

Prosiding

Buku 2

**Seminar Nasional
Masyarakat Pengolahan
Hasil Perikanan Indonesia
(MPHPI) Ke V**

Semarang, 18-19 Oktober 2013

**Seminar Nasional
Masyarakat Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia
(MPHPI) Ke V**

**Peningkatan Industrialisasi
Pengolahan Hasil Perikanan Berbasis *Blue Economy***

Diterbitkan Oleh:

Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan
Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pengolahan Produk dan
Bioteknologi Kelautan dan Perikanan

Diselenggarakan Oleh:

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Diponegoro



ANALISIS FINANSIAL DAN PEMASARAN PRODUK SIOMAY IKAN (STUDI KASUS CV. BENING JATI ANUGRAH, PARUNG, JAWA BARAT)

Aef Permadi¹, Siti Zuchro Nurhani¹, dan Nanda Lailatul Firmari¹

¹Program Studi Pengolahan Hasil Perikanan, Sekolah Tinggi Perikanan
Jl. P.01, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 7239, Telp/Fax: (021) 7805031/(021) 78830275
Alamat Korespondensi: nandaeladitya@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu produk diversifikasi produk perikanan yang saat ini memiliki prospek pasar yang bagus adalah siomay. Salah satu UMKM yang mengolah produk Siomay ikan adalah CV. Bening Jati Anugrah, Parung, Jawa Barat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek finansial usaha pengolahan siomay ikan dan juga preferensi konsumen terhadap produk siomay ikan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pihak yang kompeten di bidangnya, termasuk dengan konsumen. Sampling responden konsumen dilakukan dengan metode purposive sampling. Data yang diperoleh diolah secara deskriptif. Hasil pengamatan aspek finansial terhadap produk siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah diperoleh hasil yaitu, biaya investasi dengan jumlah total Rp. 379.818.865, biaya produksi total yaitu Rp. 168.739.045, laba Rp. 105.824.089,-/ tahun. *Break Event Point* (BEP) Rp. 90.445.800 dan BEP *quantity* yaitu 5653 pack/tahun. *Benefit Cost Ratio* 1,7, *Payback Periode* yaitu 2 tahun, 10 bulan, 29 hari, *Internal Rate of Return* sebesar 20,29%, dan *Net Present Value* sebesar Rp. 20.300.865,-. Pemasaran CV. Bening Jati Anugrah yaitu pemasaran langsung, pemasaran melalui pengecer, pemasaran melalui agen dan pemasaran melalui *modern retailer*. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin diperoleh yaitu 37 orang atau 62% untuk responden perempuan, sedangkan responden laki-laki yaitu 23 orang atau 38%. Konsumen terbanyak membeli adalah konsumen dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 17 orang atau 34%, kemudian dengan pekerjaan sebagai wiraswasta/pengusaha sebanyak 11 orang atau 22%, pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 10 orang atau 20%, pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 6 orang atau 12%, dan yang terakhir masih berstatus sebagai pelajar sebanyak 6 orang atau 12%. Alasan konsumen membeli produk Siomay ikan adalah karena rasanya dan juga teksturnya.

Kata Kunci : finansial, pemasaran, karakteristik, siomay ikan

PENDAHULUAN

Salah satu bagian penting dalam pembangunan sektor kelautan dan perikanan adalah pengolahan, terutama peranannya dalam peningkatan nilai tambah dan daya saing produk. Keberadaan unit pengolahan ikan tersebut menyerap banyak tenaga kerja yang dilibatkan di bidang industri pengolahan dan pemasaran. Untuk itu, pengembangan industri pengolahan makin dibutuhkan di masa depan dan diharapkan akan terjadi perubahan signifikan dari kondisi sekarang ini.

Pemerintah melalui beberapa kebijakan dan regulasi yang berpihak pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terus mengembangkan usaha di bidang kelautan dan perikanan khususnya pemasaran dan pengolahan hasil perikanan. Pengembangan wirausaha tersebut diharapkan dapat

mendorong upaya penambahan jumlah wirausaha di Indonesia yang saat ini baru mencapai 0,18% dari jumlah penduduk.

