

# ANALISIS PROFITABILITAS USAHA PENGOLAHAN SAMBEL IKAN PADA UMKM NYAMBELIN DI KEPANJEN, KABUPATEN MALANG

Dewy Shelinda<sup>1)</sup> dan Candra Adi Intyas<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Departemen Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang 65145, Indonesia

\*Corresponding author

Email : dewyshelinda@student.ub.ac.id

## Article history

Received : 18 Maret 2024

Revised : 25 Juni 2024

Accepted : 18 Junli 2024

## Abstrak,

Sambal ikan adalah hidangan khas dari Indonesia yang terdiri dari ikan yang dimasak dengan sambal. Sambal ikan menggunakan ikan, cabai, tomat, dan bawang merah sebagai bahan baku pembuatan sambal ikan. Penambahan ikan ke dalam bahan pembuatan sambal ikan memiliki tujuan untuk menambah cita rasa yang khas dan nilai gizi pada sambal. Kandungan gizi ikan, seperti protein, omega-3, vitamin, dan mineral, berkontribusi pada kesehatan manusia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis aspek teknis, aspek pemasaran, dan aspek finansial pada UMKM Nyambelin. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur, partisipasi aktif, dan dokumentasi fisik. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk analisis data, menggunakan R/C Ratio, BEP, REC, dan RTC. Penelitian dilakukan pada tanggal 17 Juli – 17 Agustus 2023. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini, yaitu keuntungan yang didapatkan berjumlah Rp. 117.885.700 pada R/C ratio sebesar 1,77 yang artinya menguntungkan, BEP (sales) sebesar Rp. 1.534.299. BEP (unit) pada kemasan *sachet* sebesar 375 unit, kemasan botol sebesar 1 unit, kemasan *pouch* sebesar 1 unit, dan pada kemasan *standing pouch* sebesar 0 unit. REC sebesar 41,2%.

**Kata Kunci** : Sambal Ikan, Olahan Ikan, Nyambelin

## Abstract,

*Fish sauce is a typical Indonesian dish consisting of fish cooked with chili sauce. Fish sauce uses fish, chillies, tomatoes and shallots as raw materials for making fish sauce. The aim of adding fish to the ingredients for making fish sauce is to add a distinctive taste and nutritional value to the sauce. The nutritional content of fish, such as protein, omega-3, vitamins and minerals, contributes to human health. The aim of this research is to find out and analyze the technical aspects, marketing aspects and financial aspects of Nyambelin MSMEs. The data collection methods used were participant observation, unstructured interviews, active participation, and physical documentation. The data used consists of primary data and secondary data. For data analysis, use R/C Ratio, BEP, REC, and RTC. The research was conducted on July 17 – August 17 2023. The results obtained from this research were that the profits obtained amounted to Rp. 117,885,700 at an R/C ratio of 1.77, which means profitable, BEP (sales) of Rp. 1,534,299. BEP (units) for sachet packaging is 375 units, bottle packaging is 1 unit, pouch packaging is 1 unit, and standing pouch packaging is 0 units. REC was 41.2%.*

**Keywords** : Fish Sauce, Processed Fish, Nyambelin

## **PENDAHULUAN**

Pengelolaan sumber daya perikanan di Indonesia sangat beragam dan tidak terbatas hanya pada ikan segar. Di Indonesia, sumberdaya perikanan diolah menjadi berbagai produk, seperti makanan olahan dan frozen food, untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Pengolahan ini dilakukan dengan berbagai macam metode dan teknologi mulai dari cara tradisional hingga modern (Darsan & Susanto, 2023).

