

ANALISIS USAHA DAN EFISIENSI PEMASARAN PENGOLAHAN IKAN ASIN DI KAWASAN TOKO LIMA KECAMATAN MUARA BADAK

Bussiness Analysis and Marketing Efficiency of Salted Fish Processing at Toko Lima Area, Muara Badak District

Mangalle Ingrid Maylivia¹, Muhammad Syafril^{1*}, Heru Susilo¹

¹ Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman Samarinda, Indonesia

*Korespondensi email : syafril@fpik.unmul.ac.id

(Received 20 April 2023 Accepted 25 Juni 2023)

ABSTRAK

Pengolahan hasil perikanan dilakukan untuk menambah nilai ekonomis komoditi perikanan sehingga dapat meningkatkan harga jual komoditi ini selain untuk menjaga kualitas produk perikanan. Ikan asin merupakan satu diantara produk olahan hasil perikanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha pengolahan ikan asin di kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak berdasarkan indikator *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Payback Period* (PP) dan *Return on Investment* (ROI), serta mengetahui pola saluran dan efisiensi pemasaran. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dan wawancara dengan responden berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha pengolahan ikan asin di Kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak menguntungkan dan berada pada kondisi layak untuk dilaksanakan. Jumlah rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 15.579.063/bulan/responden dengan nilai RCR sebesar 1,73, *payback period* selama 11 bulan, dan ROI sebesar 109%. Pemasaran ikan asin menghasilkan dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat I dan saluran pemasaran tingkat II. Efisiensi pemasaran setiap jenis komoditi berada diatas 50%, sehingga usaha pemasaran tersebut berada pada kondisi efisien dan layak untuk dilaksanakan.

Kata Kunci: Analisis usaha, Efisiensi pemasaran, Kecamatan Muara Badak, Pengolahan ikan asin, Saluran pemasaran

ABSTRACT

Post-catch processing, including fish preservation so that fishery products can last longer, is expected to overcome these problems. Fish processing is done to increase the economic value of fish so as to increase the selling price of fish in addition to maintaining the quality of fishery products. Many types of fishery products exist, one of which is salted fish processing. This

study aims to analyze the feasibility of salted fish processing business in the Toko Lima area of Muara Badak District based on Revenue Cost Ratio (RCR), Payback Period (PP) and Return on Investment (ROI) indicators, as well as knowing the pattern of salted fish marketing channels and salted fish marketing efficiency. Data collection is done by conducting direct observations in the field and direct interviews with respondents based on prepared questionnaires. The results of this study indicate that the salted fish processing business in the Lima Shop Area Muara Badak District is profitable and is in a feasible condition to be implemented. The amount of profit earned amounted to an average of Rp. 15,579,063/month/respondent with an RCR value of 1.73, payback period for 11 months, and ROI of 109%. Salted fish marketing produces two marketing channels, namely level I marketing channels and level II marketing channels. The marketing efficiency of each type of commodity is above 50%, so that the marketing effort can be said to be efficient and feasible to implement.

Keywords: Business analysis, Marketing efficiency, Muara Badak sub-district, Salted fish processing, Marketing channel

PENDAHULUAN

Pertumbuhan tingkat konsumsi ikan di Indonesia diharapkan dapat terwujud melalui berbagai keunggulan daya saing dan manfaat komparatif ikan sebagai bahan pangan sumber protein hewani. Peningkatan konsumsi ikan akan memberikan efek berganda bagi sektor perikanan, yaitu membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini juga akan mengangkat status dari profesi nelayan, pembudidaya ikan, pengolah hasil perikanan (Setyorini., 2017).

Wilayah seluas 27.263,10 km² yang membentuk Kabupaten Kutai Kartanegara adalah bagian dari Provinsi Kalimantan Timur. Kecamatan Muara Badak, salah satu dari 18 kecamatan di kabupaten ini, terletak di tepi pantai dan memiliki sumber daya perikanan laut yang signifikan selain minyak bumi dan gas alam (Badan Pusat Statistik, 2021).

