

ANALISIS FINANSIAL USAHA PEMASARAN IKAN NILA DI DESA WARUKAPAS KECAMATAN DIMEMBE KABUPATEN MINAHASA UTARA

Josua Lenox Siby¹; Srie J. Sondakh²; Swenekhe S. Durand²; Jardie A. Andaki²; Djuwita R. R. Aling²; Grace O. Tambani²

¹Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi Manado, Indonesia

²Staff Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

Koresponden email: sriesondakh@unsrat.ac.id

Abstract

The potential for Indonesian aquaculture land is quite large, supported by Indonesia's natural conditions which have favorable physiographical diversity for aquaculture. The water temperature in the tropics is relatively high and stable throughout the year, allowing cultivation activities to take place throughout the year. Diverse landscape and coastal typologies provide opportunities for the development of diverse cultivation commodities. Warukapas Village is one of the tilapia producing villages. It was recorded that tilapia produced in 2010 amounted to 500 tons with an area of 15 ha.

Warukapas village is one of the tilapia producing villages. It was recorded that 500 tons of tilapia were produced in 2011 with an area of 15 ha. The tilapia business is one of the people's choices because tilapia is a type of commercial fish that is profitable.

The purpose of this study was to determine the financial feasibility of the tilapia marketing business which is a community business in Warukapas Village, Dimembe District, North Minahasa Regency and the benefits obtained in this study are to provide information on the feasibility of the tilapia business, and can be initial data for future research development. as well as providing insight into knowledge for writers about the feasibility of tilapia business in the village of Warukapas.

Methods in data collection using purposive sampling method. The data collected consists of primary data and secondary data. Furthermore, financial analysis, namely Operating Profit, Net Profit, Profit Rate, Benefit Cost Ratio, Profitability, Break Event Point.

The results of the study show that the marketing of tilapia in Warukapas Village has a marketing chain that starts from fish farmers to collecting traders after which it is distributed to consumers. The results of the feasibility analysis of tilapia marketing business in Warukapas Village through calculations, namely the value of Operating Profit gets a result of IDR 156,782,000, the value of Net Profit is IDR 149,248,167, Profit Rate gets a percentage of 504%, BCR value shows 6.04 indicating that the business is feasible to run, Profitability shows a value of 382% including the very good category, BEP or break-even point which includes Sales BEP of Rp. 8,593,399.11, and the unit BEP value is 245.525 birds. So the results given through calculations using existing financial analysis tools show that the tilapia marketing business in Warukapas Village is very feasible to run

Keywords: financial analysis; tilapia fish; Warukapas Village

Abstrak

Potensi lahan perikanan budidaya Indonesia cukup besar didukung oleh kondisi alam Indonesia yang mempunyai keragaman fisiografis menguntungkan untuk akuakultur. Temperatur air wilayah tropis relatif tinggi dan stabil sepanjang tahun memungkinkan kegiatan budidaya berlangsung sepanjang tahun. Tipologi bentang lahan dan pesisir yang beragam memberi peluang untuk pengembangan komoditas budidaya yang beragam. Desa Warukapas merupakan salah satu Desa penghasil ikan nila. Tercatat ikan nila yang di produksi pada tahun 2010 sebesar 500-ton dengan luas areal sebesar 15 ha.

Desa Warukapas merupakan salah satu desa penghasil ikan nila. Tercatat ikan nila yang di produksi pada tahun 2011 sebanyak 500-ton dengan luas areal sebesar 15 ha. Usaha ikan nila menjadi salah satu pilihan masyarakat di karenakan ikan nila merupakan salah satu jenis ikan komersial yang menguntungkan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan finansial dari usaha pemasaran ikan nila yang menjadi usaha masyarakat di Desa Warukapas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara serta manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah memberikan informasi layak tidaknya usaha ikan nila, dan bisa menjadi data awal untuk pengembangan penelitian dikemudian hari serta memberikan wawasan pengetahuan bagi penulis tentang kelayakan usaha ikan nila di desa Warukapas.