Salah satu bentuk olahan produk perikanan di Indonesia adalah sambal ikan. Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan menyukai makanan pedas, dan sambal merupakan hidangan yang seringkali menjadi favorit. Tingginya permintaan akan sambal mendorong restoran-restoran dan pelaku industri kuliner untuk terus berinovasi dalam menciptakan variasi rasa sambal yang baru. Sambal ikan adalah hidangan khas dari Indonesia yang terdiri dari ikan yang dimasak dengan sambal. Sambal ikan adalah hidangan khas dari Indonesia yang terdiri dari ikan yang dimasak dengan sambal. Sambal ikan menggunakan ikan, cabai, tomat, dan bawang merah sebagai bahan baku pembuatan sambal ikan. Penambahan ikan ke dalam bahan pembuatan sambal ikan memiliki tujuan untuk menambah cita rasa yang khas dan nilai gizi pada sambal. Kandungan gizi ikan, seperti protein, omega-3, vitamin, dan mineral, berkontribusi pada kesehatan manusia. Dengan inovasi pembuatan sambal ikan, industri kuliner dapat memberikan variasi yang menarik dan memperkaya cita rasa kuliner Indonesia. Usaha sambal ikan yang menggunakan bahan dasar ikan dapat dijadikan sebagai pendamping makanan atau sebagai hidangan utama, memberikan peluang usaha bagi masyarakat dalam sektor industri (Alamsyah, 2013).

Oleh karena itu, peneliti merancang analisis profitabilitas sambal ikan produk dari UMKM Nyambelin. Tujuan kegiatan ini yaitu: 1) untuk menganalisis aspek teknis 2) menganalisis aspek pemasaran 3) menganalisis aspek finansial pada usaha olahan sambal ikan milik UMKM Nyambelin.

## **METODE**

Praktik Kerja Lapang (PKL) dilakukan di UMKM Nyambelin, yang berlokasi di Perum Puri Buana Asri, Blok G-10, Boro Utara, Curung Rejo, Kepanjen, Kabupaten Malang. Pelaksanaan PKL berlangsung selama 30 HOK, mulai tanggal 17 Juli hingga 17 Agustus 2023, dengan fokus pada materi tentang manajemen usaha. Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapang (PKL), metode pengambilan data yang digunakan yaitu observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur, partisipasi aktif, dan dokumentasi fisik. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk analisis data, menggunakan metode deskriptif kualitatif meliputi aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, dan faktor penghambat/pendukung. Selain itu, juga diterapkan metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis aspek finansial.

### **1. Aspek Teknis**

Aspek teknis dalam pembangunan dan pengoperasian proyek melibatkan tahapan teknis dari perencanaan awal hingga pemeliharaan rutin setelah proyek selesai. Analisis aspek ini memungkinkan perencanaan dan estimasi biaya investasi, termasuk biaya operasional. Penting untuk memastikan proyek berjalan lancar, efisien, dan aman, serta memenuhi harapan dan kebutuhan para pemangku kepentingan. Pemeliharaan rutin dan pengoperasian proyek setelah selesai merupakan bagian krusial dari aspek teknis untuk memastikan kelangsungan dan kinerja optimal proyek. Dengan perhatian cermat terhadap aspek teknis, proyek dapat memberikan hasil

yang sesuai dengan rencana awal (Hasan et al., 2022). Variabel data dalam aspek teknis meliputi pemilihan lokasi, sarana dan prasarana usaha, dan proses produksi.

## **2. Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran melibatkan aktivitas yang berkaitan dengan menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai produk atau layanan kepada konsumen (Intyas & Abidin, 2018). Aspek pemasaran memaparkan mengenai saluran pemasaran, strategi pemasaran STP (*segmentation, targeting, dan positioning*), dan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (tampilan fisik).

## **3. Aspek Finansial**

Aspek finansial melibatkan berbagai elemen yang terkait dengan kondisi keuangan suatu perusahaan, baik yang berkaitan dengan modal awal yang ditanamkan maupun dengan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Aspek ini bersifat kuantitatif dan digunakan untuk mengevaluasi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mengelola dan menjalankan operasional bisnis (Primyastanto et al., 2021).

### **Permodalan**

Modal adalah unsur krusial dalam dunia usaha, mencakup sumber daya finansial yang diperlukan untuk mendirikan, mengembangkan, dan mengoperasikan bisnis. Keberhasilan jangka panjang dan stabilitas bisnis sangat tergantung pada ketersediaan modal yang memadai. Modal menjadi faktor kunci dalam mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul dan memastikan kesuksesan bisnis (Primyastanto, 2016).