Jumlah unit pengolahan ikan yang ada di Indonesia mencapai 60.117. termasuk diantaranya unit pengolahan yang menghasilkan *fish jelly product* seperti siomay, bakso ikan, nugget, kaki naga dan lainnya. Unit usaha ini, beberapa tahun ini telah berkembang cukup besar terutama di kota besar seperti Jakarta dan Surabaya baik dalam skala kecil menengah (UMKM) maupun skala besar. Hal ini diantaranya dapat disebabkan karena berkembangnya ekonomi nasional, dan juga perubahan pola konsumsi masyarakat yang menyukai makanan yang bergizi dan makanan siap saji karena kehidupan setiap individu yang semakin padat

CV. Bening Jati Anugrah merupakan salah satu UMKM yang memproduksi produk olahan ikan berbasis daging ikan. Salah satu produk unggulan yang dihasilkannya yaitu Siomay ikan yang mampu bersaing di pasar. Siomay adalah salah satu jenis dimsum di Indonesia terdapat berbagai jenis variasi siomay berdasarkan daging untuk isi, mulai dari siomay ikan tenggiri, ayam, udang, cumi, kepiting, atau campuran lainnya yang dicampur dengan sagu atau tapioka. Kulitnya yang lembut ditambah racikan bumbu rempah-rempah yang berkualitas menambah kelezatan rasanya ketika disantap baik oleh kalangan anak-anak hingga lansia.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi usaha produk siomay ikan melalui analisis aspek finansial dan juga preferensi konsumen terhadap produk siomay ikan yang dihasilkan CV. Bening Jati Anugrah.

MATERI METODE

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk aspek keuangan dengan cara mewawancarai pemilik usaha dan sumber-sumber lainnya yang mendukung dalam pengumpulan data. Analisis karakteristik konsumen terhadap siomay ikan kakap dilakukan dengan cara survei langsung di lapangan terhadap konsumen dengan menyebarkan kuisisioner sebanyak 50 kuisisioner terhadap responden yang membeli produk langsung ke CV. Bening Jati Anugrah dan membeli pada pengecer di kota Parung, Bogor, dan Depok yang merupakan tujuan pemasaran

Analisis data finansial dilakukan dengan Rugi/laba, BEP, B/C Ratio, PP, NPV, IRR, sedangkan data konsumen dengan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Aspek Keuangan (Finansial)

Analisis finansial merupakan salah satu cara mengukur tingkat kelayakan usaha yang berlaku secara menyeluruh dan pada umumnya. Suatu kegiatan usaha yang baik hendaknya dimulai dengan perencanaan yang baik dan matang melalui studi kelayakan usaha yang akurat. Secara umum tujuan analisis finansial terdiri atas berbagai tujuan yang ingin atau dicapai oleh suatu usaha, selain itu analisis dilakukan untuk mengetahui investasi, biaya variabel, biaya tetap, serta laba rugi dari suatu usaha.

3.1.1 Investasi

Investasi adalah modal yang diutamakan pertama kali dalam suatu usaha. Investasi yang ada di CV. Bening Jati Anugrah meliputi: tanah bangunan; bangunan; mesin penggiling; mesin pencampur; *cold storage*; *sealer*; freezer; meja *stainless*; timbangan; pisau besar; talenan; kipas angin kecil; kipas angin besar; baskom plastik; kompor, panci kukus; ember besar; para-para dll.dengan jumlah totalnya adalah Rp.379.818.865,-

3.1.2 Biaya produksi

Biaya produksi dibedakan menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan tingkat produksi, yang termasuk biaya variabel dalam pengolahan siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah antara lain: pembelian bahan baku utama dan bahan pembantu, bumbu-bumbu, tepung, kemasan, listrik, BBM dll. Biaya variabel per bulan adalah Rp.9.424.142,- sedangkan untuk per tahun adalah Rp.113.089.704,-. Menurut Umar (2005), titik berat dari biaya variabel ini adalah jumlah dari biaya variabel tersebut, bukan besarnya biaya variabel per unit.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap, tidak tergantung kepada perubahan tingkat kegiatan dalam menghasilkan produk didalam interval tertentu. Biaya tetap di CV. Bening Jati Anugrah adalah gaji pemilik usaha, upah karyawan, penyusutan investasi. Sedangkan menurut Umar (2005), yang termasuk biaya tetap antara lain: biaya penyusutan, tenaga kerja langsung, gaji direksi, dan listrik. Sedangkan total biaya tetap per bulan adalah Rp.4.637.445,- dan total per tahunnya yaitu Rp. 55.649.341,-.

