

STRATEGI PEMASARAN NUGGET UDANG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DAN PROFITABILITASNYA

Mulyadi Nyoto¹, Ety Widiastuti¹, Suhariyanto.²

¹ *Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip PO BOX 164 Kel. Tegal Gede, Kec. Sumpalsari, Kab. Jember, Jawa Timur, Indonesia.*

² *Jurusan Kesehatan, Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip PO BOX 164 Kel. Tegal Gede, Kec. Sumpalsari, Kab. Jember, Jawa Timur, Indonesia.*

Email : mulyadi_nyoto@polije.ac.id

Abstrak

Population which every year has increased, therefore development in the agricultural sector needs to be increased. In order to remain sustainable with the products we make, it is necessary to improve product quality and marketing strategies. One of them with the product is named *Carrot Shrimp Sempol Nugget*. taking the title "Shrimp Nugget Marketing Strategy to Improve Product Quality and Profitability". Knowing the Various Aspects of Shrimp Nugget Marketing Strategy. Knowing the Quality of Shrimp Nugget Products. Shrimp Nugget Product Profitability. *Marketing strategy* is a strategy used by companies producing goods or services on an ongoing basis to win market competition on an ongoing basic. *SWOT analysis* is the systematic identification of various factors to formulate a company strategy. *SWOT Matrix Method*. *Profitability measurement* is a measurement to assess the company's ability to seek profit. Profitability method measurement indicators, using calculations. Gross Profit Margin (GPM). Net Profit Margin (NPM). SWOT results The coordinate point is (0.005; 0.17), Cartesian diagram SWOT analysis overall strategy can use Aggressive Strategy, Break event Point units, BEP units = 30.8 units rounded = 31 units, Break event Points rupiah, BEP Rp = Rp. 308,480.00, Gross Profit Margin (GPM), GPM Value of 47.3%, B / C Ratio (Benefit Cost Ratio), B / C Ratio = 1.90, Return on Investment or ROI, ROI Value 0.646 or 6, 46%.

Kata Kunci : Marketing Strategi, SWOT, Profitability

I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang berkembang dengan jumlah penduduk cukup banyak dan keanekaragaman suku bangsa yang berbeda-beda. Tidaklah aneh jika jumlah dan jenis makanan dalam masyarakat juga beraneka ragam. Penyediaan bahan makanan dengan nilai gizi tinggi merupakan masalah penting yang dihadapi oleh pemerintah, hal ini selaras dengan pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, oleh karena itu pembangunan di sektor pertanian tersebut perlu ditingkatkan.

Keberadaan udang dulu dipandang sebagai ikan murahan, sekarang kehadirannya terasa sangat diperlukan. Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya penggemar-penggemar udang tawar ataupun udang laut. Restoran besar maupun kecil banyak menghidangkannya dalam berbagai bentuk hidangan yang lezat. Sampai saat ini pemanfaatan udang masih sangat rendah. Umumnya masyarakat mengkonsumsi udang hanya dalam bentuk segar sebagai lauk pauk, dan sering kali pula dijumpai udang dijual dalam bentuk mentah atau masih segar. Oleh karena itu perlu suatu usaha yang mungkin dapat dilakukan adalah dengan mengolah ikan tersebut menjadi nugget.

Untuk menghasilkan kualitas nugget yang baik, perlu ditambahkan bahan pengikat, bahan pengisi, bahan pengemulsi/penstabil dan lama pembekuan. Bahan pengisi yang digunakan pada umumnya

adalah tepung terigu yang mempunyai kandungan protein yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan bahan pengikat, tetapi mempunyai kandungan pati yang tinggi (*Sri Yuni dan Nur Aeni Khalid, 2003*).

Supaya dapat tetap berkelanjutan atas produk yg kita buat maka perlu adanya peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran maka dituntut untuk dapat mencari peluang serta memanfaatkan peluang tersebut guna mempertahankan bahkan meningkatkan usahanya. Dari hal itulah maka diperlukan adanya sebuah konsep yang jelas tentang perencanaan strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan profitabilitas, salah satunya dengan memodifikasi bentuk nugget yang sudah ada menjadi bentuk sempol yang sudah familier dimasyarakat dan produk tersebut diberi nama *Nugget Sempol Udang Wortel*.