Metode dalam pengambilan data menggunakan metode purposive sampling. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder. Selanjutnya, menganalisis finansial yaitu *Operating Profit, Net Profit, Profit Rate, Benefit Cost Ratio, Rentabilitas, Break Event Point.*

Hasil dari penelitian bahwa pemasaran ikan nila di Desa Warukapas memiliki rantai pemasaran yang dimulai dari Petani Ikan ke pedagang pengumpul setelah itu disalurkan ke konsumen. Hasil analisis kelayakan usaha pemasaran ikan nila di Desa Warukapas melalui perhitungan yaitu nilai *Operating Profit* mendapatkan hasil sebesar Rp

156.782.000, nilai dari *Net Profit* sebesar Rp Rp 149.248.167, *Profit Rate* mendapatkan persentase sebesar 504%, nilai BCR menunjukkan 6,04 menandakan bahwa usaha tersebut layak dijalankan, Rentabilitas menunjukkan nilai 382% termasuk kategori baik sekali, BEP atau titik impas yang meliputi BEP Penjualan sebesar Rp. 8.593.399,11, dan nilai BEP satuan sebesar 245,525 ekor. Maka dengan hasil yang diberikan lewat perhitungan menggunakan alat analisis finansial yang ada menunjukkan bahwa usaha pemasaran ikan nila di Desa Warukapas sangat layak untuk dijalankan.

Kata kunci: analisis finansial; ikan nila; Desa Warukapas

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang wilayahnya didominasi oleh laut. Wilayah laut yang luas menjadi peluang besar bagi Indonesia terutama di sektor pariwisata dan sektor perikanan. Sumber daya laut yang beragam dan melimpah dapat mendorong ekonomi di Indonesia, baik itu dari penjualan sumberdaya perikanan ke pasar internasional, maupun keindahan laut dan pantai yang dapat menjadi objek wisata. Perikanan terbagi atas perikanan air laut, perikanan air payau dan perikanan air tawar (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2020).

Potensi lahan perikanan budidaya Indonesia cukup besar didukung oleh kondisi alam Indonesia yang mempunyai keragaman fisiografis menguntungkan untuk akuakultur. Temperatur air wilayah tropis relatif tinggi dan stabil sepanjang tahun memungkinkan kegiatan budidaya berlangsung sepanjang tahun. Tipologi bentang lahan dan pesisir yang beragam memberi peluang untuk pengembangan komoditas budidaya yang beragam (Nurdjanah dan Rakhamawati, 2006).

Provinsi Sulawesi Utara merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi perikanan yang cukup besar. Provinsi ini telah menjadikan hasil usaha perikanan dan kelautan sebagai salah satu produk unggulan untuk memacu peningkatan pendapatan asli daerah. Dari data lalu lintas ekspor, selama 2020 nilai ekspor komoditas perikanan Provinsi Sulawesi Utara mencapai 132,6 juta dolar AS atau setara Rp 1,9 triliun, dengan total volume 24,1 juta kilogram. Produk perikanan Sulawesi Utara telah diekspor ke 29 negara. Adapun komoditas perikanan yang rutin dikirim di antaranya *fresh* tuna, *frozen* tuna, lobster air tawar, ikan betutu, dan salah satunya yaitu ikan nila (Kenanga, 2012).

Desa Warukapas merupakan salah satu desa penghasil ikan nila. Tercatat ikan nila yang di produksi pada tahun 2011 sebanyak 500 ton dengan luas areal sebesar 15 ha (Statistik Desa Warukapas, 2011). Usaha ikan nila menjadi salah satu pilihan masyarakat di karenakan ikan nila merupakan salah satu jenis ikan komersial yang menguntungkan, hal inilah yang membuat penulis ingin mencari tahu apakah layak atau tidaknya usaha ini di lakukan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Nursalam, (2016) studi kasus merupakan suatu penelitian yang mencakup pengkajian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat dan karakter yang ada dari suatu kasus, dengan kata lain bahwa studi kasus memusatkan perhatian pada suatu kasus secara rinci dan intensif.

Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengumpulan sampel

dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016). Alasan menggunakan metode *purposive sampling* ini karena sesuai untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dengan usaha pemasaran ikan nila yang berada di Desa Warukapas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. Adapun yang disebut sebagai responden diperoleh dengan cara mengambil sampel dari jumlah keseluruhan masyarakat yang mempunyai usaha pemasaran ikan nila di Desa Warukapas yang berjumlah 10 orang kemudian dilakukan wawancara dengan bantuan kuisioner.

Analisis Data

Data penelitian akan diolah secara deskriptif kualitatif yang merupakan pengolahan data melalui pertimbangan-pertimbangan logika dengan pembahasan penulisan yang sistematis dan data ini tidak berbentuk angka dan deskriptif kuantitatif merupakan pengolahan data yang berbentuk angka dengan menggunakan perhitungan.

Alat bantu analisis menurut Suwarsono (2000) yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Operating Profit (OP)

$$OP = TR - VC$$

Di mana:

OP = Keuntungan Usaha

TR = *Total Revenue* atau Total Penerimaan

VC = *Variable Cost* atau Biaya Tidak Tetap

b. Net Profit (NP)

$$\pi = TR - TC$$

Di mana:

π = *Net Profit* (Keuntungan Absolut)

TR = *Total Revenue* atau Total Penerimaan

TC = *Total Cost* atau Biaya Total

c. Profit Rate (PR)

$$PR = \frac{\pi}{TC} \times 100\%$$

Di mana:

PR = *Profit Rate* atau Tingkat Keuntungan

π = *Net Profit* atau Keuntungan Absolut

TC = *Total Cost* atau Biaya Total

d. Benefit Cost Ratio (BCR)

$$BCR = \frac{TR}{TC}$$

Di mana:

BCR = *Benefit Cost Ratio*

TR = *Total Revenue* atau Total Penerimaan

TC = *Total Cost* atau Biaya Total

e. Rentabilitas

$$R = \frac{\pi}{I} \times 100\%$$

Di mana:

R = Rentabilitas

π = *Net Profit* atau Keuntungan Absolut

I = Investasi

f. Break Even Point (BEP)

$$\text{BEP Penjualan} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{TR}}$$

$$\text{BEP Satuan} = \frac{\text{BEP Penjualan}}{\text{Harga Satuan}}$$

Dimana:

FC = *Fix Cost* atau Biaya Tetap

VC = *Variable Cost* atau Biaya Tidak Tetap

TR = *Total Revenue* atau Total Penerimaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Desa Warukapas

Desa Warukapas adalah salah satu desa yang termasuk dalam Kecamatan Dimembe, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Desa warukapas memiliki jarak tempuh 15 menit dari pusat pemerintahan ibukota di Airmadidi. Batas-batas wilayah dari Desa Warukapas yaitu:

- Sebelah Utara: Desa Tatelu
- Sebelah Selatan: Desa Dimembe
- Sebelah Barat: Desa Talawaan
- Sebelah Timur: Desa Klabat

Desa Warukapas memiliki sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan masyarakat. Fasilitas tempat ibadah seperti Gereja dan Mesjid, tempat belajar atau sekolah dan layanan kesehatan. Sarana dan Prasarana yang ada ini tentu dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan layanan dengan mudah. Sarana dan Prasarana di Desa Warukapas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Sarana Prasarana Desa Warukapas

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah Unit	Keterangan
1.	Kantor Desa	1	Permanen
2.	Balai Desa	1	Permanen
3.	Lembaga Pendidikan	4	PAUD (2) TK (1) SD (2)
4.	Lembaga Kesehatan	1	Posyandu
5.	Tempat Ibadah	8	Gereja (7) Mesjid (1)

Sumber: Data primer

Pada Tabel 1, dijelaskan Desa Warukapas memiliki kantor desa dengan keadaan bangunan yang permanen, juga balai yang dapat memfasilitasi masyarakat untuk mengadakan kegiatan desa dalam ruangan. Desa ini juga memiliki 2 PAUD, 1 TK dan 2 SD yang menjadi Lembaga Pendidikan, 1 Pos Pelayanan Terpadu (POSYANDU) sebagai Lembaga Kesehatan, dan 8 tempat ibadah 7 Gereja dan 1 Mesjid.

Penduduk Desa Warukapas berjumlah 3048 jiwa terdiri dari 969 Kepala Keluarga (KK). Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah Penduduk Desa Warukapas

No.	Penduduk	Jumlah
1.	Laki-laki	1539
2.	Perempuan	1509
Jumlah		3048

Sumber: Kantor Desa Warukapas (2022)

Pada Tabel 2 terlihat bahwa jumlah penduduk yaitu 3048 dengan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan hampir seimbang karena hanya berbeda 30 orang. Laki-laki berjumlah 1539 orang dan perempuan berjumlah 1509 orang.

Kebutuhan hidup harus selalu dipenuhi setiap harinya. Seseorang akan mencari dan melakukan pekerjaan yang menghasilkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan setiap orang pun berbeda-beda sesuai dengan kemampuan dan keahlian masing-masing. Mata pencaharian masyarakat yang ada di Desa Warukapas berbeda-beda.

Tabel 3 Pekerjaan Penduduk Desa Warukapas

No.	Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Petani	165
2.	Guru	21
3.	PNS	56
4.	Wiraswasta	5
5.	Pembudidaya Ikan	10
6.	Pegawai	103
7.	Penambang	219
8.	Tukang Ojek	18
Jumlah		604

Pada Tabel 3, terlihat bahwa jumlah penduduk menurut pekerjaan yang paling banyak adalah penduduk yang berprofesi atau bekerja sebagai penambang yaitu 219 orang dan yang paling sedikit adalah sebagai wiraswasta yaitu 5 orang. Kepala keluarga di Desa Warukapas berjumlah 969 orang namun yang memiliki pekerjaan tetap berjumlah 604 orang sedangkan yang lainnya bekerja secara tidak menentu atau bekerja serabutan.

Keadaan Umum Usaha Pemasaran Ikan Nila

Desa Warukapas merupakan salah satu Desa di Kabupaten Minahasa Utara yang mempunyai potensi lahan kolam yang cukup luas. Usaha Pemasaran ikan nila merupakan usaha yang umumnya dilakukan oleh masyarakat di desa Warukapas. Desa Warukapas menjadi desa penghasil ikan budidaya air tawar dengan luas areal sebesar 65 ha. Komoditi ikan yang di produksi pada tahun 2010 ikan mas (*Cyprinus carpio*) sebesar 150 ton dengan luas areal sebesar 50 ha dan ikan nila (*oreochromis niloticus*) sebesar 500 ton dengan luas areal sebesar 15 ha (Monografi Desa Warukapas, 2022). Pada desa Warukapas, terdapat masyarakat yang berprofesi sebagai pembudidaya ikan dengan jumlah 10 orang. Usaha budidaya ikan air tawar dipilih menjadi sumber pendapatan dengan alasan kualitas air yang baik untuk kegiatan budidaya dan lahan yang memadai untuk mendukung usaha ini.

Keadaan Umum Responden

Tabel 4 Keadaan Umum Responden

R	Umur (Thn)	Tanggungjawab Keluarga (Org)	Pendidikan	Lama Usaha (Thn)
1.	32	4	SD	3
2.	50	2	SMA	7
3.	58	2	SMA	25

1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku dan fisik seseorang. Seseorang yang menjalani hidup secara normal dapat diasumsikan bahwa semakin lama hidup maka pengalaman semakin banyak, pengetahuan semakin luas, keahliannya semakin mendalam dan kearifannya semakin baik dalam pengambilan

keputusannya. Umur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan. Menurut Badan Pusat Statistik, mereka yang masuk dalam golongan usia 15-65 tahun termasuk dalam usia produktif tenaga kerja.

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja dan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja akan berpengaruh karena justru semakin pengalaman. Pengalaman seseorang dalam berusaha berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Bagi yang mempunyai pengalaman yang sudah cukup lama akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada pemula (Tarigan, 2009).

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan satu hal yang berpengaruh terhadap pengetahuan seseorang dan kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah pendidikan formal yang didapat oleh responden melalui bangku sekolah yaitu Tidak Tamat Sekolah Dasar, Tamat Sekolah Dasar, Tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama, Tamat Sekolah Lanjutan Atas dan Perguruan Tinggi.

Pendidikan merupakan wadah fungsional dalam menunjang keberhasilan usaha baik itu usaha individu maupun kelompok. Tingkat pendidikan selain membentuk kepribadian yang luhur, juga membantu pola pikir Jadi, memang benar bahwa masalah pendidikan pada pelaku usaha perikanan di pelbagai usaha apapun , sangatlah penting untuk menunjang pola pikir mereka dalam penentuan untung ruginya usaha ataupun dalam menentukan maju mundurnya suatu usaha (Wullur, 2015).

3. Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga sangat berpengaruh untuk perencanaan dan pengambilan keputusan dalam pengelolaan suatu usaha.

Tanggungan adalah orang atau orang-orang yang masih berhubungan keluarga atau masih dianggap berhubungan keluarga serta hidupnya pun ditanggung (Halim, 2005). Jumlah tanggungan adalah banyaknya jumlah jiwa (anggota rumah tangga) yang masih menempati atau menghuni satu rumah dengan kepala rumah tangga, serta masih menjadi beban tanggungan rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

4. Lama Usaha

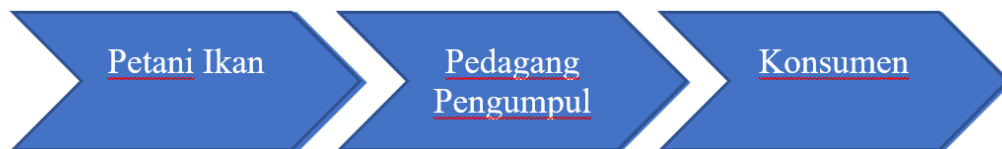
Tabel 4 pada lajur lama menjalankan usaha bisa di jelaskan bahwa terdapat variasi lama menjalankan usaha dari tiga responden di antaranya 3 tahun, 7 tahun dan 25 tahun. Perbedaan yang di dapatkan dari ke tiga responden ini dimana secara kasat mata dapat terlihat bahwa responden yang baru menjalankan usaha 3 tahun dan 7 tahun sibuk mencari pasar atau belum punya pelanggan tetap atau bisa dikatakan pelanggannya masih tidak tetap , sedangkan responden yang menjalankan usaha 25 tahun kemampuan dan pengalaman mereka sudah tidak di ragukan lagi karena konsumen atau pelanggan sudah mengenal dan sudah menjadi pelanggan tetap.

Semakin lama usaha mereka, maka semakin berpengalaman para pembudidaya ikan nila memasarkan produk mereka dan berdampak pada hasil yang mereka peroleh bisa lebih baik dan kebutuhan ekonomi keluarga dapat terpenuhi. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Zahara, 2020) bahwa semakin lama seseorang bertekun dalam melakukan

usaha maka kemampuan dan pengalaman mereka akan semakin bertambah sehingga semakin tinggi potensi keuntungan yang mereka dapatkan.

Pemasaran Ikan Nila

Pemasaran merupakan penyaluran barang atau hasil dari produsen ke konsumen yang membutuhkan. Hasil dari penelitian ini bahwa pemasaran ikan nila yang ada di Desa Warukapas menciptakan suatu rantai pemasaran yang dimulai dari Petani ikan sampai pada konsumen akhir. Rantai pemasaran untuk produk-produk perikanan umumnya bersifat sederhana dikarenakan untuk memperkecil biaya pemasaran dan memperbesar keuntungan yang diterima nelayan maupun lembaga pemasaran penyalur dengan tidak merugikan konsumen. Rantai pemasaran dari ikan nila dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Rantai Pemasaran Ikan Nila

Berdasarkan pada gambar 1 bahwa rantai pemasaran dimulai dari petani ikan yang melakukan pembudidayaan ikan nila terlebih dahulu. Setelah ikan nila di budidaya dan di besarkan di kolam petani ikan selanjutnya di tangkap dan dikirim di tempat pedagang pengumpul.