### **Pembiayaan**

Biaya produksi mencakup semua pengeluaran yang terlibat dalam proses pembuatan suatu produk, termasuk baik biaya tetap maupun variabel. Ini mencakup semua elemen biaya yang diperlukan untuk menciptakan, mengembangkan, dan memproduksi produk, baik yang tetap atau variabel. Biaya variabel yang berfluktuasi seiring produksi dan biaya tetap yang tetap konstan tanpa memandang tingkat produksi (Putra & Intyas, 2022). Berikut rumus untuk perhitungan biaya:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TC = Biaya total

FC = Total biaya tetap

VC = Total biaya variabel

### **Penerimaan**

Penerimaan adalah nilai total produk atau pendapatan yang dihasilkan oleh suatu bisnis atau perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Besarnya penerimaan ini memang sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama. Dua faktor tersebut yaitu harga produk atau jasa yang dijual dan jumlah produk atau jasa yang terjual (Primyastanto, 2016). Berikut rumus untuk perhitungan penerimaan:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan

P = Harga per satuan output  
Q = Jumlah output yang dijual

### Keuntungan

Keuntungan merupakan selisih antara total hasil penjualan dan total biaya pengeluaran suatu usaha atau produk. Keuntungan merupakan perhitungan yang digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar laba yang dihasilkan ketika menjalankan suatu usaha. Keuntungan adalah pengukuran penting yang digunakan untuk mengevaluasi hasil finansial dari usaha dan aktivitas bisnis (Intyas & Firdaus, 2020). Berikut rumus untuk perhitungan keuntungan:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan  
TR = Total penerimaan  
TC = Biaya Total

### Revenue Cost Ratio (R/C)

Analisis R/C Ratio membantu perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi operasionalnya dengan fokus pada pencapaian kelayakan dengan faktor produksi yang minimal. Dengan memahami rasio ini, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi peningkatan efisiensi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan merancang strategi untuk mencapai tingkat keuntungan yang optimal. Perusahaan dapat mengidentifikasi peluang penghematan biaya dan peningkatan produktivitas yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar (Intyas & Khunaifi, 2021). Berikut rumus untuk perhitungan R/C :

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan  
TC = Total biaya

### BEP

*Break Even Point* (BEP) adalah metode yang digunakan untuk menentukan jumlah penjualan minimum. Hal ini dilakukan agar suatu perusahaan tidak mengalami kerugian dan mencapai titik impas, dimana pendapatan sama dengan biaya. *Break Even Point* (BEP) menunjukkan jumlah produk atau jasa yang harus terjual atau pendapatan yang harus dihasilkan untuk menutupi semua biaya yang terkait dengan operasional perusahaan. Dengan mengetahui titik impas, perusahaan dapat mengevaluasi kinerja dan risiko bisnisnya (Supriadi, 2020). Berikut rumus untuk perhitungan BEP:

- BEP Unit

$$BEP \text{ Unit} = \frac{FC}{p-v}$$

Keterangan :

FC = Biaya tetap  
p = Harga jual per unit  
v = Biaya variabel per unit

- BEP Sales

$$\text{BEP Sales} = \frac{FC}{(1 - \frac{VC}{s})}$$

Keterangan :

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel

s = Volume penjualan

### Return to Total Capital (RTC)

Return to Equity Capital (REC) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan yang akan menjadi hak pemilik modal dalam suatu perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat pengembalian investasi yang diperoleh oleh pemilik modal berdasarkan jumlah modal yang telah mereka investasikan. Jika nilai REC melebihi suku bunga pinjaman di bank, maka ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh pemilik modal lebih menguntungkan daripada alternatif investasi lainnya (Primyastanto et al., 2021). Berikut rumus untuk perhitungan RTC:

$$\text{REC} = \frac{\pi - \text{NKK}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan

NKK = Nilai kerja keluarga

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Teknis

Aspek teknis pada UMKM Nyambelin mencakup pemilihan lokasi, sarana dan prasarana, serta proses produksi pengolahan sambal ikan.

#### 1. Penentuan lokasi

Usaha ini terletak di Perum Puri Buana Asri, Blok G-10, Boro Utara, Curungrejo, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi usaha ini didasari oleh pertimbangan strategis, terutama karena dekat dengan sumber bahan baku. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan suhu di daerah tersebut yang cocok atau sesuai untuk penyimpanan produk. Lokasi ini dipilih berdasarkan jarak yang cukup jauh dari pabrik-pabrik besar yang berpotensi mencemari udara.

