



ANALISIS USAHA PRODUK DIMSUM TUNA GLEDEK

Novie Wijaya^{1*}, Meilya Suzan Triyastuti², Nanung Syaiful Rijal³, Feronica Umboh⁴

^{1,2,4}Politeknik Kelautan dan Perikanan Bitung, Kota Bitung

³Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, Kota Sidoarjo

Email korespondensi: noviewijaya36@yahoo.com

Info Article	Abstract
Keywords: Business development, dimsum, tuna	<i>The City of Bitung has produced a significant increase in tuna production. Tuna is a superior raw material at the Bitung. Handling the correct quality of fresh fish and the need for diversification of fishery products such as dimsum tuna. This study aims to determine the feasibility of the tuna gledek dimsum business. This research uses a descriptive method and feasibility analysis. The results of the feasibility analysis of the RCR value is 1.5, the PP value is 1.9 months and the ROI is 1%. This shows that the tuna gledek dimsum business is feasible to produce. In addition, this tuna dimsum business is worth developing to meet consumer marketing.</i>
Info Artikel	Abstrak
Kata Kunci: Kelayakan, Dimsum, Tuna	<i>Kota Bitung menghasilkan produksi ikan tangkap tuna yang mengalami peningkatan signifikan. Ikan tuna merupakan bahan baku unggulan di. Penanganan kualitas ikan segar yang benar dan perlu adanya diversifikasi hasil perikanan seperti dimsum ikan tuna. Penelitian ini bertujuan mengetahui kelayakan usaha dimsum tuna gledek di Bitung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis kelayakan. Hasil analisis kelayakan dari nilai RCR sebesar 1,5, nilai PP sebesar 1,9 bulan dan ROI 1%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha dimsum tuna gledek layak untuk diproduksi. Selain itu, usaha dimsum ini layak dikembangkan untuk memenuhi pemasaran konsumen.</i>

I. PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai peranan penting dalam sector perikanan. Indonesia memiliki 2/3 wilayah dari lautan, pulaunya lebih dari 17.000 serta garis pantainya 81.000 km. Pemerintah menekankan bahwa bidang perikanan yang mengoptimalkan sumber daya kelautan yang *sustainable* (Bappenas, 2014). Indonesia telah menyuplai lebih dari 16% produksi tongkol, tuna, dan cakalang. Berikut ini daerah penyebaran ikan cakalang dan tuna yaitu Laut Sulawesi, Banda, Maluku, Flores, Hindia, Jawa bagian selatan Sumatera bagian barat, Sulawesi utara, dll. Produksi hasil tangkapan ikan laut di Bitung dengan jenis ikan tuna, cakalang, tongkol dari tahun 2017 hingga 2019 mengalami peningkatan signifikan. Total produksi penangkapan ikan laut dari tahun 2017 sebesar 86.954 ton; tahun 2018 sebesar 108.692 dan tahun 2019 sebesar 135.862 (Dinas Kelautan dan Perikanan Bitung, 2020; Firdaus, 2019).

Menurut data statistik perikanan tangkap Indonesia. (2015) bahwa kota Bitung merupakan daerah hasil produksi perikanan tangkap ikan tuna dan cakalang. Bitung merupakan kota bahari dengan kegiatan perikanan pesisir. Pelabuhan Bitung mempunyai potensi perikanan untuk menambah devisa negara di Kawasan Asia Pasifik (Triyastuti *et al.*, 2021; Pramana *et al.*, 2017; Sulistiana *et al.*, 2018).

Produksi perikanan tangkap di Bitung yang mengalami peningkatan signifikan. Penanganan kualitas ikan segar yang benar dan perlu adanya diversifikasi hasil perikanan. Produk diversifikasi ikan tuna di kota Bitung diantaranya bakso ikan, keripik ikan, kaki naga dan dimsum tuna. Ikan tuna merupakan bahan baku unggulan di Politeknik Kelautan dan Perikanan Bitung. Oleh karena itu, pada penelitian menggunakan bahan baku ikan tuna untuk menghasilkan dimsum tuna. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis usaha Dimsum Tuna Gledek pada kegiatan PKL I di Politeknik Kelautan dan Perikanan Bitung.

