

Analisis Finansial Usaha Pembesaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) pada Tambak Intensif di PT. Mitra Raya Cemerlang, Kabupaten Probolinggo

*Financial analysis of pacific whiteleg shrimp (*Litopenaeus vannamei*) cultivation in intensive ponds in PT. Mitra Raya Cemerlang, Probolinggo regency*

Dhymas Anugrah Syah Putra^{1*}, Candra Adi Intyas¹

¹Program Studi Agrobisnis Perikanan, Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang, 65145, Indonesia

Info Artikel:

Diterima: 09/08/2022

Disetujui: 29/08/2022

Dipublikasi: 26/10/2022

Kata Kunci:

Litopenaeus vannamei, pembesaran udang, bauran pemasaran, kelayakan usaha.

Keywords:

Litopenaeus vannamei, shrimp farm, marketing mix, feasibility.

*Korespondensi:

dhymasanugrah@student.ub.ac.id



Copyright © 2022 The Author(s)

<https://ojs.poltesa.ac.id/index.php/nekton>

Abstrak. Komoditas udang vaname memiliki prospek dari aspek ekonomi dan kebutuhan akan nutrisi. Kebutuhan dalam jumlah besar dapat diakomodir oleh perusahaan. PT. Mitra Raya Cemerlang ialah perusahaan yang bergerak dibidang pembesaran udang vaname. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2017 di Dusun Koloran, Desa Klaseman, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan bauran pemasaran dan menganalisis kelayakan usaha secara finansial. Jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis bauran pemasaran dan kelayakan usaha dengan menghitung kriteria investasi jangka pendek dan panjang. Berdasarkan hasil penelitian dari segi bauran pemasaran tergolong sederhana dengan dilakukan secara langsung di tempat usaha. Kemudian dari segi kelayakan usaha, secara jangka pendek menguntungkan dilihat dari nilai R/C Ratio 3,785, BEP unit 31.533 kg dan BEP sales Rp.2,459,591,932.98, dan RTC 62,44% sedangkan secara jangka panjang layak dilihat dari nilai NPV Rp.36,230,109,107, Net B/C Ratio 4,02, IRR 109% dan PP 1 dimana tingkat sensitivitasnya dikatakan tidak terlalu sensitif.

Abstract. Pacific whiteleg shrimp commodity has prospects from the economic aspect and the need for nutrition. The company can accommodate needs in large quantities. PT. Mitra Raya Cemerlang is a company engaged in the enlargement of pacific whiteleg shrimp. This company was founded in 2017 in Koloran Hamlet, Klaseman Village, Gending District, Probolinggo Regency, East Java. This research aims to describe the marketing mix and analyze the business's financial feasibility. This type of research is quantitative and qualitative using purposive sampling data collection techniques. Data analysis uses marketing mix analysis and business feasibility by calculating short and long-term investment criteria. Based on the results of the research in terms of the marketing mix, it is relatively simple and is carried out directly at the place of business. Then in terms of business feasibility, in the short time, it is profitably seen from the R/C Ratio value of 3,785, BEP unit 31,533 kg, and BEP sales Rp. 2,459,591,932.98, and RTC 62.44% while in the long term it is feasible to see from the NPV value of Rp. 36,230,109,107, Net B/C Ratio 4.02, IRR 109%, and PP 1 where the sensitivity level is said to be not too sensitive.

PENDAHULUAN

Indonesia masuk dalam lima besar negara dengan hasil perikanan terbesar di dunia. Meskipun sumber daya yang dimiliki sangat besar tetapi tidak semuanya daerah dapat memenuhi kebutuhan perikanan. Oleh karena itu diperlukan pemerataan agar semua konsumen mendapatkan produk perikanan yang berkualitas dan menjaga kepuasan konsumen (Intyas & Primyastanto, 2020). Udang vaname merupakan salah satu komoditas perdagangan penting Kementerian Kelautan dan Perikanan. Peningkatan pesat populasi dunia dan

kesadaran akan kebutuhan nutrisi, permintaan udang meningkat dari tahun ke tahun, dan volume produksi tahunan adalah 6-10 ton/ha, yang kaya akan protein udang. Pembesaran udang vaname menjadi salah satu pilihan investasi yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Sehingga, kini perkembangannya justru semakin masif di daerah potensial. Sistem usahanya pun beragam dari mulai perseorangan berskala kecil hingga perusahaan berskala lebih besar (Pasaribu et al., 2017).