#### 2. Sarana dan Prasarana

Sarana, yang mencakup semua peralatan, fasilitas, dan infrastruktur, merupakan elemen kritis dalam mendukung kelancaran dan efisiensi menjalankan proses produksi. Sarana yang digunakan pada UMKM Nyambelin dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Sarana UMKM Nyambelin

No	Sarana	Jumlah	Fungsi	Gambar
1.	Kompore	3	Pemasakan bahan mulai dari penggorengan dan perebusan	

No	Sarana	Jumlah	Fungsi	Gambar
2.	Wajan	5	Wadah penggorengan pada produksi sambel	
3.	Panci	4	Wadah perebusan bahan baku	
4.	Dandang	2	Wadah pengukusan bahan baku	
5.	Chopper	3	Sebagai alat untuk menghaluskan bahan baku	
6.	Pisau	6	Sebagai alat untuk memotong bahan	
7.	Talenan	3	Tempat pemotongan bahan	

No	Sarana	Jumlah	Fungsi	Gambar
8.	Spatula	6	Sebagai alat untuk memasak pada proses produksi	
9.	Rege plastik	4	Wadah saat pencucian bahan	
10.	Baskom	5	Wadah bahan setelah proses pencucian	
11.	Meja dapur	2	Tempat untuk menaruh bahan mulai dari produksi hingga pengemasan	
12.	Mesin <i>continuous band sealer</i>	1	Sebagai alat untuk menyegel kemasan <i>sachet</i>	

No	Sarana	Jumlah	Fungsi	Gambar
13.	Mesin induksi sealer	1	Sebagai alat untuk menyegel atau merekatkan <i>aluminium foil</i> pada tutup kemasan botol	
14.	Air heat gun	1	Sebagai alat untuk merekatkan plastik pada kemasan botol	
15.	Timbangan	2	Sebagai alat untuk penimbangan bahan baku dan produk	
16.	Kotak organizer	10	Wadah produk setelah proses pengemasan	
17.	Rak penyimpanan	3	Tempat penyimpanan produk	

No	Sarana	Jumlah	Fungsi	Gambar
18.	Gunting	4	Sebagai alat untuk memotong label kemasan	
19.	Rounder	1	Sebagai alat untuk pemotongan sudut label kemasan	
20.	Lakban diespenser	1	Sebagai alat untuk pemotongan lakban pada proses <i>packing</i>	

Prasarana adalah semua fasilitas fisik dan infrastuktur yang mendukung proses produksi. Prasarana yang digunakan pada UMKM Nyambelin yaitu sebagai berikut :

a. Listrik

Listrik yang diperlukan berasal dari PLN yang sangat penting dalam mendukung semua tahapan kegiatan usaha. Penggunaan listrik dalam proses produksi sambel ikan berperan utama dalam mengoperasikan peralatan produksi, mesin-mesin, pencahayaan, dan aspek lainnya.

b. Air

Sumber air yang digunakan pada operasional usaha UMKM Nyambelin berasal dari PDAM. Air dari sumber ini digunakan dalam berbagai tahap, seperti proses produksi, pencucian, dan keperluan lainnya.

c. Ruang Produksi

Ruang produksi digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional usaha. Ruang produksi ini dilengkapi dengan berbagai peralatan dan mesin yang mendukung seluruh proses produksi. Hal ini mencakup tempat kegiatan usaha mulai dari penerimaan bahan baku, penyortiran dan pembersihan bahan, ruang pencucian bahan, tempat produksi (pengolahan), hingga pengemasan.

d. Kondisi Jalan

Alur akses ke lokasi usaha telah diaspal dan dapat dilalui oleh kendaraan sepeda motor maupun mobil. Kondisi akses jalan yang baik ini sangat menguntungkan dalam proses distribusi bahan baku dan penyaluran produk.

e. Alat Komunikasi

Alat komunikasi yang dominan digunakan pada operasional usaha UMKM Nyambelin adalah handphone dan laptop. Penggunaan alat komunikasi ini memiliki tujuan utama untuk melakukan promosi produk melalui media online serta mendukung berbagai kegiatan terkait operasional usaha.

f. Transportasi

Transportasi yang menjadi andalan pada adalah sepeda motor. Sepeda motor menjadi kendaraan utama yang digunakan untuk melakukan pembelian bahan-bahan baku dan distribusi produk jadi kepada pelanggan.