II. METODE PENELITIAN

Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari data sekunder dan data primer. Metode pengumpulan data primer dengan cara observasi dan wawancara. Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terkait proses pengolahan dimsum tuna gledek. Wawancara yaitu metode penelitian dengan tanya jawab secara langsung dengan pengolah dimsum tuna gledek. Data sekunder merupakan data yang mendukung kebutuhan data primer yang diperoleh dari literatur artikel maupun buku. Analisis kelayakan usaha meliputi analisis biaya produksi, analisis pendapatan usaha, analisis usaha, *Revenue-Cost Ratio* (RIC), *Payback Period* (PP) dan *Return Of Investment* (ROI)

Analisis Data

Analisis Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan seluruh pengeluaran yang dilaksanakan perusahaan untuk memproduksi barang. Biaya produksi diperoleh dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yaitu biaya dalam satu masa produksi tidak habis digunakan. Biaya variabel yaitu biaya dalam satu masa produksi habis digunakan. Berikut ini perhitungan biaya produksi :

Biaya total = biaya tetap + biaya variabel

Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha yang diperoleh selama masa produksi. Berikut ini perhitungan pendapatan usaha (Geffken, 2017):

Pendapatan = jumlah produksi x harga jual produk

Analisis Kelayakan Usaha

Perhitungan keuntungan yang diperoleh selama masa produksi dengan rumus berikut ini (Geffken, 2017):

keuntungan = pendapatan - biaya total

Revenue-Cost Ratio (RIC)

Revenue-Cost Ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dan pengeluaran biaya. Berikut ini rumus analisis R/C :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

Keterangan :

R/C > 1, usaha layak dilakukan

R/C = 1, trade off

R/C < 1, usaha tidak layak dilakukan

Payback Period (PP)

PP merupakan salah satu analisis kelayakan dengan membandingkan initial investment (investasi awal) dengan operational net cash flow (tafsiran kas bersih) per tahun. PP berfungsi

untuk menghitung jangka waktu pengembalian investasi dalam satuan waktu (hari, bulan, tahun). Menurut Saparinto (2014), berikut ini rumus untuk menghitung analisis payback period :

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Keuntungan}}$$

Return Of Invesment (ROI)

ROI merupakan nilai laba yang didapatkan dari setiap total uang yang di investasikan pada periode waktu tertentu. Analisis ROI untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pengembalian modal yang telah ditanam (Rahardi et al. 2008). Saparinto (2014) berikut ini rumus analisis ROI :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Biaya Produksi}}$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahan baku dimsum ikan tuna yaitu tetelan ikan tuna. Tetelan ikan tuna merupakan sisa daging ikan dari proses perapihan daging (*trimming*). Langkah pertama dalam pembuatan dimsum ikan tuna diantaranya penerimaan bahan baku, pelumatan daging, pencucian, pengadonan, pembentukan, pengukusan, penggorengan, pengemasan, pelabelan.

Metode pemasakan dimsum tuna gledek ini dengan metode penggorengan dan pengukusan. Langkah pertama dalam pembuatan dimsum ikan tuna yaitu tetelan ikan tuna dalam keadaan beku dilumatkan menggunakan food processor. Daging ikan tuna yang telah lumat dilakukan pencucian secara saniter, cermat dan cepat. Mencampurkan lumatan daging ikan tuna dengan bumbu-bumbu pendukung hingga homogen dan lengket (*sticky*). Adonan dibungkus dengan kulit pangsit. Dimsum dikukus dan digoreng sesuai spesifikasi. Dimsum tuna gledek yang telah matang kemudian dilakukan pengemasan, pelabelan, dan pemasaran.