Produktivitas tambak udang sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor mulai dari bibit udang yang unggul, teknik pembesaran yang tepat, serta lokasi dengan sumber air yang banyak. Teknologi pembesaran khususnya udang vaname sangat berkembang pesat, seperti teknologi intensif dan supra intensif dengan padat tebar tinggi antara 100-400 ekor/m² (Nababan et al., 2015). Jika dimanfaatkan dengan baik hal ini dapat mendukung pembangunan nasional dalam aspek sosial ekonomi untuk menciptakan masyarakat maju, makmur dan berkeadilan (Musman, 2019). Karena keunggulan nilai gizi yang tinggi dan nilai ekonomi yang tinggi, permintaan udang vaname di pasar domestik dan luar negeri sangat tinggi, dan budidaya udang vaname berkembang pesat. Ada aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menilai kelayakan bisnis, termasuk pemasaran, untuk memenuhi permintaan konsumen. Menurut Intyas dan Abidin (2018) pemasaran adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak oleh pihak lain dengan tujuan membawa barang atau produk dari produsen kepada konsumen guna memuaskan keinginan dan kebutuhannya dengan harapan memperoleh pendapatan atau laba.

Strategi pemasaran didasarkan pada perspektif tentang apa yang diinginkan oleh konsumen pada waktu yang akan datang. Strategi pemasaran meliputi bauran pemasaran yang kemudian diterapkan dalam dimensi pemasaran strategi (Intyas & Primyastanto, 2020). Setiap perusahaan ingin mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Selain pemasaran, perusahaan harus melihat kinerja keuangannya dan memilih strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Analisis rasio keuangan merupakan alat terpenting dalam analisis keuangan untuk menjawab berbagai pertanyaan terkait situasi keuangan suatu perusahaan dan untuk meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan (Primyastanto et al., 2020). Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pendapatan adalah modal yang relatif meningkat dan angkatan kerja yang kurang produktif. Faktor modal kerja secara teoritis mempengaruhi kinerja operasi. Peningkatan modal kerja mempengaruhi peningkatan *output*, sehingga meningkatkan pendapatan, dan tenaga kerja secara teoritis mempengaruhi pendapatan pertanian juga (Suryadi et al., 2021).

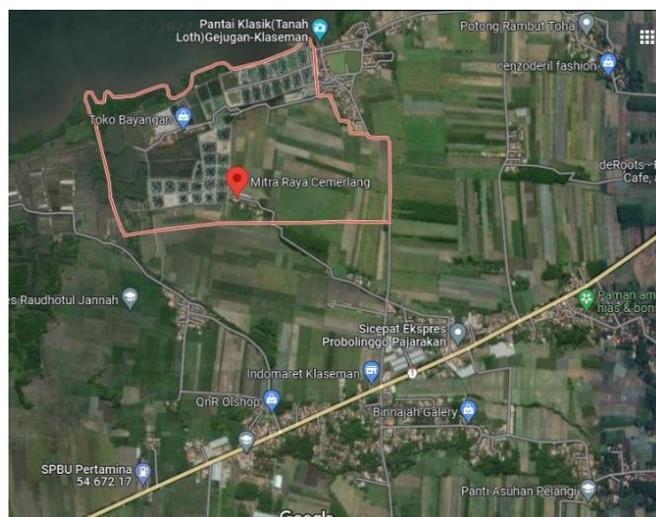
Provinsi Probolinggo tercatat hasil tangkapan sebanyak 26.999,60 ton atau setara dengan 68,94%. Pada budidaya sebesar 12.163,73 ton atau setara dengan 31,05%. Dapat dilihat bahwa sebagian besar produksi ikan di Kabupaten Probolinggo berasal dari perikanan tangkap. Hal ini dikarenakan provinsi Probolinggo merupakan wilayah pesisir. Oleh karena itu, banyak masyarakat

yang bermata pencaharian sebagai nelayan memanfaatkan hasil laut. Hasil perikanan budidaya masih rendah karena kurangnya kemauan masyarakat untuk beralih ke budidaya perikanan (BPS, 2021).

PT. Mitra Raya Cemerlang, Kabupaten Probolinggo yang berdiri sejak tahun 2017. Lokasi dari usaha ini tepatnya di Tambak PT. Mitra Raya Cemerlang, Dusun Koloran, Desa Klaseman, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Lokasi usaha ini cukup strategis karena berada di pemukiman warga dan akses jalan yang mendukung sehingga memudahkan dalam persediaan bahan baku dan juga transportasi sehingga proses usaha dapat berjalan dengan lancar dan saat pendistribusian prasarananya juga memadai. Dari latar belakang tersebut maka tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan bauran pemasaran dan menganalisis kelayakan usaha secara finansial yaitu jangka pendek dan jangka panjang pada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian dilakukan di PT. Mitra Raya Cemerlang, Desa Klaseman, Kabupaten Probolinggo. Waktu pelaksanaan penelitian pada 13 September sampai dengan 16 Desember 2021.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Sumber: <https://bit.ly/3xHCKwB>. 2022.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang merepresentasikan positivisme, sedangkan penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang merepresentasikan pemahaman naturalistik (fenomenologis) (Mulyadi, 2011). Alasan dipilihnya dua pendekatan penelitian adalah karena kedua jenis penelitian tersebut saling menguatkan dan melengkapi sehingga tidak hanya diperoleh hasil penelitian yang objektif, terstruktur dan terukur, tetapi juga hasil penelitian yang detail dan berdasarkan fakta. Metode pengumpulan data secara

observasi dan dokumentasi yang dilakukan langsung di lapang. Data primer diambil secara *in situ* berupa informasi yang dianalisis secara deskriptif yang menggambarkan status komersial usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang. Teknik *purposive sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel yang hanya mencakup sejumlah kecil anggota berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini, informan adalah teknisi dan asisten teknisi pada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang.

