



## Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran *Rabok* Ikan Layang (*Decapterus spp*) Bawang Dayak di Kota Samarinda (Studi Kasus UMKM Aqueena)

### *Business Analysis and Marketing Strategy Rabok Ikan Layang (Decapterus spp) Dayak Onion in Samarinda City (Case Study of UMKM Aqueena)*

Ulfa Aprilyani<sup>1)</sup>, Muhammad Syafril<sup>1)</sup>, Wahyu Fahrizal<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan, Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan  
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda

\*Penulis korespondensi : email: [syafril@fpik.unmul.ac.id](mailto:syafril@fpik.unmul.ac.id)

(Diterima Juli 2025 /Disetujui Februari 2026)

#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kelayakan usaha pengolahan *rabok* ikan layang (*Decapterus spp*) bawang dayak dengan menggunakan indikator *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Break Even Point* (BEP), *Payback Period* (PP), *Return On Investment* (ROI) dan mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha pengolahan *rabok* ikan layang (*Decapterus spp*) bawang dayak di UMKM Aqueena. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus. Penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan usaha pengolahan *rabok* ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena layak dan menguntungkan secara finansial, ditunjukkan oleh nilai laba bersih per bulan sebesar Rp20.378.858. Nilai *Revenue Cost Ratio* (RCR) sebesar 2,83. Nilai *Break Even Point* (BEP) produksi tercapai pada 247 kemasan per bulan, BEP harga Rp15.887/kemasan dan BEP penjualan Rp652.670 per bulan. Kondisi BEP berada dibawah kondisi actual usaha. Periode pengembalian modal investasi hanya 1,01 bulan, dan *Return on Investment* (ROI) mencapai 99%. Terdapat 5 strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh pemilik usaha yaitu strategi produk dan jasa, struktur dan jasa organisasi, peningkatan penjualan, penetapan harga, serta pengaturan fisik dan penampilan produk. Penerapan strategi ini berperan dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha di masa mendatang. Startegi ini mampu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha ini di masa depan.

**Kata kunci:** kelayakan usaha, strategi pemasaran, *rabok* ikan layang

#### ABSTRACT

*This study aims to analyze the business feasibility of processing rabok made from scad fish (Decapterus spp.) with Dayak onion using the Revenue Cost Ratio (RCR), Break Even Point (BEP), Payback Period (PP), and Return on Investment (ROI), as well as to describe the marketing strategies implemented by UMKM Aqueena. The research employed a case study approach, with samples selected through purposive sampling. The results indicate that the rabok processing business is financially feasible and profitable, as reflected by a monthly net profit of IDR 20,378,858. The Revenue Cost Ratio (RCR) value was 2.83. The Break Even Point (BEP) was achieved at a production level of 247 packages per month, with a price BEP of IDR 15,887 per package and a sales BEP of IDR 652,670 per month, all of which were below the actual operating conditions of the business. The investment payback period was relatively short, at 1.01 months, while the Return on Investment (ROI) reached 99%. Furthermore, five marketing strategies were identified, including product and service strategies, organizational structure and service strategies, sales enhancement strategies, pricing strategies, and physical arrangement and product display strategies. The implementation of these strategies contributes to improving competitiveness, expanding market reach, and supporting the long-term sustainability of the business.*

**Keywords:** business feasibility, marketing strategy, scad fish rabok

**To Cite this Paper :** Aprilyani, U., Syafril, M., Fahrizal, W. 2026. Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Rabok Ikan Layang (*Decapterus spp*) Bawang Dayak di Kota Samarinda (Studi Kasus UMKM Aqueena). Samakia: Jurnal Ilmu Perikanan, 17 (1) : 27-36

**Journal Homepage:** <https://journal.ibrahimiy.ac.id/index.php/JSAPI>

<http://dx.doi.org/10.35316/jisapi.v17i1.8015>

## PENDAHULUAN

Kota Samarinda merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Timur dengan jumlah penduduk 856.360 jiwa, pada luas wilayah 718 km<sup>2</sup>. Wilayah perkotaan ini memiliki keunggulan geografis dan sosial yang mendukung pengembangan kegiatan usaha (BPS Kota Samarinda, 2024; Chistian et al., 2015). Peran Kota Samarinda sebagai pusat aktivitas ekonomi tercermin dari jumlah UMKM yang mencapai 158.624 unit atau sekitar 55% dari total UMKM di Kalimantan Timur (Martati dan Kusrihandayani, 2020). Satu diantara UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan adalah UMKM Aqueena, berlokasi di Kelurahan Air Hitam, Kecamatan Samarinda Ulu, dan telah beroperasi sejak tahun 2021 dengan produk unggulan rabok ikan layang Bawang Dayak.

