

ANALISIS USAHA PEMASARAN IKAN HIAS TOKO BINTANG BARU AQUARIUM KOTA SAMARINDA

Analysis of the Marketing Business of Ornamental Fish at the Bintang Baru Aquarium Samarinda City

Dara Desi Maharani¹⁾, Helminuddin²⁾, Muhammad Syafril³⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

²⁾Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gunung Tabur No. 1 Kampus Gn. Kelua Samarinda 75123

Email : daradesimaharani@gmail.com

ABSTRACT

Dara Desi Maharani, 2023. Analysis of the Marketing Business of Ornamental Fish at the Bintang Baru Aquarium Samarinda City. Supervised by: (1) Helminuddin and (2) Muhammad Syafril.

This study aims to analyze the net profit and business feasibility of ornamental fish at the Bintang Baru Aquarium Store seen from the RCR value. The sampling technique used is purposive sampling. The results of this study indicate that the net profit received is Rp. 9,974,510/month. The profit is obtained from the difference between the total revenue (TR) of Rp. 51,074,000/month with the total cost (TC) of Rp. 41,099,490/month. The Feasibility of the Ornamental Fish Shop at Bintang Baru Aquarium seen from the value of the Revenue Cost Ratio (RCR) obtained is 1.24, which means that if there is an expenditure of Rp. 1 million will get an income of Rp. 1.24 million, meaning that the business being carried out is profitable and can be said to be feasible to be continued or developed.

Keywords: ornamental fish, marketing

PENDAHULUAN

Habitat Ikan hias adalah air tawar maupun laut, yang dipelihara bukan untuk dikonsumsi melainkan untuk memperindah taman atau ruang tamu. Panorama bawah laut seringkali dinilai mempesona sehingga banyak orang yang memanfaatkan hal tersebut untuk menyelam serta menikmatinya. Kemajuan teknologi saat ini memungkinkan orang menikmati panorama air di dalam ruangan, kehadiran ikan hias ini dapat menjadi satu di antara alternatif hiburan di tengah rutinitas yang padat. Ikan hias ini dipelihara untuk hobi atau kesenangan oleh karena itu bentuk, warna, ukuran, keserasian, dan kebiasaannya benar-benar harus diperhatikan. Hampir 75% pasokan air hias air tawar di dunia berasal dari Indonesia dan sekurang-kurangnya 363 jenis ikan hias air tawar dari indonesia telah dieksport ke berbagai negara di dunia (Yusuf, 2004).

Prospek usaha ini menunjukkan bahwa pemeliharaan ikan hias yang semula hanya ditekuni para penghobi, kini juga sudah merupakan mata pencaharian banyak pembudidaya ikan. Ini disebabkan membudidayakan ikan hias dapat memberikan nilai ekonomis walaupun hanya dilakukan di lahan sempit dengan jumlah air terbatas (Lesmana dan Damawan, 2001).

Kota Samarinda memiliki potensi usaha ikan hias, dengan potensi sumberdaya perairannya yang melimpah serta nilai jual ikan hias yang cukup menjanjikan, menyebabkan sebagian besar masyarakat memilih usaha ikan hias sebagai sumber mata pencaharian. Pola pemeliharannya yang mudah ikan hias membuat pengusaha ikan hias tertarik untuk menekuni usaha ini. Kunci membudidayakan ikan hias adalah ulet dan senang di dalam proses pemeliharannya. Hal ini seperti yang dilakukan pengusaha ikan hias Bintang Baru Aquarium.

Usaha pemasaran ikan hias di toko ini memiliki kelemahan berupa pengelolaan dari asas ekonomi yaitu belum menyelenggarakan laporan biaya yang lebih terperinci dalam susunan biaya produksi. Selama melakukan perhitungan harga pokok produksi, tidak semua unsur

biaya diperhitungkan seperti biaya *overhead* khususnya pada biaya penyusutan yang merupakan unsur penting bagi seorang pengusaha. Para pelaku usaha biasanya tidak teliti dan kurang rinci dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi sehingga terjadi ketidaktepatan dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi.