Kegiatan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dalam dimana individu dan kelompok memperoleh, menawarkan, dan mempertukarkan produk berharga dengan pihak lain. Kegiatan pemasaran terdiri dari empat komponen yang disebut 4P (bauran pemasaran), yang merupakan singkatan dari produk, harga, tempat, dan promosi. Pemenuhan masing-masing komponen tersebut merupakan hal yang esensial bagi konsumen (Intyas & Primyastanto, 2020). Metode analisis data pada bauran pemasaran menggunakan konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

Aspek finansial adalah aspek-aspek yang berhubungan dengan posisi keuangan perusahaan, baik dari penyertaan awal perusahaan maupun dari keuntungan penjualan. Aspek finansial bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menganalisis dana yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha (Primyastanto, 2016). Analisis jangka pendek adalah analisis yang dilakukan setiap bulan, setengah tahunan, dan dalam jangka waktu hingga satu tahun. Kegiatan pasca pemasaran adalah perhitungan dan analisis kelayakan suatu kesepakatan khususnya dalam ekspansi pada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang menggunakan pembiayaan jangka pendek. Adapun kriteria investasi secara jangka pendek dilihat dari modal dan biaya produksi. Modal adalah uang dalam bentuk uang tunai yang digabungkan dengan kerja sama faktor-faktor produksi, yaitu tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang (Primyastanto, 2016). Sedangkan biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan suatu produk, termasuk biaya tetap atau variabel (Primyastanto, 2016). Rumus untuk mengetahui biaya produksi.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC : Total biaya

TFC : Total biaya tetap

TVC : Total biaya variabel.

Penerimaan adalah nilai produk sebagai jumlah produk dikalikan dengan harga produk. Penghasilan digunakan untuk menentukan penghasilan yang

diperoleh nantinya (Ibrahim, 2020). Rumus untuk mengetahui biaya penerimaan.

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : Penerimaan total

P : Harga barang

Q : Jumlah barang yang dijual

R/C Ratio (*Revenue Cost Ratio*) merupakan analisis yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu perusahaan dalam mencapai tingkat kelayakan dengan menggunakan faktor produksi minimumnya (Kandias & Intyas, 2021). Dengan kriteria jika R/C Ratio > 1 artinya usaha menguntungkan, R/C Ratio = 1 artinya usaha impas, R/C Ratio < 1 artinya usaha rugi. Rumus untuk mengetahui R/C Ratio.

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C : Rasio biaya dan pendapatan

TR : Total penerimaan/ *Total revenue*

TC : Total biaya/ *Total cost*

BEP (*Break Even Point*) adalah titik utama dimana total pendapatan sama dengan total biaya. Titik impas menunjukkan bahwa tidak ada untung atau rugi yang akan terjadi dalam aktivitas bisnis (Tohir, 2012). Rumus untuk mengetahui BEP $unit_{(Q)}$ dan BEP $sales_{(s)}$.

$$BEP_{(Q)} = \frac{FC \left(\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{unit}} \right)}{P \left(\frac{\text{Harga}}{\text{unit}} \right) - v \left(\frac{\text{Biaya Variabel}}{\text{unit}} \right)}$$

$$BEP_{(s)} = \frac{FC \left(\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{unit}} \right)}{1 - v \left(\frac{VC}{s} \right)}$$

Keuntungan ialah selisih antara hasil penjualan dan total biaya pengeluaran (Intyas & Firdaus, 2020). Rumus untuk mengetahui keuntungan.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π : Keuntungan

TR : Penerimaan total

TC : Biaya total

RTC (*Return to Total Capital*) adalah analisis yang bertujuan untuk menentukan nilai premi yang digunakan dalam kaitannya dengan segala sesuatu bisnis atau membandingkan nilai tersebut dengan suku bunga pinjaman bank (Soekartawi et al., 1986). Rumus untuk mengetahui RTC.

$$RTC = \frac{\pi - NKK}{M} 100\%$$

Keterangan:

RTC : *Return to Total Capital*

π : Keuntungan

M : Total modal

NKK : Nilai kerja keluarga

Analisis jangka panjang adalah analisis yang dilakukan dalam sepuluh tahun ke depan dalam ekspansi pada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang. Adapun kriteria investasi secara jangka panjang berdasarkan NPV, B/C rasio, IRR, PP dan analisis sensitivitas. NPV (*Net Present Value*) mewakili tingkat risiko perusahaan. Kelayakan proyek dapat diukur dengan menggunakan metode NPV. Ukuran NPV dapat memberikan gambaran tentang jumlah laba bersih tambahan yang akan diterima perusahaan pada akhir periode akuntansi (Triyanti & Hikmah, 2015). Dengan kriteria NPV > 0 artinya usaha tersebut layak untuk diteruskan, NPV < 0 artinya usaha tersebut tidak layak untuk diteruskan. Rumus untuk mengetahui NPV.

