

**ANALISIS PROFITABILITAS USAHA SATE TAICHAN IKAN DORY
(THAIKARY) DI KOTA BOGOR*****PROFITABILITY ANALYSIS OF TAICHAN DORY FISH SATE
(THAIKARY) BUSINESS IN BOGOR CITY*****Raditya Hafizhan Syaputra^{1*}, Candra Adi Intyas¹**

¹Prodi Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Telp. [0341 551611](tel:0341551611), Kota Malang, Jawa Timur 65145

*Corresponding Author: rhsyaputra@student.ub.ac.id

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara maritim, memiliki keanekaragaman ikan dan produksi ikan yang melimpah. Meskipun produksi ikan melimpah, namun tingkat konsumsi ikan menurun seiring banyaknya daging di pasaran. Seiring berkembangnya zaman, tingkat konsumsi ikan sudah mulai turun seiring banyaknya daging yang beredar dipasaran. Peneliti merancang produk inovasi sebuah makanan kekinian yaitu, THAIKARY (Sate Taichan ikan Dory). Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan profil THAIKARY, aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek Finansial, Aspek lingkungan, aspek sosial. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu meliputi observasi dan dokumentasi dengan cara peneliti turun langsung ke lapang. Teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dengan narasumber yang sudah ditentukan yaitu usaha THAIKARY. Hasil dari penelitian ini Profil usaha ini mempunyai nama Sate Taichan Ikan Dory (THAIKARY) yang di *launching* pada bulan Juli 2021. Aspek teknis terdiri dari sarana, prasarana dan proses produksi. Aspek manajemen terdiri dari *planning, organizing, actuating* dan *controlling* yang sangat sederhana dikarenakan terbatasnya SDM. Aspek pemasaran terdiri dari penentuan segmentasi pasar yang merupakan pencinta sate taichan didaerah Kota Bogor, target pasarnya adalah anak – anak, remaja hingga dewasa, *positioning* berfokus pada produk, harga, dan kualitas dari makanannya. *Differentiation* yaitu bahan dasarnya yang sangat inovasi dari sebuah ikan Dory, serta menggunakan *penetration pricing*. Aspek finansial terdiri dari permodalan, biaya produksi, penerimaan, *Break Even Point* (BEP), keuntungan, *R/C ratio, Return to Total Capital* (RTC). Aspek lingkungannya menggunakan analisis dampak lingkungan (AMDAL) dengan melihat dampak usaha ini bagi lingkungan. Dan aspek sosial dari usaha ini membawa dampak baik bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci: thaikary; tingkat konsumsi ikan; aspek; ikan Dory

ABSTRACT

Indonesia as a maritime country has a diversity of fish and abundant fish production. Although fish production is abundant, the level of fish consumption decreases with the amount of meat on the market. Along with the development of the times, the level of fish consumption has begun to fall along with the amount of meat circulating in the market. Researchers designed an innovative product for a contemporary food, namely, THAIKARY (Sate Taichan fish Dory). The purpose of this Field Work Practice is to identify and describe THAIKARY's profile, technical aspects, management aspects, marketing aspects, financial aspects, environmental aspects, and social aspects. the implementation method is observation and documentation with data obtained directly in the field with complementary existing documentation. The results of this study. This business profile has the name Sate Taichan Ikan Dory (THAIKARY) which was launched in July 2021. The technical aspects consist of facilities, infrastructure and production processes. The management aspect consists of planning, organizing, actuating and controlling which is very simple

due to limited human resources. The marketing aspect consists of determining market segmentation who are lovers of sate taichan in the Bogor City area, the target market is children, teenagers to adults, positioning focuses on product, price, and quality of the food. Differentiation is the basic ingredient that is very innovative from a Dory fish, and uses penetration pricing. The financial aspect consists of capital, production costs, revenue, Break Even Point (BEP), profit, R/C ratio, Return to Total Capital (RTC). The environmental aspect uses an environmental impact analysis (AMDAL) by looking at the impact of this business on the environment. And the social aspect of this business has a good impact on the surrounding community.