3.1.3 Analisis titik impas / Break Event Point (BEP)

Analisis titik impas atau yang lebih dikenal dengan BEP merupakan suatu nilai dimana hasil penjualan produksi sama dengan biaya produksi sehingga pengeluaran sama dengan pendapatan. Perhitungan BEP digunakan untuk menentukan batas minimum volume penjualan agar suatu perusahaan tidak rugi. Selain itu, BEP dapat dipakai untuk merencanakan tingkat keuntungan yang dikehendaki dan sebagai pedoman dalam mengendalikan operasi yang sedang berjalan (Rahardi, 2001).

Besarnya nilai BEP (kapasitas produksi) untuk pengolahan siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah adalah 5653 pack per tahun dengan harga penjualan sebesar Rp.90.445.800. Dari hasil perhitungan BEP tersebut, pengolahan sosis ikan cukup baik dan layak untuk dikembangkan.

3.1.4 Analisis Laba / Rugi

Analisis laba/rugi diketahui dari selisih pendapatan dengan total biaya. dengan pendapatan per tahun adalah Rp 293.952.000,- dan total biaya produksi Rp 176.369.679,- sehingga laba sebelum pajak sebesar 10% yaitu Rp. 117.582.321,- dan laba bersih yaitu Rp.105.824.089,- per tahun.

3.1.5 Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)

Perhitungan B/C Ratio ini untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Bila nilainya 1 berarti usaha tersebut belum mendapatkan keuntungan sehingga perlu dilakukan pembenahan. Semakin kecil hasil perhitungan B/C Ratio ini maka perusahaan akan semakin menderita kerugian (Rahardi, 2001). Hasil perhitungan

B/C Ratio adalah 1,7 artinya, pendapatan yang diterima besarnya 1,7 kali dari total biaya produksi atau sebesar 170%.

3.1.6 Payback Period

Analisis *Payback Period* (PP) atau waktu balik modal dalam studi kelayakan siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah waktu yang ditempuh selama 2,94 (2 tahun, 10 bulan, 3 hari) artinya modal investasi yang dikeluarkan untuk membangun usaha siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah akan kembali setelah usaha tersebut dijalankan dalam waktu 8 tahun, 4 bulan, 39 hari.

Menurut Ibrahim (2003), bahwa semakin cepat dalam pengembalian biaya investasi sebuah proyek, semakin baik proyek tersebut karena semakin lancar perputaran modal.

3.1.7 Internal Rate of Return (IRR)

Internal Rate of Return (IRR) digunakan untuk mencari tingkat suku bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang. Hasil perhitungan IRR Usaha pengolahan Siomay ikan kakap merah diperoleh sebesar 20,29%. Nilai IRR tersebut masih di atas tingkat suku bunga yang berlaku yaitu sebesar 18%, berarti usaha pengolahan siomay ikan kakap merah layak untuk dijalankan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2006), *Internal Rate of return* (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil *intern*. Apabila nilai IRR (<) dari bunga pinjaman, maka ditolak.

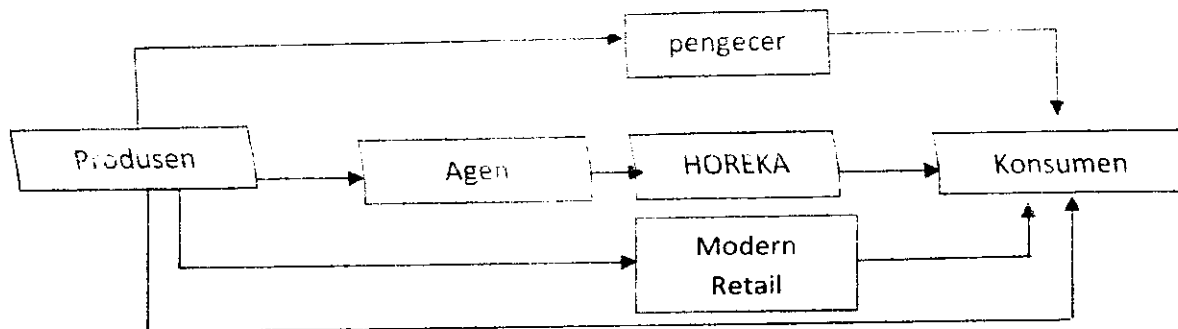
3.1.8 Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) usaha pengolahan siomay ikan kakap merah dari hasil perhitungan nilai sekarang berdasarkan tingkat suku bunga pinjaman UKM (18%) diperoleh sebesar Rp.20.300.865,-. NPV ini menunjukkan nilai bersih yang diperoleh dari usaha yang dijalankan. Nilai NPV yang lebih besar dari nol (positif) berarti usaha tersebut layak untuk dijalankan. Hasil penilaian investasi usaha pengolahan siomay ikan kakap merah terhadap *net present value* (NPV) dapat dilihat pada lampiran 7.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2006), *net present value* (NPV) merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dengan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Menurut Ibrahim (2003), apabila *net present value* (NPV) (>0), maka usaha atau proyek tersebut layak untuk dilaksanakan dan apabila *net present value* (NPV) (<0), maka usaha atau proyek tidak layak untuk dilaksanakan.

