Rp.389.066.021 - 15.900.000}{Rp13.367.750} \times 100\%$$

$$= 28\%$$

Hasil perhitungan rtc yang didapatkan perolehan pendapatan bersih sebesar Rp. 29.812.250, NKK sebesar Rp.15.900.000,- serta nilai total modal sebesar Rp. 13.367.750,-, Diperoleh hasil perhitungan RTC dari usaha sate bandeng ibu amenah selama satu bulan sebesar 28 % Sehingga dapat disimpulkan dari RTC yang diperoleh bahwa usaha ini layak untuk dijalankan karena memiliki persentase RTC diatas suku bunga pinjaman yakni sebesar dari salah satu bank yaitu Bank Mandiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Usaha Sate Bandeng Ibu Amenah, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Bauran pemasaran 7P yaitu produk (*Product*), tempat (*Place*) harga (*Price*), promosi (*Promotion*), Proses (*Process*), orang (*People*), bukti fisik (*physical evidence*); 2) Aspek finansial berdasarkan analisis usaha olahan perikanan pada Sate Bandeng Ibu Amenah mengalami keuntungan namun tidak layak untuk dijalankan. Nilai Revenue Cost Ratio (R/C Ratio) didapatkan sebesar 14,86 dimana R/C Ratio > 1 berarti menguntungkan. RTC sebesar 28% lebih kecil dari rata-rata suku bunga bank di Indonesia yaitu 12% dikatakan efisien. BEP (sales) sebesar Rp. 9.296.663,44,- Break Even Point unit terdapat pada beberapa produk jasa, yaitu BEP ikan bandeng didapatkan sebesar 98 ekor, BEP Unit sate bandeng didapatkan sebesar 98 pcs, BEP Unit jasa transportasi didapatkan sebesar 16 unit, BEP Unit jasa packaging didapatkan sebesar 1.219 unit, serta BEP Unit jasa proses pickup paxel didapatkan sebesar 8 unit. Oleh karena itu, Usaha olahan perikanan pada Sate Bandeng Ibu Amenah ini dikatakan menguntungkan dan layak dijalankan. Perhitungan aspek finansial, perhitungan merupakan asumsi yang berasal dari pencarian organik melalui google oleh mahasiswa dan owner berdasarkan model dan tipe sarana dan prasarana yang digunakan pada usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T. P. L. (2015). Pengaruh Modal Kerja terhadap Tingkat Profitabilitas pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 4(1), 305–316.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Harsono, G. (2020). *Hidrografi Berbasis Ekonomi Biru: Sepilihan Esai-Esai*. Pandiva Buku.
- Ibrahim, J. T. (2020). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian* (Vol. 1). UMMPress.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Patria, D. G., & Sukamto, S. (2021). Rice Science and Technology. *Literasi Nusantara*.

- PPID Diskominfo. (2021, March 30). *Kuliner Serang yang Tetap Eksis Hingga Kini, Sate Bandeng*. PPID Diskominfo Kota Serang.
<https://ppid.serangkota.go.id/detailpost/kuliner-serang-yang-tetap-eksis-hingga-kini-sate-bandeng>
- Primyastanto, M. (2016). *Evapro (Evaluasi Proyek): Teori dan Aplikasi pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat (Anguilla sp)*. Universitas Brawijaya Press.
- Putri, N. T., & Putera, A. N. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis Praktis: Konsep Dan Aplikasi*. Andalas University Press.
- Serang Kota. (2023). *Terwujudnya Kota Peradaban yang Berdaya dan Berbudaya*. Serang Kota. <https://serangkota.go.id/pages/letak-geografis#:~:text=Kota%20Serang%20secara%20geografis%20terletak%20antara%205099%E2%80%99%20-,sampai%20dengan%209.312.475%20m2%20dari%20utara%20ke%20selatan>
- Sugiyanto, S., Nadi, L., & Wanten, I. K. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).
- Suherman, S. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di IAIN Parepare. *Al-Buhuts*, 13(2), 14–34.
<https://doi.org/10.30603/ab.v13i2.891>
- Thalib, A., Istiqomah, T., Ristyanadi, B., & Qomariyati, N. (2019). Uji Penerimaan Konsumen Terhadap Cita Rasa Ikan Bandeng (*Chanos chanos* Forsskal) dari Beberapa Lokasi Budidaya di Indonesia. *Grouper*, 10(2), 62.
<https://doi.org/10.30736/grouper.v10i2.58>
- Wati, L. A., & Hidayat, M. (2019). *Membangun bisnis dari starting menuju running: Aplikasi pada bisnis otak-otak bandeng*. Universitas Brawijaya Press.