Keywords: *thaikary; level of fish consumption; aspect; Dory fish*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara maritim, memiliki keanekaragaman ikan dan produksi ikan yang melimpah. Meskipun produksi ikan melimpah, namun tingkat konsumsi ikan menurun seiring banyaknya daging di pasaran. Kebanyakan anak lebih suka dengan daging ayam dan daging jenis lainnya, dibandingkan dengan ikan. Berkurangnya minat siswa dalam mengkonsumsi ikan merupakan sebuah permasalahan yang terjadi saat ini. Seiring berkembangnya zaman, tingkat konsumsi ikan sudah mulai turun seiring banyaknya daging yang beredar dipasaran. Di lingkungan sekitar, banyak anak yang tidak mau makan ikan. Anak-anak tidak gemar makan ikan salah satunya karena ikan bau amis, dan kurangnya edukasi kepada anak tentang manfaat dan kandungan yang terdapat pada ikan itu sendiri (Sibagariang, 2020).

Ciri-ciri umum dari golongan ikan adalah mempunyai rangka bertulang sejati dan bertulang rawan, mempunyai sirip tunggal atau berpasangan dan mempunyai *operculum*, tubuh ditutupi oleh sisik dan berlendir serta mempunyai bagian tubuh yang jelas antara kepala, badan, dan ekor. Ukuran ikan bervariasi mulai dari yang kecil sampai yang besar. Kebanyakan ikan berbentuk torpedo, pipih, dan ada yang berbentuk tidak teratur (Siagian, 2009).

Padahal kenyataannya menurut Agustini (2019), ikan dan produk perikanan lainnya merupakan bahan pangan yang sangat kaya dengan sumber protein hewani dan harganya relatif lebih murah bila dibandingkan dengan sumber-sumber protein lainnya, seperti daging sapi, ayam, susu dan telur. Namun demikian, ikan merupakan sumber bahan pangan yang mudah rusak, sehingga memerlukan penanganan khusus untuk mempertahankan mutunya. Disamping untuk menyediakan protein hewani dalam jumlah yang relatif tinggi, ikan juga memberikan asam-asam lemak tidak jenuh berantai panjang yang sangat diperlukan tubuh.

Selain itu, ikan dikenal sebagai sumber vitamin A yang utama disamping vitamin-vitamin lainnya, serta berbagai macam mineral yang diperlukan tubuh manusia. Oleh karena itu ikan sangat diharapkan menjadi sumber zat gizi (protein, lemak, vitamin dan mineral) untuk meningkatkan status gizi dan kesehatan masyarakat

Menurut Kementerian Kelautan Perikanan (2020), produksi ikan Dory di Jawa Barat Mencapai 321.906,23 ton namun angka sebesar ini masih jauh dengan jumlah masyarakat yang mengkonsumsi ikan Dory khususnya di daerah Jawa Barat, selain mudah ditemui ikan Dory juga mempunyai warna daging putih bersih dengan tekstur lembut dan rasa yang gurih. Ikan Dory mengandung asam lemak tidak jenuh (omega 3), DHA, EPA, yodium, zat besi, Mg, taurin, Selenium, Flourida (Rintan, 2020). Karena ikan Dory ini banyak manfaatnya sehingga ikan Dory sangat direkomendasikan menjadi bahan olahan makanan.

Oleh karena itu, peneliti merancang analisis profitabilitas ikan Dory produk inovasi sebuah makanan kekinian yaitu, THAIKARY (Taichan ikan Dory) adalah sebuah produk sate yang unik, autentik, serta bergizi karena diolah dengan ikan Dory yang bergizi bagi tubuh. Dari inovasi ini juga diharapkan akan tercipta *brand image* yang baik, serta meningkatkan nilai ekonomi dengan pemanfaatan yang baik. Tujuan kegiatan ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan profil THAIKARY, aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek Finansial, Aspek lingkungan, aspek sosial pada usaha THAIKARY.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada 13 September – 25 Oktober 2021 di usaha THAIKARY di Kota Bogor dengan metode deskriptif kualitatif yaitu meliputi observasi dan dokumentasi dengan cara peneliti turun langsung ke lapang. Teknik sampling yang digunakan

