

ANALISIS PROFITABILITAS PADA UD BINTANG JAYA DESA PANGKAH KULON, KECAMATAN UJUNGPANGKAH, KABUPATEN GRESIK, JAWA TIMUR

PROFITABILITY ANALYSIS AT UD BINTANG JAYA PANGKAH KULON, UJUNGPANGKAH, GRESIK DISTRICT, JAWA TIMUR

Dimas Rizky Pradana^{1*}, Candra Adi Instyas¹

¹Prodi Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya Jl. Veteran, Ketawanggede, Lowokwaru, Malang, Jawa Timur, Fakultas Perikanan Universitas Brawijaya

*Corresponding Author: dimasrizkip@student.ub.ac.id

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah negara maritim yang memiliki wilayah laut lebih besar dari pada daratan. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh ukm di Indonesia adalah lemahnya kemampuan manajerial terutama manajerial pemasaran. Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang memiliki potensi usaha terutama dibidang perikanan karena lokasi yang berada di dekat garis pantai. PKM ini dilaksanakan di UD Bintang Jaya Desa Pangkah Kulon, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur selama 1 bulan yaitu pada tanggal 15 Juli – 22 Agustus 2020. Tujuan dari PKM ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari : profil usaha, aspek manajemen, aspek teknis, aspek pemasaran, analisis profitabilitas serta faktor pendukung dan pengambahat usaha UD Bintang Jaya. Metode yang digunakan adalah dengan deskriptif kualitatif dan kuantitatif, menggunakan metode pengambilan sampel non probability sampling serta analisis data yang digunakan menggunakan analisis finansial jangka pendek. Hasil dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa usaha UD Bintang Jaya masih menerapkan sistem manajerial yang sederhana, pemasaran yang masih kurang optimal karena hanya mengandalkan pemsaran offline serta sarana dan prasarana yang masih perlu ditambah serta perlu modernisasi. Analisis profitabilitas usaha dilakukan dengan pendekatan penerimaan, keuntungan, BEP, Rentabilitas, R/C ratio, RTC dan REC. Hasil Analisis profitabilitas pada kegiatan usaha UD Bintang Jaya diperoleh R/C Ratio sebesar 1,89 dan rentabilitasnya sebesar 88,99% serta dilihat dari nilai RTC memiliki nilai sebesar 35,28% dan REC nya memiliki nilai 36,87% dimana nilai ini lebih besar dari suku bunga bank. Sehingga dapat dikatakan bahwa usaha pada UD Bintang Jaya layak

Kata kunci: manajemen; pemasaran; profitabilitas; gresik

ABSTRACT

One of the problems faced by SMEs in Indonesia is the weak managerial ability, especially managerial marketing. Gresik Regency is an area that has business potential, especially in the fisheries sector because of its location near the coastline. This PKM was held at UD Bintang Jaya, Pangkah Kulon Village, Ujung Pangkah District, Gresik Regency, East Java Province for 1 month, namely on 15 July - 22 August 2020. The purpose of this PKM is to find out and study: business profiles, management aspects, technical aspects, marketing aspects, profitability analysis as well as supporting and enhancing factors of UD Bintang Jaya's business. The method used is descriptive qualitative and quantitative. The results of this activity can be concluded that UD Bintang Jaya's business still applies a simple managerial system, marketing is still not optimal because it only relies on offline marketing and facilities and infrastructure that still need to be added and need modernization. The analysis of business profitability is carried out using the revenue, profit, BEP, Profitability, R / C ratio, RTC and REC approaches. The analysis results show that UD Bintang Jaya's business is feasible.

Keywords: management; marketing; profitability; gresik

PENDAHULUAN

Kabupaten Gresik merupakan salah satu wilayah yang memiliki letak dekat dengan pantai dimana dikelilingi oleh pantai dan memiliki potensi perikanan yang baik. Lokasi Kabupaten Gresik terletak di sebelah barat laut Kota Surabaya yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.191,25 km² yang mana terbagi dalam beberapa 18 kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan. Secara geografis wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112° sampai 113° Bujur Timur dan 7° sampai 8° Lintang Selatan dan merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 sampai 12 meter diatas permukaan laut dengan batas wilayah sebagai berikut: sebelah utara laut jawa, sebelah timur Selat Madura dan Surabaya, sebelah Selatan Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Mojokerto dan sebelah Barat adalah Kabupaten Lamongan (BPS, 2020).