Ikan sebagai sumber protein semakin diminati oleh masyarakat. Ikan diolah sebagai produk olahan yang dapat diawetkan dalam waktu yang lama, diantaranya sebagai ikan asin. Fajar et al (2014) menyatakan, Ikan asin sebagai salah satu hasil olahan ikan yang cukup diminati masyarakat, karena tidak hanya murah tetapi juga mudah ditemukan. Ikan yang telah diasinkan mengandung banyak protein. Dengan penanganan yang tepat selama proses pengawetan yang dilakukan dengan tepat dan higienis, dengan menggunakan ikan yang segar, garam yang bersih, akan menghasilkan ikan asin berkualitas tinggi.

Toko Lima merupakan kawasan sentra produksi perikanan laut di Kecamatan Muara Badak, yang lebih dikenal sebagai kampung nelayan. Usaha pengolahan ikan asin di kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak memiliki beberapa resiko yaitu tidak adanya jaminan ketersediaan bahan baku, dan sangat tergantung pada faktor alam yaitu intensitas cahaya matahari. Resiko ini, sangat menentukan kelayakan usaha pengolahan, selain faktor produksi, biaya produksi dan harga. Kegiatan pemasaran ikan asin di kawasan Toko Lima berperan penting terhadap keberlanjutan usaha pengolahan ini, diantaranya adalah tingkat kelayakan usaha, saluran dan efisiensi pemasaran, dengan demikian riset pemasaran ini sangat diperlukan untuk memperoleh 3 jenis data dan informasi tersebut

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kelayakan usaha pengolahan ikan asin berdasarkan indikator *Revenue Cost Ratio (RCR)*, *Payback Period (PP)* dan *Return on Investment (ROI)*, mengetahui pola saluran dan efisiensi pemasaran ikan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kutai Kartanegara selama 6 bulan (Agustus 2022 hingga Januari 2023).

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat tulis, papan kuesioner, telepon genggam, laptop, dan printer. Bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kertas A4, kuesioner, serta data primer dan data sekunder.

Jenis dan Metode Pengambilan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan langsung dilapangan dan wawancara kepada responden, yang berpedoman pada kuisioner. Data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari identitas responden, profil usaha, proses pengolahan ikan asin, biaya investasi, biaya operasional, jumlah hasil produski, harga jual, saluran pemasaran. Data sekunder meliputi gambaran umum wilayah.

Teknik Sampling

Sampel penelitiann adalah dari pengolah ikan asin dan Lembaga pemasarannya. Jumlah pengolah ikan asin sebanyak 8 orang sehingga penentuan responden dilakukan dengan metode sensus. Sugiyono, (2015) menyatakan, metode sensus, merupakan jenis *non-probability sampling*, dikenal sebagai metode sampling jenuh karena memberikan peluang bagi setiap orang dalam populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampling lembaga pemasaran adalah *Snowball Sampling*. Pendekatan yang dikenal sebagai "pengambilan sampel bola salju" menciptakan sampel satu per satu, guna mengetahui lembaga pemasarab yang terlibat.

Analisis Data

Analisis Pendapatan

Biaya produksi

Menurut (Soekartawati, 2016), biaya produksi dibagi menjadi dua kategori yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya total dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$B = BT + BTT$$

Keterangan:

B = Total biaya keseluruhan pada usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

BT = Total biaya tetap pada usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

BTT = Total biaya tidak tetap pada usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

Penerimaan dan Pendapatan

Jumlah seluruh produk yang terjual dikalikan dengan harga jual disebut sebagai penerimaan. Soekartawi (2003) menggunakan rumus berikut untuk menentukan penerimaan adalah sebagai berikut:

$$PrT = Py \times Y$$

Keterangan:

PrT = Penerimaan total pada usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

Py = Harga jual ikan asin (Rp/kg)

Y = Jumlah produksi ikan asin (kg)

Selisih antara total penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan dikenal sebagai pendapatan. Menurut Soekartawi (2003), perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$K = PrT - BT - BTT$$

Keterangan:

K = Jumlah pendapatan usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

PrT = Total penerimaan usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

BT = Total keseluruhan biaya tetap usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

BTT = Total keseluruhan biaya tidak tetap usaha pengolahan ikan asin (Rp/bulan)

Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha mengacu pada proyeksi keuntungan atau kerugian yang terlibat selama menjalankan usaha tersebut. Usaha pengolahan ikan asin harus menghasilkan pendapatan yang stabil dan menguntungkan (Melina et al., 2014).

Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue Cost Ratio (RCR) menurut (Soekartawi, 2006):

$$RCR = \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total biaya (TC)}}$$

Dengan Kriteria sebagai berikut :

Jika $RCR > 1$, maka usaha tersebut layak dilaksanakan

Jika $RCR < 1$ maka usaha tersebut tidak layak diusahakan

Jika $RCR = 1$, maka usaha tersebut berada pada titik impas

Payback Period

Payback period merupakan periode yang diperlukan untuk mengembalikan pengeluaran investasi yang dihitung dalam satuan waktu bulan atau tahun (Ismail et al., 2017). Perhitungan untuk menentukan Payback Period dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan berikut ini:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Jumlah keuntungan}} \times 1 \text{ tahun}$$

Return on Investment

Return on Investment (ROI) didefinisikan oleh Soekartawi (2006) sebagai keuntungan yang diperoleh dibagi dengan modal investasi dikalikan 100%. Adapun rumus ROI adalah:

$$ROI = \frac{\text{Jumlah keuntungan}}{\text{Total Investasi}} \times 100 \%$$

Usaha perikanan dikatakan menguntungkan dan layak untuk dijalankan jika nilai ROI > 100% (Fauzi et al., 2017). Kemampuan usaha untuk mengembalikan investasi dan membuatnya layak untuk dikembangkan, semakin besar tingkat persentasenya maka semakin baik usaha yang dijalankan (Syafri & Fidhiani, 2020).

Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menguraikan saluran pemasaran ikan asin.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi Pemasaran Ikan Asin, dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran sebagai berikut:

$$EP = \frac{HP}{HB} \times 100\% \text{ (Hanafiah \& Saefuddin, 2010)}$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

HP = Harga Pada Produsen (Rp/Kg)

HB = Harga Eceran Per Satuan Barang (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika EP < 50%, maka saluran pemasaran Ikan Asin di Toko Lima adalah tidak efisien

Jika EP > 50%, maka saluran Pemasaran Ikan Asin di Toko Lima adalah efisien.

HASIL

Analisis Pendapatan

Tabel 1. Rekapitulasi biaya pengolah ikan asin

No. Resp	Biaya Investasi	Biaya Tetap (Rp/bulan)	Biaya Tidak Tetap (Rp/bulan)	Total Biaya (Rp/bulan)	Penerimaan (Rp/bulan)	Pendapatan (Rp/bulan)
1	17.655.600	922.293	20.640.800	21.563.093	41.200.000	19.636.907
2	17.536.800	1.289.942	28.040.800	29.330.742	48.000.000	18.669.258
3	16.523.400	1.155.158	21.235.200	22.390.358	39.400.000	17.009.642
4	17.290.800	1.619.227	22.772.000	24.391.227	42.000.000	17.608.773
5	9.244.000	619.361	22.315.200	22.934.561	33.600.000	10.665.439
6	12.120.000	900.250	13.122.400	14.022.650	27.200.000	13.177.350
7	8.790.000	865.833	15.402.400	16.268.233	26.400.000	10.131.767
8	16.395.600	969.633	21.172.000	22.141.633	40.000.000	17.858.367
Total	115.556.200	8.341.698	164.700.800	173.042.498	297.800.000	124.757.502

Rata-rata	14.444.525	1.042.712	20.587.600	21.630.312	37.225.000	15.594.688
-----------	------------	-----------	------------	------------	------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 1 memberikan informasi bahwa biaya investasi rata-rata sebesar Rp. 14.444.525/responden. Biaya tetap pada usaha ini adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengolah dan jumlahnya bersifat konstan tidak dipengaruhi oleh jumlah hasil produksi dalam jangka pendek. Rata-rata biaya tetap responden adalah Rp. 1.042.712/bulan/responden. Biaya tidak tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengolah ikan asin yang bersifat dinamis, dipengaruhi oleh jumlah hasil produksi yang dicapai oleh pengolah. Jumlah rata-rata biaya tidak tetap adalah 20.587.600/bulan//responden. Jumlah biaya tetap dan biaya tidak tetap merupakan akumulasi dari total biaya produksi yang dikeluarkan oleh responden yang memiliki rata-rata Rp. 21.630.312/bulan/responden.