3.2 Analisis saluran pemasaran

CV. Bening Jati Anugrah memasarkan produknya dengan beberapa cara, yaitu secara langsung kepada konsumen, memasarkan melalui agen, pengecer, dan memasarkannya melalui *modern retailer*. Diagram saluran distribusi pemasaran siomay ikan CV. Bening Anugrah dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram distribusi produk siomay ikan CV. Bening Jati Anugrah

Berdasarkan Gambar 1, terdapat 4 cara pemasaran produk siomay ikan di CV. Bening Jati Anugrah, yaitu, pemasaran langsung, pemasaran melalui pengacer, pemasaran melalui agen, dan pemasaran melalui *modern retailer*.

Pemasaran langsung yaitu dimana konsumen membeli langsung produk siomay ikan ke CV. Bening Jati Anugrah, meskipun tidak memiliki outlet khusus untuk menjual produknya tetapi CV. Bening Jati Anugrah tetap melayani konsumen yang membeli produk langsung di perusahaan, penjualan dengan cara ini produk siomay dihargai dengan harga Rp. 16000,-/ pack isi 500 gram, dimana harga ini cukup murah bagi konsumen jika dibandingkan dengan membeli pada pengecer.

Pemasaran melalui pengecer adalah dimana pengecer membeli produk langsung kepada CV. Bening Jati Anugrah seharga Rp. 15.500,-/pack yang kemudian dijual kembali kepada konsumen dengan harga Rp. 18.000,-/pack, sehingga diperoleh margin Rp. 2500,-/pack

Pemasaran dengan cara melalui agen merupakan cara pemasaran yang paling besar nilai penjualannya, hal ini dikarenakan agen memiliki koneksi khusus dengan Hotel, Restoran, dan Katering (HOREKA) di beberapa daerah di sekitar JABODETABEK dan Bandung, tetapi dengan label yang mereka desain sendiri dan menggunakan merk dagang "FERONIS", agen ini hampir setiap hari memasok siomay dan produk olahan lain dari CV. Bening Jati Anugrah ke HOREKA, penjualan dengan cara ini produk siomay dihargai Rp. 15500,-/pack, kemudian agen menjual produk ke HOREKA dengan harga Rp. 20.000,-/pack, sehingga di dapat margin yaitu Rp. 4500,-/pack, sedangkan margin harga dari HOREKA ke konsumen tidak diketahui, hal ini dikarenakan agen merahasiakan lokasi dan nama HOREKA yang mereka pasok, dengan alasan ketatnya persaingan untuk memasuki pasar tersebut.

Pemasaran *modern retail* merupakan sistem pemasaran dengan cara bekerja sama dengan perusahaan *retailer*, CV. Bening Jati Anugrah bekerja sama dengan perusahaan *retailer* yaitu LotteMart, dimana produk siomay ikan ini dijual ke *retailer* dengan harga Rp. 30.000,-/Kg, sedangkan LotteMart menjual produk siomay kepada konsumen dengan harga Rp 35.000 / Kg , sehingga margin yang diperoleh yaitu Rp. 5000,-/Kg.

3.3 Karakteristik Konsumen

Konsumen dapat dibedakan secara demografis yaitu menurut perbedaan umur, suku, ras, agama, latar belakang pendidikan, pekerjaan, penghasilan, jabatan dan jumlah anggota keluarga. Faktor demografis mempunyai pengaruh besar

sekali terhadap jenis dan tingkat mendesaknya kebutuhan barang dan jasa. Dengan demikian faktor demografis akan mempengaruhi jenis dan jumlah barang dan jasa yang dibeli tiap golongan konsumen (Sutojo, 2011).