Produk olahan berbasis ikan layang memiliki tingkat penerimaan konsumen yang baik (kategori netral-suka), sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Kasmiasi et al. (2020), sementara rabok ikan merupakan bentuk abon ikan basah yang menjadi pangan khas daerah Kutai (Hanafi, 2024). Keberhasilan usaha pengolahan hasil perikanan tidak hanya ditentukan oleh aspek produksi, tetapi juga oleh efisiensi biaya, penetapan harga, penerimaan usaha, serta kelayakan finansial yang diukur melalui indikator RCR, BEP, Payback Period, dan ROI. Keberlanjutan usaha pengolahan ini, juga dipengaruhi oleh penerapan strategi pemasaran yang efektif, berdasarkan lima fungsi *merchandising* sebagai upaya peningkatan daya tarik konsumen dan optimalisasi pendapatan.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2025 sampai dengan Mei 2025, yang bertempat di UMKM Aqueena Kelurahan Air Hitam Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda.

### Jenis dan Metode Pengambilan Data

Penelitian ini adalah jenis penelitian studi kasus (*case study*). Sugiarto (2017) mengatakan bahwa studi kasus merupakan jenis penelitian yang lebih mendalam terhadap beberapa faktor baik itu individu, kelompok, institusi dan lain-lain dalam kurun waktu tertentu. Jenis data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder, menurut Rukhmana (2021) data primer adalah sumber informasi yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dengan melakukan wawancara dengan responden menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara atau sumber-sumber yang sudah ada. Abdusysyahid et al (2021) menyatakan bahwa Data sekunder merupakan data pendukung penelitian, yang diperoleh melalui tinjauan kepustakaan yang ada hubungannya dengan penelitian, data ini meliputi : 1. Monografi wilayah (kelurahan dan kota), 2. Hasil-hasil penelitian atau publikasi lain yang sesuai dengan tujuan penelitian. Mandasari et al (2025) menambahkan bahwa data primer, selain diperoleh melalui wawancara mendalam, juga diperoleh melalui observasi langsung terhadap terhadap proses produksi, mulai dari penerimaan bahan baku hingga terciptanya produk akhir dan pemasaran. Observasi ini bertujuan untuk memastikan validitas data yang diperoleh dari wawancara.

### Metode Pengambilan Sampel

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive*. Sugiyono (2013) menjelaskan tentang teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dari sumber dengan melakukan pertimbangan tertentu. Di mana pertimbangan yang diambil dalam penelitian ini ialah pemilik usaha yang mengetahui secara detail sejarah usaha, mengetahui detail setiap proses produksi dan juga proses dari pemasaran *rabok* ikan layang bawang dayak.

### Metode Analisis Data

#### Analisis Pendapatan

Soekartawi (2006) mengatakan pendapatan atau keuntungan sebuah usaha dapat dihitung dengan menggunakan rumus dengan mengurangi hasil penerimaan dengan total biaya produksi. Rumus keuntungan dapat dituliskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

$\pi$  (*Phi*) : Pendapatan Bersih (Rp/bulan)  
 TR (*Total Revenue*) : Total Penerimaan (Rp/bulan)  
 TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp/bulan)

**Analisis Revenue Cost Rasio (RCR)**

Dau et al (2023) menyatakan bahwa *Revenue Cost Ratio* adalah indikator analisis kelayakan usaha perikanan yang ditinjau dari rasio jumlah penerimaan dari penjualan produk dengan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha (nelayan, pembudidaya atau pengolah hasil perikanan). Soekarwati (2006) mengatakan *Revenue Cost Rasio* (RCR) adalah sebuah perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Rumus *Revenue Cost Rasio* dapat ditulis sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

RCR : *Revenue Cost Rasio* (Rp/bulan)  
 TR (*Total Revenue*) : Total Penerimaan (Rp/bulan)  
 TC (*Total Cost*) : Total biaya Pengeluaran (Rp/bulan)

Soekartawi (2003) yang diacu oleh Syafril et al (2022) menyatakan bahwa kriteria dari indikator RCR adalah

Jika nilai RCR > 1 berarti usaha tersebut berada pada kondisi efisien dan menguntungkan, sehingga layak dilaksanakan

Jika nilai RCR < 1 berarti usaha tersebut belum efisien dan merugikan sehingga tidak layak dilaksanakan

*Revenue Cost Rasio* (RCR) juga menggambarkan tingkat efisiensi ekonomi dari usaha perikanan yang sedang dikelola oleh nelayan, pembudidaya, pengolah maupun pelaku pemasaran. Efisiensi ekonomi dimaksudkan adalah efisiensi dalam hal penggunaan biaya produksi (biaya operasional) dari usaha.