Penerimaan merupakan hasil penjualan ikan asin oleh responden dalam satu bulan. Rata-rata penerimaan sebesar 37.225.000/bulan/responden. Pendapatan merupakan penerimaan bersih yang telah dikurangi dengan biaya produksi dari usaha pengolahan ikan asin. Rata-rata pendapatan sebesar 15.594.688/bulan/responden. Pendapatan ini sangat dipengaruhi oleh jumlah produksi dan harga jual per komoditi

Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 2. Rekapitulasi indikator kelayakan usaha pada usaha pengolah ikan asin

No. Resp	RCR	PP (Bulan)	ROI (%)	Justifikasi	Keterangan
1	1,91	11	111		Layak
2	1,64	11	106		Layak
3	1,76	12	103	RCR > 1 PP < umur usaha (5 tahun)	Layak
4	1,72	12	102		Layak
5	1,47	10	115	ROI > 100%	Layak
6	1,94	11	109		Layak
7	1,62	10	115		Layak
8	1,81	11	109		Layak
Total	13,86	88	871		Layak
Rata-rata	1,73	11	109		Layak

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Nilai RCR 1,73 memberikan penafsiran bahwa setiap Rp. 1 biaya produksi yang dikeluarkan mampu menghasilkan penerimaan sebesar 1,73 rupiah. *Payback period* merupakan masa pengembalian modal investasi yang telah dikeluarkan oleh pengolah. Rata-Rata masa pengembalian biaya investasi adalah 11 bulan. *Return on Investment* merupakan kemampuan modal investasi dari usaha pengolahan didalam menghasilkan laba bersih, yang dinyatakan dalam persentase. Rata-rata nilai ROI sebesar 109%. Angka tersebut memberikan penafsiran bahwa setiap Rp. 100 modal investasi yang dikeluarkan mengandung komponen laba bersih sebesar 109 rupiah. Usaha pengolahan ikan asin di Kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak secara keseluruhan layak untuk terus dijalankan.

Pola Saluran Pemasaran Ikan Asin

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengolah ikan diketahui berbagai pola saluran pemasaran dengan rincian data dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi pola saluran pemasaran pengolah ikan asin

No	Pola pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase
1	Saluran tingkat I	5	62,50
2	Saluran tingkat II	3	37,50
	Jumlah	8	100

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan dua tingkat saluran pemasaran, yaitu saluran tingkat I dengan jumlah 5 orang (62,50%) yang melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang perantara (pengecer), dan saluran tingkat II dengan jumlah 3 orang (37,50%) yang melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pengecer.

Efisiensi Pemasaran Ikan Asin

Efisiensi saluran pemasaran tingkat I dan II dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Efisiensi pemasaran saluran tingkat I usaha pengolahan ikan asin

No	Uraian Biaya	Harga Rata-rata Produsen (Rp/Kg)	Harga Rata-rata Pengecer (Rp/Kg)	Efisien (%)
1	Tembang	16.000	19.000	84,21
2	Gulama	22.000	27.000	81,48
3	Dolo-dolo	5.000	8.000	62,50
4	Bandeng	7.000	8.000	87,50
5	Mujair	8.000	10.000	80,00
6	Bungo	19.000	27.000	70,37
7	Talang	8.000	12.000	66,67
8	Dencis	19.000	21.600	87,96
9	Bece-bece	10.000	10.000	83,33
10	Belanak	20.000	28.000	71,43

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui tingkat efisiensi pemasaran untuk 10 komoditi ikan asin ini berada pada kisaran 62,50% sampai dengan 87,96%. Hal ini memberikan penafsiran bahwa dari total harga yang dibayar oleh konsumen maka produsen mampu menikmati *share* harga tersebut sebesar 62,50% sampai dengan 87,96%.

Tabel 5. Efisiensi pemasaran saluran tingkat II usaha pengolahan ikan asin

No	Uraian Biaya	Harga Rata-rata Produsen (Rp/Kg)	Harga Rata-rata Pengumpul (Rp/Kg)	Harga Rata-rata Pengecer (Rp/Kg)	Efisien (%)
1	Tembang	37.500	42.500	50.000	75,00
2	Masak-masak	20.000	22.500	25.000	80,00

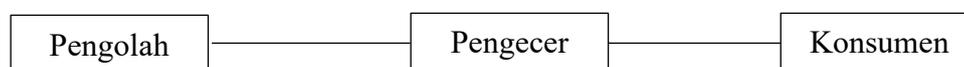
3	Gulama	18.750	22.500	27.500	68,18
4	Dolo-dolo	20.000	25.000	27.500	72,73

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa tingkat efisiensi pemasaran untuk 4 komoditi ikan asin ini berada pada kisaran 68,18% sampai dengan 80,00%. Hal ini memberikan penafsiran bahwa dari total harga yang dibayar oleh konsumen maka produsen mampu menikmati *share* harga tersebut sebesar 68,18% sampai dengan 80,00%. Saluran pemasaran tingkat I dan tingkat II berada pada kondisi efisien, karena sesuai dengan pendapat Hanafiah & Saefuddin (2010) jika nilai efisiensi diatas 50% maka saluran pemasaran ikan asin efisien.

