

## **BUSINESS ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY OF AMPLANG PRODUCTS GUNTUR PRATAMA IN SAMARINDA CITY**

### **ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK AMPLANG GUNTUR PRATAMA DI KOTA SAMARINDA**

<sup>1)</sup>Asroy, <sup>2\*)</sup>Handayani Boa, <sup>3)</sup>Wahyu Fahrizal

<sup>1)</sup>Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

<sup>2,3)</sup>Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan,

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua, Samarinda, 75123 Indonesia

Email: [boahandayani@gmail.com](mailto:boahandayani@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the feasibility of the business and marketing strategies implemented by the Amplang Guntur Pratama Business in Samarinda City, which uses flatfish as its main raw material, as well as jackfruit seeds. The research methods used are descriptive qualitative and quantitative. Data collection methods were carried out using observation, interview and documentation study technique. The quantitative analysis included financial feasibility calculations using the RC Ratio, Payback Period and Return on Investment. The results showed that the Amplang Guntur Pratama business was financially feasible to operate. This was indicated by an RC Ratio value of 1,47, Return on Investment value of 99.67%, which is much higher than the BRI interest rate, and fast payback period of 0,79 year. In terms of marketing strategy, this business focuses on techniques to increase sales through various forms of advertising (institutional, quality, and factual) and utilizes pricing strategies. The main advantage of this business lies in the quality of the raw materials, namely flatfish and jackfruit seeds, which were maintained, and innovations in the frying process using a patented machine, ensuring a consistent and crispy texture for the amplang. However, this study also identified several obstacles, namely the limited availability of flatfish raw materials, suboptimal online marketing, and a financial recording system that was still manual.*

**Keywords:** Business Analysis, Marketing Strategy, RC Ratio, Payback Period, Return on Investment

#### **ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis kelayakan usaha dan mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Usaha Amplang Guntur Pratama di Kota Samarinda yang menggunakan ikan pipih (*Chitala lopis*) sebagai bahan baku utama serta ikan biji nangka (*upeneus mollucensis*). Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dan*

\*Corresponding author. Email address: [boahandayani@gmail.com](mailto:boahandayani@gmail.com) (Handayani)

DOI:

Received: 5-10-2025; Accepted: 7-11-2025; Published: 31-1-2026

Copyright (c) 2026 Asroy, Handayani Boa, Wahyu Fahrizal

**Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis** Published by Faculty of Fisheries and Marine Affairs, University of Mulawarman and This work is licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

*kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis finansial non-terdiskonto yang tidak memperhitungkan nilai waktu uang, dengan indikator revenue cost ratio (RCR), return on investment (ROI) dan payback period (PP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Amplang Guntur Pratama dinyatakan layak untuk dioperasikan. Dibuktikan dengan nilai RC Ratio sebesar 1,47, nilai ROI sebesar 99,67% lebih tinggi dari tingkat suku bunga Bank BRI (3,00%), dan payback period yang cukup cepat kurang lebih 0,79 tahun. Selanjutnya pada strategi pemasaran berfokus pada teknik memperbesar penjualan melalui berbagai bentuk advertising (institusional, kualitas, dan faktual) serta memanfaatkan siasat harga. Keunggulan utama usaha ini terletak pada kualitas bahan baku ikan pipih dan ikan biji nangka yang dipertahankan dan inovasi pada proses penggorengan dengan mesin yang telah dipatenkan, menjamin tekstur amplang yang konsisten dan renyah. Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala, yaitu keterbatasan ketersediaan bahan baku ikan pipih, pemasaran online yang belum maksimal, dan sistem pencatatan keuangan yang masih manual.*

**Kata Kunci:** *Analisis Usaha, Strategi Pemasaran, RC Ratio, Payback Period, Return on Investment*

## **PENDAHULUAN**

Sektor perikanan punya peran strategis dalam kontribusi membangun ekonomi daerah, salah satunya dengan pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan yang bernilai tambah. Pengolahan hasil perikanan tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga berkontribusi pada penyediaan lapangan kerja serta peningkatan ekonomi masyarakat. Salah satu produk olahan perikanan yang berkembang di Kalimantan Timur adalah amplang, yaitu makanan ringan khas daerah yang berbahan baku ikan (Jaelani dan Husaini, 2019).

Kota Samarinda yang merupakan ibukota provinsi memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan. Amplang telah menjadi produk unggulan daerah dan oleh-oleh khas yang banyak diminati oleh masyarakat lokal maupun pendatang. Usaha pengolahan amplang umumnya dikelola pada skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbahan baku utama berupa ikan pipih, (Setiawati *et al.*, 2018). Namun, keterbatasan ketersediaan ikan pipih menyebabkan sebagian pelaku usaha menggunakan bahan baku alternatif seperti ikan biji Nangka, ikan bandeng, tanpa mengurangi cita rasa dan kualitas produk secara signifikan (Octavia, 2020).

Usaha Amplang Guntur Pratama adalah industri rumah tangga pengolahan amplang yang berlokasi di Kota Samarinda dan telah beroperasi sejak tahun 2008. Keberlanjutan usaha ini menunjukkan adanya kemampuan pengelolaan usaha yang relatif baik, baik dari sisi produksi maupun pemasaran. Produk amplang yang dihasilkan telah dipasarkan tidak hanya di wilayah Samarinda, tetapi juga ke luar daerah. Meskipun demikian, untuk menjaga keberlanjutan dan pengembangan usaha di tengah persaingan pasar,

Analisis kelayakan usaha menjadi penting untuk mengetahui tingkat efisiensi penggunaan biaya dan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan. Analisis ini menggunakan analisis finansial non-terdiskonto, atau tidak memperhitungkan nilai waktu uang. Penggunaan metode ini memiliki keunggulan yaitu karakteristik perhitungannya lebih mudah dan sederhana dengan Indikator *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Payback Period* (PP), dan *Return on Investment* (ROI) (Kasmir & Jakfar, 2012). Beberapa penelitian terbaru juga menerapkan indikator tersebut dalam evaluasi usaha skala kecil dengan hasil yang konsisten terhadap penilaian efisiensi dan profitabilitas usaha, hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut dengan analisis (Prabumulya *et. al*, 2025). Selain aspek finansial, strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing produk dan memperluas pangsa pasar, karena strategi pemasaran yang tepat mampu memperkuat posisi produk UMKM di pasar dan menjangkau lebih banyak konsumen. (Sulistiyani *et al*, 2020).

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis kelayakan usaha dan mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Usaha Amplang Guntur Pratama di Kota Samarinda. Hasil penelitian diharapkan bisa berkontribusi secara ilmiah serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, akademisi, dan pemerintah daerah dalam pengembangan usaha pengolahan hasil perikanan berbasis UMKM.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat**

Pengambilan data dilakukan selama dua bulan pada bulan Desember 2024 sampai Januari 2025 Adapun tempat penelitian pada Usaha Amplang Guntur Pratama yang berlokasi di Kecamatan Sungai Kunjang, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur.

### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan mencakup informasi tentang biaya investasi, biaya produksi, harga jual, jumlah produksi dan kendala usaha yang diperoleh dengan observasi dan wawancara langsung dengan pelaku usaha dan karyawan. Penggunaan data primer ini membantu menghasilkan analisis finansial yang lebih representatif terhadap kondisi usaha yang sebenarnya (Sugiyono, 2019), Selanjutnya, temuan terbaru juga menunjukkan bahwa pengumpulan data primer terkait biaya produksi dan harga jual sangat penting dalam menentukan struktur biaya dan penetapan harga produk secara tepat, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Da'a.F & Sri Aktifani (2024), pada usaha CV. Sikarimanang di Wakatobi. yang dikembangkan sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur, laporan instansi terkait, dan sumber pustaka lainnya yang relevan.

### **Metode Pengambilan Sampel**

Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dipilih sengaja dengan pertimbangan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Menggunakan teknik ini karena tidak semua anggota populasi memiliki informasi dan pengalaman yang sesuai dengan fokus kajian. Kriteria responden ditetapkan berdasarkan keterlibatan langsung dan pemahaman yang mendalam pada kegiatan usaha, pemahaman terhadap proses produksi dan pemasaran, serta kemampuan memberikan informasi terkait biaya, produksi, dan kinerja usaha (Subhaktiyasa, 2024). Pada penelitian ini sampel (responden) adalah 1 orang pemilik usaha dan 2 orang karyawan Amplang Guntur Pratama.

## Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan secara kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Usaha Amplang Guntur Pratama. Menurut Jaelani & Husaini (2019). Selanjutnya analisis kuantitatif dalam penelitian ini diterapkan untuk analisis finansial non-terdiskonto yang meliputi analisis pendapatan, *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Return on Investment* (ROI), dan *Payback Period* (PP) untuk menilai efisiensi biaya, tingkat keuntungan, serta kecepatan pengembalian modal usaha pengolahan amplang. Misalnya, penelitian pada UMKM Tempe perumahan purwasari menggunakan indikator *Payback Period* dan *Revenue Cost Ratio* untuk menilai efisiensi dan layak tidaknya usaha dijalankan secara finansial (Taufik *et al.*, 2025)

### 1. Analisis Biaya Produksi

Menurut Soekartawi (2006), biaya produksi terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi biaya penyusutan peralatan, sedangkan biaya variabel terdiri dari komponen biaya bahan baku, tenaga kerja, serta biaya pelengkap dan penunjang lainnya. Pendekatan ini juga digunakan dalam penelitian terbaru oleh Sophia & Tukidi (2025) yang berjudul Analisis Usaha Pengolahan Ikan Patin di Kabupatenmuaro Jambi

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = *Total Cost* (Rp/tahun)

FC = *Fixed Cost* / biaya tetap (Rp/tahun)

VC = *Variable Cost* / biaya variabel (Rp/tahun)

### 2. Analisis Penerimaan

Penerimaan langsung kegiatan usaha yang berjalan sebagai dasar analisis penerimaan usaha dihitung berdasarkan jumlah produksi dan harga jual amplang.

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR (*Total Revenue*) = Total Penerimaan (Rp/tahun)

P (*Price*) = Harga (Rp/kg)

Q (*Quantity*) = Jumlah Produksi (kg/tahun)

### 3. Analisis keuntungan

Keuntungan usaha adalah hasil pengurangan terhadap pendapatan kotor total/ penerimaan (*Total Revenue*) dengan biaya pengeluaran Total (*Total Cost*) produksi.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\pi$  (*Phi*) = Pendapatan bersih (Rp/tahun)

TR (*Total Revenue*) = Pendapatan kotor total/penerimaan (Rp/tahun)

TC (*Total Cost*) = Biaya pengeluaran total (Rp/tahun)

### 4. Revenue Cost Ratio (RCR)

*Revenue Cost Ratio* adalah merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Analisis ini digunakan untuk melihat layak tidaknya suatu usaha yang dijalankan.

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

Keterangan:

RCR = Perbandingan total penerimaan terhadap total biaya (Rp/tahun)

TR (*Total Revenue*) = Total penerimaan (Rp/tahun)

TC (*Total Cost*) = Total Biaya (Rp/tahun)

Kriteria RCR sebagai berikut

Jika  $RCR > 1$ , maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan

Jika  $RCR < 1$ , maka usaha tersebut mengalami kerugian

Jika  $RCR = 1$ , maka usaha berada pada titik impas (*Break Event Point*).

(Soekartawi, 2006; Sophia & Tukidi, 2025)

### 5. Payback Period (PP)

Menurut Anindyasari *et al.*, (2025), *Payback Period* (PP) adalah kurun waktu yang diperlukan dalam pengembalian biaya investasi awal melalui keuntungan bersih yang

diperoleh setiap tahun. Semakin singkat waktu pengembalian investasi maka semakin cepat pula modal kembali dan semakin rendah risiko usaha secara finansial.

$$PP = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Pendapatan bersih}} \times 12 \text{ bulan}$$

Kriteria:

- a. Jika kurun waktu pengembalian investasi lebih cepat dari umur aset peralatan masak yaitu selama 120 bulan (10 tahun), maka layak untuk berinvestasi dan melanjutkan usaha
- b. Jika kurun waktu pengembalian investasi melebihi waktu dari 120 bulan (10 tahun) yang telah ditentukan, maka tidak layak untuk melakukan investasi
- c. Jika alternatif proyek investasi lebih dari satu, maka periode pengembalian yang diambil adalah yang lebih cepat.

#### 6. *Return on Investment (ROI)*

Menurut Prayoga & Maulana, (2023) Analisis *Return On Investment (ROI)* merupakan ukuran keuangan yang digunakan untuk menilai seberapa efektif sebuah investasi dalam menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan modal yang ditanamkan. Ini biasanya dinyatakan sebagai persentase dan dihitung dengan membagi laba bersih dengan modal awal yang diinvestasikan. Perhitungan ROI dapat dilakukan dengan rumus:

$$ROI = \frac{\text{Keuntungan bersih}}{\text{Biaya investasi}} \times 100\%$$

Kriteria:

- a. Kegiatan usaha amplang Guntur Pratama layak dikembangkan jika nilai ROI > suku bunga simpanan (deposito/tabungan).
- b. Kegiatan usaha amplang Guntur Pratama tidak layak dikembangkan jika nilai ROI < suku bunga simpanan (deposito/tabungan).

Pemilik usaha Amplang Guntur Pratama diketahui adalah sebagai nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI), sehingga asumsi pada usaha ini menggunakan atau mengacu pada suku bunga BRI yaitu sebesar 3,00% pertahun.

## 7. Strategi Pemasaran (*merchandising*)

Strategi pemasaran dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan mengadopsi strategi lima fungsi *merchandising*. Menurut Hanafiah & Saifuddin, (1987) strategi lima fungsi *merchandising* tersebut meliputi Strategi dan Jasa Produk, Struktur dan Jasa Organisasi, Teknik Memperbesar Penjualan, Siasat Harga, serta Pengaturan Fisik dan Cara-Cara Memperagakan Produk).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Biaya Investasi dan Biaya Produksi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha pengolahan Amplang Guntur Pratama terdapat biaya-biaya produksi seperti biaya investasi dan biaya oprasioanal sebagai berikut:

Tabel 1. Biaya Investasi dan Biaya Penyusutan Usaha Amplang Guntur Pratama

No.	Jenis Barang/Alat	Jumlah (Unit)	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)	Masa Pakai (Rp/bln)	Penyusutan (Rp/thn)
1	Mesin Penggorengan	1	14.000.000	14.000.000	120	1.400.000
2	Wajan / Kual	1	1.000.000	1.000.000	84	142.857
3	Kompor 3 mata	1	600.000	600.000	60	120.000
4	Blender	1	350.000	350.000	60	70.000
5	Tabung Gas 12 kg	3	360.000	1.080.000	84	51.429
6	Tungku	1	100.000	100.000	60	20.000
7	Serok	3	75.000	225.000	42	21.429
8	Basket	1	150.000	150.000	47	38.298
9	Cool Box	5	500.000	2.500.000	120	50.000
10	Meja	1	500.000	500.000	42	142.857
11	Baskom Besar	2	75.000	150.000	60	15.000
12	Baskom kecil	4	30.000	120.000	42	8.571
13	Pisau	2	40.000	80.000	42	11.429
14	Bak Sampah	1	15.000	15.000	42	4.286
15	Mesin segel plastic	1	4.800.000	4.800.000	60	960.000
16	Lemari Etalase	1	2.000.000	2.000.000	84	285.714
17	Timbangan Digital	1	320.000	320.000	72	53.333
18	Serok Stainles	1	25.000	25.000	48	6.250
19	Bagunan produksi	1	252.100.000	252.100.000	120	12.605.000
20	Papan reklame	1	400.000	400.000	60	80.000
21	handphone	1	2.500.000	2.500.000	36	833.333
22	kendaraan	1	55.000.000	55.000.000	180	3.666.667
<b>Total</b>				<b>338.015.000</b>		<b>22.817.643</b>

Sumber: Data primer, 2024



Biaya investasi yang dikeluarkan pada tahap awal, adapun peralatan investasi periode pertama pada Amplang Guntur Pratama di atas adalah bangunan produksi, kendaraan, mesin penggorengan, lemari etalase, handphone dan satu set peralatan yaitu sebesar Rp. 338.015.000. dan perhitungan biaya penyusutan alat yang dikeluarkan pertahun sebesar Rp. 22.817.643 -/thn. Adapun biaya perawatan adalah yang dikeluarkan untuk perawatan investasi yang meliputi alat mesin penggorengan amplang yang setiap bulan yaitu, vanbelt dan alat bearing mesin penggorengan setiap 6 bulan sekali, jumlah biaya perawatan yang dikeluarkan pertahun sebesar Rp. 3.330.000.

Sardianti *et al.*, (2024) menyatakan Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan selama proses usahatani dimana biaya-biaya meliputi penyusutan alat, pajak, dan biaya tenaga kerja. Adapun perhitungan biaya tetap yang dikeluarkan usaha pengolahan Amplang Guntur Pratama pada Tabel 2 sebesar Rp. 26.147.643./thn.

Tabel 2. Total Biaya Tetap

No	Biaya	Total (Rp/thn)
1	Biaya penyusutan	22.817.643
2	Biaya perawatan	3.330.000
Total		26.147.643

Sumber: Data primer, 2024

Soekartawi (2016); Ubudiyah *et al.*, (2025) menyatakan biaya tidak tetap (*variabel cost*) adalah biaya yang tinggi rendahnya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang diperoleh. Adapun total biaya tidak tetap yang di keluarkan pada poses usaha Amplang Guntur Pratama yaitu bahan baku daging ikan Pipih, minyak makan, telur ayam, gula pasir, tepung tapioka dan lain-lain dengan nilai sebesar Rp. 461.664.000.-/thn. Sedangkan jika menggunakan bahan baku daging ikan Biji Nangka dengan tambahan bahan lainnya yang sama diperoleh nilai sebesar Rp. 252.800.000-/thn. Usaha pengolahan Amplang Guntur Pratama menggunakan asumsi yaitu dalam periode satu tahun usaha ini menggunakan 2 jenis bahan baku pokok, karena ketersediaan bahan baku ikan tersebut mengikuti musim. Berikut nilai biaya tidak tetap pada Tabel 3.

**Tabel 3. Total Biaya Tidak Tetap**

No	Biaya	Total (Rp/thn)
1	Biaya variabel berbahan bakul kan pipih	252.800.000
2	Biaya variabel berbahan baku Ikan biji nangka	461.664.000
	Total	714.464.000

Sumber: Data Primer, 2024

Hasil penelitian menjelaskan bahwa biaya produksi Usaha Amplang Guntur Pratama terdiri atas biaya tetap sebesar Rp26.147.643 dan biaya variabel sebesar Rp714.464.000,. Sehingga total biaya produksi mencapai Rp 740.611.643 per tahun. Struktur biaya produksi disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Biaya Produksi Usaha Amplang Guntur Pratama**

No	Jenis biaya	Jumlah (Rp/tahun)
1	Biaya Tetap	26.147.643
2	Biaya Variabel	714.464.000
	Total biaya (TC)	740.611.643

Sumber: Data primer,2024

### **Penerimaan dan Keuntungan**

Berdasarkan penelitian, diperoleh hasil bahwa produksi amplang kuku macan yang memiliki berat 150 gram di jual dengan harga Rp20.000 per kemasan. Dengan jumlah produksi 4.800 kemasan per bulan, penerimaan bulanan mencapai Rp96.000.000 atau sebesar Rp384.000.000 per tahun. Sedangkan amplag original dengan berat 90 gram dijual harga Rp10.000 per kemasan dengan jumlah produksi sebanyak 4.000 kemasan per bulan menghasilkan penerimaan bulanan sebesar Rp40.000.000 atau Rp320.000.000 per tahun. Sementara itu amplang original dengan berat 150 gram dijual dengan haga Rp20.000 per kemasan dengan jumlah produksi sebanyak 2.400 kemasan per bulan menghasilkan penerimaan bulanan sebesar Rp48.000.000 atau Rp384.000.000 per tahun.

**Tabel 4. Produksi dan Penerimaan Usaha Amplang Guntur Pratama**

No	Jenis amplang	Netto/ kemasan (gr)	Jumlah Produksi (kemasan/bln)	Harga (Rp/ kemasan)	Penerimaan (Rp/bln) 10 kali produksi	Penerimaan (Rp/thn)
1	Kuku macan	150	4.800	20.000	96.000.000	384.000.000
2	Original kecil	90	4.000	10.000	40.000.000	320.000.000
3	Original besar	150	2.400	20.000	48.000.000	384.000.000

No	Jenis amplang	Netto/ kemasan (gr)	Jumlah Produksi (kemasan/bln)	Harga (Rp/ kemasan)	Penerimaan (Rp/bln) 10 kali produksi	Penerimaan (Rp/thn)
<b>Total</b>					<b>184.000.000</b>	<b>1.088.000.000</b>

Sumber: Data primer, 2024

Adapun total jumlah produksi per bulan sebanyak 11.200 kemasan dengan penerimaan per bulan Rp.184.000.000 atau sebesar Rp.1.088.000.000 pertahun. Adapun keuntungan yang diperoleh usaha ini setelah dikurangi dengan total biaya adalah sebesar Rp.347.388.357 per tahun Jumlah produksi tersebut merupakan jumlah produksi rata-rata perbulan dalam satu tahun (asumsi usaha). Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi *et al*, (2023) penerimaan dari hasil pengolahan amplang berbahan baku ikan bandeng sebesar Rp.45.000.000 per bulan dengan nilai keuntungan sebesar Rp.26.082.973 per bulan, sedangkan jumlah produksi amplang yang dihasilkan sebanyak kurang lebih 5.000 kemasan per bulan.

Tabel 6. Penerimaan dan Keuntungan Usaha Amplang Guntur Pratama

No	Keterangan	Jumlah (Rp/tahun)
1	Penerimaan (TR)	1.088.000.000
2	Total biayal (TC)	740.611.643
	Keuntungan ( $\pi$ )	347.388.357

Sumber: Data primer, 2024

### Analisis Kelayakan Usaha

Hasil analisis kelayakan pada usaha ini menunjukkan nilai *Revenue Cost Ratio* (RCR) sebesar 1,47 bahwa Usaha Amplang Guntur Pratama mampu menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,47 untuk setiap Rp1,00 biaya yang dikeluarkan. Kondisi ini mencerminkan bahwa usaha telah berjalan secara efisien dalam penggunaan biaya produksi, sehingga mampu memberikan margin keuntungan yang cukup baik. Amarco & Sitohang (2024) menyatakan nilai RCR dari hasil usaha warung ikan bandeng di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo milik Ibu Damini, sebesar 1,25. Hal ini membuktikan bahwa usaha layak untuk dikembangkan. Hasil analisis *Payback Period* (PP) sebesar 0,97 tahun mengindikasikan bahwa modal investasi dapat kembali dalam waktu kurang dari satu tahun. Menurut Sari *et al.*, (2020)

dalam analisis *Payback Period* (PP), semakin pendek periode pengembalian yang dihasilkan, semakin baik suatu investasi tersebut. Adapun nilai *Return on Investment* (ROI) sebesar 102,77%, yang jauh melebihi suku bunga simpanan Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebesar 3,00%, menunjukkan bahwa penggunaan modal memberikan tingkat keuntungan yang sangat tinggi. sehingga usaha amplang Guntur Pratama layak dijalankan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristiyanto *et al.*, (2022) menyatakan bahwa usaha tani tomat di Kecamatan Bumijawa layak diusahakan dengan nilai ROI sebesar 131,07%. Hasil analisis kelayakan usaha disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil analisis kelayakan Usaha Amplang Guntur Pratama

No	Indikator Analisis	Nilai	Kreteria
1	RCR	1,47	Layak Dan Menguntungkan
2	PP	0,97 tahun	Pengembalian Modal Cepat
3	ROI	102,77%	Tingkat Keuntungan Tinggi

Sumber: Data primer, 2024

### **Strategi Pemasaran (*merchandising*)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Amplang Guntur Pratama menerapkan strategi pemasaran berdasarkan 5 fungsi *merchandising* menurut Hanafiah & Saifudin (1987), yang dilakukan pada usaha Amplang Guntur Pratama sebagai berikut.

#### **1. Strategi dan Jasa Produk Produk**

Melakukan pengembangan produk menjadi varian Original dan Kuku Macan. Fokus utama adalah menjaga konsistensi cita rasa melalui penggunaan mesin penggorengan yang telah dipatenkan sendiri oleh pemilik usaha, sehingga tekstur amplang tetap renyah tanpa memerlukan tenaga kerja yang besar.

#### **2. Struktur dan Jasa Organisasi**

Struktur organisasi bersifat sederhana dengan pemilik sebagai pengelola utama, sehingga memudahkan pengambilan keputusan dan pengawasan usaha, namun peran ganda ini menjadikan Ibu Lidia sebagai pusat pengelolaan usaha. Jasa organisasi diberikan melalui pelayanan langsung kepada konsumen yang mampu membangun kepercayaan, namun belum didukung oleh sistem pelayanan yang terstruktur.

### 3. Teknik Memperbesar Penjualan

Menggunakan kombinasi media luar ruang berupa spanduk/reklame di depan rumah produksi dan teknik advertising:

- a. *Institutional Advertising*: Mengenalkan merek "Guntur Pratama". Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji *et al*, (2023), dalam menerapkan *institusional advertising* terhadap produk pengolahan ikan salai baung putih di Desa Kota Bangun Ulu.
- b. *Quality Advertising*: Menampilkan label Halal LPPOM MUI sebagai jaminan mutu.
- c. *Factual Advertising*: Menyertakan informasi komposisi bahan baku pada kemasan.
- d. Promosi Digital: Memanfaatkan Instagram, Facebook, dan bermitra dengan Go Food sebagai binaan kuliner online.

### 4. Siasat Harga

Penetapan harga sesuai dengan harga sesungguhnya kepada konsumen, baik untuk penjualan langsung di outlet maupun penjualan kepada pengecer, toko-toko, dan minimarket. Sehingga penentuan harga jual kepada konsumen akhir selanjutnya diserahkan kepada masing-masing pengecer, hal tersebut dilakukan agar menjaga kestabilan harga sekaligus memperluas jangkauan pemasaran.

### 5. Pengaturan Fisik dan Cara-Cara Memperagakan Barang

Usaha Amplang Guntur Pratama sebagian besar produk dipasarkan melalui pengecer dan minimarket, sehingga jumlah produk yang dipajang di outlet relatif sedikit. Kondisi ini menyebabkan tampilan etalase belum menjadi fokus utama, namun usaha tetap menjaga kerapian dan kebersihan produk yang dipajang agar tetap menarik bagi konsumen yang datang langsung ke outlet.

Penerapan strategi pemasaran oleh Usaha Amplang Guntur Pratama sesuai dengan literatur terkini dan memberikan dampak positif terhadap kinerja finansial, termasuk omset, profitabilitas, dan kestabilan usaha. Strategi ini mendukung usaha tetap layak, menguntungkan, dan berkelanjutan di tengah persaingan sektor kuliner. Hal ini sejalan

dengan penelitian Ester *et. al*, (2025) tentang Analisis Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Usaha Pengolahan Pempek Qan di Kota Samarinda.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Usaha Amplang Guntur Pratama di Kota Samarinda layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara ekonomi. Total biaya produksi sebesar Rp 740.611.643 per tahun mampu mengembalikan penerimaan sebesar Rp 1.088.000.000 dengan keuntungan Rp 347.388.357 per tahun. Hasil analisis kelayakan usaha menunjukkan nilai *Revenue Cost Ratio* sebesar 1,47, *Payback Period* selama 0,97 tahun, dan *Return on Investment* sebesar 102,77%, yang menandakan bahwa usaha menguntungkan dan memiliki tingkat pengembalian modal yang tinggi. Dan strategi pemasaran usaha Amplang Guntur Pratama telah menerapkan konsep *merchandising* yang meliputi strategi produk, struktur organisasi, teknik promosi, siasat harga, serta pengaturan fisik produk. Kualitas produk konsisten dan memiliki harga yang cukup bersaing menjadi kekuatan utama usaha, sementara struktur organisasi yang sederhana masih efektif sesuai skala usaha. Namun pemanfaatan pemasaran digital belum optimal sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Secara keseluruhan, strategi *merchandising* telah mendukung keberlangsungan usaha.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, Usaha Amplang Guntur Pratama disarankan untuk mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan platform penjualan daring guna memperluas jangkauan pasar. Selain itu, Perlu dibangun sistem pembukuan keuangan untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik dan sistematis. Untuk menjaga keberlanjutan produksi, pelaku usaha juga disarankan menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku alternatif guna mengantisipasi keterbatasan ketersediaan ikan pipih.

Penelitian ini terbatas pada penggunaan analisis kelayakan finansial non-terdiskonto dan satu unit usaha dengan periode pengamatan singkat, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menggunakan analisis terdiskonto serta melibatkan lebih banyak unit usaha dan periode pengamatan yang lebih panjang agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada pihak pemilik usaha dan karyawan Amplang Guntur Pratama serta kedua orang tua atas doa dan kasih sayang yang selalu dicurahkan. Penulis juga menghaturkan ucapan terima kasih pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman karena sudah memfasilitasi penelitian ini serta kepada Ibu dan Bapak pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aji, S. F., Saleha, Q. dan Juliani. 2024. Analisis Usaha Pengolahan Dan Strategi Pemasaran Produk Salai Dari Baung Putih (*Hemibagrus Capitulum*) Di Desa Kota Bangun Ulu Kecamatan Kota Bangunkabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Ilmiah Kelautan Dan Perikanan*. 5 (1), 53-61
- Amarco, A. K., & Sitohang, A. C. 2024. Analisis Kelayakan Usaha (Studi Kasus Warung Ikan Bandeng Bakardi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(4), 07-14.
- Ambara, Y., & Gunawan, B. I. 2023. Analisis Usaha Budidaya Pembesaran Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*) di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*, 10(1).
- Anindyasari, D., Rusdiansyah, R., Mayulu, H., Aprylasari, D., Indana, K., & Safitri, A. 2025. Kelayakan Usaha Ternak Kambing Berbasis Finansial: Kajian di Kota Bontang. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 22(2), 181-188.

- Da'a, F., & Aktifani, S. (2024). Analisis Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Produk Pada CV. Sikarimanang Di Wakatobi. *JURNAL MANAJEMEN & ORGANISASI REVIEW (MANOR)*, 6(1), 157-169.
- Ester, R., Abdusysyhid, S., & Saleha, Q. 2025. Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Usaha Pengolahan Pempek Qan di Kota Samarinda (Studi Kasus UMKM Qan). *Jurnal Pengembangan Perikanan dan Agribisnis*, 12 (1), 10-18.
- Hanafia & Saefuddin. 2010. Tata Niaga Hasil Perikanan, Penerbit Univesitas Indonesia (UI-PRES.208 hal.
- Jaelani, A., Husaini, M., & Mariani, M. 2019. Analisis Usaha Industri Rumah Tangga printPengolahan Kerupuk Amplang Ikan Tenggiri (Studi Kasus Pada Amplang Semut Bakaraut di Desa Manurung Kecamatan Kusan Hilir Kabupaten Tanah Bumbu). *Frontier Agribisnis*, 3(1), 136-142. Jakarta
- Kristiyanto, D. A., Suharyono, E., & Wiharso. 2020. Analisis Pendapatan Bersih dan Kelayakan Pengolahan Tomat (*Solanum lycopersicum*) Menjadi TORAKUR (Tomat Rasa Kurma) di Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. *Jurnal Agromedia*, 40(2), 68–75.
- Octavia, Apriani. 2020. Studi Tentang Kelompok Belajar Usaha Amplang Pada Rumah Produksi Usaha Anda Jaya Samarinda. *Learning Society*. Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat, 1(1), 29-43.
- Prabumulya, R. A., Nitisara, N. W., Clara, D., Aurelia, S., Liliany, A. W., & Fajarini, D. (2025). Analisis Kelayakan Usaha dengan Metode Diskonto dan Tanpa Diskonto: Studi Kasus UMKM Kedai Sera. *E-journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship (EFEBE)*, 3(1), 689-696.
- Prayoga, A., & Maulana, H. (2023). Pertanian Rumput Laut Sebagai Bisnis Yang Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*, 3(1), 27-31.
- Rahardi, F., Regina Kristiawati, dan Nazaruddin .1999. Agribisnis Perikanan. PT.Penebar Swadaya. Bogor.



- Sardianti, A. L., Dunda, T., & Hidayah, W. 2023. Analisis Biaya Produksi Cengkeh di Kecamatan Botumoito Kabupaten Boalemo. *Journal Of Agritech Science* (JASc), 7(01), 103-110.
- Sari, YH, Endaryanto, T., & Murniati, K. 2020. Analisis finansial usaha peternakan itik petelur dengan sistem pemeliharaan intensif di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Sistem Pangan dan Agribisnis* , 25-33.
- Setiawati, E., Hasid, Z., & Priyagus, P. 2018. Analisis Profit Maksimum Usaha Amplang Ud Taufik Jaya Makmur Samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman* (JIEM), 3(4).
- Soekartawi. 2006. Analisis Usahatani. Universitas Indonesia Pres. Jakarta.
- Sophia, S., & Tukidi, T. 2025. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Patin di Kabupaten Muaro Jambi (Studi Kasus Usaha Kecil Menengah “Tunas Baru” Kecamatan Kumpeh Ulu Kabupaten Muaro Jambi). *JAS (Jurnal Agri Sains)*, 9(1), 115-125.
- Subhaktiyasa, P. G. 2024. Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Dr. I. Sutopo, Ed. 2nd ed., Vol. 2). Alfabeta. Bandung.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. 2020. Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Tajerin, T., Manadiyanto, M., & Pranowo, S. A. 2017. Analisis profitabilitas dan distribusi pendapatan usaha penangkapan ikan menggunakan pukat cincin mini di Kabupaten Tuban, Jawa Timur. *Jurnal penelitian perikanan Indonesia*, 9(6), 23-34.
- Taufik, D. A., Sugengriadi, R. M., & Wijaya, M. R. 2025. Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Tempe Perumahan Purwasari Dengan *Metode Payback Period, R/C Ratio, NPV*, dan *IRR* Ditinjau dari Aspek Keuangan Usaha. *INFOTEX: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Teknik*, 4(1), 255-266.
- Ubudiyah, L., Herdiana, H., & Hamsyuni, M. (2025). Analisis Kelayakan Usahatani Tembakau Rajangan Varietas Virginia Di Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 3(2), 70-79.

Wahyudi, Eko., Helminuddin., Fahrizal, W. (2023). Analisis Usaha Pengolahan Amplang Ikan Bandeng (*Channos channos*) di Kelurahan Muara Sembilang Kecamatan Samboja Kabupaten Kutai Kartanegara. Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis. 10 (2), 107-115