yaitu *Purposive sampling* dengan narasumber yang sudah ditentukan yaitu pemilik usaha THAIKARY. Pelaksanaan penelitian usaha THAIKARY dilaksanakan dalam 30 HOK (Hari Orang Kerja) yang bertempat di Kota Bogor, Jawa Barat. jenis data yang digunakan dalam penelitian usaha THAIKARY “Taichan ikan Dory” adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang didapatkan dari penelitian ini merupakan data yang didapatkan secara langsung dengan mengamati segala kegiatan yang dilakukan oleh peneliti yaitu, Profil usaha THAIKARY, aspek teknis, aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek finansial, aspek lingkungan dan aspek sosial. Data sekunder yang dikumpulkan berupa Letak geografis dan keadaan demografi produksi THAIKARY, Keadaan umum penduduk tempat produksi, keadaan umum perikanan di Jawa Barat. Metode analisis data yang digunakan yaitu:

Profil Usaha

Profil perusahaan adalah gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku atau media lain (Agustrijanto, 2001).

Profil usaha THAIKARY meliputi rancangan strategi produk usaha mencakup nama usaha, alamat usaha, nomor telepon, sosial media, dan gambaran ide usaha.

Aspek Teknis

Aspek teknis yaitu aspek yang membahas mengenai proses pengembangan proyek teknis dan operasionalnya. Analisis aspek teknis bisa memperoleh penilaian awal rencana investasi termasuk biaya pengembangannya. Investasi usaha disarankan ditunda dahulu apabila secara teknis usaha tidak berjalan dengan baik walaupun aspek pasar layak untuk dijalankan. Hal ini dilakukan karena sering sekali usaha mengalami kegagalan pada saat pelaksanaannya dikarenakan tidak bisa mengatasi dan menghadapi berbagai permasalahan teknis (Fauzi, et al., 2019).

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini pada aspek teknis meliputi:

- Sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam usaha THAIKARY
- Proses produksi THAIKARY

Aspek Manajemen

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau

pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan organisasi atau maksud yang nyata. Manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “*Managing*”-pengelolaan pelaksanaannya disebut manager atau pengelola manajemen mempunyai tujuan tertentu. Manajer berusaha untuk mencapai hasil-hasil tertentu, yang biasanya diungkapkan dengan istilah “*Objectives*” atau hal-hal 2 yang nyata. Usaha-usaha kelompok itu memberi sumbangan kepada pencapaian-pencapaian khusus itu (Nashar, 2013).

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini pada aspek manajemen meliputi fungsi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan.

Aspek Pemasaran

Menurut Intyas dan Abidin (2018), Pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu komoditi dari titik produsen ke titik konsumen

Pada aspek pemasaran variabel yang digunakan yaitu strategi pemasaran berupa *segmenting, targeting, positioning* yang direncanakan dalam usaha THAIKARY dan menggunakan bauran pemasaran dengan konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) pada usaha THAIKARY serta saluran pemasaran pada usaha THAIKARY.

Aspek Finansial

Aspek finansial merupakan aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan suatu usaha baik dari investasi awal usaha dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Aspek finansial bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menganalisis dana yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha (Primyastanto, 2016).

- Permodalan yaitu dana berupa kas yang digabungkan dengan kolaborasi faktor produksi yaitu tanah dan tenaga kerja untuk menghasilkan suatu barang. (Primyastanto, 2016).
- Menurut Primyastanto (2016), Biaya produksi yaitu seluruh biaya yang digunakan ketika produksi suatu produk yang meliputi *fixed cost* atau *variable cost*. Rumus untuk mengetahui biaya produksi:

$$TC = TFC + TVC$$

- Menurut Ibrahim (2020), Penerimaan yaitu nilai dari hasil perkalian antara jumlah

produksi dikalikan dengan harga produk. Penerimaan digunakan untuk mengetahui pendapatan yang akan diperoleh nantinya. Rumus permintaan yaitu sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

