

Analisis Usaha Produk Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) Crispy di UMKM Salsha Dara Kota Samarinda

Nabila Cynthia Hati¹, Fitriyana^{2*}, Zul Asman Randika³

^{1,2,3}Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan, Universitas Mulawarman, Indonesia

*e-mail koresponden: fitriyana@fpik.unmul.ac.id

Article Information

Submit: 30-04-2025

Revised: 10-05-2025

Accepted: 25-05-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keuntungan (kelayakan) usaha Produk Olahan Ikan Teri (*Stolephorus indicus*) crispy di UMKM Salsha Dara mendeskripsikan pola saluran pemasaran produk usaha teri crispy Salsha Dara dan mengidentifikasi efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran usaha teri crispy Salsha Dara. Tahapan penelitian dimulai sejak bulan September 2024 sampai dengan bulan Maret 2025 dengan lokasi penelitian di Jalan. Wolter Mongonsidi Kecamatan Samarinda ulu, Kota Samarinda. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus, sedangkan teknik purposive sampling digunakan dalam proses penentuan sampel serta teknik snowball sampling, hasil penelitian mengungkapkan bahwa usaha teri crispy Salsha Dara layak dan menguntungkan secara ekonomi dengan analisis kelayakan usaha berdasarkan indikator R/C Ratio, Break Event Point (BEP) dan Payback Period.

Kata kunci: Ikan Teri (*Stolephorus indicus*), Teri Crispy, Samarinda

Abstrack.

The purpose of this research is to analyze the profitability (feasibility) of the Crispy Anchovy (Stolephorus indicus) processed product business at UMKM Salsha Dara, describe the marketing channel patterns of the Salsha Dara crispy anchovy business, and identify the marketing efficiency in each marketing channel of the Salsha Dara crispy anchovy business. The research stages began in September 2024 and will continue until March 2025, with the research location at Jalan Wolter Mongonsidi, Samarinda Ulu District, Samarinda City. This study employs a case study research approach, with sample collection using purposive and snowball sampling methods. The research results indicate that the Salsha Dara crispy anchovy business is feasible and economically profitable, based on business feasibility analysis using the R/C Ratio, Break-Even Point (BEP), and Payback Period indicators.

Keywords: Anchovy (*Stolephorus indicus*), Crispy Anchovy, Samarinda

PENDAHULUAN

Kota Samarinda berperan sebagai pusat pemerintahan Provinsi Kalimantan Timur, letaknya strategis di tepian Sungai Mahakam. Luas Wilayah Kota Samarinda mencakup sekitar 0,56 persen dari total luas Provinsi Kalimantan Timur. Samarinda juga terkenal dengan industri perikanan air tawarnya, Satu diantara perikanan yang diperdagangkan di wilayah Samarinda adalah Ikan teri. Ikan teri merupakan satu diantara sumber daya perikanan yang memiliki sumber protein terjangkau dan juga merupakan komoditas penting di pasar lokal (BPS Kota Samarinda, 2023). Sektor produksi perikanan dapat sangat bergantung pada sumber daya perikanan yang memiliki potensi nilai ekonomi yang besar (Fitriyana *et al* 2024).

Sektor perikanan memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia serta menjadi sumber utama pangan dan gizi bagi masyarakat (Nuraeni & Budi, 2022). Di Kota Samarinda sendiri terdapat pelaku usaha kecil olahan perikanan yang sukses adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Salsha Dara yang berlokasi di Jalan Wolter Mongonsidi RT.17 No.41 Samarinda dan berfokus pada pengolahan ikan teri sebagai produk utama dan sudah berjalan dari tahun 2015 hingga sekarang. Pada hal ini perlu adanya pemahaman terkait keuntungan dan kerugian, serta memahami saluran pemasaran produk ikan teri crispy di UMKM tersebut. Selain itu hal ini terlihat dari luasnya distribusi pemasaran produk yang tersebar di wilayah Samarinda hingga ke luar Kota

Samarinda. Dengan tingginya minat dari produk olahan teri crispy Salsha Dara maka tujuan yang akan dicapai pada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tentang kelayakan usaha dan saluran pemasaran produk olahan ikan teri (*Stolephorus indicus*) crispy di UMKM Salsha Dara kota samarinda.

