
ANALISIS USAHA PENGOLAHAN DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK SALAI DARI BAUNG PUTIH (*Hemibagrus capitulum*) DI DESA KOTA BANGUN ULU KECAMATAN KOTA BANGUN, KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA
PROCESSING BUSINESS ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY SALAI PRODUCTS FROM WHITE BAUNG (*Hemibagrus capitulum*) IN KOTA BANGUN ULU VILLAGE KOTA BANGUN DISTRICT, KUTAI KARTANEGARA REGENCY

Firdaus Sheno Aji*, Qorih Saleha, Juliani

Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan,
Universitas Mulawarman Samarinda
Jalan Gn. Tabur, Kec. Samarinda Ulu, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia, 75242

*Correponding author email: senoaji231099@gmail.com

Submitted: 17 November 2023 / Revised: 20 February 2024 / Accepted: 27 February 2024

<http://doi.org/10.21107/juvenil.v5i1.23055>

ABSTRAK

Desa Kota Bangun Ulu mempunyai satu pengolah ikan salai yang bernama Busu Asru. Ikan salai baung Busu Asru ini sudah dikenal oleh banyak masyarakat dan usaha tersebut sudah berjalan selama 17 tahun. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pendapatan dan kelayakan dengan kriteria investasi R/C, BEP, ROI, dan PP serta mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengolah ikan salai baung Busu Asru yang berada di Desa Kota Bangun Ulu Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 1 orang dengan menggunakan Metode Sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru sebesar Rp. 4.803.754/bln dan usaha tersebut layak untuk dijalankan. Strategi pemasaran yang telah dilakukan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru yaitu, pengembangan produk dengan melakukan: pengecapan produk, cara pembungkusan dan penempelan etiket, jaminan dan jasa produk, teknik memperbesar penjualan dengan melakukan: penyampaian reklame harian, bentuk advertising institutional advertising, siasat harga dengan menerapkan: penetapan harga sesungguhnya (*right price*), pengaturan fisik dan cara-cara memperagakan barang secara *close display*.

Kata Kunci: Analisis Kelayakan, Ikan salai, Kota Bangun Ulu, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Kota Bangun Ulu village has one smoked catfish processor called Busu Asru smoked fish. Busu Asru smoked catfish is well known to many people and the business has been running for 17 years. This research was carried out with the aim of analyzing income and feasibility with investment criteria R/C, BEP, ROI and PP and knowing marketing strategy carried out by the Busu Asru smoked catfish processor located in Kota Bangun Ulu Village, Kota Bangun District, Kutai Kartanegara Regency. This research was conducted from January 2022 to July 2023, located in Kota Bangun Ulu Village, Kota Bangun District, Kutai Kartanegara Regency. The sample in this study consisted of 1 person using the Census Method. The results of the research show that the revenue from the Busu Asru smoked fish processing business is IDR. 4,803,754/month and the business is feasible to run. The marketing strategy that has been carried out in the Busu Asru smoked fish processing business is product development by product tasting, packaging and affixing labels, product guarantees and services diversifikasi. Techniques for increasing sales by delivering daily advertisements, institutional advertising, pricing tactics by setting real prices (*right prices*), physical arrangements and ways of displaying goods in *close displays*.

Keywords: Feasibility Analysis, Marketing Strategy, Salai fish, Kota Bangun Ulu

PENDAHULUAN

Pada tahun 2019, jumlah nelayan perikanan tangkap di Kecamatan Kota Bangun sebanyak 877 rumah tangga dan menggunakan perahu sebanyak 1.540, selain itu Desa Kota Bangun mempunyai potensi pembudidayaan ikan dengan wadah berupa kolam dan keramba. Luas kolam budidaya sebesar 71,3 hektar dengan 415 rumah tangga yang menjalankan, sedangkan untuk budidaya keramba yang dilakukan oleh 844 rumah tangga dan untuk usaha pengolahan yang berada di Desa Kota Bangun yg dijalankan oleh 53 rumah tangga (Badan Pusat Statistik Kutai Kartanegara, 2021).