- R/C Ratio merupakan suatu analisis yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu usaha dalam upaya penggunaan faktor produksi seminimal mungkin untuk mendapatkan tingkat kelayakan (Kandias dan Intyas, 2021). Berikut merupakan rumus dari R/C Ratio:

$$R/C = TR/TC$$

- Break Even Point (BEP) adalah titik pokok dimana *total revenue* sama dengan *total cost*. Break Event Point menunjukkan kegiatan usaha tidak mengalami untung dan juga rugi (Tohir, 2012). Menurut NasYROkha (2018), Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$BEP_{(Q)} = \frac{FC \text{ (Biaya Tetap)}/unit}{P \text{ (Harga/unit)} - v \text{ (Biaya Variabel/unit)}}$$

$$BEP_{(s)} = \frac{FC \text{ (Biaya Tetap)}/unit}{1 - v \text{ (VC/S)}}$$

- Menurut Intyas dan Firdaus (2020), Keuntungan adalah selisih antara hasil penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Adapun rumus keuntungan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

- Menurut Soekartawi (1986), Analisis RTC yaitu analisis yang bertujuan mengetahui nilai imbalan yang digunakan terkait semua hal dalam usaha. RTC digunakan biasanya untuk menentukan imbalan dalam usaha. Besarnya RTC biasanya diperoleh dengan membandingkan suku bunga pinjaman bank Analisisnya adalah sebagai berikut:

$$RTC = \frac{\pi - NKK}{Total Modal} \times 100\%$$

Aspek Lingkungan

Menurut Mardikanto (2014), mendefinisikan aspek lingkungan merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumberdaya generasi berikutnya. Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya, penyerahan jasa, dan manufaktur produk.

Analisis variabel data pada aspek lingkungan menggunakan konsep analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL) untuk mengetahui dampak yang akan timbul dari segi positif maupun negatif.

Aspek Sosial

Aspek sosial merupakan aspek yang terbaru dari pada aspek lainnya dan menjadi perhatian utama bagi beberapa perusahaan saat ini. Aspek sosial memiliki arti bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari aspek sosial adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. Apabila perusahaan memperhatikan aspek sosial maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Munculnya resistensi masyarakat terhadap perusahaan karena aspek sosial ini diabaikan, sehingga dapat menimbulkan kondisi yang tidak kondusif dalam aktivitas perusahaan tersebut (Primyastanto, 2016).

Menggunakan konsep analisis sosial yaitu melihat dampak bagi masyarakat sekitar Kota Bogor terhadap usaha THAIKARY

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian usaha ini mempunyai nama Sate Taichan Ikan Dory (THAIKARY) yang di *launching* pada bulan Juli 2021, THAIKARY akan dijalankan dan diproduksi di Perumahan Rivela Park, Jalan Rancamaya Blok I no. 20, Bojongsokerta, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat. Lokasi produksi ini cukup strategis karena berada di perumahan yang dekat dengan jalan raya, pasar, sekolah, *sport center* sehingga memudahkan dalam melakukan produksi dan

juga pemasaran dari THAIKARY. Tidak hanya lokasi untuk proses pemasaran yang efektif THAIKARY dibantu dengan *social media* yaitu *Instagram @thai.kary* yang dikelola oleh pemilik usaha.

Aspek teknis terdapat saran meliputi pisau, talenan, baskom, tusuk sate, ulekan, piring, teflon, kompor, stiker, kardus box, kertas minyak, dan cup plastik yang memiliki fungsi dan kegunaan masing-masing dalam mendukung berjalannya produksi sate taichan ikan Dory. Prasarana adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang jalannya sebuah proses. Adapun prasarana yang digunakan untuk menunjang keberlangsungan usaha yaitu kondisi jalan, sumber listrik, dan alat komunikasi. Ikan Dory adalah bahan utama dalam usaha THAIKARY. Ikan Dory didapatkan di supermarket dalam bentuk fillet lalu dipotong menjadi kecil sehingga bisa ditusuk dengan tusuk sate nantinya. Kemudian dibalut oleh bumbu marinasi yang terdiri dari lada bubuk, garam, gula, kaldu ayam, kaldu jamur, bawang putih dan kecap asin yang telah dihaluskan serta disiram oleh jeruk nipis. Setelah digabungkan bahan utama dengan bumbu marinasi di simpan didalam kulkas selama 30 menit supaya bumbunya meresap. Sambil menunggu bahan utama, lanjut untuk membuat sambel diantaranya menggunakan cabai, bawang putih, kaldu ayam dan gula kemudian haluskan. Kemudian agar tusuk sate tidak ikut terbakar dan agar lebih higienis rendam tusuk sate dengan air panas selama 5 menit. Lalu siapkan tepung untuk varian sate taichan ikan Dory *crispy* untuk tepung dibagi dua yaitu tepung basah dan kering. Setelah 30 menit tusuk semua fillet ikan Dory menggunakan tusuk sate. Setelah semua fillet ikan Dory ditusuk, untuk varian *crispy* dibalut dengan tepung yang sudah disiapkan dan untuk yang original bisa langsung dimasak. Masaknya tidak perlu lama dan harus selalu dipantau agar tidak gosong serta kompor hanya menyalakan api kecil. Kemudian sajikan sate taichan ikan Dory. Setelah sate telah disajikan masukan sambel yang telah dihaluskan dan masakannya dengan api kecil tidak perlu lama memasaknya. Sate taichan ikan Dory dan sambel telah disajikan kemudian pindahkan kedalam kemasan. Sate taichan ikan Dory dimasukan kedalam kardus box yang sudah diberi kertas minyak alasnya dan sambel dimasukan kedalam cup sambel dan produk THAIKARY siap disantap.

Usaha THAIKARY memiliki perencanaan jangka panjang dan jangka pendek. Perencanaan jangka panjang usaha THAIKARY yaitu memiliki *Brand Image* di wilayah bogor dengan bentuk melakukan kerja sama kepada restoran – restoran sate taichan agar produk THAIKARY lebih dikenal. Perencanaan jangka pendek usaha THAIKARY yaitu meningkatkan konsumen dengan bentuk memasarkan menggunakan *InstagramAds* serta menambah sosial media. Dalam usaha THAIKARY memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana dikarenakan ini merupakan usaha yang disimulasikan dan hanya memiliki sumberdaya manusia yang sedikit. Bentuk strukturnya adalah pemilik usaha, divisi produksi, dan divisi pengiriman serta pemasaran. Pelaksanaan usaha THAIKARY ada beberapa hal yang masih kurang yaitu minimnya sumberdaya dikarenakan masih baru adapun pergerakan yang dilakukan usaha THAIKARY yaitu pemilik usaha menciptakan azas kekeluargaan dalam perusahaan agar karyawan merasa nyaman untuk menyampaikan hal-hal yang lebih baik lagi. kemudian pemilik usaha memberikan motivasi berupa tunjangan agar produktifitas kerja bisa tercipta karena faktor internal maupun eksternal. Sistem pengawasan pada usaha THAIKARY masih sederhana dikarenakan usaha masih baru dan dilakukan langsung oleh pemilik usaha secara menyeluruh dari mulai pra produksi, produksi sampai pasca produksi.

Aspek pemasaran pada *usaha THAIKARY product* yaitu inovasi sate taichan menggunakan bahan dasar ikan Dory ditambah sambal taichan yang menggugah selera serta memakai bahan berkualitas dan produk THAIKARY merupakan satu satunya sate taichan ikan Dory di Bogor dan juga membantu mendukung pengimplementasian program GEMARIKAN karena menjual produk yang akan disukai oleh masyarakat dan meningkatkan angka konsumsi ikan, THAIKARY mempunyai 2 menu, yaitu sate taichan original dan sate taichan *crispy*. *Price* THAIKARY untuk yang *original* sebesar Rp 18.000 /box dan untuk yang *crispy* sebesar Rp 20.000 /box yang ditentukan dengan Strategi *Penetracion Pricing* dibandingkan harga standar Rp 25.000- Rp 35.000 per box nya, *place* THAIKARY bertempat di Perumahan Rivela Park, Jalan Rancamaya Blok I no. 20, Bojongkerta, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Provinsi

Jawa Barat. Dengan saluran pemasaran secara langsung dari tangan produsen dikirimkan melalui ekspedisi ke tangan pelanggan, *promotion* THAIKARY yaitu promosi secara langsung dan tidak langsung dengan *word of mouth* dan dengan *social media*.