Analisis merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menjelaskan berbagai unsur dengan cara menguraikan, membedakan, menyortir, serta menggabungkannya kembali berdasarkan kriteria tertentu (Hesty Nurita Putri *et al*, 2022). Terdapat berbagai jenis analisis, di antaranya analisis ekonomi, analisis data, analisis varians, dan analisis laporan keuangan. Pengolahan makanan merupakan rangkaian aktivitas yang berkaitan dengan penanganan bahan pangan, dimulai dari tahap pengadaan hingga penyajiannya (Hadinata & Adriyanto, 2020). Proses ini mencakup lima elemen utama, yaitu lokasi, tenaga kerja, perlengkapan, bahan makanan, serta metode pengolahan yang digunakan. Proses pengolahan hasil perikanan, seperti pengawetan, pengolahan, dan pengalengan (Rafiqah *et al*, 2022)

METODE PENELITIAN

Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan September 2024 sampai bulan mei 2025. Lokasi sebagai objek penelitian yaitu UMKM Salsha Dara yang bertempat di jalan Wolter Mongonsidi RT.17 No. 41 Kota Samarinda. Alat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi perlengkapan tulis, papan kuesioner, telepon seluler, laptop, dan printer. Sementara itu, bahan yang dipakai mencakup kertas berukuran A4, kuesioner, serta data primer dan sekunder. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan tiga responden yang dijadikan sebagai sampel.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *case studi* (studi kasus), studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, detail, dan mendalam mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas. Penelitian ini memerlukan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder (Hidayat, 2019). Data primer adalah data pokok yang digunakan dalam penelitian ini dan dikumpulkan secara langsung dari tempat dilaksanakannya penelitian, sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan diperoleh dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian (Narulita *et al*, 2023).

Penelitian studi kasus ini dilakukan pada usaha ikan teri crispy Salsha Dara. Pada usaha ini terdapat pemilik usaha dan pekerja, untuk kebutuhan penelitian ini menggunakan jenis metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik usaha ikan teri crispy UMKM Salsha Dara dan untuk saluran pemasaran ikan teri crispy penulis pengambilan sampel seperti bola salju "menciptakan sampel satu per satu, guna mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat untuk di jadikan sampel dalam penelitian dengan melakukan wawancara secara langsung menggunakan kuisisioner. Analisis Pendapatan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha dan saluran pemasaran hasil pengolahan ikan teri crispy di UMKM Salsha Dara Kota Samarinda. Data yang diperoleh di analisis dengan cara.

Biaya Produksi

Biaya produksi total (total cost) yang biaya produksi merujuk pada pengeluaran yang dibutuhkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan (Soekartawi, 2002). Dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC (Total Cost) : Total Biaya (Rp/bln)

TFC (Total Fixed Cost) : Total Biaya Tetap (Rp/bln)

TVC (Total Variabel Cost) : Total Biaya Tidak Tetap (Rp/bln)

Penerimaan

Jumlah total penerimaan dapat diperoleh dengan mengalikan harga jual per unit dengan jumlah unit yang terjual dalam suatu periode tertentu (Soekartawi,2003) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TR = (PxQ)$$

Keterangan:

TR (Total Revenue) : Total Penerimaan (Rp/bln)

P (Price) : Harga (Rp/kg)

Q (Quantity) : Jumlah Produksi (kg/bln)

Keuntungan

Keuntungan merupakan indikator kinerja yang menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba (Soekartawi,2003). Dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π (Phi) : Pendapatan bersih (Rp/bln)

TR (Total Revenue) : Total Penerimaan (Rp/bln)

TC (Total Cost) : Total biaya (Rp/bln)

Revenue Cost Ratio (RCR)

RCR ialah membantu bisnis menilai kinerja biaya dan profitabilitas (Soekartawi,2003). Dapat dituliskan sebagai berikut:

$$RCR = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}}$$

Keterangan :

R/C Ratio : Perbandingan antara jumlah penerimaan keseluruhan dan total pengeluaran biaya (Rp/bln)

TR (Total Revenue) : Total penerimaan (Rp/bln)

TC (Total Cost) : Total Biaya (Rp/bln)

Kriteria:

1. Jika R/C Ratio > 1, maka usaha tersebut menguntungkan.
2. Jika R/C Ratio < 1, maka usaha tersebut tidak menguntungkan.
3. Selanjutnya jika R/C Ratio = 1, maka usaha tersebut seimbang