Keadaan perikanan Kecamatan Ujungpangkah periode Januari sampai Desember tahun 2018 dibedakan kedalam 4 jenis menurut sub sektor perikanan yaitu, penangkapan di laut, tambak payau, tambak tawar, dan perairan umum. Tercatat pada pada sub sektor tambak payau memiliki nilai paling besar yaitu 9.158,73 ton atau setara dengan 65,03%, hal ini disebabkan karena sebagian besar wilayah sekitar Kecamatan Ujung Pangkah berada dekat pantai yang dimanfaatkan untuk melakukan budidaya tambak payau seperti keramba jaring apung, tambak payau tradisional. Sedangkan pada sub sektor perairan umum memiliki nilai paling sedikit yaitu 18,34 ton atau sebesar 0,14%. Hal ini dikarenakan wilayah perairan umum di daerah kecataman Ujung Pangkah telah banyak di manfaatkan untuk lahan budidaya (Data Statistik Perikanan Kabupaten Gresik, 2020).

Letak Kabupaten Gresik yang berdekatan dengan pantai membuat keadaan perikanan Kabupaten Gresik khususnya Kecamatan Ujungpangkah memiliki potensi yang bagus. Menyebabkan banyak warga sekitar kecamatan Ujungpangkah memanfaatkan kondisi tersebut untuk melakukan budidaya dan muncul UKM-UKM yang memproduksi produk perikanan (BPS, 2020).

Tidak dapat dipungkiri bahwasannya saat ini UKM telah secara efektif menjadi *safety value* ekonomi dalam suatu negara. Penerimaan ekspor suatu negara juga tidak lepas dari kontribusi sebuah UKM. Meskipun kontribusi yang diberikan UKM masih dapat dikatakan lebih kecil daripada kontribusi usaha besar lain. Tidak hanya

P-ISSN 2086 – 8480 / E-ISSN 2716-2702

penerimaan ekspor saja UKM juga memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Pertumbuhan ekonomi disuatu negara secara bersama-sama dapat dipengaruhi oleh kedua hal tersebut yaitu jumlah unit usaha dan ekspor UKM. Dalam meningkatkan perkembangan UKM dapat melalui penerapan sistem manajerial yang baik dan pemasaran yang baik dan efisien untuk mencapai tujuan (Nasution & Lubis, 2018).

Manajemen merupakan kegiatan merencanakan (*planning*), menggerakkan (*organizing*), memimpin (*leading*), dan mengendalikan (*controlling*) para karyawan atau anggota organisasi dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara bersama. Sumberdaya yang dimaksud adalah segala aset yang dimiliki oleh organisasi baik itu manusianya, keterampilan, pengalaman, pengetahuan, loyalitas pegawai atau anggota dan pelanggan maupun peralatan, bahan mentah, teknologi, modal finansial, hak paten serta citra organisasi (Suprihanto, 2014).

Asset diatas seperti, hak paten dan citra organisasi, keterampilan dan lain-lain dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang salah satunya adalah pada bidang pemasaran khususnya pada pemasaran perikanan. Pemasaran ikan merupakan kegiatan yang sangat penting di sektor perikanan sebagai rangkaian mata rantai agribisnis perikanan yang terdiri dari rantai pra produksi, rantai produksi, rantai pasca produksi. Kegiatan pemasaran dapat menciptakan berbagai kegunaan (*utility*), yaitu kegunaan tempat (*place utility*) melalui proses distribusi, kegunaan waktu (*utility time*) dan bentuk (*form utility*) melalui kegiatan *processing*, kegunaan milik (*possession utility*) melalui kegiatan *selling and buying*. Semua kegiatan pemasaran dapat meningkatkan nilai tambah suatu komoditi. Pemasaran memegang peranan penting dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Pemasaran juga memiliki peran dalam meningkatkan daya saing produk suatu usaha (Abidin *at al.*, 2017).

Manajemen pemasaran sangat membantu UKM skala kecil untuk mengembangkan usahanya. UD Bintang Jaya merupakan salah satu UKM perikanan skala kecil dan rumahan (*homemade*) yang tergabung dalam grup perkumpulan UKM di Kabupaten Gresik dan di Universitas Brawijaya. Produk ikan olahan dalam bentuk kerupuk dan bonggolan pada UD Bintang Jaya merupakan satu dari produk diversifikasi perikanan dimana tekstur menjadi salah satu parameter penting dalam penentuan mutu. Mutu yang diharapkan oleh

konsumen tentunya produk ikan olahan dalam bentuk kerupuk ini memiliki tekstur yang sesuai, memiliki cita rasa khas dan juga enak. Bahan baku dalam pembuatan produk-produk pada UD Bintang Jaya berasal dari produk ikan yang segar dan bahan baku segar lainnya. Ikan merupakan bahan baku yang potensial untuk pembuatan berbagai produk olahan seperti produk-produk yang terdapat pada UD Bintang Jaya yaitu Kerupuk ikan matang, Kerupuk Ikan mentah, Kerupuk Udang matang dan Kerupuk Udang mentah.