Berdasarkan hasil survei responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak membeli dari pada responden yang berjenis kelamin laki-laki. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Responden | |
|---------------|----------------|-----|
| | Jumlah (Orang) | % |
| Laki-laki | 23 | 38 |
| Perempuan | 37 | 62 |
| Total | 50 | 100 |

Sebagian besar responden siomay ikan kakap termasuk pada usia produktif. Kelompok umur produktif responden kebanyakan sudah memiliki penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan. Karakteristik responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan kelompok umur

| Umur | Responden | |
|---------------|----------------|-----|
| | Jumlah (Orang) | % |
| < 20 Tahun | 2 | 4 |
| 20 - 25 Tahun | 5 | 10 |
| 26 - 30 Tahun | 16 | 32 |
| 31 - 40 Tahun | 15 | 30 |
| 41 - 50 Tahun | 12 | 24 |
| > 50 Tahun | 0 | 0 |
| Total | 50 | 100 |

Mayoritas responden dengan tingkat pendidikan rendah (SD, SMP), sedang (SMA), maupun tinggi (D3, Sarjana) memiliki kesadaran untuk lebih peduli kesehatan yaitu dengan memperhatikan faktor gizi pada makanan yang dikonsumsi, salah satunya pada produk siomay ikan kakap. Jumlah karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

| Pendidikan Terakhir | Responden | |
|---------------------|----------------|-----|
| | Jumlah (Orang) | % |
| SMP | 2 | 4 |
| SMU | 31 | 62 |
| Diploma (D3) | 5 | 10 |
| S1 | 11 | 22 |
| S2 | 1 | 2 |
| Total | 50 | 100 |

Jenis pekerjaan responden siomay ikan kakap adalah beragam jenisnya, berbagai jenis pekerjaan tersebut tentunya juga berbeda dengan tingkat pendapatan, sehingga masing-masing memiliki pertimbangan tersendiri dalam mengambil keputusan untuk menentukan pengeluaran atau memenuhi kebutuhannya. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

| Pekerjaan | Responden | |
|----------------------|----------------|-----|
| | Jumlah (Orang) | % |
| Pelajar | 6 | 12 |
| Pegawai Negeri Sipil | 6 | 12 |
| Pegawai Swasta | 10 | 20 |
| Wiraswasta/Pengusaha | 11 | 22 |
| Ibu Rumah Tangga | 17 | 34 |
| Total | 50 | 100 |

Sebagian besar responden siomay ikan kakap pendapatannya adalah diatas Rp. 1.000.000 karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatannya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan

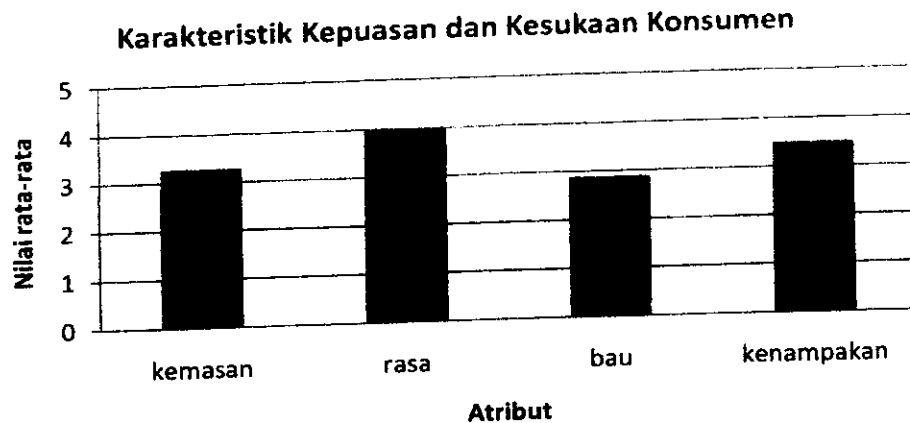
| Penghasilan/bulan (Rp) | Responden | |
|------------------------|----------------|-----|
| | Jumlah (Orang) | % |
| Belum berpenghasilan | 6 | 12 |
| 500.000 - 1.500.000 | 5 | 10 |
| 1.500.000 – 2.500.000 | 21 | 42 |
| 2.500.000 – 3.500.000 | 14 | 28 |
| > 3.500.000 | 4 | 8 |
| Total | 50 | 100 |

3.4. Karakteristik terhadap kesukaan dan kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, dan nilai-nilai perusahaan (Umar, 2005).

Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam setiap pembelian suatu produk akan mempertimbangkan atribut-atribut yang ada pada setiap produk. Konsumen yang membeli produk siomay ikan kakap mempertimbangkan berdasarkan kesukaan dan kepuasannya yang meliputi rasa, bau, kenampakan, dan kemasan. Atribut yang melekat pada siomay ikan kakap merupakan daya tarik bagi konsumen pada saat membeli, untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk siomay ikan kakap maka perlu dianalisis mengenai tingkat kesukaan dan kepuasan

konsumen terhadap produksi may ikan kakap. Tingkat kesukaan dan kepuasan konsumen dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik karakteristik berdasarkan kesukaan dan kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, dapat diketahui bahwa atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap siomay ikan kakap adalah atribut rasa. Konsumen cenderung memilih atribut rasa sebagai pertimbangan pertama dalam melakukan pembelian terhadap siomay ikan kakap, dibandingkan dengan atribut lain. Rasa dan kekenyalan secara langsung dapat dirasakan atau dinikmati oleh indera pengecap seseorang.

Atribut kedua yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah kemasan. Kemasan sangat penting bagi konsumen, kaitanya untuk menjaga ke higienisan dari siomay ikan kakap serta untuk mengetahui berbagai informasi yang tercantum seperti komposisi dan masa kadaluawarsa. Atribut ketiga yang dipertimbangkan konsumen untuk membeli siomay ikan kakap adalah bau, pada atribut ini konsumen sangat mempertimbangkan untuk membeli siomay ikan kakap karena bau dapat langsung dirasakan oleh indera pencium. Adanya analisis mengenai tingkat kesukaan dan kepuasan konsumen, maka dapat membantu produsen dalam mengetahui atribut apa yang paling dipertimbangkan dan tidak dipertimbangkan oleh konsumen, sehingga dari hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan langkah perbaikan produsen dalam memperbaiki kualitas dari produk siomay ikan

KESIMPULAN

1. Usaha pengolahan siomay di CV. Bening Jati Anugrah secara aspek finansial investasi *payback periode* (PP) selama 1 tahun 2 bulan 5 hari, *Net Present Value* (NPV) Rp 19,574,186, *Internal Rate of Return* (IRR) 20,29%, *B/C Ratio* 1,20%, $BEP_{(Q)}$ 302 bungkus, dan $BEP_{(Rp)}$ Rp3,752,224.
2. Rantai distribusi yang dilaksanakan di CV. Bening Jati Anugrah adalah sistem pemasaran langsung dan tidak langsung, dimana untuk pemasaran langsung konsumen datang langsung ke CV. Bening Jati Anugrah dan pemasaran tidak langsung yaitu melalui sistem *Retail modern* di *supermarket* "lottemart" dan para agen serta pengecer.
3. Sebagian besar konsumen produk siomay ikan kakap dengan tingkat pendidikan menengah (SMA), dan memiliki profesi yang beraneka ragam

dengan pendapatan diatas Rp. 1.000.000. dan atribut-atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen berurutan adalah rasa, kemasan, kenampakan, dan bau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2006. Studi Kelayakan Bisnis. Kencana. Jakarta.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2011. Pusat data, statistik dan informasi. Pusat Data Statistik dan Informasi. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran, edisi Sembilan. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Marius, P. A. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Nurjanah. 2011. Pengetahuan dan Karakteristik Bahan Baku Hasil Perairan. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Pandji, A. 2000. Manajemen Bisnis. Rineka Cipta. Jakarta
- Pertiwi, I. 2000. Analisa Pemasaran Usahatani dan Saluran Pemasaran. Skripsi Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor. (tidak dipublikasikan)
- Silvanie, F. 2003. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran. Skripsi Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor. (tidak dipublikasikan)
- Sourana, M. 2002. Analisis Pemasaran Kemiri. Skripsi. Jurusan Manajemen Hutan. Fakultas Kehutanan. IPB. Bogor. (tidak dipublikasikan)
- Sudari dan Ismanadji. 1985. Analisis Mutu Pangan. Penebar Swadaya. Jakarta
- Umar, H. 2005. Studi Kelayakan Bisnis, edisi 3. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

PERTANYAAN

- Apakah produksi di CV Benih Anugrah berdaya tahan produk?

JAWABAN

- Harga Rp. 30.000/kg biasanya dijual per pack dan 1 packnya berisi ½ kg. Produk yang dijual mudah basi pada suhu freezer, hanya dapat bertahan 3 bulan, sebagai contoh adalah siomay. Pemanfaatan dengan suhu tinggi dan produk yang dijual bermacam-macam, tetapi yang paling laku di pasaran adalah produk siomay. Untuk pengemasan produk sudah sesuai informasi dari binaan pemerintah Bogor.