Dalam Analisis finansial yang baik harus dapat melihat seberapa besar keuntungan yang diperoleh oleh setiap pengusaha serta dapat menilai berapa perbandingan antara total penerimaan dan total biaya usaha tersebut. Persaingan antar pengusaha dapat terjadi dalam dunia bisnis khususnya di usaha ikan hias, maka diperlukan strategi mengenai kebijakan manajemen pemasaran. Selain itu Toko Bintang Baru Aquarium merupakan pusat utama ikan hias dan memiliki perlengkapan aquarium serta lokasi usaha yang strategis. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Usaha Pemasaran Ikan Hias Toko Bintang Baru Aquarium Kota Samarinda”.

Penelitian ini bertujuan mengetahui keuntungan bersih dan kelayakan usaha ikan hias pada Toko Bintang Baru Aquarium dilihat dari nilai RCR.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pusat utama pada Toko Bintang Baru Aquarium yang terletak di Jalan Lambung Mangkurat Kota Samarinda. Dimulai pada bulan Desember 2021 dan berakhir pada bulan Juni 2022.

Jenis dan Metode Pengambilan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan responden berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang disusun sesuai dengan tujuan penelitian dan observasi. Adapun data primer yang diperlukan terdiri dari identitas responden, biaya pra produksi hingga pasca produksi, harga jual produk, jumlah penerimaan, dan sumberdaya yang dimiliki

Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka meliputi keadaan umum Bintang Baru Aquarium seperti sejarah berdirinya, struktur organisasi, visi dan misi, data penjualan dan keadaan sosial ekonomi penduduk di Kota Samarinda serta Jurnal, Skripsi, Tesis dan Buku yang menunjang penelitian ini.

Teknik Sampling

Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili), sehingga mengenai besarnya sampel tidak ada ketentuan yang baku atau rumus yang pasti, karena sahnya sampel terletak pada sifat dan karakteristiknya mendekati populasi atau tidak. Metode pengambilan sampel di Toko Bintang Aquarium di Jalan Lambung Mangkurat menggunakan metode *purposive sampling*, Sampel di pilih secara sengaja oleh peneliti berdasarkan pertimbangan bahwa sampel dapat memberikan informasi yang sesuai aspek yang di teliti terkait kegiatan usaha pada pemasaran ikan hias. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usaha telah berjalan selama 10 tahun atau lebih
2. Memiliki lebih dari 10 jenis komoditi ikan hias

Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dan kualitatif. Dimana pendekatan kuantitatif yaitu analisis data dengan menghitung hasil pendapatan yang diterima dan prospek usaha pengembangan usaha dengan melihat nilai

RCR. Sedangkan kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan suatu analisis yang dengan menjelaskan serta menggambarkan usaha ikan hias pada Bintang Baru Aquarium.

1. Analisis Biaya

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara total, biaya tersebut tidak berubah meskipun aktivitas (jumlah produksi) berubah, jumlah biaya tetap per unit akan menurun, jika aktivitasnya meningkat (Daljono, 2011).

$$\boxed{TFC = TC - (UVC \times \text{Quantity})}$$

Keterangan:

TFC (<i>total fixed cost</i>)	= Total biaya tetap (Rp/bln)
TC (<i>total cost</i>)	= Total biaya (Rp/bln)
UVC (<i>Unit variable cost</i>)	= Harga satuan biaya tidak tetap
Quantity	= Kuantitas/jumlah barang

b. Biaya Tidak Tetap

Daljono (2011) menyatakan bahwa biaya variabel adalah biaya yang bila dikaitkan dengan volume (pemacu timbulnya biaya) secara per unit akan selalu tetap (tidak berubah jumlahnya) meskipun volume produksi berubah-ubah, akan tetapi secara biaya tersebut jumlahnya akan berubah sesuai dengan proporsi perubahan aktivitas (volume produksi).

$$\boxed{TVC = TC - TFC / \text{Quantity}}$$

Keterangan:

TVC (<i>total variabel cost</i>)	= Total biaya tidak tetap (Rp/bln)
TC (<i>total cost</i>)	= Total biaya (Rp/bln)
TFC (<i>total fixed cost</i>)	= Total biaya tetap (Rp/bln)
Quantity	= Kuantitas barang investasi

c. Total Biaya

Adapun untuk mencari TC (Total Biaya) digunakan rumus:

$$\boxed{TC = TFC + TVC}$$

Keterangan:

TC (<i>total cost</i>)	= Total biaya (Rp/bln)
TFC (<i>total fixed cost</i>)	= Total biaya tetap (Rp/bln)
TVC (<i>Total variable cost</i>)	= Total biaya tidak tetap (Rp/bln)

d. Penerimaan

Boediono (2002) merupakan penjualan dari sejumlah hasil produksi (output) tertentu yang diterima atas penyerahan sejumlah barang kepada pihak lain.

$$\boxed{TR = P \times Q}$$

Keterangan:

TR	= <i>Total Revenue</i> atau Total Penerimaan (Rp/bulan)
P	= <i>Price</i> atau Harga Jual (Rp/Kg)
Q	= <i>Quantitiy</i> atau jumlah ikan yang dijual (ekor/bulan)

e. Keuntungan

Keuntungan usaha merupakan pengurangan pendapatan total dengan biaya total dari usaha. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut (Rahim dan Hastuti, 2007):

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan:

- Π = Keuntungan (Rp/bulan)
 TR = Total Revenue atau Total Penerimaan (Rp/bulan)
 TC = Total Cost atau Total Biaya (Rp/bulan)

2. Kelayakan usaha

Analisis *Revenue Cost Ratio* ialah analisis untuk mengetahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak. Maka perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya dengan formulasi rumus menurut Soekartawi (2006) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $RCR > 1$ = Usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak untuk dikembangkan
 $RCR < 1$ = Usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan.
 $RCR = 1$ = Usaha berada pada titik impas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Kota Samarinda terletak antara $0^{\circ}21'81''$ - $1^{\circ}09'16''$ Lintang Selatan dan $116^{\circ}15'16''$ - $117^{\circ}24'16''$ Bujur Timur dan dilalui oleh garis ekuator atau garis khatulistiwa yang terletak pada garis lintang 00. Berdasarkan posisi geografisnya, wilayah Kota Samarinda dikelilingi oleh Kabupaten Kutai Kartanegara. Samarinda dibagi menjadi 10 kecamatan, yaitu Kecamatan Palaran, Samarinda Ilir, Samarinda Kota, Sambutan, Samarinda Seberang, Loa Janan Ilir, Sungai Kunjang, Samarinda Ulu, Samarinda Utara dan Sungai Pinang. Kota Samarinda memiliki jarak terjauh dengan Kabupaten Kutai Barat (Melak) dan memiliki jarak terdekat dengan Kutai Kartanegara (Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2021).

Jumlah penduduk laki-laki sebesar 422.783 orang dan perempuan sebesar 408.437 orang, sehingga total penduduk Kota Samarinda secara keseluruhan adalah 831.220 orang. Fasilitas pendidikan kini telah banyak dibangun oleh Pemerintah Kota Samarinda. Pada jenjang Sekolah Dasar (SD) terdapat 163 sekolah negeri dan 58 sekolah swasta. Sekolah Menengah Pertama (SMP) terdiri atas 49 sekolah negeri dan 44 sekolah swasta, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 18 sekolah negeri dan 23 sekolah swasta, serta beberapa beberapa fasilitas pendidikan peguruan tinggi baik negeri atau swasta.

Gambaran Umum Usaha Ikan Hias Bintang Baru Aquarium

Bintang Baru Aquarium merupakan usaha ikan hias yang telah berjalan selama 13 tahun. Bermula dari hobi dan ketertarikan pada ikan hias, kini mulai mulai berkembang menjadi bisnis usaha yang cukup potensial. Usaha ini dimulai pada tahun 2009 dengan modal yang dipinjamkan oleh keluarga dan kerabat dekat. Toko Bintang Baru Aquarium dibangun di jalan Lambung Mangkurat Kota Samarinda. Seiring berjalanannya waktu, cabang kedua dari toko ini dibangun pada jalan Agus Salim Kota Samarinda.