3. Proses Produksi

Proses produksi pengolahan sambal ikan dimulai dengan penerimaan bahan baku. Setelah itu, dilakukan sortir atau pembersihan bahan baku agar dapat memisahkan bahan baku yang baik dan yang rusak. Lalu, dilakukan pencucian bahan baku agar bersih dan menghilangkan kotoran. Kemudian bahan baku ditimbang sesuai dengan resep yang selanjutnya dilakukan pencampuran bahan baku. Selanjutnya dilakukan pengemasan dan produk diberi label. Kemudian produk disimpan agar tertata dengan rapi sehingga produk dapat didistribusikan kepada konsumen. Alur proses produksi pengolahan sambal ikan pada UMKM Nyambelin dijelaskan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Proses Produksi UMKM Nyambelin

## Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran yang ditinjau pada UMKM Nyambelin yaitu meliputi bauran pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, people, process* dan *physical evidence*) dan strategi pemasaran STP (*segmentation, targeting, dan positioning*).

### 1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah strategi kombinasi dari berbagai kegiatan inti pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Perusahaan memiliki kendali langsung terhadap variabel-variabel ini dan dapat mengatur dan mengelolanya sesuai dengan tujuan dan strategi pemasaran yang diinginkan (Intyas & Abidin, 2018). Bauran pemasaran pada UMKM Nyambelin yaitu:

#### a. *Product*

Produk pada UMKM Nyambelin yaitu sambal ikan dengan berbagai varian isian ikan dan berbagai jenis kemasan. Terdapat beberapa varian sambal yaitu sambal merah, sambal bawang mercon, dan sambal terasi. Selain itu, pada sambal tersebut terdapat 5 (lima) varian isian yaitu cumi, tuna, tuna asap, ikan teri medan, dan ikan klotok. Sambal tersebut dikemas dengan berbagai kemasan yaitu *sachet, pouch, standing pouch, dan* kemasan botol yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2.** Produk pada UMKM Nyambelin

#### b. *Price*

Harga pada produk sambal ikan di UMKM Nyambelin cukup bervariasi dikarenakan terdapat perbedaan jenis kemasan. Berikut adalah harga-harga produk kemasan *sachet* yaitu dengan harga Rp 4.000, *pouch* dengan harga Rp 22.000, *standing pouch* dengan harga Rp 40.000 dan kemasan botol dengan harga Rp 23.000. Penetapan harga ini berdasarkan harga dinamis, dimana usaha menyesuaikan harga berdasarkan faktor-faktor seperti permintaan pasar, persaingan, dan karakteristik pelanggan.

#### c. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh UMKM Nyambelin terdapat dua cara yaitu secara *offline* dan *online*. Promosi secara *online* dilakukan melalui Whatsapp, TikTok, Lazada, dan Shopee. Sedangkan promosi secara *offline* menggunakan metode *peer to peer* yang dilakukan pada pondok, toko oleh-oleh, reseller, dan mitra. Metode *peer to peer* bertujuan untuk menawarkan produk ke toko-toko sekitar yang berpotensi menjadi mitra bisnis.

#### d. *Place*

UMKM Nyambelin menjalankan seluruh proses bisnisnya di Perum Puri Buana Asri, Blok G-10, Boro Utara, Curungrejo, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. Lokasi ini sangat strategis

karena dekat dengan sumber bahan baku yang diperlukan. Selain itu, usaha ini mudah ditemukan karena sudah terdaftar dan terdeteksi oleh *Google Maps*.

e. *People*

UMKM Nyambelin memiliki 3 karyawan diantaranya 1 karyawan tetap dan 2 karyawan tidak tetap (*part time*). Selain itu, pemilik usaha juga ikut serta dalam operasional usaha ini sehingga dapat dipastikan semua pekerjaan terselesaikan. Pada pekerjaannya dilakukan pembagian kerja karyawan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Jam kerja karyawan pada UMKM Nyambelin yaitu selama 8 jam.

f. *Process*

Proses produksi di UMKM Nyambelin telah diatur dengan baik, terlihat dari alur produksi yang tertata rapi sehingga area kerja bebas dan lancar. Selain itu, pada kegiatan pemasaran dilakukan dengan 2 (dua) metode yaitu secara *online* melalui platform seperti Lazada, TikTok, dan Shopee dengan pengiriman melibatkan jasa kurir ekspedisi, serta pemasaran *offline* dengan kemitraan bersama mitra terkait. Hal ini dilakukan untuk memperlancar proses bisnis pada UMKM Nyambelin. Dengan demikian, keseluruhan proses di UMKM Nyambelin dapat dianggap berjalan dengan baik dan efisien.

g. *Physical Evidence*

Produk-produk dari UMKM Nyambelin dirancang dengan penampilan yang menarik, bersih, dan nyaman bagi konsumen. Dimana, setiap produk varian diberi label yang jelas sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan. Hal ini meningkatkan daya tarik produk dan mempermudah konsumen saat melihat atau membeli produk.

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, kebijakan, dan pedoman yang memberikan arah pada usaha secara berkelanjutan baik dalam alokasi sumberdaya maupun pada setiap tingkatan untuk bersaing di pasar yang terus berubah dengan dinamis (Abidin et al., 2017)

a. *Segmentation*

UMKM Nyambelin melakukan segmentasi pasar dengan mempertimbangkan variasi tingkat kepedasan sambal. Hal ini terlihat dari dua varian rasa utamanya yaitu sambal merah dan sambal bawang. Kedua varian ini menawarkan pengalaman rasa yang berbeda, dengan sambal merah memiliki tingkat kepedasan sedang, sementara sambal bawang memberikan sensasi lebih pedas dan citarasa gurih. Selain itu, perbedaan warna kemasan, dengan sambal merah memiliki kemasan berwarna merah dan sambal bawang memiliki kemasan berwarna hitam.

b. *Targeting*

UMKM Nyambelin dengan cermat membidik wanita berusia 20 hingga 40 tahun melalui strategi pemasaran yang terfokus.

c. *Positioning*

UMKM Nyambelin secara cermat memposisikan produk sambal ikannya di pasar dengan fokus pada keunikan dan variasi rasa. Dua varian utama, sambal merah dan sambal bawang, menjadi pembeda yang signifikan dengan menawarkan tingkat kepedasan yang berbeda dan memberikan konsumen pilihan yang lebih luas.

### Aspek Finansial

Aspek finansial yang ditinjau pada UMKM Nyambelin yaitu meliputi permodalan, pembiayaan, penerimaan, keuntungan, R/C (*Revenue Cost Ratio*), BEP (*Break Event Point*), dan *Return to Equity Capital* (REC). Hasil perhitungan aspek finansial dijelaskan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2.** Aspek Finansial UMKM Nyambelin

No	Aspek Finansial	Satuan	Jumlah
1.	Permodalan		
	Modal Tetap	Rp/Tahun	4.234.300
	Modal Lancar	Rp/Tahun	126.680.000
	Modal Kerja	Rp/Tahun	155.807.300
	Modal Sendiri	Rp/Tahun	162.359.000
	Total Modal	Rp/Tahun	130.914.300
2.	Pembiayaan		
	Biaya Tetap	Rp/Tahun	39.492.300
	Biaya Variabel	Rp/Tahun	135.080.000
	Total Biaya	Rp/Tahun	174.572.300
3.	Penerimaan	Rp/Tahun	271.000.000
4.	Keuntungan	Rp/Tahun	96.427.700
5.	R/C		1,6
6.	BEP		
	BEP Sales	Rp/Tahun	39.492.300
	BEP Unit ( <i>Sachet</i> )	Pcs/Tahun	9.648
	BEP Unit ( <i>Botol</i> )	Pcs/Tahun	17
	BEP Unit ( <i>Pouch</i> )	Pcs/Tahun	18
	BEP Unit ( <i>Standing Pouch</i> )	Pcs/Tahun	3
7.	REC	Persen/Tahun	15,05