Proses pengiriman ikan nila dari petani ikan ke pedagang pengumpul di lakukan dengan cara di masukan ke dalam box/keranjang dan di antar menggunakan mobil *pick up*. Ikan nila yang dijual kepada pedagang pengumpul memiliki harga beli yang sudah ditentukan oleh pedagang pengumpul itu sendiri dan dari pengumpul dijual ke konsumen.

Struktur Biaya Usaha Ikan Nila

Biaya merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Biaya yang dikeluarkan menjadi patokan untuk menentukan harga pada produk yang akan dipasarkan. Pengusaha berharap hasil penjualan/pendapatan dapat menutup biaya yang dikeluarkan bahkan bisa mendapatkan keuntungan.

1. Biaya Investasi

Biaya Investasi merupakan dana awal untuk menjalankan suatu usaha. Biaya investasi yang dikeluarkan dalam usaha ikan nila terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Biaya Investasi

No.	Uraian	Unit	Biaya (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Jaring Tangkapan	9	50.000	450.000
2.	Pipa	4	75.000	300.000
3.	Timbangan Duduk	7	464.000	3.250.000
4.	Kolam	3	11.000.000	33.000.000
5.	Keranjang	15	170.000	2.055.000
Total Biaya Investasi				39.055.000

Sumber: Data Primer, Desember 2022

Data pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa biaya investasi yang paling banyak di keluarkan yaitu pengadaan kolam penampungan ikan nila sebesar Rp. 11.000.000 sedangkan biaya investasi yang paling kecil yaitu pembelian jarring tangkapan senilai Rp. 50.000.

2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah selama proses produksi itu berjalan. Biaya ini akan tetap di keluarkan walaupun tidak ada kegiatan ataupun aktifitas dalam usaha tersebut. Biaya tetap pada usaha pemasaran ikan nila dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Tetap Per Tahun

No.	Uraian	Umur Ekonomi	Biaya penyusutan (Rp)	Biaya Perawatan (*10%/thn (RP)	Jumlah (Rp)
1.	Jaring Tangkapan	3 thn	150.000	45.000	195.000
2.	Pipa	5 thn	60.000	30.000	90.000
3.	Timbangan Duduk	3 thn	1.083.333	325.000	1.408.333
4.	Keranjang	3 thn	685.000	205.500	890.500
5.	Kolam	20 thn	1.650.000	3.300.000	4.950.000
Total biaya tetap 3 responden					7.533.833

Sumber: Data Primer, Desember 2022

Berdasarkan data pada Tabel 6 dilihat bahwa biaya yang tertinggi yang dikeluarkan dalam usaha ini adalah biaya penyusutan dari kolam penampungan ikan yaitu sebesar Rp. 1.650.000 dan biaya yang terendah adalah biaya penyusutan dari pipa yaitu sebesar Rp. 60.000.

3. Biaya Tidak Tetap (*Variable Cost*)

Biaya tidak tetap adalah biaya yang berubah sepanjang proses produksi berlangsung, jenis biaya ini difungsikan untuk melengkapi biaya tetap dan bersifat dinamis. Biaya tidak tetap dari usaha pemasaran ikan nila dapat di lihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Biaya Tidak Tetap Per Tahun

No.	Uraian	Jumlah	Harga
1.	Listrik	1 bulan x 100.000 x 4 x 12	1.200.000
2.	Air	1 bulan x 45.000 x 4 x 12	540.000
3.	Kantong Plastik	6 pak x 23.000 x 4 x 12	1.656.000
4.	Karung Pak Ukuran 70	2 pak x 105.000 x 4 x 12	2.520.000
5.	Isi oksigen	1 Kubik x 60.000 x 4 x 12	1.440.000
Total Biaya Tidak Tetap			22.068.000