$$\text{The The N} \sum_{t=0}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}$$

Keterangan:

Bt : Keuntungan pada tahun ke-t

Ct : Biaya pada tahun ke-t

i : Tingkat bunga

t : Tahun (1,2,3,...n)

n : Umur proyek

Net B/C Ratio (*Net Benefit Cost Ratio*) adalah perbandingan manfaat dan biaya selama umur ekonomis suatu perusahaan (Wulandari, 2012). Dengan kriteria Net B/C Ratio > 1 artinya usaha menguntungkan, Net B/C Ratio = 1 artinya usaha tidak untung dan tidak rugi, Net B/C Ratio < 1 artinya usaha rugi. Rumus untuk mengetahui B/C Ratio.

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

IRR (*Internal Rate of Return*) digunakan untuk menghitung suku bunga dengan menyeimbangkan nilai sekarang dari suatu investasi dengan nilai pendapatan tunia di masa depan (Irmayani & Nispar, 2014). Rumus untuk mengetahui IRR.

$$IRR = \frac{NPV'}{NPV' - NPV''} (i'' + i')$$

Keterangan:

NPV' : Nilai sekarang pada i_1

NPV'' : Nilai sekarang pada i_2

i' : Tingkat bunga pertama

i'' : Tingkat bunga kedua

PP (*Payback Period*) ialah waktu atau periode yang dibutuhkan untuk mencapai titik di mana modal investasi tunai awal tertutup (Saputra et al., 2011). Rumus untuk mengetahui PP.

$$PP = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

Analisis sensitivitas dilakukan berdasarkan hipotesis penurunan pendapatan dan peningkatan biaya. Penurunan pendapatan mungkin disebabkan oleh perubahan preferensi konsumen terhadap produk ikan asap, yang menyebabkan berkurangnya permintaan produk (Intyas et al., 2019). Analisis dengan mengubah nilai parameter satu kali, lalu dilihat pengaruhnya terhadap akseptabilitas pilihan investasi. Dengan menggunakan tiga skenario keadaan, yaitu Skenario I (Biaya Naik), Skenario II (Benefit Turun), Skenario III (Biaya Naik Benefit Turun).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha ini memiliki nama PT. Mitra Raya Cemerlang yang berdiri sejak tahun 2017. Lokasi dari usaha ini tepatnya di Tambak PT. Mitra Raya Cemerlang, Dusun Koloran, Desa Klaseman, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Lokasi usaha ini cukup strategis karena berada di pemukiman warga dan akses jalan yang mendukung sehingga memudahkan dalam persediaan bahan baku dan juga transportasi sehingga proses usaha dapat berjalan dengan lancar dan saat pendistribusian prasarannya juga memadai. PT. Mitra Raya Cemerlang adalah salah satu perusahaan tambak udang yang berdiri sejak tahun 2017. Pada tahun 2017 dimulainya kerjasama dengan PT.

Suri Tani Pemuka (STP) sebagai penyedia pakan sekaligus pendampingan teknisnya. Berikut merupakan gambar dari usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang.



Gambar 2. Usaha Pembesaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang

Berdasarkan Gambar 2 perusahaan ini terletak pada pesisir utara Jawa Timur di Ds. Klaseman, Kec. Gending, Kab. Probolinggo, Prov. Jawa Timur. Memiliki luas area ± 5 hektar dengan total 21 petakan yang berukuran $>1.700 \text{ m}^2$ sebanyak 3 petakan dan 18 petakan yang lain berukuran $>2.000 \text{ m}^2$. Banyaknya kolam tersebut terbagi menjadi 2 blok yang berbeda. Kemudian, dilihat dari skala produksi, sistem budidaya, hingga sarana-prasarana yang ada di PT. Mitra Raya Cemerlang termasuk dalam kategori tambak intensif. Beberapa faktor penunjang yang tersedia memadai untuk mengoptimalkan kesuksesan budidaya udang, antara lain: pelaku pelaksana budidaya bekerja sesuai arahan teknisi, metode budidaya berjalan sesuai rencana program, serta material budidaya tersedia lengkap dan ideal.

Aspek Bauran Pemasaran

Product

Udang vaname merupakan salah satu sumber pangan kaya protein, sehingga mendorong masyarakat untuk meningkatkan konsumsi udang vaname sebagai suplemen gizi kesehatan, yang akan mempengaruhi permintaan dan mendorong peningkatan kegiatan budidaya udang vaname (Sa'adah & Milah, 2019). Keunggulan udang vaname adalah harga jualnya yang tinggi dan mudah dibudidayakan. Selain itu, udang vaname sangat produktif karena tingkat kelangsungan hidupnya yang tinggi, dan karena mereka dapat menggunakan seluruh kolam air dari bawah ke permukaan, mereka dapat dipelihara dengan kepadatan tinggi, relatif tahan terhadap perubahan lingkungan, dan mudah dibudidayakan. Tahan terhadap penyakit, pertumbuhan relatif memperpendek masa pemeliharaan lebih cepat. Udang vaname yang dijual memiliki size 40-45

ekor udang per kg. Ugang vaname memiliki kualitas yang baik karena pada proses pembesaran dilakukan penanganan sesuai SOP yang digunakan, sehingga terjamin akan kualitasnya.