Jumlah perikanan tangkap di Desa Kota Bangun Ulu mencapai 5.490,8 ton/tahun. Satu diantara hasil tangkapannya adalah ikan baung sebanyak 499,1 ton/tahun (Badan Pusat Statistik Kutai Kartanegara, 2021). Desa Kota Bangun Ulu mempunyai satu pengolah ikan salai yang bernama Busu Asru. Ikan salai merupakan ikan yang diolah dengan metode pengasapan. Pengasapan dilakukan bertujuan untuk mengurangi kadar air dalam tubuh ikan, sehingga tidak ada kesempatan bakteri berkembang biak (Agustina, 2019).

Pengolahan ikan salai baung sendiri tidak menentu, karena ikan baung merupakan ikan musiman (Dinas Perikanan dan Kelautan Kutai Kartanegara, 2021). Ikan baung merupakan ikan yang mempunyai kandungan lemak sebesar 19,51% (Hasanah, 2015). Ikan salai baung Busu Asru cukup dikenal oleh banyak masyarakat dan usaha tersebut telah berjalan selama 17 tahun.

Pengembangan usaha perlu dilakukan untuk mengukur tingkat kelayakan usaha secara finansial yang efisien mengingat produksi pengolahan ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu mempunyai peluang usaha yang cukup baik. Analisis kelayakan dibutuhkan untuk melihat apakah usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru di Desa Kota Bangun Ulu menguntungkan atau layak untuk dikembangkan dengan kriteria investasi R/C, BEP, ROI, dan PP.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam melakukan usaha, pada strategi pemasaran ini mempunyai dasar yang menuju pada kegiatan pemasaran dari sebuah usaha. Sebelum sebuah usaha menetapkan sebuah strategi pemasaran sebaiknya melihat situasi dan kondisi dari pasar. Pada dasarnya setiap usaha yang dilakukan mempunyai tujuan

mendapat untung sebanyak-banyaknya agar usaha bertahan lama.

MATERI DAN METODE

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022 sampai dengan Juli 2023 tempat penelitian berada di Desa Kota Bangun Ulu Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara.

Metode Pengambilan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Studi Kasus. Studi kasus adalah eksplorasi mendalam dari sistem terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus melibatkan investigasi kasus, yang dapat didefinisikan sebagai suatu entitas atau objek studi yang dibatasi, atau terpisah untuk penelitian dalam hal waktu, tempat, atau batas-batas fisik. Penting untuk memahami bahwa kasus dapat berupa individu, program, kegiatan, sekolah, ruang kelas, atau kelompok. Setelah kasus didefinisikan dengan jelas, peneliti menyelidiki mereka secara mendalam, biasanya menggunakan beberapa metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi (Fitrah & Lutfiyah, 2017).

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Sensus. Sugiyono (2018), menyatakan bahwa sampel jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Metode Analisis Data

Pendapatan dan Penerimaan

Penerimaan atau Revenue merupakan seluruh hasil penjualan produk yang dikalikan dengan harga. Besarnya jumlah penerimaan dapat dipengaruhi oleh besarnya produksi dan harga yang berlaku. Untuk mengetahui total penerimaan dapat diketahui dengan menggunakan rumus yaitu (Soekartawi, 2003).

$$\text{Pendapatan (TR)} = P \times Q \dots\dots\dots (1)$$

Dimana, TR: Total penerimaan pengolahan ikan salai baung (Rp/produksi); P: Harga jual ikan salai baung (Rp/kg); Q: Banyak jumlah produksi ikan salai baung (Rp/produksi)

Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda seperti, penjualan

(sales), pendapatan jasa (fees), bunga (interest), deviden (dividend), royalty (royalty) (Martani et al., 2016).

$$\text{Penerimaan (I)} = \text{TR} - \text{TC} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana, I: Total pendapatan pengolahan ikan salai baung (Rp/produksi); TR: Total penerimaan pengolahan ikan salai baung (Rp/produksi); TC: Total biaya pengolahan ikan salai baung (Rp/Pproduksi)

Kelayakan Usaha

Menurut Umar (2005), Studi kelayakan bisnis adalah penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Revenue Cost Ratio (R/C)

Menurut Rahim dan Hastuti (2007), analisis rasio penerimaan atas biaya (R/C Ratio) merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya. Analisis ini digunakan untuk melihat perbandingan total penerimaan dan total biaya usaha.