**Analisis Break Even Poin (BEP)**

*Break Even Poin* (BEP) digunakan untuk mengetahui suatu nilai dari hasil penjualan, harga jual per unit dan kuantitas produksi yang mencapai pulang pokok biaya produksi yang dikeluarkan pengolah. Mahyuddin (2008) menjelaskan *Break Even Poin* (BEP) dapat tercapai jika jumlah pendapatan sama dengan jumlah biaya produksi yang digunakan. Rumus titik impas dapat ditulis sebagai berikut :

$$BEP \text{ Produksi} = \frac{TC}{P} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp/bulan)  
 P (*Price*) : Harga Produk (Rp/Kg)

$$BEP \text{ Harga} = \frac{TC}{TQ} \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

TC (*Total Cost*) : Total Biaya (Rp/bulan)  
 TQ (*Total Quantity*) : Total Produksi (Kg/bulan)

### BEP penjualan

Analisis ini bertujuan untuk melihat titik penjualan yang menghasilkan Total Biaya Produksi (TC) sama dengan Jumlah Penerimaan (TR). BEP ini dihitung menggunakan rumus yang dinyatakan oleh Jumingan (2005) dan diacu oleh Amir et al (2022)

$$BEP \text{ Penjualan} = \frac{TFC}{1 - \left(\frac{TVC}{S}\right)} \dots \dots \dots (5)$$

Kriteria :

- a) Jika BEP Produksi, Harga dan Penjualan < Produksi, Harga dan Penjualan aktual maka, usaha tersebut berada pada posisi menguntungkan.
- b) Jika BEP Produksi, Harga dan Penjualan = Produksi, Harga dan Penjualan aktual maka, usaha tersebut berada pada titik impas.
- c) Jika BEP Produksi, Harga dan Penjualan > Produksi, Harga dan Penjualan aktual yang maka, usaha tersebut berada pada posisi tidak menguntungkan.

### Analisis Payback Period

Soekartawi (2006) menjelaskan bahwa, *Payback period* merupakan sebuah jangka waktu tertentu yang dapat menunjukkan terjadinya arus penerimaan (*cash inflows*) secara kumulatif yang sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value*. Rumus dasar dari *Payback Period* adalah

$$Payback \text{ Period} = \frac{Investasi \text{ Awal}}{Kas \text{ Masuk Bersih}} \times 1 \text{ tahun} \dots \dots \dots (6)$$

Karena durasi dari analisis kelayakan usaha rabok (abon) ikan layang ini hanya 1 bulan, maka rumus *Payback Period* dimodifikasi menjadi

$$Payback \text{ Period} = \frac{Investasi \text{ Awal}}{Kas \text{ Masuk Bers}} \times (1/12) \text{ tahun} \dots \dots \dots (7)$$

Kriteria:

- 1) Jika periode pengembalian lebih cepat dari lamanya umur usaha yang ditentukan, maka usaha tersebut layak dan menguntungkan.
- 2) Jika periode pengembalian lebih lama atau melebihi waktu yang telah ditentukan, maka usaha tersebut dapat dikatakan tidak layak atau ditolak untuk melakukan investasi.

### Analisis Return On Investment (ROI)

*Return On Investment* merupakan rasio dari profitabilitas yang dihitung dari laba bersih dari usaha yang telah dikurangi oleh pajak terhadap total aktiva. Semakin tinggi suatu rasio yang dihasilkan maka semakin baik kondisi suatu perusahaan atau usaha. Rumus *Return On Investment*. (Syamsuddin, 2011) mengatakan rumus ROI adalah sebagai berikut :

$$ROI = \frac{Laba \text{ Bersih/bln}}{Biaya \text{ Investasi}} \times 100 \% \dots \dots \dots (8)$$

Dengan kriteria :

- 1) Nilai ROI > Suku bunga bank, usaha layak dan menguntungkan
- 2) Nilai ROI < Suku bunga bank, usaha tidal layak dan tidak menguntungkan

Suku bunga yang digunakan dalam perbandingan adalah bank BRI dengan bunga deposito per bulan sebesar 3,35%

### Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menguraikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pemilik usaha. Sugiyono (2004) mengatakan bahwa, analisis deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan dalam menganalisis data kualitatif, dengan mendeskripsikannya sesederhana mungkin, sebagaimana adanya terhadap suatu objek yang sedang diteliti, sehingga dibuat sebuah kesimpulan. Hanafiah dan Saifudin (1986) menjelaskan bahwa Strategi pemasaran ini

menggunakan 5 fungsi *merchandising* terdiri dari: Strategi dan jasa produk, Struktur dan jasa operasional, Teknik memperbesar penjualan, Siasat harga, Pengaturan fisik dan cara memperagakan barang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah dan Profil UMKM Aqueena