#### 1. Permodalan

Modal yang digunakan untuk proses produksi sambel ikan di UMKM Nyambelin terdiri dari 4 (empat) jenis, yaitu modal tetap, modal lancar, modal kerja, dan modal sendiri. Modal tetap yang dikeluarkan untuk layanan produksi ini mencapai jumlah sebesar Rp. 4.234.300,- per tahun, sementara modal lancar yang diperlukan adalah sebesar Rp. 126.680.000,-. Dengan demikian, total modal atau modal kerja yang dibutuhkan untuk produksi sambel ikan pada UMKM Nyambelin mencapai sejumlah Rp. 155.807.300,-. Sementara itu, jumlah modal sendiri yang digunakan adalah sebesar Rp. 162.359.000,-. Sehingga didapatkan total modal sebesar Rp. 130.914.300,-.

#### 2. Pembiayaan

Dalam usaha sambal ikan yang dijalankan oleh UMKM Nyambelin terdapat biaya total. Biaya total diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang digunakan pada UMKM Nyambelin adalah sejumlah Rp. 39.492.300,-, sementara biaya variabel yang digunakan mencapai Rp. 135.080.000,-. Sehingga, biaya total yang dikeluarkan selama 1 (satu) tahun produksi mencapai Rp. 174.572.300,-.

#### 3. Penerimaan

Penerimaan dari kemasan *sachet* adalah sebesar Rp. 236.800.000,- dengan harga Rp. 4000,- per pcs. Kemasan *pouch* menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 13.200.000,- dengan harga Rp. 22.000,- per pcs. Kemasan *standing pouch* menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 7.200.000,- dengan harga Rp. 40.000,- per pcs. Sedangkan kemasan botol menghasilkan

penerimaan sebesar Rp. 13.800.000,- dengan harga Rp. 23.000,- per pcs. Oleh karena itu, total penerimaan dari usaha produksi sambel ikan di UMKM Nyambelin mencapai Rp. 271.000.000,-.

#### 4. Keuntungan

UMKM Nyambelin yang beroperasi dalam produksi sambel ikan telah mencapai keuntungan. Keuntungan ini dihitung dengan mengurangi total penerimaan sebesar Rp. 271.000.000,- dengan total biaya sebesar Rp. 174.572.300,-, sehingga diperoleh keuntungan sebesar Rp. 96.427.700,-. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan bersih yang berhasil diperoleh UMKM Nyambelin dari usaha produksi sambel ikan adalah sebesar Rp. 96.427.700,-.

#### 5. R/C (*Revenue Cost Ratio*)

Nilai R/C yang diperoleh dari perbandingan total penerimaan sebesar Rp. 271.000.000 dengan total biaya sebesar Rp. 174.572.300. Sehingga menghasilkan R/C sebesar 1,55. R/C yang lebih dari 1 ( $R/C > 1$ ) bahwa usaha ini menghasilkan lebih banyak pendapatan daripada biaya yang dikeluarkan. Dapat dikatakan bahwa usaha sambal ikan pada UMKM Nyambelin menguntungkan.

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

Hasil perhitungan *Break Even Point* (BEP) unit pada usaha produksi sambel ikan di UMKM Nyambelin menunjukkan ada 4 BEP unit yang berbeda berdasarkan jenis kemasan. Pada kemasan *sachet*, BEP unit adalah sebanyak 9.648 pcs. Namun, dari hasil penjualan, usaha telah berhasil menjual sebanyak 59.200 pcs, melebihi BEP, yang artinya usaha ini sudah menghasilkan keuntungan. Pada kemasan *pouch*, BEP unit sebanyak 17 pcs, tetapi usaha telah berhasil menjual 600 pcs, juga melebihi BEP, sehingga usaha sudah menguntungkan. Kemasan *standing pouch* memiliki BEP unit sebanyak 18 pcs, namun hasil penjualan mencapai 180 pcs, menunjukkan bahwa usaha ini sudah menghasilkan keuntungan. Terakhir, kemasan botol memiliki BEP unit 3 pcs, dan usaha telah berhasil menjual 600 pcs. Sedangkan *Break Even Point* (BEP) sales pada usaha produksi sambel ikan di UMKM Nyambelin menunjukkan bahwa BEP salesnya adalah sebesar Rp. 39.492.300,-. Namun, dari hasil penjualan, usaha telah berhasil memperoleh penerimaan sebesar Rp. 271.000.000,-, melebihi BEP sales. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa usaha ini sudah menghasilkan keuntungan karena sudah mencapai titik balik modal dan sudah pantas untuk dilanjutkan.