Produk yang dijual beraneka ragam antara lain ikan hias, aquarium, alat-alat pendukung pemeliharaan ikan hias, dan sebagainya. Harga jual ikan hias pada toko tersebut bervariasi. Jenis ikan yang dijual dengan harga terjangkau yaitu ikan zebra (*Danio Rerio*), cicak (*Hypostomus Plecostomus*), molly (*Poecilia sphenops*), gupi (*Poecilia reticulate*), ikan 99 (*Tilapia buttikoferi*), dan lemon (*Labidochromis caeruleus*) yaitu Rp.5.000 per ekor. Penjualan ikan dengan harga tertinggi yaitu jenis ikan arwana *super red* (*Osteoglossinae*) ukuran panjang 30 cm dengan harga Rp. 7.500.000 per ekornya. Total penjualan ikan dalam per bulan adalah 1000 ekor ikan. Jenis ikan yang paling banyak diminati oleh para konsumen yaitu Ikan mas koki ukuran besar (*Carassius auratus*), dimana omzet penjualan per ekornya lebih tinggi dibandingkan ikan lainnya yaitu 150 ekor per bulannya.

Alur pemasaran melalui pemesanan ikan kepada *Supplier* Surabaya. Selanjutnya ikan dikirim menggunakan peti kemasan melalui jalur udara menuju Kota Samarinda dengan jangka waktu berkisar 1 hingga 2 hari. Pemesanan ikan dilakukan seminggu sekali, tepatnya saat bahan baku ikan mulai berkurang untuk dipasarkan. Konsumen yang membeli produk pada toko ini merupakan masyarakat sekitar Samarinda, Tenggarong, hingga yang terjauh yaitu Kabupaten Berau. pemasaran ikan hias yang dilakukan melalui dua cara yaitu dalam jaringan luring (*offline*) dan luar jaringan (*online*). Pemasaran luring (*offline*) yaitu pemasaran yang dilakukan secara langsung oleh Toko Ikan Hias Bintang Baru Aquarium dan pembeli dan pemasaran *online* yaitu pemasaran yang dilakukan oleh Toko Ikan Hias Bintang Baru Aquarium dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi. Media sosial yang dipilih adalah *facebook*.



Analisis Usaha Pemasaran Ikan Hias

Analisis usaha pemasaran bertujuan untuk mengukur besarnya keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha dari penjualan ikan hias. Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan oleh responden pada awal usaha atau pada bulan ke-0 usaha ikan hias. Jenis barang investasi yang digunakan oleh responden sebelum memulai usaha antara lain aquarium, tabung oksigen, etalase, rak kayu susun, pendingin tabung oksigen, rak filter, kotak sterofoam, lampu UV, paralon, genset, sepeda motor, HP, dan kalkulator. Total biaya investasi adalah Rp.65.600.000. Total keseluruhan biaya tetap meliputi biaya penyusutan, pemeliharaan, tenaga kerja (2 orang) dan biaya paket internet sehingga diperoleh biaya sebesar Rp.5.936.990/bulan.

Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh responden adalah sebesar Rp.35.162.500/bulan. Biaya tersebut meliputi biaya air PDAM dan listrik, transportasi, biaya pakan, obat-obatan, pengemasan, dan pembelian ikan. Keuntungan bersih yang diterima oleh Usaha Ikan Hias Toko Bintang Baru Aquarium adalah Rp.9.974.510/bulan. Keuntungan tersebut diperoleh dari selisih dari total penerimaan (TR) sebesar Rp.51.074.000/bulan dengan total biaya (TC) sebesar Rp.41.099.490/bulan.

Analisis Kelayakan Usaha Ikan Hias

Analisis yang digunakan untuk mengetahui kelayakan usaha pemasaran ikan di Toko Bintang Baru Aquarium adalah analisis *Revenue Cost Ratio* (RCR). Effendi dan oktariza (2006) menyatakan *Revenue Cost Ratio* adalah perbandingan antara penerimaan yang diperoleh oleh pengusaha dengan pengeluaran yang dikeluarkan selama proses berlangsung. Analisis *Revenue Cost Ratio* ialah analisis untuk mengetahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak.