UMKM Aqueena adalah usaha pengolahan di bidang perikanan yang didirikan pada tahun 2021 oleh ibu Wiwit Andrianti yang beralamatkan di Jalan A.W Syahrani Kelurahan Air Hitam Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda. Produk *rabok* ikan bawang dayak ada 4 jenis yakni, ikan layang, ikan gabus, ikan cakalang, dan ikan tuna. Ikan layang merupakan varian ikan pertama yang diolah oleh produsen. Saat ini telah ada 5 cabang pemasaran yaitu Planet Swalayan, Auto Swalayan, Mulawarman Mart, Yugo Mart, dan Toko Najwa (toko oleh-oleh), kelima cabang tersebut berlokasi di Kota Samarinda. UMKM Aqueena pernah meraih penghargaan sebagai juara III pada lomba masakan khas Kalimantan dalam rangkaian acara Festival Mahakam yang ke XX pada tanggal 5-7 November 2021. Tahun 2024, UMKM Aqueena juga terpilih sebagai salah satu UMKM yang produk olahannya menjadi oleh-oleh khas IKN (Ibu Kota Nusantara).

### Proses Pengolahan *Rabok* Ikan Layang Bawang Dayak

Rabok ikan layang bawang dayak merupakan produk pangan siap saji berbahan dasar ikan layang, diolah melalui penambahan Bawang Dayak khas Kaltim dan bumbu rempah. Proses pengolahan diawali dengan persiapan bahan baku berupa ikan layang tanpa kepala dan jeroan sebanyak 50 kg per siklus produksi, kemudian dicuci menggunakan air mengalir untuk menjaga mutu dan kesegarannya. Tahap berikutnya adalah bawang dayak, bawang merah, bawang putih, kemiri, dan cabai besar dihaluskan menggunakan mesin penggiling sebagai bumbu dasar. Ikan layang digoreng pada suhu 80–100 °C selama 6–8 menit hingga matang merata, kemudian ditiriskan dan didinginkan sebelum dilakukan pensuiran daging. Bumbu halus ditumis untuk meningkatkan cita rasa dan menghilangkan bau langu, kemudian dicampurkan dengan daging ikan suwir. Campuran tersebut diolah melalui proses pengadukan berulang selama 3–4 jam per hari. Proses ini berlangsung selama 4–5 hari dengan api kecil, sehingga bumbu terserap optimal dan kadar air menurun. Tahap akhir meliputi pendinginan dan pengemasan produk ke dalam plastik *standing pouch* dengan berat bersih 100 gram per kemasan

### Biaya Investasi dan Operasional Produksi

#### 1. Biaya Investasi *Rabok* Ikan Layang bawang

Biaya investasi merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha perikanan, ketika akan memulai suatu usaha bidang perikanan, yang dilakukan pada tahun ke 0. Biaya investasi yang lazim diistilahkan sebagai aset atau aktiva perusahaan terdiri dari lahan, bangunan, peralatan produksi, kantor dan pemasaran, serta sarana pendukung lainnya. Jumlah biaya investasi ini lebih besar dibandingkan dengan biaya produksi.

Tabel 1. Biaya Investasi *Rabok* Ikan Layang Bawang Dayak

No	Jenis Alat	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total Investasi UMKM (Rp)	%	Investasi <i>Rabok</i> Ikan (Rp)
1	Kompor	2	750.000	1.500.000	6,59	98.850
2	Tabung Gas	8	170.000	1.360.000	6,59	89.624
3	Pisau	3	115.000	345.000	6,59	22.736
4	Handphone	1	10.599.000	10.599.000	6,59	698.474
5	Timbangan Digital	2	130.000	260.000	6,59	17.134
6	Mobil	1	230.000.000	230.000.000	6,59	15.157.000
7	Lahan (m <sup>2</sup> )	34,2	127.193	4.350.000	6,59	286.665
8	Bangunan (m <sup>2</sup> )	21,5	699.301	15.000.000	6,59	988.500
9	Wajan	2	250.000	500.000	6,90	34.500

To Cite this Paper : Aprilyani, U., Syafril, M., Fahrizal, W. 2026. Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran *Rabok* Ikan Layang (*Decapterus spp*) Bawang Dayak di Kota Samarinda (Studi Kasus UMKM Aqueena). Samakia: Jurnal Ilmu Perikanan, 17 (1) : 27-36