Break Event Point (BEP)

Analisis Break Even Point (BEP) bertujuan untuk menentukan jumlah atau nilai produksi yang diperlukan agar suatu usaha tidak mengalami keuntungan atau kerugian (Sunnyoto,2013). Analisis BEP ini digunakan untuk mengevaluasi berbagai jenis produk ikan teri crispy Salsha Dara. Rumus untuk menghitung BEP yang diterapkan adalah sebagai berikut:

$$BEP \text{ Produksi} = \frac{Tc}{Price}$$

Keterangan:

TC (Total Cost) : Total Biaya (Rp/bln)

P (Price) : Harga (Rp/kg)

Kriteria BEP produksi sebagai berikut :

- Apabila BEP produksi < dibandingkan dengan jumlah produksi sebenarnya, maka usaha tersebut memperoleh keuntungan
- Apabila BEP produksi > daripada hasil produksi sebenarnya, maka usaha mengalami kerugian.

BEP Harga

$$BEP\ Harga = \frac{TC}{Produksi}$$

Keterangan:

TC (*Total Cost*) : Total biaya (Rp/bln)

Total Produksi : Total Produksi (Kg/bln)

Kriteria BEP Harga adalah sebagai berikut :

- Jika BEP Harga < dari harga sebenarnya yang dihasilkan maka usaha tersebut memperoleh keuntungan.
- Jika BEP Harga > dari harga sebenarnya yang dihasilkan maka usaha tersebut mengalami kerugian.

BEP Penjualan

$$BEP\ Penjualan = \frac{TFC}{1 - \frac{TVC}{S}}$$

Keterangan :

TFC (*Total Fixed Cost*): Total Biaya tetap (Rp/bln)

TVC (*Total Variabel Cost*): Total biaya tidak tetap (Rp/bln)

S (*Sale*): Penjualan (Rp/bln)

Kriteria BEP Penjualan adalah sebagai berikut :

- Apabila BEP Penjualan < daripada penjualan sebenarnya yang dihasilkan maka usaha tersebut untung.
- Apabila BEP Penjualan > dari penjualan sebenarnya yang dihasilkan maka usaha tersebut mengalami kerugian.

Payback Period (PP)

Payback period adalah sesuatu periode waktu yang diperlukan agar investasi modal dapat diperoleh kembali melalui arus kas bersih (Suharyanto *et al* (dalam Riyanto, 1991).

$$Payback\ Periode = \frac{Total\ Investasi}{Keuntungan}$$

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- Jika nilai *payback period* kurang dari 3 tahun, maka termasuk dalam kategori pengembalian cepat
- Jika nilai *payback period* antara 3 hingga 5 tahun, maka masuk dalam kategori pengembalian sedang.
- Jika nilai *payback period* lebih dari 5 tahun, maka tergolong dalam kategori pengembalian lambat.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini ialah saluran pemasaran Teri Crispy Salsha Dara yang ada di Kota Samarinda.

Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui tujuan mengenai efisiensi Pemasaran teri

crispy Salsha Dara menggunakan rumus afisiensi pemasaran menurut Hanafiah dan Saefuddin (2010) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$EP = \frac{HP}{HB} \times 100\%$$

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 teri crispy Salsha Dara adalah Tidak Efisien
- Jika $EP > 50\%$, maka saluran pemasaran teri crispy Salsha Dara adalah Efisien

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Pada Teri Crispy Salsha Dara

Ikan adalah salah satu sumber pangan hewani yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, karena mengandung nutrisi lengkap seperti protein, lemak, mineral, dan vitamin yang penting bagi tubuh manusia (Ayuni Ayang Kumara *et al*,2023). Meskipun ikan memiliki rasa yang kurang digemari oleh sebagian orang, bahan pangan ini dapat diolah menjadi beragam produk olahan yang lebih menarik dan disukai oleh masyarakat (Fitriyana *et al*,2025). Teri Crispy Salsha Dara adalah produk makanan yang dikelola oleh rumah produksi yang berbentuk UMKM yang berdiri sejak tahun 2015 dan berfokus pada pengolahan produk perikanan. Nama Salsha Dara di ambil dari nama anak kedua Ibu Liana pemilik usaha ikan teri crispy yang bernama Salsha Dara. Pada usaha Teri Crispy Salsha Dara Ibu Liana melakukan tiga kali produksi dalam satu bulan. Pada penelitian ini, usaha Teri Crispy Salsha Dara dalam satu bulan dapat memproduksi Teri Crispy sebanyak 900 Kemasan yang dijual dengan harga Rp 13.500/kemasan. Adapun proses pembuatan Teri Crispy Salsha Dara meliputi persiapan bahan baku, pencucian bahan baku, pencampuran bahan baku dengan bahan tambahan, pembaluran tepung, penggorengan pertama, penirisan, penggorengan kedua, pengeringan menggunakan mesin spinner, pengemasan, dan penyegelan kemasan menggunakan mesin sealer.