Gambar 1. Kemasan Dimsum Tuna Gledek

Analisis kelayakan usaha pada produk dimsum tuna gledek meliputi modal investasi, biaya produksi, biaya variabel, pendapatan, keuntungan, BEP, R/C, ROI dan PP. Rincian biaya produk dimsum tuna gledek pada produksi pertam hingga ketiga ditunjukkan pada tabel 1 hingga tabel 3. Analisis kelayakan usaha dimsum tuna gledek ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 1 Rincian Biaya Variabel Dimsum Tuna Gledek Pada Produksi Pertama

No	Nama Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan	Total
1	Ikan tuna	2	kg	30.000	60.000
2	Tepung terigu	1	kg	15.000	15.000
3	Tepung kanji	500	gram	10.000	10.000
4	Minyak wijen	195	ml	38.000	38.000

5	Minyak kelapa	1,5	liter	26.000	26.000
6	Bawang merah	250	gram	15.000	15.000
7	Bawang putih	250	gram	15.000	15.000
8	Cebe keriting	100	gram	15.000	15.000
9	Saus tomat	620	ml	10.000	10.000
10	Wortel	1	kg	20.000	20.000
11	Daun bawang	150	gram	10.000	10.000
12	Penyedap rasa	3	bks	9.000	9.000
13	Gula	500	gram	10.000	10.000
14	Garam	250	gram	5.000	5.000
15	MSG	100	gram	10.000	10.000
16	Mika	100	pcs	30.000	30.000
17	Plastik Saus	100	pcs	20.000	20.000
18	Kertas nasi	100	lembar	20.000	20.000
19	Label	100	pcs	20.000	20.000
20	Hekter	1	buah	25.000	25.000
Total Keseluruhan					383.000

Tabel 2 Rincian Biaya Variabel Dimsum Tuna Gledek Pada Produksi Kedua

No	Nama Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan	Total
1	Ikan tuna	2	kg	30.000	60.000
2	Tepung terigu	1	kg	15.000	15.000
3	Tepung kanji	500	gram	10.000	10.000
4	Minyak kelapa	1,5	liter	26.000	26.000
5	Bawang merah	250	gram	15.000	15.000
6	Bawang putih	250	gram	15.000	15.000
7	Cebe keriting	100	gram	15.000	15.000
8	Saus tomat	620	ml	10.000	10.000
9	Wortel	1	kg	20.000	20.000
10	Daun bawang	150	gram	10.000	10.000
11	Penyedap rasa	3	bks	9.000	9.000
12	Gula	500	gram	10.000	10.000
13	Garam	250	gram	5.000	5.000
14	MSG	100	gram	10.000	10.000
15	Mika	100	pcs	30.000	30.000
16	Plastik Saus	100	pcs	20.000	20.000
17	Kertas nasi	100	lembar	20.000	20.000
18	Label	100	pcs	20.000	20.000
19	Sunlight	250	ml	5.000	5.000
Total Keseluruhan					325.000

Tabel 3 Rincian Biaya Variabel Dimsum Tuna Gledek Pada Produksi Ketiga

No.	Nama Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan	Total
------------	-------------------	---------------	---------------	---------------------	--------------

1	Ikan tuna	2	kg	30.000	60.000
2	Tepung terigu	1	kg	15.000	15.000
3	Tepung kanji	500	gram	10.000	10.000
4	Minyak kelapa	1,5	liter	26.000	26.000
5	Bawang merah	250	gram	15.000	15.000
6	Bawang putih	250	gram	15.000	15.000
7	Cebe keriting	100	gram	15.000	15.000
8	Saus tomat	620	ml	10.000	10.000
9	Wortel	1	kg	20.000	20.000
10	Daun bawang	150	gram	10.000	10.000
11	Penyedap rasa	3	bks	9.000	9.000
12	Kertas nasi	100	lembar	20.000	20.000
13	Label	100	pcs	20.000	20.000
Total Keseluruhan					245.000

Tabel 4. Analisis Kelayakan Usaha Dimsum Tuna Gledek

No	Uraian	Nilai Produksi
1	Total Biaya Produksi	317.667
2	Pendapatan	486.667
3	Keuntungan	169.000
4	RCR (<i>Revenue Cost of Ratio</i>)	1,5
5	<i>Payback Period</i> (Bulan)	1,9
6	<i>Return Of Invesment</i> (%)	1

Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (2002), bauran pemasaran yaitu serangkaian alat pemasaran oleh suatu usaha untuk mencapai tujuan pemasarannya. Terdapat 4 variabel pengambilan keputusan dalam bauran pemasaran yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat pendistribusian), *promotion* (promosi). Bauran pemasaran pada produk dimsum tuna gledek diantaranya :

1. Produk

Dimsum Tuna Gledek menggunakan tetelan ikan tuna dari perusahaan yang telah memiliki sertifikat HACCP ([*Hazard Analysis and Critical Control Points*](#)). Produk dimsum tuna gledek merupakan produk dengan bahan baku utama ikan tuna yang berkualitas. Produk dimsum tuna gledek telah memperhatikan standar keamanan pangan dengan menggunakan *handskun*, *hairnet*, masker serta sanitasi yang baik. Kemasan produk dimsum tuna gledek menggunakan mika serta pada label terdapat informasi terkait nama produk "dimsum gledek", komposisi produk yang ditunjukkan pada gambar 1.