Sumber: Data Primer, Desember 2022

4. Biaya Total (*Total Cost*)

Total biaya merupakan penjumlahan dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Total biaya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Total Biaya

No.	Uraian	Harga (Rp)
1.	Biaya Tetap	7.533.833
2.	Biaya Tidak Tetap	22.068.000
Total Cost		29.601.833

Sumber: Data Primer, Desember 2022

Pendapatan atau Total Penerimaan

Menjalankan suatu usaha, pengusaha mengharapkan pendapatan yang lebih atau keuntungan yang besar dari usaha yang dijalankan. Total penerimaan dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Total Penerimaan

No.	Hasil Tangkapan		Produksi	Harga jual (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
	Nama Ikan	Nama Ilmiah	Rata-rata Per Tahun (Kilogram)		
1	Ikan Nila	<i>Oreochromis niloticus</i>	5.110	35.000	178.850.000
Total Penerimaan					178.850.000

Sumber: Data Primer, Desember 2022

Data pada Tabel 9 menunjukkan bahwa dalam setahun rata-rata ikan nila yang di jual sekitar 5.110kg dengan harga per kilogram Rp. 35.000 dengan total penerimaan dalam setahun berjumlah 178.850.000.

Analisis Finansial

Mengetahui keuntungan dari usaha pemasaran ikan nila di Desa Warukapas, maka hal yang harus diidentifikasi seluruh biaya yang di keluarkan dan pendapatan yang diterima. Besarnya investasi, biaya tetap (FC), biaya tidak tetap (VC), biaya Total (TC) dan total penerimaan (TR) dapat dilihat dari Tabel 10.

Tabel 10. Investasi, Biaya Tetap, Biaya Tidak Tetap, Biaya Total, dan Total Penerimaan

Uraian	Rata-rata (Per Tahun)
Investasi (I)	39.055.000
Biaya tetap (FC)	7.533.833
Biaya tidak tetap (VC)	22.068.000
Total Biaya (TC)	29.601.833
Pendapatan/Total penerimaan (TR)	178.850.000

Sumber: Data Primer, Desember 2022

1. Operating Profit (OP)

$$\begin{aligned} OP &= TR - VC \\ &= \text{Rp } 178.850.000 - \text{Rp } 22.068.000 \\ &= \text{Rp } 156.782.000 \end{aligned}$$

Dapat dilihat bahwa *operating profit* dari usaha ikan nila yaitu sebesar Rp156.782.000 ini merupakan keuntungan dari usaha tersebut dan dapat digunakan untuk biaya produksi berikutnya.

2. Net Profit (π)

$$\begin{aligned} \pi &= TR - TC \\ &= \text{Rp } 178.850.000 - \text{Rp } 29.601.833 \\ &= \text{Rp } 149.248.167 \end{aligned}$$

Net profit atau keuntungan absolut dari usaha ikan nila adalah Rp.149.248.167. Keuntungan ini menggambarkan bahwa usaha pemasaran ikan nila ini dijamin keberlangsungannya karena hasil menunjukan angka yang positif.

3. Profit Rate (Tingkat Keuntungan)

$$\begin{aligned} PR &= \frac{\pi}{TC} \times 100\% \\ &= \frac{149.248.167}{29.601.833} \times 100\% \\ &= 504\% \end{aligned}$$

Tingkat keuntungan menunjukan usaha tersebut memberikan keuntungan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan. Tingkat keuntungan yang di dapat pada usaha ikan nila yaitu 504% yang berarti usaha yang dijalankan mendatangkan keuntungan.

4. Benefit Cost Ratio (BCR)

$$\begin{aligned} \text{BCR} &= \frac{\text{TR}}{\text{TC}} \\ &= \frac{178.850.000}{29.601.833} \\ &= 6,04 \end{aligned}$$

BCR yang didapat yaitu sebesar 6,04 itu berarti usaha ini layak untuk dijalankan, karena nilai BCR > 1.