Gambar 3. Produk pada Usaha Pembesaran Ugang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang

Price

Harga produksi perikanan cenderung lebih tidak stabil (berfluktuasi) dibandingkan harga barang lainnya. Ini karena perubahan tak terduga dalam kondisi alam, cuaca, dan lain-lain. Harga memainkan peran penting, ini berarti memberikan informasi kepada produsen tentang barang yang dibutuhkan konsumen dan menginformasikan konsumen tentang berbagai kondisi produksi (Abidin et al., 2017). Harga udang vaname bervariasi tergantung musim. Jika sedang musim harga turun, jika tidak musim harga naik. Hal ini juga dipengaruhi oleh kualitas dan ukuran udang itu sendiri. Harga yang ditawarkan dengan *size* 40-45 ekor udang per kg seharga Rp78.000. Penentuan harga berdasarkan nominal yang diperoleh dari harga pasar yang sudah ditetapkan selama kurun waktu yang ditentukan.

Place

Lokasi usaha berada tepatnya di Tambak PT. Mitra Raya Cemerlang, Dusun Koloran, Desa Klaseman, Kecamatan Gending, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Lokasi tersebut menjadi tempat produksi pembesaran udang vaname dan tempat pemasaran produk karena pengepul langsung datang ke tempat usaha. Selain lokasi, kemudian juga saluran pemasaran dilakukan secara langsung ke pengepul yang sudah menjadi langganan. Sehingga, dikatakan efektif karena saluran pemasarannya tidak terlalu panjang. Tetapi jika dilihat dari perspektif konsumen, saluran pemasarannya akan terpotong karena ada pengepul. Menurut Mas'ud dan Hariyanto (2015) saluran pemasaran yang efektif jika semakin sedikit keterlibatan pihak dalam satu saluran pemasaran.

Promotion

Promosi yang dilakukan sesuai dengan rencana pemasaran secara keseluruhan dan dikelola dan dikendalikan dengan baik. Diharapkan dapat memainkan peran kunci dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Promosi yang saat ini digunakan telah diubah dari mulut ke mulut. Sehingga, konsumen dan pedagang datang sendiri ke tambak udang vaname untuk memanen (Hidayatullah et al., 2016). Petani menjualnya melalui pengepul atau distributor, mendistribusikannya ke perantara atau distributor sekunder, dan meneruskannya ke pengecer. Biasanya, pengepul mengumpulkan hasil panen dari beberapa petani di satu atau lebih desa. Pemasaran dilakukan langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung yang mengantarkan produk yang dipanen langsung ke konsumen. Pemasaran tidak langsung, di sisi lain, dilakukan dengan mendistribusikan hasil panen melalui dealer dan grosir.

Berdasarkan hasil analisis finansial jangka pendek dan panjang yang dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Analisis Finansial

Uraian	Satuan	Jumlah
Modal		
Modal Tetap	Rp/Siklus	11.985.300.000
Modal Kerja	Rp/Siklus	4.804.200.000
Biaya		
Biaya Tetap	Rp/Siklus	2.092,800.000
Biaya Variabel	Rp/Siklus	2.711.400.000
Total Biaya	Rp/Siklus	4.804.200.000
Penerimaan	Rp/Siklus	18.181.800.000
Keuntungan	Rp/Siklus	13.377.600.000
BEP Total		
BEP Unit	Pcs	31.533
BEP sales	Rp/Siklus	2.459.591.932,98
R/C Ratio	Persentase	3,785
RTC	Persentase	62,44%
Kelayakan Finansial df 12% dalam 10 Tahun		
NPV	Rp/Siklus	36.230.109.107
Net B/C Ratio	Layak/Tidak Layak	4,02
IRR	Persentase	109%
PP	Siklus	1

Hasil Analisis Jangka Pendek

Aspek finansial dari modal yaitu ekuitas dan hutang, dimana ekuitas adalah modal dari pengusaha itu sendiri, sedangkan hutang adalah modal yang berasal dari luar perusahaan, biasanya dari pinjaman bank. Sebaliknya jika dilihat dari bentuk modalnya disebut modal aktif, dan dari cara pembentukannya disebut modal pasif. Penggalangan dana investasi untuk ekspansi sebesar Rp16.789.500.000. Permodalan secara detail dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3.

Aspek biaya merupakan gabungan dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh *output* perusahaan. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang dipengaruhi oleh produksi atau *output* bisnis perusahaan. Total biaya sebesar Rp2.092.800.000 dan total biaya variabel sebesar Rp2.711.400.000. Biaya produksi secara detail dapat dilihat pada Tabel 4 dan 5.

Tabel 2. Modal Tetap

No.	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Harga Total
1.	Tambak	21	445.000.000	9.345.000.000
2.	Genset	4	120.000.000	480.000.000
3.	Pompa	5	10.000.000	50.000.000
4.	Kincir	290	4.500.000	1.305.000.000
5.	Blower	21	4.000.000	84.000.000
6.	Jala	2	750.000	1.500.000
7.	Drum Panen	20	50.000	1.000.000
8.	Jaring Kondom Panen	2	250.000	500.000
9.	Selang	5	7.000.000	35.000.000
10.	Alat Semprot	2	3.000.000	6.000.000
11.	Sumur	3	2.500.000	7.500.000
12.	Pipa Laut	590	1.000.000	590.000.000
13.	Auto Feeder	21	3.500.000	73.500.000
14.	Jembatan Anco	21	200.000	4.200.000
15.	Anco	21	100.000	2.100.000
Total		1028	601.850.000	11.985.300.000

Tabel 3. Modal Kerja

No.	Uraian	Jumlah (Unit)	Satuan	Harga (Rp/Unit)	Harga Total
1.	BBM	5.000	Liter	14.200	60.000.000
2.	Benur Udang Vaname	6.800.000	Ekor	48	326.400.000
3.	Pakan	154.000	Kg	12.500	1,925.000.000
4.	Obat-Obatan	16.000	Kg	25.000	400.000.000
5.	Penyusutan	1	Tahun	1.204.200.000	1,204.200.000
6.	Perawatan Alat dan Transportasi	1	Siklus	9.000.000	9.000.000
7.	Kolam Sendiri	1	Siklus	100.000.000	100.000.000
8.	Listrik	1	Siklus	530.850.000	530.850.000
9.	Akomodasi	180	Hari	35.000	6.300.000
10.	Mess	3	Unit	7.000.000	21.000.000
11.	Tenaga Kerja	1	Siklus	220.800.000	220.800.000
Total					4.804.200.000

Tabel 4. Biaya Tetap

No.	Uraian	Jumlah (Siklus)	Harga Total
1.	Penyusutan	1	1.204.200.000
2.	Perawatan Alat dan Transportasi	1	9.000.000
3.	Kolam Sendiri	1	100.000.000
4.	Listrik	1	530.850.000
5.	Akomodasi	1	6.300.000
6.	Mess	1	21.000.000
7.	Tenaga Kerja	1	220.800.000
Total			2.092.800.000

Tabel 5. Biaya Variabel

No.	Uraian	Jumlah (Unit)	Satuan	Harga (Rp/Unit)	Harga Total
1.	BBM	5.000	Liter	14.200	60.000.000
2.	Benur Udang Vaname	6.800.000	Ekor	48	326.400.000
3.	Pakan	154.000	Kg	12.500	1.925.000.000
4.	Obat-Obatan	16.000	Kg	25.000	400.000.000
Total					2.711.400.000

Penerimaan merupakan perkalian antara harga produk dengan jumlah produk yang diproduksi oleh perusahaan. Penerimaan, juga disebut laba kotor, diberikan kepada penjual produk. Keuntungan nama lainnya laba bersih suatu perusahaan, sedangkan laba kotor adalah hasil penjualan tanpa dikurangi total pengeluaran. PT. Mitra Raya Cemerlang memperoleh penerimaan sebesar Rp18.181.800.000 dan keuntungan sebesar Rp13.377.600.000. R/C Ratio dihitung untuk menentukan kelangsungan hidup suatu usaha selama kegiatan operasinya, apakah perusahaan mengalami kerugian, impas, atau menghasilkan untung sesuai yang direncanakan. Hasil perhitungan R/C Ratio sebesar $3,785 > 1$ yang artinya usaha ini menguntungkan.

Hasil perhitungan yang didapatkan bahwa nilai BEP unit sebesar 31.533 kg dan BEP sales sebesar Rp2.459.591.932,98. Berdasarkan hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan berada pada titik impas atau tidak merugi maupun untung. RTC digunakan untuk mengetahui nilai imbalan dalam suatu usaha. Hal ini bisa dihitung dari perbandingan nilai dengan suku bunga pinjaman bank. Jumlah pendapatan bersih sebesar Rp13.377.600.000, NKK sebesar Rp10.377.600.000 dengan nominal tersebut diperoleh Bapak Rudi selaku pemilik usaha selama 1 siklus dihitung berdasarkan upah minimum regional, serta nilai total modal sebesar Rp4.804.200.000. Nilai RTC yang diperoleh yaitu 62,44%. Artinya, usaha ini layak dikarenakan mempunyai nilai RTC diatas suku bunga bank sebesar 62,44%.