Dari permasalahan tersebut diatas maka dilakukan penelitian lanjutan dari penelitian tahun lalu sebagai pengembangan komprehensif tentang produk Nugget Udang maka dalam hal ini kami mengambil judul "Strategi Pemasaran Nugget Udang Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Dan Profitabilitasnya"

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Rangkuti (1999:8), formulasi strategi atau perencanaan strategis merupakan proses penyusunan perencanaan jangka panjang, oleh sebab

itu formulasinya lebih banyak menggunakan proses analisis. Dalam perencanaan strategis analisis-analisis pada tingkat korporat maupun pada tingkat bisnis sangat dibutuhkan. Adapun model analisis yang paling populer adalah analisis SWOT yang mencakup (*strength* = kekuatan; *weakness* = kelemahan; *opportunities* = peluang; *threats* = ancaman) analisis SWOT ini membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada dalam perusahaan dengan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang ada di luar lingkungan perusahaan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor - faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat itu. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis ini merupakan salah satu alat formulasi strategi. Salah satu tujuan pokok analisis lingkungan adalah untuk mengenali adanya peluang - peluang (*opportunities*) baru bagi pemasaran, peluang perusahaan adalah sebuah gelanggang yang menarik untuk kegiatan pemasaran dimana perusahaan tertentu akan meraih keunggulan bersaing. Analisis matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana ancaman yang dihadapi perusahaan dan disesuaikan dengan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti.1999:18-19).

Adapun definisi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman adalah sebagai berikut:

- Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan - keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani.
- Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapasitas yang secara serius menghambat kinerja.
- Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
- Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
-

2.1 Syarat Mutu nugget

Kriteria mutu dan proses pengolahan nugget hampir sama dengan sosis. Merupakan

emulsi lemak dalam air dengan lemak sebagai fase diskontinyu, sedangkan air sebagai fase kontinyu dan protein daging yang terlarut sebagai emulsifier. Peraturan mengenai kriteria mutu sosis yang dikeluarkan oleh "Meat Inspection Division" dari "US Departement of Agriculture" (USDA), sosis masak tidak boleh mengandung air melebihi empat kali kandungan protein daging ditambah 10% atau kadar air lebih kecil dari "4P + 10%" (Kramlich, 1971).

Selain itu kehilangan berat karena pemasakan dapat digunakan untuk menentukan mutu nugget. Pemasakan pada kondisi yang normal, tidak akan mengakibatkan nugget mengalami kehilangan berat lebih dari 10% karena hilangnya air atau lemak, sedangkan kehilangan melebihi 20% tidak dapat diterima. Selain batas kehilangan berat yang diijinkan, nugget tidak boleh mengkerut atau mengalami pengkerutan pada waktu pemasakan

2.2 Rasio Profitabilitas Nugget Udang

Menurut Lukman Syamsuddin (2002:60) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan dan biasanya ditunjukkan dalam Laporan Rugi-Laba dalam bentuk prosentase untuk menilai keuntungan dalam hubungannya dengan volume penjualan.

Ada tiga Ratio pengukuran profitabilitas dalam hubungannya dengan volume penjualan yang biasa digunakan, dimana hal ini sebenarnya dapat langsung dilihat dari Laporan Rugi-Laba dalam bentuk prosentase. Jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

- Gross Profit Margin merupakan prosentase dari laba kotor (sales cost of good sold) dibandingkan dengan sales. Semakin besar gross profit margin semakin baik keadaan operasi perusahaan.
- Operating Profit Margin merupakan gambaran yang biasanya disebut "pure profit" yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi ratio operating profit margin akan semakin baik pula operasi suatu perusahaan.
- Net Profit Margin merupakan ratio antara laba bersih (net profit) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh expenses termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan.

III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat Mengetahui Berbagai Macam Aspek Strategi Pemasaran Nugget Udang (Nugget Sempol Udang Wortel).
2. Dapat Mengetahui Mutu Produk Nugget Udang (Nugget Sempol Udang Wortel) yang Berkualitas
3. Mengetahui Profitabilitas Produk Nugget Udang (Nugget Sempol Udang Wortel)

3.2 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat meningkatkan keterampilan dan profesionalitas Pranata Laboratorium pendidikan (PLP), sehingga PLP Politeknik Negeri Jember dapat berkinerja lebih baik.

IV. METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai November 2020 bertempat di Jl. Mastrip PO. BOX 164 Jember, Politeknik Negeri Jember Laboratorium Manajemen Agroindustri, dan Laboratorium KWU

4.1 Metode Matrik SWOT

Analisis matrik SWOT dilakukan dengan cara membandingkan antara faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, dan faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman. Seluruh kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan digunakan untuk merebut peluang dan mengatasi ancaman, sedangkan untuk mengatasi kelemahan dilakukan dengan memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman. Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Oleh sebab itu perencanaan strategik (strategik planner) yang harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini.