Journal Homepage: <https://journal.ibrahimiy.ac.id/index.php/JSAPI>

<http://dx.doi.org/10.35316/isapi.v17i1.8015>

No	Jenis Alat	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total Investasi UMKM (Rp)	%	Investasi Rabok Ikan (Rp)
10	Freezer	2	550.000	1.100.000	6,90	75.900
11	Mesin Penghalus Bumbu	1	2.400.000	2.400.000	6,90	165.600
12	Sutil	2	35.000	70.000	6,90	4.830
13	Baskom	4	25.000	100.000	16,87	16.870
14	Saringan Pembersih Ikan	2	23.000	46.000	16,87	7.760
15	Nampan	2	60.000	120.000	16,87	20.244
16	Sendok Makan	2	4.000	8.000	16,87	1.350
17	Etalase	1	17.000.000	17.000.000	16,87	2.867.900
18	Sealer	1	170.000	170.000	16,87	28.679
Jumlah				284.928.000		-

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Total investasi yang dimiliki oleh UMKM ini sebesar Rp284.928.000. Nilai investasi yang dialokasikan untuk produksi *rabok* ikan layang sebesar Rp20.582.615 (7,22%), yang diperoleh dari asumsi penggunaan investasi bersama sebesar 6,59%, 6,90%, dan 16,87%.

## 2. Biaya Operasional

Biaya operasional (biaya produksi) yang lazim diisitilahkan sebagai modal kerja merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk mendukung kelancaran pelaksanaan usaha perikanan, dimulai dari proses produksi hingga pemasaran.

Tabel 2. Biaya Operasional *Rabok* Ikan Layang Bawang Dayak

No	Uraian	Unit	Harga (Rp)	Jumlah	Jumlah Biaya (Rp/produksi)	Jumlah Biaya (Rp/bulan)
1	Ikan Layang	kg	35.000	50	1.750.000	3.500.000
2	Cabe Besar	kg	60.000	31	1.860.000	3.720.000
3	Bawang Dayak	kg	30.000	2	60.000	120.000
4	Bawang Merah	kg	40.000	1	40.000	80.000
5	Bawang Putih	kg	42.000	1	42.000	84.000
6	Kemiri	kg	40.000	5	200.000	400.000
7	Minyak Goreng	ltr	24.000	12	288.000	576.000
8	Gula Pasir	kg	16.000	0,5	8.000	16.000
9	Garam	gr	3.000	250	3.000	6.000
10	Standing Pot	bungkus	2.800	350	980.000	1.960.000
11	Isi Tabung Gas	tabung	30.000	4	120.000	240.000
12	Beban Listrik	bln	13.170	-	13.170	13.170
13	Beban Air	bln	6.585	-	6.585	6.585
14	Wifi	bln	9.878	-	9.878	19.755
15	Pertalite	bln	1.646	-	1.646	3.293
16	Upah	orang	82.314	2	164.628	329.257
17	Pemeliharaan Mobil				5.492	10.983
18	Penyusutan				23.943	47.885
Jumlah					5.566.464	11.132.928

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui pengeluaran untuk bahan baku ikan layang dan bumbu berupa cabe merah, merupakan alokasi terbesar dari total biaya produksi yaitu sebesar Rp7.220.000 (64,85%). Biaya tetap hanya memberikan kontribusi sebesar Rp430.928 (3,87%), dari total biaya produksi, sedangkan sisanya sebesar Rp11.702.000 (96,13%) merupakan alokasi untuk biaya variabel. Hasil penelitian dari **Ardiansyah et al (2021)**, menemukan bahwa 98% dari total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengolah abon ikan layang di Kampung Teluk Sulaiman Kecamatan Biduk-Biduk Kabupaten Berau, merupakan komponen dari biaya variabel

### **Produksi, Penerimaan dan Keuntungan**

Produksi dalam usaha perikanan merupakan proses pengelolaan berbagai faktor produksi ( sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya kapital, manajerial ; kemampuan nelayan/pembudidaya dalam mengelola usaha dan factor eksternal lainnya ; pasar, akses permodalan dan kebijakan pemerintah) untuk menghasilkan output bernilai ekonomi. Usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena dilakukan sebanyak dua kali produksi per bulan dengan total output sebesar 700 kemasan atau setara 70 kg per bulan. Harga jual produk ditetapkan sebesar Rp45.000 per kemasan, sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp15.750.000 per siklus produksi atau Rp31.500.000 per bulan. Setelah dikurangi biaya produksi, laba bersih yang diperoleh usaha ini mencapai Rp20.378.858 per bulan

### **Analisis Kelayakan Usaha**

Analisis kelayakan usaha adalah analisis finansial non terdiskonto, yang digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan, sehingga pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi modal investasi dan modal kerja tidak menjadi sia-sia, tetapi mampu menghasilkan benefit ekonomi dimasa kini dan mendatang. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kelayakan usaha pengolahan *rabok* ikan layang bawang dayak pada UMKM Aqueena antara lain *Revenue Cost Rasio (RCR)* *Break Even Point (BEP)*, *Payback Period (PP)*, *Return On Investment (ROI)*.