#### 7. REC (*Return to Equity Capital*)

REC dihitung dengan keuntungan sebesar Rp. 96.427.700,- dikurangi dengan NKK sebesar Rp. 72.000.000 lalu dibagi dengan modal sendiri sebesar Rp. 162.359.000,- yang dikali 100%. Sehingga diperoleh REC sebesar 15,05%, dimana usaha ini sudah dikatakan layak. Dikarenakan nilai REC yaitu 15,05% lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata suku pinjaman di bank yaitu sebesar 12 % pertahun.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada usaha pengolahan sambal ikan di UMKM Nyambelin didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada aspek teknis, UMKM Nyambelin mencakup penentuan lokasi yang dipilih strategis, sarana dan prasarana dalam kondisi baik, dan proses produksi sambal ikan dilakukan secara terstruktur dengan penggunaan peralatan canggih untuk meningkatkan efisiensi produksi.
2. Pada aspek pemasaran, UMKM Nyambelin terdiri dari strategi pemasaran dan bauran pemasaran. Strategi pemasaran meliputi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.

Sedangkan bauran pemasaran 7P meliputi *product, price, promotion, place, people, process dan physical evidence*.

3. Aspek finansial berdasarkan analisis usaha pada UMKM Nyambelin mengalami keuntungan dan layak untuk dijalankan. Kelayakan ini dilihat dari nilai R/C didapatkan sebesar 1,6 dimana R/C Ratio > 1 berarti menguntungkan. BEP (sales) sebesar Rp 39.492.300,-. *Break Even Point* unit terdapat pada beberapa kemasan produk yaitu BEP Unit kemasan *sachet* didapatkan sebanyak 9.468 pcs, BEP Unit kemasan *pouch* didapatkan hanya sebanyak 18 pcs, BEP Unit kemasan *standing pouch* didapatkan sebanyak 3 unit, serta BEP Unit kemasan botol sebanyak 3 unit.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayahnya sehingga artikel ini dapat disusun dengan baik. Tak lupa jug saya ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang senantiasa mendukung dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan artikel ini. Terima kasih juga kepada pemilik dan karyawan UMKM Nyambelin yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmarawati, L. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. UB Press.
- Darsan, H., & Susanto, H. (2023). *Cara Pengolahan Ikan Asin Barsela*. Cipta Media Nusantara.
- Putra, D. A. S., & Intyas, C. A. (2022). Analisis Finansial Usaha Pembesaran Udang Vaname (*Litopenaeus vannamei*) pada Tambak Intensif di PT. Mitra Raya Cemerlang, Kabupaten Probolinggo. *NEKTON: Jurnal Perikanan Dan Ilmu Kelautan*, 2(2), 14–29. <https://doi.org/10.47767/nekton.v2i2.382>
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadji, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Intyas, C., & Firdaus, M. (2020). *Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi Di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan*. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jfmr.2020.004.02.5>
- Intyas, C., & Khunaifi. (2021). Sosialisasi Mutu Pada Industri Rumah Tangga Ikan Kering Mawardi Di Desa Weru Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan, Jawa Timur Socialization Of Quality In Dry Fish Household Industry Mawardi In Weru Village, Paciran District, Lamongan Regency, East Java. *Jurnal Grouper*, 12(2), 47–54.
- Primyastanto, M. (2016). *Teori dan Aplikasi pada Usaha Pembesaran Ikan Sidat (Anguilla sp)*. Universitas Brawijaya Press.
- Primyastanto, M., Intyas, C. A., & Fattah, M. (2021). *Manajemen Mina Bisnis Komoditi Perikanan: Teori dan Aplikasi pada Komoditas Bandeng*. Universitas Brawijaya Press.
- Supriadi, D. (2020). *Modul Akses Permodalan*. Penerbit Lakeisha.