Biaya Investasi dan Biaya Penyusutan

Persiapan investasi mencakup pengeluaran biaya awal (modal) yang diperlukan untuk memulai kegiatan produksi sebelum menjalankan usaha ikan teri crispy (Ferdiansyah *et al*,2023). Biaya investasi merujuk pada pengeluaran yang dilakukan pada tahap awal dalam menjalankan usaha pengolahan Teri Crispy Salsha Dara. Biaya penyusutan adalah nilai yang semakin berkurang setiap bulan akibat penggunaan atau pemakaian aset. Berikut adalah rincian pengeluaran untuk biaya investasi dan biaya penyusutan yang ditanggung saat mengolah ikan teri crispy yang di produksi di rumah Ibu Liana di Kota Samarinda sebagai berikut :

Tabel 1. Rincian Biaya Investasi dan Biaya Penyusutan

No	Uraian Investasi	Jumlah	Harga (Rp/Satuan)	Umur Teknis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)
1	Wajan Besar	5	200.000	60	16.666
2	Kompore Mata 1000	4	475.000	120	15.833
3	Spiner	1	1.600.00	120	13.333
4	Sutil	1	44.000	60	733

5	Saringan Minyak	4	57.000	60	3.800
6	Baskom Besar	3	27.000	36	2.250
7	Baskom Bumbu	1	25.000	24	1.041
8	Baskom Kecil	2	20.000	12	3.333
9	Baskom Saringan	4	28.000	12	9.333
10	Toples	24	36.000	60	14.400
11	Panci	2	200.000	60	6.666
12	Siller Kemasan Aluminium	1	2.700.000	120	22.500
13	Pisau	2	17.000	24	1.416
14	Gunting	1	16.000	60	266
15	Centong	1	3.000	24	125
16	Sendok	2	2.000	60	66
17	Piring	1	5.000	60	83
18	Mesin Cetak Kadaluarsa	1	700.000	120	5.833
19	Tabung gas 3kg	4	170.000	72	9.444
20	Blender	1	250.000	48	5.208
Jumlah			10.686.000		132.336

Sumber: Data Primer, 2025

Investasi merupakan biaya yang dikeluarkan di awal sebelum memulai produksi Teri Crispy Salsha Dara. Dalam usaha pengolahan Teri Crispy Salsha Dara, modal investasi berasal dari dana pribadi pemilik usaha. Modal pribadi ini digunakan sebagai sumber pendanaan utama. Total biaya investasi yang dikeluarkan produsen untuk usaha Teri Crispy Salsha Dara mencapai Rp.10.686.000 per bulan, dengan penyusutan biaya investasinya mencapai Rp. 132.336 per bulan

Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan pengeluaran yang dilakukan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan usaha agar sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai (Jus *et al* ,2022). Biaya operasional ialah pengeluaran yang dibutuhkan dalam pelaksanaan proses produksi Teri Crispy Salsha Dara. Biaya operasional yang dikeluarkan Teri Crispy Salsha Dara dalam produksi terdiri dari biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (Variabel Cost).

Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh usaha pengolahan Teri Crispy Salsha Dara dalam jangka waktu tertentu dengan jumlah yang tidak berubah, terlepas dari jumlah produksi yang dihasilkan.

Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)

Biaya tidak tetap adalah biaya yang jumlahnya dapat fluktuatif, bergantung pada volume produksi Teri Crispy Salsha Dara yang dihasilkan. Rincian biaya tidak tetap bisa dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Biaya Tidak Tetap

Sumber: Data Primer, 2025

No	Bahan	Satuan	Jumlah	Harga (Rp/Satuan)	Total Biaya (Rp/Produksi)	Jumlah Biaya 3x Produksi (Rp/bulan)
1	Ikan Teri Sungai	Kg		30.000	1.200.000	3.600.000
2	Tepung Gandum	Kg		23.000	276.000	828.000
3	Minyak	Liter		21.000	588.000	1.764.000
4	Garam	Bungkus		3.000	9.000	27.000
5	Tepung Tapioka	Kg		16.000	32.000	96.000
6	Tepung Beras	Kg		20.000	40.000	120.000
7	Masako	Bungkus		2.000	24.000	72.000
8	Micin Ajinomoto	Bungkus		7.000	7.000	21.000
9	Jahe	Gram		50	12.500	37.500
10	Kunyit	Gram		30	3.750	11.250
11	Bawang putih	Gram		40	10.000	30.000
12	Bensin	Liter		12.000	12.000	36.000
13	Kemasan Aluminium	Pcs		1.375	412.500	1.237.500
14	Listrik	Siklus		50.000	50.000	150.000
15	Air	Siklus		25.000	25.000	75.000
16	Tenaga Kerja	Orang		50.000	50.000	150.000
17	Isi Gas	Tabung		25.000	25.000	75.000
Total					2.776.750	8.330.250

Total Biaya atau Total Cost (TC)

Total biaya yang dikeluarkan pada usaha Teri Crispy Salsha Dara sebesar Rp. 8.462.586 per bulan. secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Biaya Tidak Tetap

No	Uraian	Total Biaya (Rp/bulan)
1	Total Biaya Tetap	132.336
2	Total Biaya Tidak Tetap	8.330.250
Total		8.462.586

Sumber: Data Primer, 2025

Penerimaan dan Keuntungan

Pendapatan dari usaha Teri Crispy Salsha Dara didapatkan melalui penjualan yang dikalikan dengan harga per unit. Total penerimaan yang dihasilkan dalam satu kali produksi mencapai Rp 4.050.000, setelah itu dikarenakan dalam satu bulan terjadi 3 kali produksi maka total penerimaan yang dihasilkan dalam satu bulan mencapai Rp. 12.150.000. Sementara itu, keuntungan didapatkan dari selisih antara total pendapatan (Total Revenue/TR) dan total biaya (Total Cost/TC) yang dikeluarkan selama proses produksi. Keuntungan yang diraih produsen Teri Crispy Salsha Dara dalam satu bulan sebesar Rp 3.687.414.

Tabel 3. Produksi dan penerimaan Teri Crispy Salsha Dara

No	Uraian	Jumlah Produksi (Kemasan/siklus)	Jumlah Produksi (Kemasan/bulan)	Netto (Gram)	Harga (Rp/Kg)	Total Penerimaan (Rp/Siklus)	Total Penerimaan 3x produksi (Rp/bulan)
1.	Teri Crispy	300	900	750	13.500	4.050.000	12.150.000

Sumber : Data Primer, 2025

Tabel 4. Pendapatan (keuntungan) usaha Teri Crispy Salsha Dara

No	Keterangan	Total (Rp/bulan)
1	Total Penerimaan	12.150.000
2	Total Biaya	8.462.586
Total		3.687.414

Sumber: Data Primer, 2025

Revenue Cost Ratio (RCR)

Revenue Cost Ratio (RCR) digunakan untuk mengetahui perbandingan penerimaan dan biaya dalam usaha pengolahan. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai RCR sebesar 1,44. Ini menandakan bahwa usaha pengolahan Teri Crispy Salsha Dara layak dijalankan karena nilai RCR lebih dari 1. Artinya, pendapatan yang dihasilkan mampu menutup biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, setiap 1 rupiah yang digunakan dalam proses produksi dapat menghasilkan 1,44 rupiah, sehingga usaha ini tergolong menguntungkan.

Break Event Point (BEP)

Menurut Manuho *et al* (2021) Break Even Point adalah kondisi di mana perusahaan berada pada posisi tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. BEP akan memberikan manfaat jika titik tersebut dapat dipertahankan dalam jangka waktu tertentu. Dari penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut yaitu BEP produksi, BEP harga, dan BEP penjualan pada usaha Teri Crispy Salsha Dara.