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (3)$$

Dimana, R/C ratio = R/C usaha pengolahan ikan salai baung; TR = Total penerimaan (Rp/produksi); TC = Total biaya (Rp/produksi)

Break Event Point (BEP)

Break Event Point (BEP) atau nilai impas adalah suatu teknik analisis untuk hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan volume penjualan BEP merupakan pengukuran dimana kapasitas rill pengolahan bahan baku menjadi output, menghasilkan penerimaan yang sama dengan pengeluaran (Soekartawi, 2006)

BEP Produksi

$$BEP \text{ produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga}} \dots\dots\dots (4)$$

Dimana, TC = Total biaya (Rp/produksi); Harga = Harga jual ikan salai

BEP Harga

$$BEP \text{ harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Total produksi}} \dots\dots\dots (5)$$

Dimana, TC= Total biaya (Rp/produksi); Total produksi= Jumlah produksi ikan salai baung (Rp/produksi)

BEP Penjualan

$$BEP \text{ penjualan} = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{S}} \dots\dots\dots (6)$$

Dimana, TFC= Total biaya tetap (Rp/produksi); TVC= Total biaya tidak tetap (Rp/produksi); S= Total penjualan (RP/kg)

Return On Investment (ROI)

Analisis Return On Investment (ROI) dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh/komprehensif. Return On Investment (ROI) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan (Syamsuddin, 2009).

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Investasi}} \times 100 \dots\dots\dots (7)$$

Payback period (PP)

Menurut Afan, dkk (2015), analisis Payback Period pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa lama (periode) investasi akan dikembalikan saat terjadinya kondisi pulang pokok (break even-point)

$$PP = \frac{\text{Total investasi}}{\text{keuntungan/pendapatan}} \dots\dots\dots (8)$$

Sumber dana yang digunakan pengolahan ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu merupakan berasal dari modal sendiri. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM dengan total omzet atau omzet kurang dari Rp. 500.000.000 dibebaskan dari pajak penghasilan atau PPH (Endaryati, 2022).

Strategi Pemasaran

Analisis deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2009).

Analisis deskriptif yang digunakan adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan pada usaha pengolahan ikan

salai baung di Desa Kota Bangun Ulu. Pengumpulan data berupa kuisioner, kemudian hasil data tersebut dideskripsikan dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Pengolahan ikan salai baung

Usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru berdiri pada tahun 2005, Busu Asru adalah nama pemilik usaha pengolahan ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. Awal mula usaha ini dijalankan oleh orang tua dari Pak Ansar yang bernama Pak Asru, yang mana pada saat itu Pak Asru menjual berbagai macam ikan sungai. Saat itu penjualan ikan menurun dan Pak Asru berinisiatif untuk mengolah sisa ikan dengan tujuan menghabiskan sisa ikan dan menambah nilai jual ikan itu menjadi ikan salai baung.

Biaya dan Pendapatan

Berdasarkan hasil wawancara pada proses responden pengolah ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu terdapat biaya produksi dan

pendapatan. Usaha ikan salai Busu Asru tidak hanya mengolah ikan salai baung, tetapi juga mengolah ayam asap, diasumsikan untuk biaya-biaya yang dibutuhkan untuk mengolah ikan salai baung sebesar 80% karena dilihat dari frekuensi yang lebih banyak adalah ikan salai baung, sementara biaya untuk ayam asap adalah 20%.

Biaya Usaha Pengolahan Ikan Salai Baung Putih (*Hemibagrus capitulum*)

Biaya usaha pengolahan ikan salai baung berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha pengolahan ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu terbagi menjadi 2 yaitu, biaya investasi dan biaya operasional. Biaya operasional terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap.