Hasil Analisis Jangka Panjang

Hasil perhitungan NPV yang diperoleh sebesar Rp36.230.109.107. NPV > 0, yang ini menunjukkan bahwa lebih besar daripada biaya produksi. Sehingga,

usaha ini menguntungkan dan layak dikembangkan dalam jangka panjang. Sedangkan hasil perhitungan *B/C Ratio* yang diperoleh sebesar $4,02 > 1$ yang artinya usaha ini menguntungkan dan layak dikembangkan dalam jangka panjang. Selanjutnya, hasil perhitungan IRR yang diperoleh sebesar 109%. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terlihat bahwa nilai IRR jauh di atas angka target sebesar 12%, yang berarti investasi pada usaha tersebut menguntungkan atau layak dikembangkan dalam jangka panjang. Terakhir, untuk perhitungan PP yang diperoleh sebesar 1 tahun sehubungan dengan biaya produksi yang dikeluarkan untuk keuntungan yang dicapai dan memiliki umur ekonomis 10 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai PP sebesar 1 tahun lebih besar dari *lifetime*.

Analisis sensitivitas yang dilakukan dengan tiga skenario keadaan yang dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini.

Tabel 6. Analisis Sensitivitas

No.	Asumsi	(%)	NPV (Rp)	Net B/C	IRR (%)	PP (Tahun)
1.	Normal	-	36.230.109.107	4,02	109%	1
2.	Biaya Naik	210%	-137.829.138	0,99	11,5%	4,08
3.	Benefit Turun	56%	-473.030.067	0,96	10%	4,20
4.	Biaya Naik Benefit Turun	24% 49%	-41.473.470	1	11,9%	4,04

Berdasarkan Tabel 6 analisis sensitivitas pada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Skenario I pada asumsi biaya naik 210% didapatkan hasil NPV sebesar Rp-137.829.138, Net B/C 0,99, IRR 11,5%, dan PP 4,08 tahun hal tersebut berarti usaha cukup sensitif pada perubahan kenaikan biaya.
2. Skenario II pada asumsi benefit turun 56% didapatkan hasil NPV sebesar Rp-473.030.067, Net B/C 0.96, IRR 10% dan PP 4,20 tahun hal tersebut berarti usaha cukup sensitif pada perubahan benefit yang turun.
3. Skenario III pada asumsi biaya naik 24% dan benefit turun 49% didapatkan hasil NPV sebesar Rp-41.473.470, Net B/C 1, IRR 11,9% dan PP 4,04 tahun hal tersebut berarti usaha cukup sensitif pada perubahan kenaikan biaya dan benefit yang turun.

Penyebab tingkat sensitivitasnya dikatakan tidak terlalu sensitif tersebut dikarenakan bahan baku produksi mengalami kenaikan harga, kurang melakukan kegiatan promosi produk atau permintaan pasar menurun dan kualitas produk menurun. Oleh sebab itu solusi yang dapat diberikan agar tetap stabil dan baik adalah menjalankan kegiatan promosi baik *online* maupun *offline* dan menjaga kualitas produk sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Bauran pemasaran usaha ini menggunakan konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dengan udang vaname size 40-45 ekor per kg dengan kualitas yang baik dijual seharga Rp.78.000. Lokasi usaha tersebut menjadi tempat produksi pembesaran udang vaname dan tempat pemasaran produk karena pengepul datang langsung ke tempat usaha. Saluran pemasaran yang dilakukan dapat dikatakan efektif karena saluran pemasaran yang tidak terlalu panjang. Promosi pemasaran dilakukan melalui pengepul atau distributor, mendistribusikannya ke perantara atau distributor sekunder, dan meneruskannya ke pengecer. Biasanya, pengepul mengumpulkan hasil panen dari beberapa petani di satu atau lebih desa. Pemasaran dilakukan langsung dan tidak langsung. Kemudian yang kedua dilihat dari kelayakan usaha, secara jangka pendek menguntungkan dilihat dari hasil perhitungan penerimaan, keuntungan, R/C Ratio, BEP Unit dan BEP sales, dan RTC. Sedangkan, secara jangka panjang layak dilihat dari nilai NPV, Net B/C Ratio, IRR dan PP dalam keadaan normal. Analisis sensitivitas dilakukan dengan tiga skenario keadaan yaitu Skenario I (Biaya Naik), Skenario II (Benefit Turun) dan Skenario III (Biaya Naik Benefit Turun) dimana tingkat sensitivitasnya dikatakan tidak terlalu sensitif. Artinya, usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang dapat dikatakan layak dan menguntungkan untuk dikembangkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih kepada usaha pembesaran udang vaname (*Litopenaeus vannamei*) di PT. Mitra Raya Cemerlang dengan senang hati memberikan informasi yang relevan untuk bidang ini dan mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmarawati, L. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Produksi Perikanan Tangkap Menurut Kecamatan dan Subsektor di Kabupaten Probolinggo (ton) 2020*. Badan Pusat Statistik (BPS) Probolinggo. <https://probolinggokab.bps.go.id/statictable/2021/06/28/1183/produksi-perikanan-tangkap-menurut-kecamatan-dan-subsektor-di-kabupaten-probolinggo-ton-2020-.html>
- Hidayatullah., Fatihudin, D., & Salbiyah, S. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran Udang Vannamei bagi Petani Tambak di Desa Noreh Kecamatan Sresih Kabupaten Sampang. *BALANCE: Economic, Business*,