Diagram Analisis SWOT dapat disajikan sebagaimana gambar berikut ini:

Gambar *Diagram Analisis SWOT*

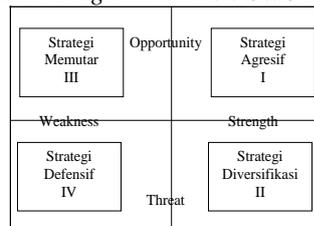


Diagram Analisis Matrik SWOT.

Sumber : Rangkuti. F. (1999:19).

Keterangan :

- a. Strategi Agresif (kuadran I)
Strategi Agresif adalah situasi dimana industri berada pada posisi paling menguntungkan. Industri memiliki banyak kesempatan dan kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai tujuan strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- b. Strategi Diversifikasi (kuadran II)
Strategi Diversifikasi adalah situasi dimana industri memiliki kekuatan dari segi internal, tetapi menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara Strategi Diversifikasi (produk atau pasar)
- c. Strategi Memutar (kuadran III)
Strategi Memutar adalah situasi dimana industri menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi di lain pihak menghadapi berbagai kendala internal. Pada kondisi ini kelemahan yang ada untuk membangun dan menangkap peluang bisnis. Strategi yang tepat untuk situasi dan kondisi ini adalah Strategi Memutar.
- d. Strategi Defensif (kuadran IV)
Strategi Defensif adalah situasi yang paling tidak menguntungkan dimana industri menghadapi tantangan yang besar sedangkan keadaan internal tidak mendukung. Strategi terbaik pada situasi dan kondisi ini adalah Strategi Defensif.

4.2 Metode Pengukuran Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas merupakan pengukuran untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Pengukuran (Rasio) ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan dan biasanya ditunjukkan dalam Laporan Rugi-Laba dalam bentuk prosentase untuk menilai keuntungan dalam hubungannya dengan volume penjualan.

Profitabilitas dapat kita hitung melalui 2 faktor : (1) Perhitungan Profitabilitas dalam kaitannya dengan rugi-laba penjualan, meliputi : Gross Profit Margin (margin laba kotor) dan Net Profit Margin (margin laba bersih). (2) Perhitungan profitabilitas dalam kaitannya dengan rugi-laba investasi, meliputi : Total Asset Turn Over (TOA) digunakan untuk mengukur berapa kali total aktiva perusahaan menghasilkan volume penjualan, Return of Investment (ROI) adalah mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh dari total aktiva perusahaan.

Adapun beberapa indikator pengukuran metode profitabilitas, menggunakan perhitungan sebagai berikut :

1. Marjin Laba Kotor (Gross Profit Margin)

Dari pengertian diatas maka rumus yang berlaku untuk Marjin Laba Kotor adalah:

$$\text{Marjin Laba Kotor} = (\text{Laba Kotor} : \text{Pendapatan Penjualan}) \times 100\%$$

2. Marjin Laba Bersih (Net Profit Margin)

Berikut rumus perhitungan Marjin laba bersih:

$$\text{Marjin Laba Bersih} = (\text{Laba Bersih Setelah Pajak} : \text{Penjualan}) \times 100\%$$

V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Perhitungan Bobot dan Rating Matriks IFAS dan EFAS

Perhitungan matriks IFAS dan EFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 (sangat Penting). Berikut adalah tabel hasil perhitungan matriks IFAS dan matriks EFAS produk Nugget Sempol Udang Wortel.

TABEL PERHITUNGAN MATRIKS INTERNAL STRATEGIC FACTOR ANALYSIS SUMMARY (IFAS)