Biaya investasi

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan pada tahap awal kegiatan usaha pengolahan ikan salai baung. Biaya investasi dan biaya penyusutan yang dikeluarkan dalam pengolahan ikan salai baung, agar lebih jelas dapat dilihat pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Biaya Investasi dan Biaya Penyusutan

No	Nama Barang	Jumlah Barang (unit)	Harga/Unit (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Umur Teknis (Bln)	Penyusutan (Rp/Bln)
1	Drum	7	80.000	560.000	24	23.333
2	Pisau	4	60.000	240.000	36	6.667
3	Kawat	1	80.000	80.000	12	6.667
4	Baskom besi	6	144.000	864.000	36	24.000
5	Timbangan	2	224.000	448.000	24	18.667
6	Talenan	3	48.000	144.000	12	12.000
7	Tudung saji	3	40.000	120.000	12	12.500
8	Freezer	2	2.880.000	5.760.000	84	68.571
9	Lemari pengasapan	1	4.000.000	4.000.000	84	47.619
10	Spanduk	1	80.000	80.000	36	2.222
	Total			12.296.000		222.246

Sumber: Data Primer, 2023.

Biaya Operasional

Menurut Ibrahim dalam (Justika, 2022), biaya operasional adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi berlangsung, secara rutin biaya ini dikeluarkan, seperti pembelian bahan baku, bahan bakar, modal kerja dan berbagai biaya lainnya sesuai dengan kebutuhan biaya dari masing-masing proyek. Biaya operasional dan pemeliharaan terbagi menjadi 2 yaitu:

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak berubah walaupun dipengaruhi oleh aktivitas

produksi mengalami perubahan volume produksi ikan salai baung. Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru yang terdiri dari biaya perawatan dan penyusutan adalah Rp. 252.246/bln.

Biaya Tidak Tetap

Biaya tidak tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi pengolahan ikan salai baung. Jumlah biaya tidak tetap yang dikeluarkan dalam usaha pengolahan ikan salai baung, agar lebih jelas dapat dilihat pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Biaya Tidak Tetap

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga (Rp)	Jumlah biaya (Rp/bln)	Biaya produksi (Rp/Produksi)
1	Ikan baung putih	Kg/bln	200	35.000	7.000.000	466.666
2	Kayu bakar	Pick up/bln	3	350.000	1.050.000	70.000
3	Solar	Lt/bln	5	6.800	34.000	2.266
4	Plastik	Pcs/bln	150	75.000	75.000	5.000
5	Kertas Nasi	Pak /bln	1	105.000	105.000	7.000
Total					8.264.000	550.932

Sumber: Data Pribadi, 2023

Produksi dan Penerimaan

Produksi adalah proses pengolahan ikan salai baung mulai dari ikan diterima dari pengepul, ikan disiangi dan dibersihkan, menyiapkan alat pengasapan, ikan baung diasapkan selama 2 hari dan setelah diasapkan selama 2 hari ikan disimpan dilemari pengasapan. Produksi yang dimaksud berupa ikan salai baung.

Penerimaan adalah keseluruhan nilai produksi yang diperoleh oleh pengolah ikan salai baung dari hasil penjualan ikan salai baung pada tingkat harga pengolah ikan salai baung di Desa Kota Bangun Ulu. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh penerimaan sebesar Rp.13.320.000 Dengan jumlah produksi sebesar 66,6 kg/bln (15 kali produksi), agar lebih jelas dapat dilihat pada **Tabel 3**.

Tabel 3. Total Penerimaan Pengolahan Ikan Salai Baung

No	Jumlah Produksi	Harga (Rp/kg)	Penerimaan
1	4,4kg/produksi	200.000	Rp. 880.000/produksi
2	66,6kg/bln	200.000	Rp. 13.320.000/bln

Sumber: Data Primer, 2023

Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima pengolah ikan salai baung Busu Asru di Desa Kota Bangun Ulu. Dari hasil penjualan

ikan salai baung pada tingkat harga tertentu, dikurangi dengan total biaya operasional yang dikeluarkan dalam proses produksi, agar lebih jelas dapat dilihat pada **Tabel 4**.