BEP Produksi

BEP produksi merupakan jumlah produksi di mana pendapatan usaha seimbang dengan biaya produksi serta harga jual per unit yang diperoleh. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan melalui wawancara dengan produsen Teri Crispy Salsha Dara, diketahui bahwa produksi Teri Crispy Salsha Dara mencapai 900 kemasan per bulan. Berdasarkan kriteria BEP produksi, jika BEP produksi sebesar 627 kemasan/bulan < dibandingkan produksi riil yang mencapai 900 kemasan/bulan, maka usaha tersebut dinyatakan menguntungkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha Teri Crispy Salsha Dara memiliki prospek yang baik dan layak dijalankan.

BEP Harga

BEP harga digunakan untuk melihat tingkat harga jual di mana pendapatan yang diperoleh dari operasional usaha dapat sepenuhnya menutupi biaya produksi dan operasional. Berdasarkan penelitian di lapangan, diketahui bahwa BEP harga untuk Teri Crispy Salsha Dara sebesar Rp 9.403 per kemasan. Menurut kriteria BEP harga, jika BEP harga < dari harga sebenarnya, usaha tersebut memperoleh keuntungan. Usaha Teri Crispy Salsha Dara memenuhi kriteria ini, di mana BEP harga sebesar Rp 9.403 per kemasan, sedangkan harga sebenarnya mencapai Rp 13.500 per

kemasan. Dengan demikian, usaha ini tergolong menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

BEP Penjualan

BEP penjualan adalah tingkat pendapatan dari penjualan yang cukup untuk menutupi seluruh biaya operasional usaha. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa BEP penjualan untuk Teri Crispy Salsha Dara mencapai Rp 420.940 per bulan. Menurut kriteria BEP penjualan, jika BEP penjualan < dari penjualan sebenarnya, usaha tersebut dinyatakan menguntungkan. Usaha Teri Crispy Salsha Dara memenuhi kriteria ini, dengan BEP penjualan sebesar Rp 420.940 per bulan, sementara pendapatan riil dari penjualan mencapai Rp 12.150.000 per bulan. Oleh karena itu, usaha ini menghasilkan keuntungan dan layak untuk terus dijalankan.

Payback Period (PP)

Menurut Suharyanto *et al* (dalam Riyanto, 1991), Periode pengembalian investasi, atau yang dikenal sebagai Payback period adalah periode waktu yang diperlukan untuk mengembalikan modal investasi melalui aliran kas bersih. Dengan sebutan lain, payback period menunjukkan durasi yang diperlukan agar dana yang telah diinvestasikan dapat sepenuhnya kembali. Dalam konteks usaha Teri Crispy Salsha Dara, perhitungan Payback Period (PP) didapatkan dari perbandingan antara total investasi dengan keuntungan yang diperoleh. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata waktu pengembalian investasi adalah 2,90 bulan. Ini berarti seluruh modal yang telah diinvestasikan akan kembali dalam kurun waktu tersebut dari total umur usaha yang diperkirakan mencapai 2 tahun, 10 bulan, 24 hari. Dengan demikian, usaha Teri Crispy Salsha Dara dinilai layak dan dapat diterima sebagai pilihan investasi.

Pola Saluran Pemasaran

Fitriyana *et al*, (dalam Suparmin *et al*, 2013) Pemasaran merupakan salah satu subsistem yang krusial dan kompleks dalam aktivitas perdagangan, karena adanya perbedaan yang mencolok antara proses produksi dan konsumsi. Secara teknis, pemasaran hasil produksi usaha perikanan memiliki perbedaan dengan produk non-perikanan, karena alur distribusi dari produsen ke konsumen harus berlangsung lebih cepat untuk menjaga kesegaran serta mempertahankan kandungan protein ikan tetap optimal (Fitriyana *et al* 2024). Usaha Teri Crispy Salsha Dara menggunakan saluran distribusi tingkat I, yang terdiri dari produsen, pengecer, dan konsumen akhir. Dalam hal ini, pengecer bertindak sebagai perantara yang mendistribusikan produk Teri Crispy Salsha Dara dari produsen ke konsumen. Tugas utama pengecer adalah menjual produk secara langsung kepada konsumen akhir, sesuai dengan perannya (Kotler dan Keller, 2008).

Tabel 5. Efisiensi pemasaran saluran Tingkat I Teri Crispy Salsha Dara

No	Keterangan	Uraian	Harga Rata-rata Produsen (Rp/Kemasan)	Harga Rata-rata Pengecer (Rp/Kemasan)	Efisiensi (%)
1	Indomaret	Teri Crispy	13.500	17.850	75,63
2	Toko Oleh-Oleh Karya Bahari	Teri Crispy	13.500	19.000	71,05

Sumber : Data Primer, 2025

Pada Tabel 4, efisiensi pemasaran Teri Crispy Salsha Dara berada dalam rentang 71,05% hingga 75,63%. Ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen, produsen dapat memperoleh bagian sebesar 71,05% hingga 75,63%. Saluran pemasaran tingkat I dikategorikan sebagai efisien, sesuai dengan pendapat Hanafiah dan Saefuddin (2010) yang

menyatakan bahwa jika tingkat efisiensi melebihi 50%, maka saluran pemasaran ikan teri crispy Salsha Dara dapat dianggap efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Teri Crispy Salsha Dara yang berlokasi di Kota Samarinda dinyatakan layak dan menguntungkan untuk dijalankan. Hal ini ditunjukkan melalui perolehan keuntungan rata-rata sebesar Rp 3.687.414 per bulan. Indikator kelayakan usaha yang digunakan, seperti Revenue Cost Ratio (RCR) sebesar 1,44 dan Payback Period selama 2,9 bulan, menunjukkan bahwa usaha ini mampu mengembalikan investasi dalam waktu singkat dan menghasilkan pendapatan yang cukup baik. Pola saluran pemasaran yang digunakan oleh UMKM Salsha Dara adalah saluran pemasaran tingkat I, yang melibatkan distribusi dari produsen ke pengecer dan kemudian ke konsumen. Produk teri crispy dipasarkan melalui toko-toko seperti Indomaret dan Toko Oleh-Oleh Karya Bahari. Strategi ini memungkinkan produk menjangkau konsumen secara efektif di dalam dan sekitar Kota Samarinda.

Dari sisi efisiensi, nilai efisiensi pemasaran berada di atas 50%, tepatnya antara 71,05% hingga 75,63%. Ini berarti bahwa saluran distribusi yang digunakan tergolong efisien dan memberikan porsi harga yang adil bagi produsen. Dengan demikian, baik dari aspek produksi maupun pemasaran, usaha Teri Crispy Salsha Dara dapat dikategorikan sebagai usaha yang layak dan berdaya saing tinggi.

SARAN

Demi meningkatkan kinerja usaha, disarankan agar UMKM Salsha Dara memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar wilayah Samarinda, termasuk melalui platform digital seperti marketplace dan media sosial. Langkah ini penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan.

Selain itu, inovasi produk melalui diversifikasi rasa, ukuran kemasan, dan desain label yang menarik dapat menjadi strategi untuk meningkatkan minat konsumen dan daya saing produk di pasaran. Diversifikasi ini juga akan memberikan nilai tambah bagi produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Peningkatan skala produksi juga menjadi hal yang layak dipertimbangkan mengingat kapasitas BEP (Break Even Point) yang rendah dan prospek keuntungan yang menjanjikan. Dengan menambah frekuensi produksi, potensi pendapatan dapat meningkat secara signifikan.

Terakhir, UMKM disarankan untuk memperkuat citra merek dan strategi promosi, khususnya melalui pemanfaatan media sosial secara lebih aktif dan profesional. Upaya ini dapat memperluas kesadaran merek (*brand awareness*) dan menarik lebih banyak konsumen potensial di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni Ayang Kumara, Fitriyana Fitriyana, & Etik Sulistowati Ningsih. (2023). Persepsi Konsumen Produk Teri Crispy Kampung Nelayan Maju Di Kota Samarinda. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Hewani*, 2(2), 42–53. <https://doi.org/10.55606/Jurrih.V2i2.2076>
- Bps Kota Samarinda. (2023). Kota Samarinda Dalam Angka Samarinda Municipality In Figures 2023. Bps Kota Samarinda.
- Drs. Danang Sunyoto, Sh., Se., M. (2013). Analisis Laporan Keuangan Bisnis (Teori Dan Kasus). Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Ferdiansyah, F., Fitriyana & Fahrizal, W. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Ekspor Kepiting Bakau (Scylla Serrata) Pada Cv. Sinar Sulawesi Kota Tarakan. *Jurnal Ilmiah Kelautan Dan Perikanan*, 4(4), 336–343. <https://doi.org/10.21107/Juvenil.V4i4.22563>