2. Harga

Harga merupakan salah satu komponen yang berpengaruh dalam keuntungan dalam berwirausaha. Penetapan harga produk mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap penawaran produk. Penetapan harga produk berdasarkan harga produk dipasaran dan biaya produksi dalam suatu produk (Yulia *et al.*, 2019). Harga dimsum tuna gledek yaitu 10.000 yang berisi 4 dimsum dengan berat bersih 55 gram untuk dimsum goreng sedangkan dimsum tuna kukus dengan berat bersih 65 gram.

3. Distribusi

Distribusi merupakan hal penting yang berdampak dalam penjualan produk. Kelompok dimsum tuna gledek telah dipasarkan ke perkantoran terdekat. Optimalisasi saluran distribusi berdampak positif pada kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk tersebut. Distribusi yang baik mempengaruhi pada hasil produk yang dipasarkan sehingga produk mudah dijangkau oleh konsumen (Wibowo *et al.*, 2018).

4. Promosi

Promosi merupakan aktivitas penjualan dan pemasaran untuk menginformasikan dan meningkatkan permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari produsen dengan tujuan mempengaruhi konsumen agar membeli produk dan jasa. Kelompok dimsum tuna gledek mempromosikan produknya melalui beberapa cara diantaranya :

1. Pemasaran dari mulut ke mulut yang dilakukan produsen dan konsumen yang puas pada produk dimsum tuna gledek.
2. Internet. Produk dimsum tuna mempromosikan produknya melalui media sosial whatsapp.
3. *Direct selling*. Penjualan produk menggunakan *booth*. Membagikan poster kepada pembeli yang telah membeli produk di *booth*.

3.1. Analisis Usaha Dimsum Tuna Gledek

3.3.1. Analisis Penerimaan dan Keuntungan

Penerimaan produsen dimsum tuna gledek yaitu perkalian antara jumlah produk dimsum tuna gledek yang diproduksi dengan harga dimsum tuna gledek. Berdasarkan tabel 1, tabel 2 dan tabel 3 menunjukkan rincian biaya variabel produk dimsum tuna gledek.

3.3.2 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha berfungsi untuk mengetahui kelayakan dimsum tuna gledek yang layak dikembangkan maupun tidak layak. Parameter pada analisis kelayakan ini diantaranya RCR, PP, ROI. Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai RCR 1,5. Hal ini menunjukkan bahwa RCR pada dimsum tuna gledek lebih besar dari 1 sehingga usaha produksi dimsum tuna gledek dapat dilanjutkan (Situmeang *et al.*, 2017).

Nilai *Payback Period* sebesar 1,9 yang mengartikan pengembalian modal investasi kurang dari 2 bulan. Pengembalian modal investasi lebih cepat kembali jika nilai PPC semakin kecil (Hendrik, 2010). Hal ini menunjukkan jika pengembalian modal investasi pada usaha dimsum tuna gledek relatif cepat. Menurut Hermansyah *et al.* (2013), semakin cepat waktu *payback period* dibandingkan periode waktu maksimum yang telah ditentukan maka rencana usaha dikategorikan cepat dengan nilai $PP < 3$ tahun, nilai PP sebesar 3 tahun $3 < PP < 5$ tahun maka tingkat pengembalian sedang, dan nilai $PP > 5$ tahun maka dikategorikan tingkat pengembalian modal lambat jika nilai $PP > 5$ tahun.

Nilai ROI merupakan nilai laba yang diperoleh dari setiap total uang yang diinvestasikan dalam jangka waktu periode tertentu. Analisis ROI berfungsi untuk mengukur kemampuan usaha atau produk dalam pengembalian modal yang telah diinvestasikan dalam bentuk persentase (Amdar *et al.*, 2019).). ROI pada dimsum tuna gledek yaitu 1. Menurut Fauzi *et al.* (2011), jika nilai $ROI > 1$ maka kegiatan perikanan layak dikembangkan. Nilai ROI tinggi maka usaha perikanan yang dijalankan mempunyai penerimaan yang sangat baik namun biaya investasinya relative standar (Nugroho *et al.*, 2019).

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil analisis usaha dimsum tuna gledak menunjukkan bahwa layak untuk dilanjutkan. Hal ini berdasarkan analisis kelayakan dari nilai RCR sebesar 1,5, nilai PP sebesar 1,9 bulan dan ROI 1%. *Usaha dimsum ini layak dikembangkan untuk memenuhi pemasaran konsumen.* Namun pada usaha dimsum tuna gledak ini perlu dilakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial atau website sehingga dapat memaksimalkan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amdar, A. A., Anas, P., & Yuniarti, T. (2019). Analisis Usaha Beberapa Produk Olahan Perikanan di Cv. Fania Food Kota Gede Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 13(2), 225–242. <https://doi.org/10.33378/jppik.v13i2.196>
- Fauzi, S., B. H. Iskandar, B. Murdiyanto dan E. S. Wiyono. 2011. Kelayakan Finansial Usaha Perikanan Tangkap di Selat Bali. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan.*, 1(2): 37-46.
- Firdaus, M. (2019). Profil Perikanan Tuna Dan Cakalang Di Indonesia. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.15578/marina.v4i1.7328>
- Geffken, Rolf, Hendrik, dan Zulkarnain. 2017. "Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Perikanan dan Ilmu Kelautan* 4(1):1–9.
- Hendrik. 2010. Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin di Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah Sumatera Utara. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. 15 (1) : 83-88
- Hermansyah, A. P., Ismail dan Pramonowibowo. 2013. Perbandingan Analisis Finansial Usaha Penangkapan Payang Rumpon dan Payang Lampu di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Tawang Kabupaten Kendal. *Journal Of Fisheries Resources Utilization Management And Technology.*, 2(4): 30-39.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2015. Rencana Pengelolaan Perikanan Tuna, Cakalang dan Tongkol. Direktorat Sumber daya Ikan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap. KKP. Jakarta
- Kotler. (2002). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo
- Nugroho, R., Wijayanto, D., & Setiyanto, I. (2019). Analisis finansial usaha perikanan tangkap jaring insang (gillnet) di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 8(2), 34–43.
- Pramana, P. E., Pangemanan, S., & Egeten, M. (2017). Kebijakan Pemerintah Kota Dalam Menggali Pendapatan Asli Daerah Di Sektor Perikanan Kota Bitung. *Jurnal Eksekutif*, 2 (2), 1-13.
- Rahardi, F., K. Regina, dan Nazaruddin. 2008. Agribisnis Perikanan. Jakarta (ID): Penebar Swadaya.
- Saparinto, Cahyo. 2014. Bisnis ikan konsumsi di lahan sempit. Jakarta (ID): Penebar Swadaya Grup.
- Situmeang, R. G., Hendrik, & Zulkarnain. (2017). Analisis Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara. *Jom*, 4(1), 1–9.

- Sulistiana, O., Kendek, M., Nurwahidah, & Rahman, S. (2018). Analisis Kehandalan Pelabuhan Bitung Dalam Menyukkseskan Program Tol Laut. *Jurnal VENUS*, 06 (11), 31-44.
- Triyastuti, M. S., Ndahawali, D. H., & Ondang, H. M. P. (2021). Strategi Pemasaran Produk Ikan Cakalang Asap (Studi Kasus: Ukm Frozen Seas). *Pelagicus*, 2(2), 107. <https://doi.org/10.15578/plgc.v2i2.9727>
- Wibowo, M. E., Daryanto, A., & Rifin, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PT Primafood Internasional). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 29. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.29-38>
- Yulia, A., Sari, F. P., & Arisandi, M. (2019). Analisis Kelayakan Pendirian Usaha Pengolahan Tempurung Kelapa di Kecamatan Pengabuan, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Provinsi Jambi. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 8(2), 145–153. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2019.008.02.7>