Tabel 4. Total Pendapatan Pengolahan Ikan Salai Baung

No	Penerimaan	Biaya	Pendapatan
1	Rp.880.000/produksi	567.748/produksi	312.252/produksi
2	Rp.13.320.000/bln	8.516.246/bln	4.803.754/bln

Sumber: Data Primer, 2023

Analisis Kelayakan

Analisis usaha adalah cara untuk mengetahui kelayakan usaha yang dijalankan dengan tujuan mengetahui berapa nilai R/C, *Break Event Point* (BEP), *Payback Period* (PP), dan *Return On Investment* (ROI) (Rahman,2022).

Revenue Cost Ratio (R/C)

R/C Ratio bertujuan untuk mengetahui rasio penerimaan dan biaya usaha pengolahan dan pemasaran. Berdasarkan hasil analisis besarnya penerimaan pada usaha pengolahan ikan salai baung sebesar Rp. 13.320.000/bln, sedangkan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 8.516.246/bln. Jadi besarnya R/C adalah 1,56 yang berarti bahwa usaha pengolahan ikan salai baung mampu memberikan penerimaan sebesar 1,6 dari biaya yang dikeluarkan. Hal ini memberikan indikasi bahwa R/C lebih besar dari 1, menunjukkan usaha tersebut layak untuk dilanjutkan.

Break Event Point (BEP)

BEP Harga

Titik keseimbangan harga digunakan untuk melihat pada tingkat berapa terjadi keseimbangan antara produksi yang dihasilkan dengan biaya operasional yang dikeluarkan. Pada usaha pengolahan ikan salai baung busu Asru, titik keseimbangan harga dari total biaya operasional dengan jumlah output produk adalah Rp. 127.872/kg, sedangkan harga jual ikan salai baung Rp. 200.000/kg, dapat disimpulkan bahwa BEP harga < harga aktual yang berlaku maka usaha berada pada posisi menguntungkan dan usaha tersebut layak untuk dilanjutkan.

BEP Produksi

Hasil perhitungan diperoleh rata-rata BEP produksi sebesar 42,58 kg/produksi, sehingga minimal jumlah produksi impas untuk produksi

ikan salai baung adalah 43 kg/produksi, sedangkan total produksi dalam satu bulan rata-rata sebesar 66,6 kg/bln dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi aktual > jumlah produksi pada kondisi BEP maka usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru menguntungkan.

BEP Penjualan

Hasil perhitungan diperoleh rata-rata BEP penjualan sebesar Rp. 406.572/bln, sehingga minimal penjualan impas yang ditawarkan untuk produksi ikan salai baung Busu Asru adalah Rp. 406.572/bln, sedangkan jumlah penjualan ikan salai baung Rp. 13.320.000/bln, sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan aktual > jumlah penjualan pada kondisi BEP maka usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru layak untuk dijalankan.

Return On Investment (ROI)

Hasil data analisis didapatkan angka 39%, yang artinya usaha pengolahan ikan salai

baung Busu Asru mendapatkan laba bersih sebesar 39% dari keseluruhan asset atau harta yang dimilikinya dan usaha tersebut layak dijalankan karena presentase investasi diusaha pengolahan ini lebih besar dibandingkan presentase investasi dibunga Bank Kaltimtara (sebesar 1,50%).

Payback Period (PP)

Hasil Payback Period (PP) yaitu perbandingan dari jumlah investasi dengan jumlah keuntungan, setelah dihitung menghasilkan nilai Payback Period pada usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru menunjukkan waktu pengembalian investasi rata-rata sebesar 2 tahun 5 bulan yang artinya semua investasi yang ditanamkan pada usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru akan kembali dalam jangka waktu 2 tahun 5 bulan atau 29 bulan aset terlama yang digunakan adalah kulkas dan lemari pengasapan dengan masa pakai 5 tahun atau 84 bulan, sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha ikan salai baung Busu Asru layak untuk dijalankan.

Tabel 5. Rincian Analisis Usaha Pengolahan Ikan Salai Baung Busu

No	Analisis	Nilai	Nilai faktual	Keterangan	Kategori
1	R/C	1,56		R/C > 1	Layak
2	BEP harga	Rp. 127.872	Rp. 200.000	BEP harga < harga jual	Layak
3	BEP produksi	42,58 kg/bln	66,6kg/bln	BEP produksi < jumlah produksi	Layak
4	BEP penjualan	Rp. 406. 572	Rp. 13.320.000	BEP penjualan < jumlah penjualan	Layak
5	ROI	39%		32% > suku bunga BANK KALTIMTARA 1,50%	Layak
6	PP	2 tahun 5 bulan atau 29 bulan		Biaya investasi yang dikeluarkan mampu dikembalikan dalam jangka waktu 2 tahun 5 bulan atau 29 bulan	Layak

Sumber: Data Primer, 2023

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan faktor terpenting dalam sebuah usaha. Strategi pemasaran adalah rencana menjabarkan ekspektasi usaha akan berdampak dari berbagai aktifitas dan program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu (Tjiptono, 2003) dalam (Sari, 2020). Strategi pemasaran yang digunakan dalam pengolahan ikan salai baung di Kota Bangun Ulu sebagai berikut:

Strategi dan jasa produk

Pengembangan Produk

Usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru ini tidak melakukan pengembangan produk karena waktu yang dihabiskan untuk mengolah ikan salai baung cukup memakan waktu sehingga pemilik usaha tidak sempat untuk melakukan pengembangan produk.

Spesialisasi dan diversifikasi produk

Pemilik usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru ini hanya melakukan spesialisasi produk, karena pemilik usaha hanya memusatkan ke satu jenis olahan yaitu, ikan salai baung saja. Pemilik usaha tidak melakukan diversifikasi atau menambah ragam produk. Penambahan produk atau diversifikasi tidak dilakukan, karena pemilik usaha takut tidak mendapatkan pasaran dimasyarakat.

Pengecapan produk

Produk olahan ikan salai baung Busu Asru ini tidak memiliki cap diproduk olahan ikan salai baung baungnya. Sejak awal olahan ikan salai baung Busu Asru tidak mempunyai cap, karena dengan menggunakan spanduk merupakan salah satu pengenalan produk ikan salai baung yang diolah oleh Pak Asru.

Cara pembungkusan barang dan penempelan etiket

Pembungkusan yang dilakukan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru menggunakan kantong plastik biasa dan kertas nasi untuk membungkus ikan salai baung. Karena kantong plastik dan kertas nasi merupakan cara pembungkusan yang mudah dan harganya yang murah. Meskipun pembungkusan yang dilakukan masih sangat sederhana, tetapi produk ikan salai baung ini selalu habis dan tidak berpengaruh dengan pemasarannya. Tetapi dari segi fungsi pembungkusan hal tersebut kurang efisien karena, tidak adanya pembeda atau ciri dari produk ikan salai baung Busu Asru.

Jaminan dan jasa produk

Produk olahan ikan salai baung Busu Asru ini mempunyai ketahanan kurang lebih 7 hari dengan melakukan penyimpanan dikulkas.

Jika ada pembeli yang rumahnya menempuh jarak yang jauh pemilik usaha menolak karena pemilik usaha takut jika kualitas dari ikan salai baungnya menurun. Penolakan yang dilakukan tidak berpengaruh besar dengan penjualan ikan salai baung. Jika ikan salai baung yang dibeli kualitasnya menurun, maka pengolah mengganti dengan ikan salai baung yang kualitasnya bagus.

Struktur dan jasa organisasi

Usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru ini tidak mempunyai struktur organisasi, pemilik usaha melakukan pembersihan, pengolahan sendiri. Pemilik usaha tidak melakukan pengiriman produk ke pembeli, tetapi pembeli yang langsung datang untuk membeli. Ikan baung yang didapat dari pengepul setiap harinya tidak terlalu banyak sehingga pengolah melakukan pengolahan ikan salai baung sendiri, tetapi ketika pengolah tidak ada dirumah kegiatan penjualan dibantu oleh istrinya.

Teknik memperbesar penjualan

Teknik memperbesar penjualan yang digunakan dalam pengolahan ikan salai baung Busu Asru ini hanya menggunakan spanduk atau baliho yang dipasang di depan rumah agar dapat diketahui oleh pembeli. Adapun cara Teknik memperbesar penjualan bisa disampaikan melalui:

Penyampaian Reklame

Penyampaian yang digunakan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru dapat dilihat di tabel 6.

Bentuk advertising

Bentuk *advertising* yang digunakan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru dapat dilihat di tabel 7.

Tabel 6. Rekap Penyampaian Reklame Pengolah Ikan Salai Baung

No	Penyampaian Reklame	Ya	Tidak	Keterangan
1	Harian	√		Pengolah menggunakan spanduk sebagai media promosi, karena spanduk tidak memerlukan biaya yang banyak dan pemasangan yang mudah
2	Shopping news		√	Pemilik usaha pengolahan ikan salai baung tidak melakukan penyampaian reklame menggunakan <i>shopping news</i> , karena pengolah ikan salai baung kurang mengerti bagaimana penyampaian reklame menggunakan <i>shopping news</i>
3	Direct mail		√	Karena olahan ikan salai baung merupakan produk olahan yang tidak memerlukan kartu petunjuk dan katalog
4	Handbills		√	Perkembangan zaman yang semakin canggih jadi tidak perlu menggunakan <i>handbills</i> untuk menginformasikan dan mempromosikan, tetapi pengolah menggunakan sosial media seperti Facebook untuk kegiatan promosi

No	Penyampaian Reklame	Ya	Tidak	Keterangan
5	Radio dan tv		√	Media promosi menggunakan tv dan radio membutuhkan biaya yang sangat besar
6	Slides		√	Pengolahan ikan salai baung tidak menggunakan <i>slides</i> sebagai penyampaian reklame, karena mempromosikan produk atau barang menggunakan <i>slides</i> membutuhkan biaya
7	Premi		√	Pengolah tidak menggunakan media promosi premi karena kurang mengetahui media promosi menggunakan premi.

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 7. Rekap Bentuk *Advertising* Pengolah Ikan Salai Baung

No	Bentuk <i>advertising</i>	Ya	Tidak	Keterangan
1	<i>Price advertising</i>		√	Pengolah ikan tidak menonjolkan harga karena harga jual ikan salai baung bisa naik atau turun tergantung dari harga bahan baku yang dibeli
2	<i>Quality advertising</i>		√	Pengolah ikan salai baung tidak menggunakan <i>quality advertising</i> , karena ikan salai baung yang dijual bukan ikan salai yang kualitasnya menurun.
3	<i>Factual advertising</i>		√	Pengolah tidak menonjolkan faedah-faedah dari ikan salai baung karena pembeli biasanya mengetahui apa manfaat ikan salai baung.
4	<i>Service advertising</i>		√	Karena biasanya pembeli yang datang langsung kerumah pengolah ikan salai baung.
5	<i>Reminder advertising</i>		√	Pengolah tidak melakukan <i>reminder advertising</i> karena ikan salai baung merupakan makanan yang aman untuk dikonsumsi, sehingga tidak perlu menulis kalimat peringatan
6	<i>Institutional advertising</i>	√		Pengolah ikan salai baung menggunakan <i>Institutional advertising</i> karena pengolah ikan salai baung menuliskan namanya dispanduk yang digunakan dengan tujuan untuk menarik pelanggan, karena nama Busu Asru sudah dikenal sehingga memudahkan pembeli mengetahui tempat ikan salai Busu Asru

Sumber: Data Primer, 2023

Metode promosi penjualan

Metode promosi dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, Memamerkan produk pada pekan-pekan dagang, Membuat ruang pajangan (*show rooms*), Mendistribusikan contoh secara gratis, *Memberi layanan secara insentif*, *Memberi hadiah yang menarik*.

Siasat harga

Siasat harga adalah penentuan harga produk yang dilakukan pemilik usaha berdasarkan pada biaya produksi. Siasat harga dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, Penetapan harga sesungguhnya (*right price*), Penetapan harga *odd price* (*psychological price*), Penetapan harga yang dapat dikorting. Siasat harga yang digunakan dalam pengolahan ikan salai baung adalah penetapan harga sesungguhnya (*right price*).

Pengaturan fisik dan cara-cara memperagakan barang

Pengaturan fisik yang dilakukan dalam usaha pengolahan ikan salai baung ini menggunakan lemari pengasapan sebagai peragaan tertutup (*close display*), karena ikan salai baung

merupakan produk olahan yang mudah menurun kualitasnya jika tidak disimpan ditempat yang tertutup.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pendapatan usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru sebesar RP. 4.803.754/bln dan kelayaka usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru layak untuk dijalankan berdasarkan kriteria investasi R/C, BEP, PP, dan ROI. Strategi pemasaran yang sudah dilakukan dalam usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru antara lain, pengembangan produk dengan melakukan pengecapan produk, cara pembungkusan dan penempelan etiket, jaminan dan jasa produk. Teknik memperbesar penjualan dengan melakukan penyampaian reklame harian, bentuk *advertising institutional advertising*, siasat harga dengan menerapkan penetapan harga sesungguhnya (*right price*), pengaturan fisik dan cara-cara memperagakan barang secara *close display*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada pemilik usaha pengolahan ikan salai baung Busu Asru

yang telah berkenan dan menerima serta memberikan data untuk melengkapi skripsi mengenai penelitian analisis usaha pengolahan dan strategi pemasaran produk salai dari baung putih (*hemibagrus capitulum*) di Desa Kota Bangun Ulu Kecamatan Kota Bangunkabupaten Kutai Kartanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2019). *Proses Pengasapan Ikan Nila Dengan Sistem Sirkulasi Asap Terkontrol Ditinjau Dari Waktu Pengasapan Dan Kecepatan Laju Alir Udara*. Politeknik Negeri Sriwijaya. Palembang.
- Badan Pusat Statistik Kutai Kartanegara. (2021). *Kecamatan Kota Bangun Dalam Angka 2021*. Kabupaten Kutai Kartanegara.
- Endaryati, E. (2022). *Omzet Pendapatan UMKM dibawah Rp. 500 Juta Bebas Pajak*. Universitas Sains dan Teknik Komputer. Semarang.
- Fitrah. M & Lutfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV. Jejak. Sukabumi.
- Hasanah, R. 2015. Karakteristik Mutu Produk Ikan Baung (*Mystus nemurus*) Asap Industri Rumah Tangga dari tiga Kecamatan Kutai Barat, Kutai Kartanegara. *Jurnal Akuatika*, 2.
- Justika, N. I., Gunawan, B. I., & Syafril, M. (2022). Analisis Finansial Usaha Pengolahan Manisan Rumput Laut Di Kelurahan Bontang Kuala Kecamatan Bontang Utara Kota Bontang. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*, 9(1), 147-170.
- Martini, D. (2016). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK Buku 1*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Rahmawati, A. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Hunian Kamar Pada Hotel Bumi Senyur Samarinda*. IKIP PGRI Kalimantan Timur. Samarinda.
- Rahim, A. & Hastuti, D.R.D. (2007). *Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sari, Y. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus) Merek Dhapu Kopi*. Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh.
- Soekartawi. (2006). *Analisis Usaha Tani*. Ui Press. Jakarta.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok bahasan Analisis Coob Douglas*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syamsuddin, L. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.