Hasil perhitungan analisis probabilitas pada usaha THAIKARY Modal usaha yang digunakan menggunakan modal lancar, modal tetap dan modal kerja sebesar Rp 1.961.200, Rp 798.000, Rp 3.310.700. Biaya produksi yang digunakan untuk usaha THAIKARY adalah sebesar Rp 3.501.850 Penerimaan yang didapatkan THAIKARY adalah sebesar Rp 5.700.000. Aspek finansial jangka pendek dilihat dari R/C ratio THAIKARY mempunyai nilai 1,62 maka usaha akan memperoleh laba. Keuntungan yang didapatkan usaha THAIKARY sebesar Rp 2.198.150. BEP unit THAIKARY sebesar 85,17 untuk *crispy* dan 94,71 untuk original untuk BEP sales sebesar Rp. 1.703.400 untuk *crispy* dan Rp. 1.704.780 untuk original dan RTC sebesar 41% dimana lebih besar dari nilai suku bunga bank.

Tabel 1. Analisis Perhitungan Probabilitas usaha THAIKARY

Uraian	Satuan	Jumlah
Modal		
Modal Lancar	Rp/bln	1.961.200
Modal Tetap	Rp/bln	798.000
Modal Kerja	Rp/bln	3.501.850
Biaya		
Biaya Variabel	Rp/bln	1.811.200
Biaya tetap	Rp/bln	1.690.650
Total Biaya	Rp/bln	3.501.850
Total	Rp/bln	5.700.000
Penerimaan		
Keuntungan	Rp/bln	2.198.150
BEP Total		
BEP Unit		
Original	Box	85,17
<i>Crispy</i>	Box	94,71
BEP Rupiah		
Original	Rp/bln	1.704.780
<i>Crispy</i>	Rp/bln	1.703.400
R/C Ratio	Persen (%)	1,62
RTC	Persen (%)	41,35
Keuntungan	Rp/bln	2.198.150
BEP Total		
BEP Unit		
Original	Box	85,17
<i>Crispy</i>	Box	94,71
BEP Rupiah		
Original	Rp/bln	1.704.780
<i>Crispy</i>	Rp/bln	1.703.400

Adapun dampak positif dan negatif aspek lingkungan pada usaha THAIKARY. Dampak Positif dari usaha THAIKARY untuk aspek lingkungan yaitu dari proses pembuatannya sangat aman dan tidak merusak lingkungan karena di rumah sendiri, serta untuk *packaging* tidak sekali pakai bisa digunakan kembali dan bahan yang digunakan bukan plastik jadi tidak merusak lingkungan. Dampak negatif dari usaha THAIKARY untuk aspek lingkungannya yaitu penggunaan tusuk sate yang banyak membuat menumpuknya sampah yang berlebihan dari tusuk satanya. Pemilik usaha masih mengupayakan agar meminimalisi sampah dari tusuk sate tersebut.

Berdirinya usaha THAIKARY ini membawa dampak yang cukup baik bagi warga sekitar. Rumah produksi ini berlokasi di Kota Bogor yang masih berada dalam lingkup pemukiman dan tidak jauh dari pasar, komplek, sekolah serta jalan besar. Oleh karena itu, dengan adanya usaha dilingkungan ini akan membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar dan juga membantu perekonomian para penjual khususnya ikan Dory. Selain itu usaha THAIKARY ini diharapkan mampu membangun *reseller – reseller* baru diberbagai daerah yang otomatis akan membuka lapangan pekerjaan di daerah tersebut.

KESIMPULAN

Usaha THAIKARY merupakan bisnis yang dilatar belakangi kurangnya minat masyarakat terhadap konsumsi ikan dan usaha ini *Launching* pada juli 2021. Aspek teknis pada usaha THAIKARY terdiri dari 3 macam yaitu sarana, prasarana dan proses produksi. Sarana dan prasarana yang digunakan masih sangat sederhana dan proses pembuatan meliputi seluruh alur produksi. Aspek manajemen menerapkan fungsi manajemen yang sederhana dan kekeluargaan. Usaha THAIKARY belum memiliki struktur yang kompleks karena SDM yang sedikit. Aspek pemasaran terdiri dari bauran pemasaran dan strategi pemasaran. Bauran pemasaran menggunakan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Strategi pemasaran menggunakan penentuan segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar. Modal usaha yang digunakan menggunakan modal lancar, modal tetap dan modal kerja sebesar Rp 1.961.200, Rp 798.000, Rp 3.310.700. Biaya produksi yang digunakan untuk usaha THAIKARY adalah sebesar Rp 3.501.850 Penerimaan yang didapatkan THAIKARY adalah sebesar Rp