Saluran pemasaran tingkat I

Saluran ini disebut saluran tingkat satu karena memiliki satu lembaga perantara dengan tahapan pemasaran sebagai berikut:

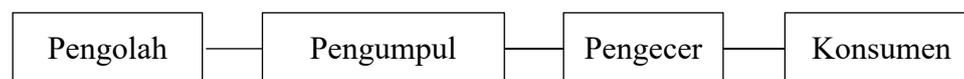


Gambar 1. Pola saluran pemasaran ikan asin tingkat I

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Saluran pemasaran tingkat II

Saluran ini disebut saluran dua tingkat karena memiliki dua lembaga perantara, tahapan pemasaran adalah:



Gambar 2. Pola saluran pemasaran ikan asin tingkat II

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

PEMBAHASAN

Ikan adalah salah satu makanan yang memiliki protein berkualitas tinggi. Asam amino esensial yang ditemukan dalam protein ikan digunakan oleh tubuh sebagai sumber energi serta untuk pertumbuhan dan pemeliharaan sel, dukungan sistem kekebalan tubuh, dan memfasilitasi fungsi fisiologis. Kekurangan ikan dapat menyulitkan pemasaran produk perikanan dan sering kali mengakibatkan kerugian yang signifikan, terutama saat produksi ikan tinggi, sehingga pengolahan dan pengawetan diperlukan. Tujuan utama pengawetan dan pengolahan adalah untuk mencegah ikan menjadi busuk sehingga dapat disimpan dalam waktu yang lama, memperluas pasar, mengolah berbagai produk perikanan, dan meningkatkan pendapatan. Metode pengawetan dan pengolahan ikan meliputi pengasinan ikan. Dengan mengasinkan ikan dengan garam, ikan akan lebih awet, sekaligus meningkatkan nilai jual. Selain menjanjikan keuntungan, ikan asin juga sangat digemari oleh masyarakat (Reswita, 2014).

Beberapa rumah tangga nelayan di Desa Muara Badak, mengolah ikan asin sebagai mata pencaharian. Usaha pengolahan ikan asin dapat dimanfaatkan untuk menambah penghasilan rumah tangga. Para pengolah menyatakan bahwa hasil tangkapan ikan kemudian diolah

menjadi ikan asin dan ikan kering karena sifat produk perikanan yang mudah rusak. Perbedaannya adalah ikan kering diolah tanpa garam, sedangkan ikan asin menggunakan garam.

Berdasarkan hasil wawancara, responden menyatakan sebagian kebutuhan rumah tangga nelayan dapat ditunjang dengan hasil dari penjualan ikan asin/kering. Hal tersebut dikarenakan ikan asin merupakan produk perikanan yang mudah diolah dan dapat bertahan lama, selain itu minat masyarakat terhadap ikan asin cukup tinggi, baik dari permintaan dipasar lokal atau diluar Kecamatan Muara Badak. Faktor tersebut yang menyebabkan sebagian rumah tangga di Desa Muara Badak Ilir melakukan olahan ikan asin, yang banyak diantaranya dilakukan oleh istri nelayan.

Ikan yang diolah berasal dari ikan laut dan ikan tawar seperti bandeng (*Chanos chanos*), mujair (*Oreochromis mossambicus*), bungo (*Glossogobius giuris*), talang (*Scomberoides lysan*), gulama (*Pennahia argentata*), belanak (*Moolgarda seheli*), dan berbagai ikan konsumsi lainnya. Faktor cuaca sangat berpengaruh terhadap banyak sedikit ikan segar yang dijual oleh pedagang.