#### **Revenue Cost Rasio (RCR)**

*Revenue Cost Rasio (RCR)* bertujuan untuk mengetahui rasio antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Lebih jauh dapat didefinisikan bahwa RCR merupakan ukuran efisiensi penggunaan biaya produksi pada suatu usaha. Nilai RCR yang mencerminkan Efisiensi usaha, berbanding lurus dengan keuntungan, semakin tinggi nilai RCR, maka usaha semakin efisiensi, sehingga semakin besar nilai keuntungan yang diperoleh pelaku usaha. Hasil perhitungan menunjukka nilai RCR sebesar 2,83. Hal ini menjelaskan bahwa usaha pengolahan *rabok* ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena nilai RCR > 1, artinya penerimaan yang didapatkan dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan. Nilai *Revenue Cost Ratio (RCR)* sebesar 2,83 (Tabel 3) menandakan bahwa setiap Rp1 biaya produksi yang dikeluarkan mampu menghasilkan penerimaan penjualan sebesar Rp2,83. Nilai ini menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi yang tinggi, sehingga memiliki harga jual kompetitif dengan produk olahan perikanan lain, dipasar local dan regional. Nilai 1,83 rupiah merupakan rasio dari keuntungan (*profit*) dengan biaya (*cost*) sehingga dapat dinotasikan sebagai *PCR (Profit Cost Ratio)*.

#### **Break Even Point (BEP)**

Analisis titik impas menggambarkan usaha berada pada kondisi penerimaan yang diperoleh hanya mampu menutupi biaya operasional, sehingga laba bersih = 0 (usaha tidak untung atau rugi). BEP sangat penting dianalisis, agar diketahui berapa jumlah produksi, harga jual atau nilai penjualan yang mampu menutupi biaya operasional. Analisis Break Even Point (BEP) memperkuat temuan kelayakan usaha tersebut. Titik impas (BEP) produksi tercapai pada jumlah produksi 247 kemasan per bulan, BEP harga jual Rp15.887 per kemasan, dan BEP penjualan sebesar Rp652.670 per bulan. Seluruh nilai BEP berada di bawah kondisi aktual usaha, yaitu produksi sebesar 700 kemasan per bulan dan harga jual Rp45.000 per kemasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha telah beroperasi jauh di atas titik impas, sehingga memiliki tingkat keamanan finansial yang relatif baik terhadap fluktuasi, harga jual, jumlah produksi maupun penjualan.

### **Payback Period (PP)**

Payback Period merupakan indikator kelayakan finansial yang digunakan untuk mengukur jangka waktu pengembalian modal investasi awal berdasarkan arus kas masuk. Semakin singkat nilai Payback Period, semakin rendah tingkat risiko usaha. Nilai Payback Period sebesar 1,01 bulan menunjukkan bahwa modal investasi pada usaha ini dapat kembali dalam waktu yang cepat

### **Return On Investment (ROI)**

Analisis ROI digunakan untuk mengetahui seberapa efektif investai yang dilakukan mampu menghasilkan laba bersih pada suatu periode produksi. Nilai Return on Investment (ROI) sebesar 99% menunjukkan bahwa hampir seluruh nilai investasi mampu dikonversi menjadi laba bersih dalam satu periode produksi. Tingginya nilai ROI ini dipengaruhi oleh besarnya margin keuntungan dan rendahnya proporsi biaya tetap, sehingga usaha memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dalam jangka pendek. ROI 99% memberikan penafsiran bahwa setiap Rp100 modal investasi yang dikeluarkan mampu menghasilkan laba bersih per bulan sebesar Rp99. Capaian finansial ini menggambarkan tingkat keuntungan yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan standar pengembalian pada instrumen investasi keuangan formal, seperti bunga deposito bank BRI sebesar 3,35% per bulan. Nilai ROI sebesar 99% menunjukkan bahwa usaha perikanan ini mampu menghasilkan laba bersih yang jumlahnya hampir setara dengan jumlah modal investasi yang telah dikeluarkan, sehingga tergolong efektif dalam menghasilkan keuntungan finansial.