5.700.000. Aspek finansial jangka pendek dilihat dari R/C ratio THAIKARY mempunyai nilai 1,62 maka usaha akan memperoleh laba. Keuntungan yang didapatkan usaha THAIKARY sebesar Rp 2.198.150. BEP unit THAIKARY sebesar 85,17 untuk *crispy* dan 94,71 untuk original untuk BEP sales sebesar Rp. 1.703.400 untuk *crispy* dan Rp. 1.704.780 untuk original dan RTC sebesar 41% dimana lebih besar dari nilai suku bunga bank. Aspek Lingkungan pada usaha THAIKARY menggunakan analisis dampak lingkungan hidup untuk mengetahui dampak yang akan timbul dari segi positif maupun negatif. dampak positif dan negatif aspek lingkungan pada usaha THAIKARY. Dampak Positif dari usaha THAIKARY untuk aspek lingkungan yaitu dari proses pembuatannya sangat aman dan tidak merusak lingkungan karena di rumah sendiri, serta untuk packaging tidak sekali pakai bisa digunakan kembali dan bahan yang digunakan bukan plastik jadi tidak merusak lingkungan. Dampak negatif dari usaha THAIKARY untuk aspek lingkungannya yaitu penggunaan tusuk sate yang banyak membuat menumpuknya sampah yang berlebihan dari tusuk satunya. Aspek Sosial pada usaha THAIKARY ini membawa dampak yang cukup baik bagi warga sekitar. Rumah produksi ini berlokasi di Kota Bogor yang masih berada dalam lingkup pemukiman dan tidak jauh dari pasar, komplek, sekolah serta jalan besar. Oleh karena itu, dengan adanya usaha dilingkungan ini akan membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar dan juga membantu perekonomian para penjual khususnya ikan Dory.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada usaha THAIKARY yang bersedia memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan yang ada dilapang dan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini sampai selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Agustini, M. S., Maria, I., MUHAJIR, S. M., dan Ratna Agustin, P. 2019. Olahan ikan Dory dan jamur tiram dalam bentuk bakso jamik dan tahu jamik di Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo.

- Agustrijanto. (2001). Seni mengasah kreatifitas dan memahami Bahasa iklan. Bandung: PT. Renaha Rosda Karya
- Diansyah, K. R. 2017. Keanekaragaman spesies ikan di zona sub litoral perairan Pulo Rubiah Sabang sebagai materi pendukung Kingdom Animalia di Sman 2 Sabang. SKRIPSI. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Pendidikan Biologi.
- Fauzi, P. M., Chumaidiyah, E., dan Suryana, N. 2019. Analisis kelayakan serta perancangan aplikasi website pada startup digital creative fotografi berdasarkan aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial. *Jurnal INTECH Teknik Industri Univesitas Serang Raya*. 5(2), 60-66.
- Ibrahim, J. T. 2020. Metode penelitian sosial ekonomi pertanian. Malang: UMM Press.
- Intyas, C. A., & Abidin, Z. (2018). *Manajemen Agribisnis Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Intyas, C. A., & Firdaus, M. (2020). Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi Di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *JFMR (Journal of Fisheries and Marine Research)*, 4(2), 214-221.
- Kandias, K., & Intyas, C. A. (2021). Sosialisasi Mutu Pada Industri Ikan Layur Kering Mawardi di Desa Weru Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *Grouper: Jurnal Ilmiah Fakultas Perikanan Universitas Islam Lamongan*, 12(2), 47-54.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility*, Bandung: Alfabeta
- Nashar, H., 2013. Dasar-dasar manajemen. Pamekasan: Pena Salsabila
- Nasyrokha, M., Rapini, T., & Sumarsono, H. (2018). Analisis Break Even Point (BEP) sebagai alat perencanaan laba pada industri kerajinan kulit praktis Magetan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 18-33.