Proses pembuatan ikan asin yang biasa dilakukan oleh masyarakat di Kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak terdiri dari proses pembelahan punggung ikan dan buang isi perut ikan yang terdapat didalam tubuh. Isi perut tersebut tidak dimanfaatkan oleh pengolah sehingga akan dibuang saja, setelah dilakukan pembersihan kemudian dicuci hingga bersih menggunakan air tampungan yang berasal dari air bersih/air hujan.

Siapkan baskom atau wadah kemudian masukkan air selanjutnya tambahkan garam. Pemberian garam berdasarkan perkiraan dari pengolah. Ikan yang telah dicampur air garam, selanjutnya dilakukan perendaman selama 1 malam, tujuannya agar garam dapat meresap kedalam tubuh ikan. Ikan yang telah direndam kemudian diangkat dan disiapkan untuk proses penjemuran. Proses penjemuran dilakukan selama 1 hari (jika cuaca panas), setelah ikan-ikan kering, ikan asin siap dijual kepada pengumpul dan pengecer, dengan pengemasan ikan menggunakan plastik.

Analisis kelayakan usaha mengukur sejauh mana keuntungan dapat dicapai melalui penerapan proyek atau kegiatan bisnis, yang sering dikenal dengan studi kelayakan bisnis. Pada biaya investasi adalah biaya yang pertama kali dikeluarkan saat mengoperasikan suatu usaha. Dimana terdapat 5 responden yang tidak hanya menjual ikan asin, namun juga menjual ikan kering. Ikan kering adalah olahan perikanan yang tidak menggunakan garam dalam proses produksinya. Dengan demikian, biaya investasi yang dikeluarkan 5 pengolah, memiliki tingkat kontribusi alat investasi pengolahan ikan asin sebesar 60% dan pengolahan ikan kering sebesar 40%, sedangkan 3 responden lainnya hanya menjual ikan asin, sehingga tingkat kontribusi alat investasi sebesar 100%.

Biaya yang dipengaruhi oleh sifat proses produksi, yang terkait dengan kuantitas input yang dikonsumsi dan kuantitas output yang dihasilkan, merupakan bagian dari aktivitas produksi dari usaha yang dijalankan. Pembelian garam, tenaga kerja untuk penyiangan/pembelahan dan penjemuran, pembelian kantong plastik, konsumsi, air bersih, pulsa, dan pembelian bahan baku berupa ikan segar hanya sebagian kecil dari biaya yang dikeluarkan.

Hasil penelitian menunjukkan keuntungan setiap pengolah rata-rata Rp. 15.594.688/bulan/responden. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti jumlah jenis ikan yang dijual serta ketersediaan bahan baku yang berkurang sedangkan permintaan terhadap ikan asin cenderung meningkat, sehingga pengolah melakukan kerjasama dengan pengumpul. Sistem yang dilakukan adalah pengolah membeli ikan segar dari pengumpul dengan harga Rp.4.000/kg – Rp.30.000/kg, kemudian hasil produksinya dijual kembali kepada pengumpul yang sama dengan harga Rp.30.000/kg – Rp.75.00/kg yang akan dipasarkan pada wilayah kecamatan Muara Badak dan kota Samarinda. Harga ikan asin fluktuatif karena mengikuti dinamika permintaan dan penawaran di pasar serta ketersediaan bahan bakunya. Bahan baku ikan mengalami kelangkaan, dapat berpengaruh terhadap harga jual ikan asin.

Musim angin barat, timur, dan musim angin biasa berdampak pada ikan sebagai sumber daya utama. Sumber pasokan bahan baku menjadi langka pada bulan Agustus hingga Oktober, yang merupakan musim angin barat. Pasokan bahan baku stabil selama musim angin biasa (Mei hingga Juli). Bahan baku tersedia secara melimpah dari bulan November hingga April, yang merupakan musim angin timur. Hasil tangkapan ikan yang melimpah, membutuhkan upaya pengolahan dan pengawetan ikan, agar dapat meningkatkan masa simpan ikan dan mengurangi kemungkinan kerugian yang besar. Keberlangsungan hidup usaha sangat dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku ikan yang dipengaruhi oleh musim angin atau cuaca (Sijabat, 2021).