- Management, and Accounting Journal*, 13(2), 133-144.
<http://dx.doi.org/10.30651/blc.v13i02.1317>
- Ibrahim, J. T. (2020). *Metode penelitian sosial ekonomi pertanian* (Vol. 1). UMM Press.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Intyas, C. A., & Firdaus, M. (2020). Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi Di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *JFMR (Journal of Fisheries and Marine Research)*, 4(2), 214-221.
<http://dx.doi.org/10.21776/ub.jfmr.2020.004.02.5>
- Intyas, C. A., & Primyastanto, M. (2020). Marketing mix development analysis of preserved tongkol (*Euthynnus affinis*) on customer satisfaction in Malang, East Java, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 493, No. 1, p. 012043). IOP Publishing.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/493/1/012043>
- Intyas, C. A., Agus, T., & Mochammad, F. (2019). Financial feasibility analysis of small-scale fish smoking by fisherman in home industries. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 96(12), 175-181.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-12.22>
- Irmayani, Y. S., & Nispar, M. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Pembesaran Rumput Laut di Desa Mallasoro Kecamatan Bangkala Kabupaten Jenepono. *Jurnal Bisnis Perikanan*, 1(1), 17-28.
- Kandias, K., & Intyas, C. A. (2021). Sosialisasi Mutu Pada Industri Ikan Layur Kering Mawardi di Desa Weru Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *Grouper: Jurnal Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan*, 12(2), 47-54. <https://doi.org/10.30736/grouper.v12i2.92>
- Mas'ud, F & Hariyanto, S. (2015). Efisiensi Pemasaran Udang *Vannamei* (*Litopenaeus vannamei*) di Desa Kandangsemangkon Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur. *Grouper: Jurnal Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan*, 6(2), 1-10.
<https://doi.org/10.30736/grouper.v6i2.31>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 128-137.
<http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Musman, H. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Tambak Udang di Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 112-135.
- Nababan, E., Putra, I., & Rusliadi, R. (2015). Pemeliharaan Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) dengan Persentase Pemberian Pakan yang Berbeda. *Jurnal Ilmiah Perikanan dan Kelautan*, 3(2), 18-26.
- Pasaribu, R. K., Elfitasari, T., & Rejeki, S. (2017). Studi Analisa Usaha Pembesaran Udang *Vannamei* (*Litopenaeus vannamei*) Sistem Intensif Di

- Desa Pesantren, Kecamatan Ulujami, Pemalang. *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 6(4), 167-174.
- Primyastanto, M. (2016). *Evapro (Evaluasi Proyek): Teori dan Aplikasi pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat (Anguilla sp)*. Universitas Brawijaya Press.
- Primyastanto, M., Adi, C., Nurhabib, A., Khoiri, A., Intan, P. A. N., & Fahma, W. (2020). Analysis The Business Efficiency And Profitability Of Catfish (*Pangasius hypophthalmus*) In Tulungagung, East Java. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(4), 769-784. <https://doi.org/10.48080/jae.v17i4.436>
- Sa'adah, W., & Milah, K. (2019). Permintaan Udang Vannamei (*Litopenaeus vannamei*) di Kelompok Pembudidaya Udang At-Taqwa Paciran Lamongan. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 5(2), 243-251. <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v5i2.2222>
- Saputra, S. W., Solichin, A., Wijayanto, D., & Kurohman, F. (2011). Produktivitas dan kelayakan usaha tuna longliner di Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. *Jurnal Saintek Perikanan*, 6(2), 84-91.
- Soekartawi, A. S., Dillon, J. L., & Hardaker, J. B. (1986). Ilmu usahatani dan penelitian untuk pengembangan petani kecil. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Suryadi, Merdekawati, D., & Januarydy, U. (2021). Produktivitas Budidaya Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) Tambak Intensif di PT. Hasil Nusantara Mandiri Kelurahan Sungai Bulan Kecamatan Singkawang Utara. *NEKTON: Jurnal Perikanan Dan Ilmu Kelautan*, 1(2), 104-114. <https://doi.org/10.47767/nekton.v1i2.301>
- Tohir, N. C. (2012). Panduan Lengkap Menjadi Account Officer. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Triyanti, R., & Hikmah, H. (2015). Analisis kelayakan usaha pembesaran udang dan bandeng: studi kasus di Kecamatan Pasekan Kabupaten Indramayu. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 1(1), 1-10. <http://dx.doi.org/10.15578/marina.v1i1.1007>
- Wulandari, P. T. (2012). Analisis kelayakan finansial pengembangan usaha kecil menengah (UKM) nata de coco di Sumedang, Jawa Barat. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(02), 113-120. <https://doi.org/10.20885/ajie.vol1.iss2.art5>