Tabel 3 Nilai kelayakan finansial

No	Variabel dan Indikator Kelayakan Usaha	Nilai
1	Total Biaya Investasi	20.582.615
2	Total Biaya Produksi (Rp/bulan)	11.132.928
3	Jumlah Produksi (kemasan/bulan)	700
4	Harga Jual (Rp/Kemasan)	45.000
5	Total Penerimaan (Rp/bulan)	31.500.000
6	Total Keuntungan (Rp/bulan)	20.367.072
7	<i>Revenue Cost Rasio (RCR)</i> dan	2,83
8	<i>Profit Cost Ratio (PCR)</i>	1,83
9	BEP Produksi (kemasan)	247
10	BEP Harga (Rp/kemasan)	15.887
11	BEP Penjualan (Rp)	652.670
12	<i>Payback Period (tahun )</i>	0,08
13	<i>Payback Period (bulan )</i>	1,01
14	<i>Return On Investment (ROI, %)</i>	98,95

Sumber : Data primer diolah (2025)

Nilai kelayakan finansial usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena menunjukkan kinerja yang lebih efisien dibandingkan sebagian besar penelitian terdahulu. Dibandingkan usaha abon ikan layang di Kabupaten Berau (Ardiansyah et al., 2021) dan abon ikan tuna di Kota Bontang (Abdusysyahid et al., 2021), UMKM Aqueena memiliki nilai ROI yang lebih tinggi serta Payback Period yang jauh lebih singkat, yang mencerminkan efisiensi struktur biaya dan pengelolaan modal investasi. Sementara itu, meskipun usaha abon ikan skala rumah tangga di Lombok Utara dilaporkan memiliki nilai ROI yang lebih tinggi (Gigentika dan Hilyana, 2022), waktu pengembalian modal investasi pada UMKM Aqueena tetap lebih cepat. Dibandingkan usaha pengolahan ikan layang kering di Probolinggo (Jasila dan Ramli, 2021) yang menghasilkan laba besar namun dengan efisiensi biaya relatif rendah, usaha rabok ikan layang bawang dayak menunjukkan kombinasi profitabilitas dan efisiensi yang lebih seimbang. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak layak dan prospektif untuk dikembangkan.

## Strategi Pemasaran dalam Mendukung Kinerja Usaha

Keberhasilan finansial usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena tidak terlepas dari strategi pemasaran yang diterapkan. Berdasarkan lima fungsi merchandising, strategi produk dilakukan melalui pengembangan dan diversifikasi jenis ikan, pengemasan yang menarik, pelabelan yang informatif, serta jaminan mutu melalui kepemilikan izin P-IRT dan sertifikasi halal. Strategi ini berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas segmentasi pasar.

Strategi struktur dan jasa organisasi diterapkan melalui pembagian kerja yang jelas dalam lingkup keluarga inti, sehingga kegiatan produksi dan distribusi dapat berjalan efisien. Strategi peningkatan penjualan dilakukan melalui promosi sederhana namun efektif, melalui penggunaan banner, brosur, serta media sosial (WhatsApp, Facebook, dan Instagram). Pemanfaatan media sosial memungkinkan perluasan jangkauan pasar dengan biaya promosi yang relatif rendah.

Strategi penetapan harga dilakukan dengan menetapkan harga jual, disesuaikan dengan struktur biaya produksi dan daya beli konsumen, sehingga produk tetap kompetitif di pasar. Sementara itu, strategi pengaturan fisik produk dilakukan melalui penempatan produk pada etalase terbuka, yang bertujuan meningkatkan visibilitas produk dan mendorong pembelian langsung. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Ester et al. (2025) yang menyatakan bahwa penerapan fungsi merchandising secara terpadu mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM pengolahan hasil perikanan. Secara keseluruhan, integrasi antara kelayakan finansial yang kuat dan strategi pemasaran yang tepat menjadikan usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena memiliki potensi keberlanjutan dan daya saing yang baik di masa mendatang.