Tabel 2 menunjukkan jumlah keseluruhan nilai RCR yang diperoleh adalah 13,58 dengan nilai rata-rata adalah 1,73. Nilai RCR sebesar $1,73 > 1$ maka dapat diketahui bahwa usaha ikan asin di kawasan Toko Lima Muara Badak layak untuk dilaksanakan. Hasil penelitian oleh Barus (2019) menunjukkan bahwa usaha pengolahan ikan asin dikategorikan sebagai usaha efisien jika $R/C > 1$. Merujuk pada penelitian tersebut maka dapat ditafsirkan bahwa usaha pengolahan ikan asin berada pada kondisi efisien.

Nilai *Payback Period* memiliki rata-rata 11 bulan, apabila dibandingkan dengan umur teknis dari sarana utama dari investasi yaitu rumah produksi (5 tahun), maka *Payback period* < 5 tahun, sehingga usaha ini layak dilaksanakan, karena memberikan masa pengembalian investasi rata-rata selama 11 bulan atau kurang dari umur proyek. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Amir et al. (2022) yang membandingkan hasil PP dengan umur proyek, dimana jika berdasarkan persyaratan waktu pengembalian modal, jika PP lebih besar dari 4,5 tahun, maka usaha ini tidak layak untuk dijalankan. Alat utama budidaya rumput laut telah digunakan selama 4,5 tahun, berdasarkan umur pemakaian. Hasil perhitungan *Payback Period (PP)* pada penelitian ini diperoleh pada kondisi produksi maksimal dan minimal dengan luas panen yang bervariasi.

Rata-rata ROI sebesar 109%. Nilai ini memberikan penafsiran bahwa, setiap 100 rupiah dari modal investasi yang dikorbankan, akan menghasilkan 109 rupiah laba bersih. Fauzi et al (2017) menyatakan bahwa jika Nilai ROI $> 100\%$, maka usaha layak dilaksanakan. Nilai ROI tinggi dikarenakan usaha yang dijalankan menghasilkan penerimaan yang besar, sedangkan biaya investasinya tidak terlalu besar..

ROI adalah salah satu jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kapasitas usaha dalam menghasilkan laba bahkan setelah menginvestasikan seluruh sumber dayanya dalam kegiatan operasional. Nilai ROI yang dicapai adalah 2,65, yang berarti keuntungan

sebesar 265% dari modal yang dikeluarkan selama setahun. Hal ini menyiratkan bahwa untuk setiap 100 rupiah yang diinvestasikan, keuntungan sebesar Rp. 265 akan dihasilkan (Putri & Dewi, 2019).

Menerapkan saluran pemasaran dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi distribusi produk perikanan, yang bermanfaat untuk menghasilkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dan memenuhi permintaan konsumen akan pasokan (Purnomo, 2018).

Jenis ikan yang dijual oleh pengolah meliputi ikan asin dan ikan kering. Ikan asin merupakan olahan perikanan dengan menggunakan garam sebagai pengawet. Ikan tersebut berasal dari ikan tembang, belanak, bandeng dan ikan laut lainnya, sedangkan ikan kering merupakan ikan yang diawetkan tanpa menggunakan garam, cukup diolah dan dijemur. Dalam penelitian ini, pola saluran dan efisiensi pemasaran hanya meliputi pengolahan ikan asin.

Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran ini melibatkan 5 orang pengolah sebagai produsen, 5 orang pedagang pengecer yang berasal dari Kecamatan Muara Badak, dan konsumen yaitu penduduk sekitar Muara Badak. Jenis ikan yang dijual adalah ikan tembang, gulama, dolo-dolo, bandeng, mujair, bungo, talang, dencis, bece-bece, dan belanak.

Gambar 2 menunjukkan bahwa saluran ini melibatkan 3 orang pengolah, 2 orang pengumpul yang berasal dari Kecamatan Muara Badak dan 2 orang pengecer yang berasal dari pasar segiri Kota Samarinda, sedangkan konsumennya adalah masyarakat Samarinda. Jenis ikan yang dijual adalah tembang, masak-masak, gulama, dan dolo-dolo.