No.	FAKTOR STRATEGI INTERNAL (IFAS)	Bobot	Rating	Skor
STRENGTH (KEKUATAN)				
1	Makanan <i>Nugget Sempol Udang Wortel</i> merupakan makanan frozen yang mudah disajikan dan praktis untuk dikonsumsi serta mengandung gizi yang baik	0.10	3	0.35
2	Bagaimana pendapat anda jika nugget sempol udang wortel ini dihadirkan dengan harga lebih tinggi dari sempol berbahan ayam pada umumnya	0.09	3	0.26
3	Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan kualitas produk nugget sempol udang wortel ini	0.10	3	0.35
4	Bagaimana pendapat anda dengan keahlian (skill) penjual dalam memasarkan produk nugget sempol udang wortel ini (penjualan secara offline dan online)	0.10	3	0.35
5	Kemasan produk yang baik dan menarik berpengaruh terhadap daya tahan dan higienitas dan keputusan pembelian produk nugget sempol udang wortel ini	0.10	3	0.33
Total Kekuatan		0.50		1.64
WEAKNESS (KELEMAHAN)				
1	Lokasi produksi jauh dari keramaian dan kurang strategis, dapat mempengaruhi harga dan jumlah volume penjualan produk nugget sempol udang wortel	0.09	3	0.28
2	Modal dan resiko usaha berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas produk nugget sempol udang wortel yang dipasarkan/dijual	0.10	3	0.33
3	Proses produksi pembuatan nugget sempol udang wortel dilakukan atau dibuat secara manual dan tradisional	0.11	3	0.37
4	Promosi dan pemasaran produk yang kurang gencar (intens) berpengaruh terhadap jumlah penjualan produk nugget sempol udang wortel	0.10	3	0.31
5	Daya tahan produk yang relatif pendek bisa mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggan atau konsumen	0.10	3	0.34
Total Kelemahan		0.50		1.63
Total Faktor Internal		1.00		3.27

TABEL PERHITUNGAN MATRIKS EKSTERNAL STRATEGIC FACTOR ANALYSIS SUMMARY (EFAS)

NO	FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL (EFAS)	Bobot	Rating	Skor
OPPORTUNITY (PELUANG)				
1	Belum banyaknya produk sejenis (nugget sempol udang wortel) yang ada dipasaran	0.10	3	0.34
2	Terbukanya peluang adanya pelanggan baru dari produk nugget sempol udang wortel	0.10	3	0.34
3	Bahan baku pembuatan produk ini mudah didapat dan diperoleh dipasar, sehingga bisa berproduksi secara kontinyu	0.11	4	0.37
4	Peluang terbukanya kerjasama dengan mitra usaha dalam bidang pemasaran produk nugget sempol udang wortel ini sebab termasuk produk baru	0.11	4	0.38
5	Adanya keterampilan sumber daya manusia yang mengolah produk ini berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan	0.11	4	0.40
Total Peluang		0.53		1.83
TREATH (ANCAMAN)				
1	Produk ini merupakan produk jenis baru, sedangkan pelanggan atau konsumen memiliki image bahwa produk sempol andemi dengan bahan utama daging ayam, sehingga berpengaruh terhadap penjualan.	0.09	3	0.27
2	Kondisi ekonomi saat ini (adanya andemic covid-19) sangat berpengaruh terhadap penjualan produk nugget sempol udang wortel	0.10	3	0.33
3	Banyaknya produk makanan olahan dan makanan ringan yang variatif dipasaran sangat berpengaruh pada pilihan konsumen dalam menentukan pembelian produk	0.10	3	0.35
4	Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi minat konsumen pada produk nugget sempol udang wortel dimana proses pembuatannya masih manual dan tradisional	0.09	3	0.25
5	Belum adanya sertifikasi kualitas dan kehalalan produk dari dinas atau lembaga terkait dapat berpengaruh terhadap jumlah penjualan produk nugget sempol udang wortel	0.09	3	0.28
Total Ancaman		0.47		1.49
Total Faktor Eksternal		1.00		3.32

Berdasarkan tabel IFAS dan tabel EFAS diatas, maka total hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut :

- Total Skor Kekuatan (Strenghts) : 1,64
- Total Skor Kelemahan (Weaknesses) : 1,63
- Total Skor Peluang (Opportunities) : 1,83
- Total Skor Ancaman (Threats) : 1,49

Nilai Total keseluruhan menunjukkan bahwa bagaimana reaksi pengembangan dan pemasaran produk nugget sempol udang wortel ini terhadap faktor-faktor Internal dan eksternalnya.

Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut diatas, maka dapat dihitung titik-titik koordinatnya dengan rumus sebagai berikut :

(Koordinat analisis internal ; koordinat analisis eksternal)

$$= \frac{\text{Tot. Skor Kekuatan} - \text{Tot. Skor Kelemahan}}{2} ; \frac{\text{Tot. Skor Peluang} - \text{Tot. Skor Ancaman}}{2}$$