Nilai RCR yang diperoleh dari Usaha Ikan Hias Toko Bintang Baru Aquarium adalah 1,24. Nilai RCR > 1, artinya usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan dan dapat dikatakan layak untuk diteruskan atau dikembangkan. Nilai RCR sebesar 1,24 bermakna pada setiap Rp. 1 juta biaya yang telah dikeluarkan, maka usaha ikan hias memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1,24 juta. Menurut Effendi dan oktariza (2006), *Revenue Cost Ratio* adalah perbandingan antara penerimaan yang diperoleh oleh pengusaha dengan pengeluaran yang dikeluarkan selama proses berlangsung. Analisis *Revenue Cost Ratio* ialah analisis untuk mengetahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak.

Faktor Pendorong Usaha Ikan Hias

Faktor pendorong adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Wibowo, 2017). Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa faktor pendorong usaha ikan hias yaitu:

1. Ketersediaan peluang usaha
2. Harga jual ikan
3. Adanya keahlian manajemen usaha

Masalah dan Solusi Dalam Pemasaran Ikan Hias

Dalam menjalankan suatu usaha, banyak ditemui masalah yang dihadapi serta solusi yang dilakukan dalam menyelesaikan masalah guna kelancaran bisnis usaha tersebut. Pada toko Bintang Baru Aquarium, terdapat masalah dalam kegiatan pemasaran ikan hias yaitu kondisi air keruh. Kondisi air yang keruh menyebabkan ikan-ikan mengalami kematian. Air keruh terjadi karena adanya bahan-bahan yang tersuspensi pada air tersebut seperti tanah liat, endapan (lumpur), zat organic, dan campuran warna organik yang terlarut, plankton, serta Jasad Renik (mahluk hidup yang sangat kecil). Air yang keruh menyebabkan terganggunya produksi yang menyebabkan adanya kendala pemasaran yang disebabkan oleh produsen tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Solusi yang dilakukan oleh responden adalah dengan pengendapan air hingga air menjadi jernih dan bersih agar ikan dapat berkembang dengan baik.

KESIMPULAN

Keuntungan yang diterima oleh Usaha Ikan Hias Toko Bintang Baru Aquarium adalah Rp.9.974.510/bulan. Keuntungan tersebut diperoleh dari selisih dari total penerimaan (TR) sebesar Rp.51.074.000/bulan dengan total biaya (TC) sebesar Rp.41.099.490/bulan. Kelayakan Usaha Ikan Hias Toko Bintang Baru Aquarium dilihat dari besarnya nilai *Revenue Cost Ratio* (RCR) yang diperoleh adalah 1,24 yang berarti jika ada pengeluaran biaya sebesar

Rp.1 Juta maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp.1,24 Juta, artinya usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan dan dapat dikatakan layak untuk diteruskan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dekan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman beserta Staf Dosen dan Tenaga Kependidikan yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis untuk belajar dan menyelesaikan pendidikan di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman.

Bapak Prof. Dr. Ir. H. Helminuddin, M.M selaku dosen pembimbing I dan Bapak Muhammad Syafril, S.Pi., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2021. Samarinda Dalam Angka 2021. Kota Samarinda
Boediono. 2002 Ekonomi Mikro. Edisi 2. BPFE, Yogyakarta.
Daljono. 2011. Akuntansi Biaya. Edisi ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
Dinas Kependudukan Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DKP3A)., 2021.
Data Kependudukan Provinsi Kalimantan Timur
Effendi dan Oktariza, 2006. Manajemen Agribisnis Perikanan. Penebar Swadaya. Jakarta
Lesmana DS, I Darmawan, 2001. Budidaya Ikan Hias Air. Tawar Populer. Penebar Swadaya.
Jakarta
Rahim dan Riah Retno Dwi Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus:
Penebar Swadaya
Soekartawi. 2006. Agribisnis (Teori dan Aplikasi). Raja Grafindo Persada. Jakarta
Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
Bandung.
Wibowo. 2017. Manajemen Kinerja. Raja Grafindo Persada. Jakarta
Yusuf. 2004. Budidaya Ikan Hias Air Tawar Untuk Ekspor. Agro Media Pustaka. Jakarta.