## KESIMPULAN

Usaha pengolahan rabok ikan layang bawang dayak di UMKM Aqueena terbukti layak dan menguntungkan secara finansial. Hal ini ditunjukkan oleh laba bersih sebesar Rp20.378.858 per bulan, nilai Revenue Cost Ratio (RCR) sebesar 2,83, serta nilai Break Even Point (BEP) produksi, harga, dan penjualan yang berada di bawah kondisi aktual usaha. Periode pengembalian investasi yang relatif singkat, yaitu 1,01 bulan, serta nilai Return on Investment (ROI) sebesar 99% menegaskan bahwa usaha ini memiliki tingkat profitabilitas dan efisiensi modal yang tinggi. Keberhasilan usaha tersebut didukung oleh penerapan strategi pemasaran yang mencakup strategi produk dan jasa, struktur dan jasa organisasi, peningkatan penjualan, penetapan harga, serta pengaturan fisik dan penampilan produk. Penerapan strategi ini berperan dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha di masa mendatang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan efisiensi biaya dan strategi pemasaran sederhana namun tepat sasaran dapat menjadi kunci keberhasilan UMKM pengolahan hasil perikanan berbasis sumber daya lokal. Beberapa hal yang dapat disarankan bagi pelaku usaha adalah, pelaku usaha perlu meningkatkan kapasitas produksi dengan menjaga kualitas bahan baku, memanfaatkan pemasaran digital, melakukan diversifikasi produk, serta mengelola keuangan secara tertib untuk mendukung keberlanjutan usaha, sehingga tujuan untuk mencapai profit optimal dapat diraih. Saran bagi pemerintah atau stakeholder lain yang berkompeten dengan bidang usaha ini adalah perlu memberikan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital, meningkatkan akses permodalan, mendukung promosi produk UMKM, serta memfasilitasi sertifikasi halal dan izin edar guna meningkatkan daya saing produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdusysyahid, S., Gunawan, B. I., & Syafril, M. (2021). Kelayakan finansial abon ikan tuna di Kota Bontang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 33-48.
- Amir, A. A. A., Sugiharto, E., & Syafril, M. (2022). Analisis kelayakan finansial usaha budidaya rumput laut (*eucheuma cottonii*) di Kelurahan pantai amal kecamatan tarakan timur kota tarakan. *Jurnal Perikanan Unram*, 12(4), 670-680.
- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, 2024. *Kota Samarinda Dalam angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Samarinda. Samarinda.

- Christian, D., O.B. Wicandra and A. Asthararianty. 2015. Perancangan buku panduan wisata kuliner khas Kalimantan di Samarinda. *DKV Adiwarna* 2(7), 10.
- DAU, A., SYAFRIL, M., & SUSILO, H. (2023). Analisis Ekonomi Usaha Pembibitan Mangrove di Kelompok Tani dan Nelayan Beras Basah, Kelurahan Berebas Tengah Kota Bontang (Economic Analysis of Mangrove Nurseries in Farmers and Fishermen's Groups Beras Basah, Berebas Village, Central Bontang City). *Jurnal Agribisnis dan Komunikasi Pertanian (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 6(2), 107-117.
- Gigentika, S., & Hilyana, S. . (2022). Kelayakan Finansial pada Usaha Pengolahan Abon Ikan Skala Rumah Tangga di Kawasan Konservasi TWP Gili Matra, Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 8(3), 375–383.
- Hanafi, 2024. Rabok Ikan, Kuliner Khas Kutai yang Laris Manis di MTQ Nasional ke-30, <https://mediakaltim.com/rabok-ikan-kuliner-khas-kutai-yang-laris-manis-di-mtq-nasional-ke-30/> (Maret 2025)
- Hanafiah, A. M dan Saefuddin, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Edisi Kedua. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Jasila, I., Ramli. 2021. Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan Ikan Layang Kering di UD. Mutiara Laut Desa Sumberanyar Kabupaten Probolinggo. *Samkia: Jurnal Ilmu Perikanan*, 12(1), 52-58
- Kasmianti., Ekantari, Nurfitri., Asnani, Suadi, Amir, H. (2020). Mutu dan Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Abon Ikan Layang (*Decapterus* sp.). *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia (JPHPI)*, 23(3), 470–478.
- Mahyuddin, K., 2008. *Panduan Lengkap Agribisnis Lele*. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Mandasari, S. K., Syafril, M., & Saleha, Q. (2025). Analysis Of The Added Value Of Bawis Fish Chips Products In Poklahsar Saputra Snack City Bontang. *Barakuda 45: Jurnal Ilmu Perikanan dan Kelautan*, 7(2), 119-126.
- Martati, I., & Kusrihandayani, D. 2020. Identifikasi Potensi Kemandirian UMKM di Kota Samarinda melalui pelatihan manajemen usaha. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* 5(1), 124-129.
- Rukhmana, T., 2021. Memahami Sumber Data Penelitian Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesia Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)* 2(2): 28-33.
- Soekartawi, 2003. *Teori ekonomi produksi dengan pokok bahasan analisis CobbDouglas*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 250 hal.
- Soekartawi, 2006. *Analisis Usaha Tani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta. 110 hal.
- Sugiarto, 2017. *Metodologi penelitian bisnis*. Andi. Yogyakarta
- Sugiyono, 2004. *Metode penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian kuantitatif., Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta. Bandung
- Syamsuddin, L., 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Syafril, M., Purnamasari, E., & Fidhiani, D. D. (2022). Analisis kelayakan finansial usaha perikanan tangkap di Kampung Gurimbang Kecamatan Sambaliung Kabupaten Berau. *Agromix*, 13(1), 55-66.
- Ester, R., Abdusysyahid, S., dan Saleha, Q. (2025). Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Usaha Pengolahan Pempek Qan Di Kota Samarinda (Studi Kasus UMKM Qan). (2025). *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis*, 12(1), 10-18.