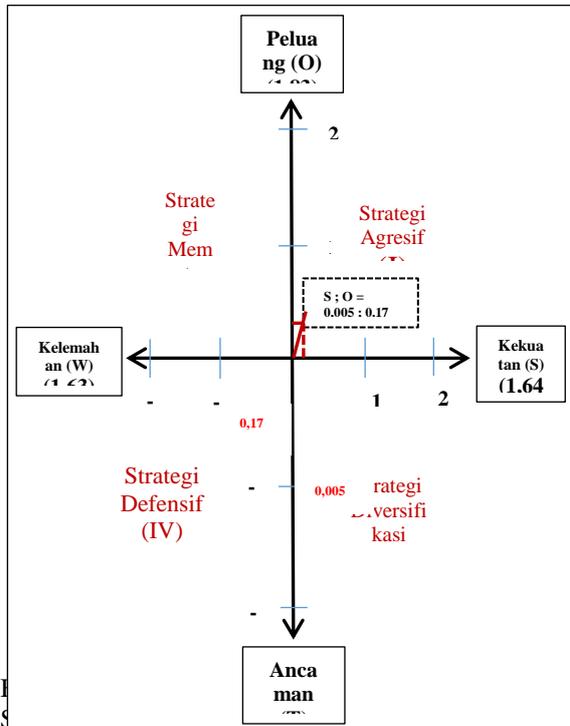
$$= \frac{1,64 - 1,63}{2} ; \frac{1,83 - 1,49}{2}$$

$$= 0,005 ; 0,17$$

Jadi, Titik koordinatnya terletak pada (0,005 ; 0,17)

Hasil dari perhitungan tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar berikut,

Gambar Diagram Cartesius Analisis SWOT



keseluruhan dapat menggunakan Strategi Agresif dimana produk ini berada pada posisi paling menguntungkan artinya produk ini dapat memiliki banyak peluang dan kesempatan serta kekuatan yang dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan dalam strategi pemasaran maupun pengembangan produk lebih lanjut.

Berdasarkan hasil dari diagram Cartesius Analisis SWOT pada Gambar diatas, maka strategi keseluruhan dapat menggunakan Strategi Agresif dimana produk ini berada pada posisi paling menguntungkan artinya produk ini dapat memiliki banyak peluang dan kesempatan serta kekuatan yang dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan dalam strategi pemasaran maupun pengembangan produk lebih lanjut.

5.2 Metode Pengukuran Profitabilitas

5.2.1 Perhitungan Break Even Point (BEP)

1. Break Event Point (BEP) unit

Break event Point unit adalah suatu titik tingkat unit penjualan yang dapat menutup total biaya operasi yang bersifat tetap maupun variabel. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Price perunit} - \text{variable cost}}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Rp. 211.000,00}}{\text{Rp. 10.000,00} - \text{Rp. 3.160}}$$

$$\text{BEP unit} = \frac{\text{Rp. 211.000,00}}{\text{Rp. 6.840,00}}$$

$$\text{BEP unit} = 30,8 \text{ unit dibulatkan} = 31 \text{ unit}$$

Artinya pada titik tingkat penjualan 31 pak (unit) nugget sempol udang wortel dapat menutupi total biaya operasi keseluruhan (terjadi titik impas).

2. Break Event Point (BEP) Rupiah

Break event Point rupiah adalah suatu titik pendapatan penjualan yang dapat menutup total biaya operasi yang bersifat tetap maupun variable (titik impas dalam bentuk rupiah, adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\text{BEP Rp} = \frac{\text{Fixed Cost}}{1 - \text{variable cost} / \text{sales}}$$

$$\text{BEP Rp} = \frac{\text{Rp. 211.000,00}}{1 - \text{Rp.316.000,00} / \text{Rp. 1.000.000,00}}$$

$$\text{BEP Rp} = \frac{\text{Rp. 211.000,00}}{0.684}$$

$$\text{BEP Rp} = \text{Rp. 308.480,00}$$

Artinya pada titik tingkat pendapatan penjualan nugget sempol udang wortel sebesar Rp. 308.480,00 dapat menutupi total biaya operasi keseluruhan (terjadi titik impas).

5.2.2 Perhitungan Gross Profit Margin (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi Harga Pokok Penjualan atau Rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. Adapun perhitungan GPM Nugget sempol udang wortel sebagai berikut :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan bersih}}$$

$$\text{GPM} = \frac{1.000.000,- - \text{Rp. 527.000,-}}{\text{Rp. 1.000.000,-}}$$

$$\text{GPM} = \frac{\text{Rp. 473.000,-}}{\text{Rp. 1.000.000,-}}$$

$$\text{GPM} = 47,3 \%$$

Nilai GPM sebesar 47,3 % berarti jumlah laba kotor dari penjualan nugget sempol udang wortel adalah sebesar 47,3 % dari seluruh volume penjualan.