5. Rentabilitas

$$\begin{aligned} R &= \frac{\pi}{I} \times 100\% \\ &= \frac{149.248.167}{39.055.000} \times 100\% \\ &= 382\% \end{aligned}$$

Besarnya rentabilitas pada usaha pemasaran ikan nila yaitu sebesar 382% menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan termasuk dalam kategori baik sekali karena > 100%.

6. Break Even Point (BEP)

$$\begin{aligned} \text{BEP Penjualan} &= \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{VC}}{\text{TR}}} \\ &= \frac{7.533.833}{1 - \frac{22.068.000}{178.850.000}} \\ &= \frac{7.533.833}{1 - 0,1233} \\ &= \frac{7.533.833}{0,8767} \\ &= \text{Rp.8.593.399,11} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BEP Satuan} &= \frac{\text{BEP Penjualan}}{\text{Harga Satuan}} \\ &= \frac{8.593.399,11}{35.000} \\ &= 245,525 \text{ ekor} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil analisis yang didapat yaitu BEP penjualan sebesar Rp.8.593.399,11 yang menunjukkan bahwa titik impas dari usaha pemasaran ikan nila dan BEP satuan sebesar 245,525 ekor.

Tabel 11. Hasil analisis Data

No.	Keterangan	Hasil
1.	Operating Profit	Rp 156.782.000
2.	Net Profit	Rp 149.248.167
3.	Profit Rate	504%
4.	Benefit Cost Ratio	6,04
5.	Rentabilitas	382%
6.	BEP Penjualan	Rp.8.593.399,11
	BEP Satuan	245,525 ekor

Sumber: Data Primer, Diolah, Desember 2022

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemasaran ikan nila yang ada di Desa Warukapas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara memiliki rantai pemasaran dari petani ikan ke pedagang pengumpul sampai pada konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis finansial dapat di simpulkan bahwa usaha pemasaran ikan nila di Desa Warukapas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara sangat layak untuk di jalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2015. Saluran Pemasaran Dan Efisiensi Biaya Serta Pendapatan Usahatani Tembakau Terhadap Kontribusi Pendapatan Keluarga Di Desa Brani Kulon Probolinggo. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Jember. Jember.
- Akbar, P.S., & Usman. 2008. Pengantar Statistika. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar, S. 2015. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Badan Pusat Statistik. 2020. <https://www.bps.go.id/klasifikasi/app/view/kbli2020/03213>. Diakses tanggal 20 Oktober pukul 20.20 Wita.
- Emawati. 2007. Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha dagang tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Propinsi Banten). Sosial ekonomi pertanian. Jakarta
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2021. <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/6035fc0516b61/dari-cupang-hingga-arwana-potensi-besar-bisnis-ikan-hias-indonesia>. Diakses tanggal 17 Oktober 2021 19.21 Wita.
- Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, 2018. Data Rujukan Wilayah Kelautan Indonesia. <https://maritim.go.id/menko-maritim-luncurkan-data-rujukan-wilayah-kelautan-indonesia/>. Diakses tanggal 2 Januari 2022 21.30 Wita.
- Kenanga, D, T. 2012. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Perikanan Tangkap dengan Kapal Motor – Studi Kasus Kota Bitung. Skripsi Fakultas Ekonomi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Kotler, P. 1999. Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Keenam. CV Intermedia: Jakarta.
- Kotler, P. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga: Jakarta
- Lestari, W. 2016. Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga PNS Guru SD di Kecamatan Kota Anyar Kabupaten Probolinggo. Artikel. Universitas Brawijaya. Malang.
- Monografi Desa Warukapas. 2022.
- Narimawati, U. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media
- Nurdjanah dan Rakhmawati, 2006. Potensi lahan perikanan budidaya Indonesia
- Nursalam. 2016. Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan. Jakarta: Selemba Medika.
- Rahardi dan Hartono. 2003. Agribisnis Peternakan. Penebar Swadaya: Jakarta. Stanton, W., J. 2003. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh. Erlangga: Surabaya
- Suswarsono., 2000. Studi Kelayakan Proyek. Yogyakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 1999. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty: Yogyakarta
- Syamsudin dan Lukman, 2001. Manajemen Keuangan Perusahaan. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.