- Fitriyana, Helminuddin, Said Abdusysyhid, Irman Irawan, Wahyu Fahrizal, Yulianti Yulianti, Dwi Larasati, Sudewi Sudewi, Baiq Sulistiyorini, & Rudi Yakob. (2024). Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Perikanan Di Desa Pela Kabupaten Kutai Kartanegara Melalui Penyuluhan Manajemen Strategi Pemasaran. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(3), 253–259. <https://doi.org/10.54066/Jkb.V2i3.2352>
- Fitriyana, Irawan, I., Sulistiyawati, S., Yuliana, I., Winaryanti, S., Juniar, M. I. E., & Sari, R. P. (2025). Pelatihan Pembuatan Olahan Ikan (Fish Cake) Kepada Masyarakat Kelompok Pembudidaya Di Desa Pela. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2024), 45–55. <https://researchhub.id/index.php/kreatif/article/view/5716>
- Fitriyana, Irawan, I., Zuraida, I., Nurasikin, A., Pamungkas, B. F., Ardhanwinata, A., Jahrah, F., Rahman, N. R., & Rifai, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Keterampilan Diversifikasi Pengolahan Ikan Nila Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Kutai Kartanegara. 8(5), 1–10. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/25396>
- Fitriyana, Yulianda, F., & Widigdo, B. (2024). Kepuasan Pelaku Usaha Perikanan Terhadap kinerja Penyuluh Di Kabupaten Mahakam Ulu. *Jurnal Perikanan*, 14(3), 1327–1337. <https://jperairan.unram.ac.id/index.php/JP/article/view/818>
- Hanafiah, H. M., & Saefuddin, A. . (2010). Tata Niaga Hasil Perikanan. Ui Press.
- Hesty Nurita Putri, Fitriyana & Qoriah Saleha. (2022). Analisis Usaha Budidaya Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Dalam Keramba Jaring Apung Di Pt. Rama Jaya Mahakam Desa Loa Kulu Kota Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *Manajemen*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.51903/Manajemen.V2i2.151>
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Pendidikan. *Jurnal Study Kasus*, August, 128.
- Jus, J., Fitriyana & Gunawan, B. I. (2022). Pola Nafkah Ganda Keluarga Nelayan Di Desa Penyinggahan Ilir Kecamatan Penyinggahan Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Perikanan Unram*, 12(3), 428–437. <https://doi.org/10.29303/Jp.V12i3.354>
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarto, N. S. (2021). Analisis Break Even Point (Bep). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.32400/Jiam.5.1.2021.34692>
- Narulita, F. A., Helminuddin, & Fitriyana. (2023). Analisis Finansial Dan Sensitivitas Serta Berbagai Kendala Usaha Abon Ikan Kuwe (*Caranx ignobilis*) “Rasminifood” Dikecamatan Biduk-Biduk Kabupaten Berau. 5(3), 327–344. <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/lemuru/article/view/2744>
- Nuraeni, N., & Budi, R. (2022). Analisis Usaha Ikan Teri (*Stelophorus Sp.*) Asin Pada Ukm M. Saepudin Dan Kegiatan Penyuluhan Perikanan Di Kecamatan Panimbang, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. *Prosiding Seminar Nasional Perikanan Indonesia*, 65. <https://doi.org/10.15578/Psnp.11933>
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Pt Indeks.
- Rafiqah, Fitriyana, & Haqiqiansyah, G. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Amplang Studi Kasus Ud. Ogi Passompe Di Desa Jone, Kecamatan Tanah Grogot, Kabupaten Paser. *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis*, 2, 82–88.
- Soekartawi. (2002). *Analisis Usahatani*. Ui Press.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi : Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. Rajagrafindo Persada.
- Suharyanto, S., Saputra, R. S. H., Mufid, M. A., & Sutono, D. (2020). Analisis Usaha Perikanan Purse Seine Di Perairan Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. *Pelagicus*, 1(1), 21. <https://doi.org/10.15578/Plgc.V1i1.8654>