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5 diketahui bahwa saluran pemasaran tingkat I dan II memiliki perbedaan jumlah ikan yang dijual. Saluran pemasaran tingkat I sebanyak 10 jenis ikan asin, saluran tingkat II sebanyak 4 jenis ikan asin. Perbedaan tersebut disebabkan oleh perbedaan permintaan dari pedagang pengumpul dan pengecer, yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Saluran pemasaran tingkat I dan II menghasilkan nilai efisiensi diatas 50%. Antara input dan output, efisiensi pemasaran harus dapat dimaksimalkan. Biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran untuk menjual produk perikanan dianggap sebagai input, sementara kepuasan konsumen dianggap sebagai output, sementara efisiensi pemasaran akan menurun dengan perbaikan yang menurunkan biaya input sekaligus meningkatkan ketidakpuasan konsumen, sedangkan efisiensi meningkat dengan perubahan yang menurunkan biaya input tanpa mengurangi ketidakpuasan konsumen (Nurdiana, 2018). Efisiensi dapat mengetahui sejauh mana input dan output yang digunakan selama kegiatan pemasaran dengan menggunakan nilai persentase, semakin tinggi nilai dari persentase maka pemasaran tersebut semakin efisien.

KESIMPULAN

Usaha pengolahan ikan asin di Kawasan Toko Lima Kecamatan Muara Badak menguntungkan dan layak untuk dilaksanakan. Jumlah rata-rata keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 15.579.063/bulan/responden dengan nilai RCR 1,73, *payback period* selama 11 bulan, dan ROI sebesar 109% dan pemasaran ikan asin menghasilkan dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat I dan saluran pemasaran tingkat II. Efisiensi pemasaran setiap jenis komoditi berada diatas 50%, sehingga usaha pemasaran efisien dan layak untuk dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mulawarman yang telah memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. A. A., Sugiharto, E., & Syafril, M. (2022). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Rumput Laut (*Eucheuma cottonii*) di Kelurahan Pantai Amal Kecamatan Tarakan Timur Kota Tarakan. *Jurnal Perikanan Unram*, 12(4), 670–680. <https://doi.org/10.29303/jp.v12i4.394>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Kabupaten Kutai Kartanegara dalam Angka*. Kabupaten Kutai Kartanegara.
- Barus, D. P. (2019). *Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin (Studi Kasus: Desa Kuala Baru, Kecamatan Kuala Baru, Kabupaten Aceh Singkil)*.
- Fajar, Salman, & Tibrani. (2014). Agroindustry Analysis and Salted Fish Marketing (Study Case of Fisherman Village in Bangko District Rokan Hilir Regency). *Jurnal Dinamika Pertanian*, 29, 283–294.
- Fauzi, S., Iskandar, B. H., Murdiyanto, B., & Wiyono, E. S. (2017). Kelayakan Finansial Usaha Perikanan Tangkap di Selat Bali. *Jurnal Teknologi Perikanan Dan Kelautan*, 2(1), 37–46.
- Hanafiah, H. M., & Saefuddin, A. M. (2010). *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.
- Ismail, Indradi, Wijayanto, D., Yulianto, T., & Suroto. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Perikanan Laut Kabupaten Kendal. *Jurnal Sainstek Perikanan*, 8(2), 52–56.
- Melina, A., Kohar, A., & Boesono, H. (2014). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Perikanan Tangkap Dogol di Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Ujung Batu Jepara. *Jurnal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 3(3), 200–207.
- Nurdiana, N. (2018). Analisis Pemasaran Ikan Bandeng di Desa Pitue Kecamatan Ma'Rang Kabupaten Pangkep. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(1), 64.
- Putri, D. A., & Dewi, S. (2019). Analisa Usaha Perikanan Tangkap Bolga (Mini Purse Seine) Dengan Hasil Tangkapan Teri (*Engraulidae*) di Desa Gebang Mekar Kabupaten Cirebon Jawa Barat. *Barakuda* 45, 1(2), 88–103.
- Reswita. (2014). Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu. *Agrisep*, 14(2), 247–255.
- Setyorini. (2017). Penyuluhan Perikanan dan Kelautan, Jurnal Penyuluhan Perikanan -Sekolah Tinggi Perikanan. *Jurnal Penyuluhan Perikanan*, 11(1), 12–24.
- Sijabat, E. (2021). Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis. *Journal of Agribusiness Science*, 9(1), 62–69.
- Soekartawati. (2016). *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia: Jakarta.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi: Analisis Fungsi Cobb Douglass. Edisi Revisi Cetakan Ketiga*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Soekartawi. (2006). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Syafril, M., & Fidhiani, D. D. (2020). Kelayakan Finansial Usaha Pengolahan Terasi Udang Rebon di Kelurahan Bontang Kuala Kota Bontang Provinsi Kalimantan Timur. *Agromix*, 11(1), 33–48.