Melihat hal tersebut maka tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan oleh UD Bintang Jaya untuk produk-produknya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dalam melakukan metode kualitatif proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi secara online/daring (dalam jaringan) melalui sosial media whatsapp serta partisipasi. Untuk metode kuantitatif proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara online melalui sosial media whatsapp. Data-data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari pemilik usaha UD Bintang Jaya, sedangkan data sekunder bersumber dari website resmi Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik.

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan secara dalam jaringan (daring) melalui whatsapp dengan teknik pengambilan data wawancara yang dilakukan selama bulan Agustus – September 2020.

Analisis data yang digunakan menggunakan analisis finansial usaha jangka pendek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan PKM yang dilakukan di UD Bintang Jaya, Desa Pangkah Kulon, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik didapatkan hasil sebagai berikut:

UD Bintang Jaya merupakan ukm skala kecil yang didirikan pada tahun 2006 yang dilatarbelakangi dari kondisi ekonomi yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup Ibu Sumitin dan keluarga. Total sumber daya manusia pada UD Bintang Jaya hanya terdiri dari 5 orang yaitu Ibu Sumitin sebagai pemilik yang dibantu dalam pengelolaannya oleh Ibu Dora dan terdapat dua

karyawan Pak Suparto dan Pak Irgi yang mana semuanya adalah masih satu keluarga. UD Bintang Jaya merupakan binaan program umkm Desa Pangkah Kulon dan Universitas Brawijaya yang masih menerapkan fungsi manajemen secara sederhana.

Aspek teknis adalah aspek yang tidak kalah penting dalam sebuah usaha yang digunakan untuk studi kelayakan. Aspek teknis merupakan aspek yang berkaitan dengan pembangunan sarana dan prasarana, infrastruktur, kondisi lingkungan yang sesuai (Tinaprilla, 2017).

Pada pelaksanaan Praktik Kerja Magang saya menganalisis aspek teknis yang terdapat di UD Bintang Jaya terdiri dari sarana pada UD Bintang Jaya dan Prasaran pada UD Bintang Jaya.

Aspek teknis yang berada pada UD Bintang Jaya terdiri dari 2 macam yaitu, sarana dan prasarana. Adapun sarana yang digunakan untuk menunjang kegiatan produk Kerupuk Ikan dan Bonggolan Ikan di UD Bintang Jaya terdiri dari, kompor, wajan, meja, spatula, talenan, mesin adonan, mesin peniris minyak, timbangan dll. Adapun prasarana yang digunakan pada proses produksi Kerupuk Ikan dan Bonggolan Ikan di UD Bintang Jaya yaitu bangunan, listrik, sumber air, alat komunikasi.

Tabel 1. Harga Produk UD Bintang Jaya

No	Produk	Harga (Rp/pcs)
1	Kerupuk Mentah Biasa	20.000
2	Kerupuk Matang Kecil	500
3	Kerupuk Mentah Premium	35.000
4	Kerupuk Matang Besar	5.000
5	Bonggolan ikan (1 Ons)	15.000
6	Bonggolan ikan (3 Kg)	5.000

Sumber (Data olahan,2020)

Aspek pemasaran adalah hal-hal dasar yang dipelajari dalam ilmu pemasaran karena masing-masing aspek memiliki koneksi antar satu dengan yang lainnya. Pelaksanaa pemasaran bertujuan untuk mengubah produk atau menciptakan utilitas produk berdasarkan bentuk (*form*), tempat (*place*), unsur (*element*) dan kepemilikan (*possession*). Aspek pemasaran penting untuk bisnis karena didalamnya terdiri dari kegiatan-kegiatan inti bisnis. Inti bisnis adalah terletak pada keberhasilan pemasaran produk/jasa yang ditawarkan ke pada konsumen (Hidayat W. W., 2020).

Aspek pemasaran terdiri dari strategi pemasaran, bauran pemasaran dan fungsi pemasaran. Pada strategi pemasaran UD Bintang Jaya memiliki segment pasar wilayah Desa Pangkah Kulon dan luar Desa Pangkah Kulon. Bauran pemasaran terdiri dari produk yang diproduksi ada 6 jenis produk, harga produk yang dijual mulai dari Rp. 500 sampai dengan Rp. 35.000. Promosi yang dilakukan hanya menggunakan promosi offline dan dari mulut ke mulut. Tempat produksi berada pada rumah Ibu Sumitin. UD Bintang Jaya telah melakukan serangkaian fungsi pemasaran penjualan, pembelian, pengolahan, pengangkutan, standarisasi sampai *grading*.

Dalam aspek manajemen ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Pada proyek usaha budidaya ikan menggunakan aspek manajemen POAC (*planning, controlling, organizing, actuating*) atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Dimana hal-hal tersebut sangat penting dan berkaitan (Kasmir & Jakfar, 2003).

Aspek manajemen pada UD Bintang Jaya masih menerapkan fungsi manajemen yang sederhana. Terdapat 2 macam perencanaan (*planning*) yaitu perencanaan dalam jangka panjang dan jangka pendek. Untuk ukm skala kecil seperti UD Bintang Jaya masih kurang memperhatikan perencanaan jangka panjang.

Analisis profitabilitas usaha UD Bintang Jaya yang dilakukan selama satu periode yaitu selama 1 bulan. Produksi dilakukan selama 24 hari dalam 1 bulan dengan asumsi produksi per bulan sebesar 55 kg untuk seluruh produk. Produksi yang dilakukan hanya berupa estimasi atau perkiraan produksi. Asumsi produksi setiap bulan untuk masing-masing produknya adalah sebagai berikut untuk produk kerupuk mentah dapat mencapai 10 kg/bulan, untuk produk kerupuk matang dapat mencapai 40kg/bulan dan untuk bonggolan ikan dapat mencapai 15kg/bulan. Produksi yang dilakukan ini mengalami penurunan dan kenaikan tergantung kepada permintaan dan juga dipengaruhi oleh musim. Pada saat musim hujan biasanya produksi mengalami penurunan karena terganggu dimana kerupuk tidak dapat dijemur karena tidak mendapatkan sinar matahari.

Untuk asumsi total rata-rata seluruh produk selama 1 bulan sebesar 21,6 kg. Dengan rincian asumsi rata-rata setiap produknya yaitu, untuk produk kerupuk mentah asumsi rata-rata produksi sebanyak 3,3 kg/bulan, untuk kerupuk matang memiliki nilai rata-rata produksi sebesar 13,3

kg/bulan dan untuk bonggolan ikan memiliki asumsi rata-rata produksi sebesar 5 kg/bulan

Analisis profitabilitas pada kegiatan usaha UD Bintang Jaya diperoleh R/C *Ratio* sebesar 1,89 dan rentabilitasnya sebesar 88,99% serta dilihat dari nilai RTC memiliki nilai 14,2% dan REC nya memiliki nilai 19,9% dimana nilai ini lebih besar dari suku bunga bank. Sehingga dapat dikatakan bahwa usaha pada UD Bintang Jaya layak.

Tabel 2. Analisis Profitabilitas UD Bintang Jaya

Uraian	Satuan	Jumlah
Modal		
Modal Lancar	Rp/bln	1.190.000
Modal Tetap	Rp/bln	59.975.000
Modal Kerja	Rp/bln	2.414.097
Biaya		
Biaya Variabel	Rp/bln	580.000
Biaya Tetap	Rp/bln	1.834.097
Total Biaya	Rp/bln	2.414.097
Total Penerimaan	Rp/bln	4.562.500
Keuntungan	Rp/bln	2.148.403
BEP Total		
BEP Unit	Bungkus	21.915
BEP Rupiah	Rp	1.174.679
R/C Ratio	Persen (%)	1,89
Rentabilitas	Persen (%)	88,99
RTC	Persen (%)	14,2
REC	Persen (%)	19,9

Sumber (Data Olahan)

Faktor pendukung usaha pembuatan Kerupuk Ikan dan Bonggolan Ikan ini yaitu tempatnya yang strategis. Penggunaan bahan baku yang halal, kemudian pekerja yang merupakan anggota keluarga sehingga dapat lebih di percaya. Di sisi lain, UKM ini juga memiliki faktor penghambat yang mempengaruhi kurangnya kegiatan pemasaran karena masih hanya mengandalkan pemasaran secara offline, serta terbatasnya modal yang dimiliki, serta kualitas bahan baku yang berubah-ubah.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh adalah UD Bintang Jaya merupakan ukm skala kecil yang didirikan pada tahun 2006 yang dilatarbelakangi dari kondisi ekonomi yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup Ibu Sumitin dan keluarga. Melalui perkembangan yang cukup lambat dimana hanya mampu memproduksi kira-kira 5-10 kg saja setiap bulannya hingga saat ini mampu produksi kira-kira 50-65kg setiap bulannya Total sumber daya manusia pada UD Bintang Jaya hanya terdiri dari 4 orang yaitu Ibu Sumitin sebagai pemilik yang dibantu oleh Ibu Dora dan terdapat dua karyawan Pak Suparto dan Pak Irgi yang mana Pal Suparto dan Pak Aрги adalah saudara dari Ibu Sumtin. UD

Bintang Jaya merupakan binaan program umkm Desa Pangkah Kulon dan Universitas Brawijaya yang masih menerapkan fungsi manajemen secara sederhana.

Aspek teknis yang berada pada UD Bintang Jaya terdiri dari 2 macam yaitu, sarana dan prasarana. Sarana dan prasarana yang awalnya sangat terbatas dan sederhana kini semakin berkembang hingga memiliki sarana dan prasarana yang lebih modern dan canggih melalui bantuan program umkm desa pangkahkulon dan universitas brawijaya

Aspek pemasaran Aspek pemasaran pada usaha UD Bintang Jaya masih tergolong belum optimal karena masih belum dapat menggunakan pemasaran secara online dengan maksimal. Namun kondisi pemasaran UD Bintang Jaya terus berkembang pada awalnya hanya menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut kini sedikit demi sedikit sudah dapat melakukan pemasaran menggunakan sosial media. Target pemasaran UD Bintang Jaya pun ikut berkembang sedikit demi sedikit pada awalnya hanya pada lingkungan tempat produksi sekitar kini sudah pada daerah desa. Produk UD Bintang Jaya memiliki perkembangan dimana awalnya hanya hanya menjual kerupuk matang kecil hingga saat ini memiliki enam jenis produk yang di pasarkan.

Aspek manajemen pada UD Bintang Jaya masih menerapkan fungsi manajemen yang sederhana. Terdapat 2 macam perencanaan (*planning*) yaitu perencanaan dalam jangka panjang dan jangka pendek. Untuk ukm skala kecil seperti UD Bintang Jaya masih kurang memperhatikan perencanaan jangka panjang

Analisis profitabilitas pada usaha UD Bintang Jaya diperoleh R/C *Ratio* sebesar 1,89 dan rentabilitasnya sebesar 88,99% serta dilihat dari nilai RTC memiliki nilai 14,2% dan REC nya memiliki nilai 19,9% dimana nilai ini lebih besar dari suku bunga bank. Sehingga dapat dikatakan bahwa usaha pada UD Bintang Jaya layak. Pendapatan dari omzet mampu membiayai kebutuhan hidup sehari-hari.

Faktor pendukung usaha pembuatan Kerupuk Ikan dan Bonggolan Ikan ini yaitu tempatnya yang strategis. Penggunaan bahan baku yang halal, kemudian pekerja yang merupakan anggota keluarga sehingga dapat lebih di percaya. Di sisi lain, UKM ini juga memiliki faktor penghambat yang mempengaruhi kurangnya kegiatan pemasaran karena masih hanya mengandalkan pemasaran secara offline, serta terbatasnya modal yang dimiliki, serta kualitas bahan baku yang berubah-ubah

P-ISSN 2086 – 8480 / E-ISSN 2716-2702

Saran yang dapat penulis berikan dari hasil Praktik Kerja Magang ini yaitu: 1) Bagi akademis dapat dijadikan penelitian lebih lanjut dan lebih kompleks terkait pemasaran dan pengembangan usaha UD Bintang Jaya, 2) Bagi pelaku usaha sebaiknya meningkatkan kegiatan pemasaran hingga ke sosial media atau *website* agar produksi tetap terlaksana setiap harinya untuk menaikkan profitabilitas perusahaan dan 3) Bagi pemerintah mempertahankan kepeduliannya berupa bantuan program terhadap ukm yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmarawati, L. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. Malang: UB Press.
- Abidin, Z., & Puspitasari, H. P. (2018). *Mina Bisnis Ikan Cupang*. Malang: UB Press.
- BPS. (2020). *Letak Geografis Kabupaten Gresik*.
- Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : KENCANA.
- Nasrodin. (2016). Peningkatan Kemandirian dan Hasil Belajar Matematika Melalui Strategi Pembelajaran Tutor Sebaya Bagi Siswa SMK Muhammadiyah Delanggu Kelas XI PK Semester Gasal Tahun Ajaran 2016/2017. *Jurnal Pendidikan Konvergensi*, 69-78.
- Nasution, D. P., & Lubis, A. I. (2018). Peranan UKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 3(2), 1-9.
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Tinaprilla, N. (2017). *Jadi Kaya Dengan Berbisnis Di rumah*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.