5.2.3 Perhitungan Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) adalah merupakan margin yang menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan volume penjualan.

Adapun Perhitungan NPM untuk produk nugget sempol udang wortel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{NPM} &= \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Penjualan bersih}} \\ \text{NPM} &= \frac{\text{Rp. 323.000,-}}{\text{Rp. 1.000.000,-}} \\ \text{NPM} &= 32,3\% \end{aligned}$$

Nilai NPM sebesar 32,3% berarti jumlah laba bersih sesudah pajak mencapai 32,3% dari volume penjualan nugget sempol udang wortel.

4.2.4 Perhitungan Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)

B/C Ratio (Benefit Cost Ratio) adalah ukuran perbandingan antara pendapatan dengan Total Biaya produksi (Cost = C). B berarti Benefit, sedangkan C berarti cost. Perhitungan b/c ratio ini dihitung dari tingkat suku bunga.

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\text{Total Pendapatan (B)}}{\text{Total Biaya (TC)}}$$

Metode ukuran penilaian kelayakan suatu usaha dengan B/C Ratio yaitu : Apabila B/C ratio nilainya > 1 maka usaha layak untuk dilanjutkan, namun jika B/C ratio nilainya < 1 maka usaha tersebut tidak layak atau merugi.

Perhitungan B/C Ratio untuk produk nugget sempol udang wortel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{Total Pendapatan (B)}}{\text{Total Biaya (TC)}} \\ \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{Rp. 1.000.000,-}}{\text{Rp. 527.000,-}} \end{aligned}$$

$$\text{B/C Ratio} = 1,90$$

Nilai B/C Ratio dari perhitungan diatas didapat 1,90 yang berarti setiap Rp. 1,- uang yang diinvestasikan akan menghasilkan Rp.1,90,- atau dari 100% uang yang diinvestasikan akan menghasilkan benefit 190%. Karena nilai B/C Ratio bernilai >1, maka usaha ini **LAYAK** untuk dilanjutkan (menguntungkan).

4.2.5 Perhitungan Return on Investment (ROI)

Return on Investment atau ROI adalah laba atas investasi yang dihitung berdasarkan hasil pembagian dari pendapatan yang dihasilkan dengan besaran modal yang ditanam. Artinya, ROI berperan penting guna memberikan informasi mengenai ukuran profitabilitas bisnis dengan jelas sehingga segala kegiatan operasional dapat dievaluasi tingkat pengembalian investasinya.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

Kriteria yang perlu diperhatikan adalah apabila ROI bernilai negatif, maka investasi tersebut harus dipertimbangkan kembali sebab bernilai kerugian. Sebaliknya, apabila ROI bernilai positif adalah yang investasi yang dapat memberikan keuntungan.

Perhitungan ROI untuk usaha Nugget Sempol Udang Wortel ini dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Modal Usaha}} \\ \text{ROI} &= \frac{\text{Rp. 323.000,-}}{\text{Rp. 500.000,-}} \\ \text{ROI} &= 0,646 \text{ atau } 6,46\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan ROI diatas yang bernilai 6,46% dan bernilai positif maka dapat disimpulkan bahwa usaha nugget sempol udang wortel (*GetPol Udel*) ini adalah investasi yang dapat memberikan keuntungan kedepannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan ucapan terimakasih atas terselesaikannya penelitian ini kepada:

1. **Saiful Anwar, S.Tp, MP.,** Direktur Politeknik Negeri Jember.
2. **Dr. Ir. Budi Hariono, M.Si,** Kepala Pusat Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat.
3. Tim Reviewer Pusat Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat.
4. PLP Politeknik Negeri Jember.
5. Semua Pihak yang membantu penyelesaian penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Desrosier, N.W. 1986. *Teknologi pengawetan pangan Pangan*. UI – Press. Jakarta.
- [2] Kramlich, W.E. 1971. *Sausage Products dalam The Science of Meat and Meat Products*. Freeman & Co. San Fransisco.
- [3] Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- [4] Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- [5] Rangkuti, F.1999. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- [6] Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Suryatama, E. (2014) Lebih Memahami Analisis SWOT dalam Bisnis. Kata Pena.
- [8] Sri Yuni dan Nur Aeni Khalid, 2003. *Mencari Formulasi Pembuatan Fish Nugget yang baik*. Jember. Politeknik Negeri Jember.
- [9] (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengembaian Keputusan*. Rajawali Press.
- [10] Winarno F.G. 2001. *Kimia Pangan dan Gizi*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta