

EFEKTIVITAS PROFITABILITAS TERHADAP PENGGUNAAN MODAL KERJA DAN PEMASARAN PADA KEDAI PESISIR KOTA PAREPARE

EFFECTIVENESS OF PROFITABILITY ON USE WORKING CAPITAL AND MARKETING IN BED COASTAL OF PAREPARE CITY

Riskianti

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Parepare

Email : 034riskiantisipi@Gmail.com

Abstract

A maximum 250 words abstract in english in italics with times new roman 11 point. Abstract should be clear, descriptive, and should provide a brief overview of the problem studied. Abstract topics reasons for the importance of research topics, research methods and a summary of the results. Abstract should end with a comment about the importance of the results or conclusions brief.

Budget, cost, effective, management.

PENDAHULUAN

Dokumen ini adalah template untuk persi word(doc). Anda dapat menggunakan versi dokumen ini sebagai referensi untuk menulis manuscript anda. Pendahuluan menguraikan latar belakang permasalahan yang diselesaikan, isu-isu yang terkait dengan masalah yang diselesaikan, ulasan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh penelitian lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Serta menguraikan tinjauan teori terkait variabel yang diteliti.

METODE PENELITIAN

Jenis data, sumber data dan teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan jenis data Kuantitatif sumber data dari person, place, paper dan teknik pengumpulan data secara observasi, interview dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Jenis Data

Data kuantitatif data yang berupa angka atau bilangan seperti data pembayaran bahan baku dan data lainnya yang terkait.

Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yang akan dijelaskan dibawah ini.

- a. Person (orang) yaitu sumber data berupa orang atau pegawai Kedai Pesisir Kelurahan Cappa Galung Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan berupa melalui wawancara atau jawaban tulisan melalui angket.
- b. Place (tempat) yaitu Kedai Pesisir Kelurahan Cappa Galung Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare.
- c. Paper (dokumen) dokumen terkait keuntungan Kedai Pesisir Kelurahan Cappa Galung Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada kegiatan perusahaan Kedai Pesisir Kota Parepare.

2. Interview

Teknik interview dilakukan dengan mengadakan wawancara secara langsung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data berupa dokumen-dokumen yang dibutuhkan baik dari perpustakaan maupun yang berasal dari Kota Parepare.

Teknik Analisis Data

Menurut Tobing dan Talankky (2004), profitabilitas adalah kemampuan memperoleh laba, kemampuan persero untuk memperoleh laba dan potensi untuk

memperoleh penghasilan pada masa yang akan datang yang dapat diukur dengan Return On Equity (ROE) dan Return On Assets (ROA). Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Menurut Sawir (2005), profitabilitas adalah hasil akhir bersih dan berbagai kebijakan dan keputusan manajemen.

Menurut Riyanto (2001), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Menurut Sartono (1998), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya. Jika perusahaan berhasil meningkatkan profitabilitasnya, dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan laba yang tinggi. Sebaliknya, sebuah perusahaan memiliki profitabilitas rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik, sehingga tidak mampu menghasilkan laba yang tinggi.

Cara menilai profitabilitas perusahaan adalah bermacam-macam tergantung pada laba dan aktiva atau model mana yang akan dibandingkan satu dengan lainnya. Menurut Sawir (2008) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas dapat dibagi atas lima jenis, yaitu:

1. Margin Laba Kotor (Gross Profit Margin) Margin laba kotor (Gross Profit Margin) berfungsi untuk mengukur tingkat pengembalian keuntungan kotor terhadap penjualan bersihnya. Persamaan untuk mengukur margin laba kotor menurut Riyanto (2011) adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Penjualan bersih laba kotor adalah penjualan bersih (net sales) dikurangi dengan harga pokok penjualan. Penjualan bersih (net sales) adalah total penjualan bersih selama satu tahun.

2. Margin Laba Bersih (Net Profit Margin) Margin laba bersih (net profit margin) berfungsi untuk mengukur tingkat pengembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Nilai margin laba bersih berada di antara nol dan satu. Semakin besar mendekati satu, maka berarti semakin efisien biaya yang dikeluarkan dan semakin besar pula tingkat kembalian keuntungan bersih.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Temuan Penelitian

Tabel 5.1
Data Produksi pada tahun 2017 pada kedai pesisir kota parepare

No	Tgl/bln/thn	Jns bhn baku	Jlh bhn baku /kg	Hrg bhn baku Rp/kg	Nilai total bhn baku/Rp	Jlh prod uksi	Harga Produksi/ Rp	Keuntungan /Rp
1.	02/01/17	Ikan	67	30.000	2.010.000	33	100.000	3.300.000
2.	05/01/17	Ikan	70	30.000	2.100.000	35	100.000	3.500.000
3.	07/01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
4.	10/01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
5.	11/01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
6.	12/01/17	Ikan	70	30.000	2.100.000	35	100.000	3.500.000

7.	14/01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
8.	15 /01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
9.	19 /01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
10.	22/01/17	Ikan	90	30.000	2.700.000	45	100.000	4.500.000
11.	29 /01/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
12.	30/01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
13.	02/02/17	Ikan	80	30.000	2.400.000	40	100.000	4.000.000
14.	04/02/17	Ikan	90	30.000	2.700.000	42	100.000	4.200.000
15.	12/012/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
16.	18 /01/217	Ikan	80	30.000	2.400.000	38	100.000	3.800.000
17.	20/02/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
18.	21/02/17	Ikan	20	30.000	600.000	10	100.000	1.000.000
19.	24/02/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
20.	27/02/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
21.	28/02/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
22.	03/03/17	Ikan	75	30.000	2.250.000	36	100.000	3.600.000
23.	06/03/17	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.000
24.	08/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
25	13/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
26	17/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
27.	20/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
28.	22/03/17	Ikan	65	30.000	1.950.000	32	100.000	3.200.000
29.	25/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
30.	30/03/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000

31.	03/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
32.	08/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	45	100.000	4.500.000
33.	12/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	46	100.000	4.600.000
34.	17/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
35.	22/04/17	Ikan	90	30.000	2.700.000	42	100.000	4.200.000
36.	25/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.000.000
37.	30/04/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	47	100.000	4.700.000
38.	03/05/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	47	100.000	4.700.000
39.	08/05/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	47	100.000	4.700.000
40.	14/05/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
41.	19/01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
42.	23/01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	47	100.000	4.700.000
43.	29/01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
44.	01/01/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
45.	05/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
46.	11/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
47.	17/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
48.	20/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
49.	23/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000
50.	29/06/17	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	4.800.000

Sumber: Kedai Pesisir Kota Parepare

Berdasarkan Tabel 5.1 Data Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jenis bahan baku berupa ikan .Pada bulan Januari 2017 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 12 kali. Pada bulan Februari Kedai Pesisir Melakukan produksi sebanyak 8 kali. Pada bulan Maret 2017 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 8 kali.Pada bulan April 2017 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 7 kali. Pada bulan Mei 2017 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 6 kali. Dan pada bulan Juni 2017 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 7 kali.

Tabel 5.2
Data Produksi Pada Tahun 2018 Pada Kedai Pesisir Kota Parepare

No	Tgl/bln/thn	Jns bhn baku	Jlh bhn baku /kg	Hrg bhn baku Rp/kg	Nilai total bhn baku/Rp	Jlh prod uksi	Harga Produksi/ Rp	Keuntungan/ Rp
1.	04/01/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	25	100.000	2.500.0000
2.	12/01/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
3.	18/01/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
4.	26/01/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
5.	29/01/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.400.000
6.	27/02/18	Ikan	70	30.000	2.100.000	35	100.000	3.500.000
7.	01/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
8.	03/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
9.	05/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
10.	07/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
11.	09/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
12.	13/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
13.	15/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
14.	22/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
15.	23/03/18	Ikan	50	30.000	1.500.000	24	100.000	2.640.000
16.	28/03/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.500.000
17.	02/04/18	Ikan	90	30.000	2.700.000	42	100.000	4.620.000
18.	04/04/18	Ikan	80	30.000	2.400.000	40	100.000	4.400.000
19.	13/04/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.500.000
20.	17/04/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.500.000
21.	24/04/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.500.000
22.	01/05/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	50	100.000	5.500.000
23.	08/05/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
24.	12/05/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
25.	23/05/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
26.	27/05/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000

27.	03/06/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
28.	06/06/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
29.	08/06/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
30.	11/06/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000
31.	17/06/18	Ikan	100	30.000	3.000.000	48	100.000	5.280.000

Sumber : Kedai Pesisir Kota Parepare

Berdasarkan Tabel 5.2 Data Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jenis bahan baku berupa ikan setiap harinya melakukan produksi abon ikan. Pada bulan Januari 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 5 kali. Pada bulan Februari 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 1 kali. Pada bulan Maret 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 10 kali. Pada bulan April 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 5 kali. Pada bulan Mei 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 5 kali. Pada bulan Juni 2018 Kedai Pesisir melakukan produksi sebanyak 5 kali.

Tabel 5.3

Analisis Data pada Kedai Pesisir Kota Parepare

No	Bulan	Jns bhn baku	Jlh bhn baku /kg	Hrg bhn baku Rp/kg	Nilai total bhn baku/Rp	Jlh prod uksi	Harga Produksi/ Rp	Keuntungan/R p
1	Jan	Ikan	797	30.000	23.910.000	398	100.000	39.800.000
2	Feb	Ikan	620	30.000	18.600.000	298	100.000	29.800.000
3	Mar	Ikan	890	30.000	23.700.000	357	100.000	35.700.000
4	Apr	Ikan	690	30.000	20.700.000	328	100.000	32.800.000
5	Mei	Ikan	600	30.000	18.000.000	286	100.000	28.600.000
6	Jun	Ikan	700	30.000	24.000.000	296	100.000	29.600.000
jumlah			4297	180000	128.910.000	1963	600.000	196.300.000

Sumber : Hasil analisis (2017)

Berdasarkan Tabel 5.3 Data Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jenis bahan baku Ikan pada bulan Januari dengan jumlah bahan baku 797 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 23.910.000 dengan jumlah produksi 398 kg dengan harga produksi Rp 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 39.800.000. Pada Februari dengan jumlah bahan baku 620 kg dengan harga bahan baku Rp. 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 18.600.000 dengan jumlah produksi 298 kg dengan harga produksi Rp. 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp. 29.800.000. Pada bulan Maret dengan jumlah bahan baku 890 kg dengan harga bahan baku Rp. 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 23.700.000 dengan jumlah produksi 357 kg dengan harga produksi Rp. 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp. 35.700.000. Pada bulan April dengan jumlah bahan baku 690 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 20.700.000 dengan jumlah produksi 328 kg dengan harga produksi Rp. 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 32.800.000. Pada bulan Mei dengan jumlah bahan baku 600 kg dengan harga bahan baku sebesar Rp 30.000/kg sehingga mencapai Rp 18.000.000 dengan jumlah produksi 286 kg dengan harga produksi Rp 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 28.600.000. dan Pada bulan Juni dengan jumlah bahan baku 700 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp. 24.000.000 dengan jumlah produksi 296 kg dengan harga produksi Rp 100.000/kg mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 29.600.000.

Tabel 5.4

Analisis Data pada Kedai Pesisir Kota Parepare

No	bulan	Jns bhn baku	Jlh bhn baku /kg	Hrg bhn baku Rp/kg	Nilai total bhn baku/Rp	Jlh Prod uksi	Harga Produksi	Keuntungan
1	Jan	Ikan	250	30.000	7.500.000	155	100.000	15.500.000
2	Feb	Ikan	70	30.000	2.100.000	35	100.000	3.500.000

3	Mar	Ikan	550	30.000	16.000.000	266	100.000	26.600.000
4	Apr	Ikan	470	30.000	14.100.000	232	100.000	23.200.000
5	Mei	Ikan	500	30.000	15.000.000	242	100.000	24.200.000
6	Jun	Ikan	200	30.000	15.000.000	192	100.000	19.200.000
Jumlah			2024	180000	69.300.000	1122	600.000	112.200.000

Sumber : Hasil analisis (2018)

Berdasarkan Tabel 5.4 Data Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jenis bahan baku Ikan pada bulan Januari dengan jumlah bahan baku 250 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 7.500.000 dengan jumlah produksi 155 kg dengan harga produksi Rp 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 15.500.000. Pada Februari dengan jumlah bahan baku 70 kg dengan harga bahan baku Rp. 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 2.100.000 dengan jumlah produksi 35 kg dengan harga produksi Rp. 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp. 3.500.000. Pada bulan Maret dengan jumlah bahan baku 550 kg dengan harga bahan baku Rp. 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 16.000.000 dengan jumlah produksi 266 kg dengan harga produksi Rp.100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp.26.600.000. Pada bulan April dengan jumlah bahan baku 470 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp 14.100.000 dengan jumlah produksi 232 kg dengan harga produksi Rp.100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 23.200.000. Pada bulan Mei dengan jumlah bahan baku 500 kg dengan harga bahan baku sebesar Rp 30.000/kg sehingga mencapai Rp 15.000.000 dengan jumlah produksi 242 kg dengan harga produksi Rp 100.000 mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 24.200.000. dan Pada bulan Juni dengan jumlah bahan baku 200 kg dengan harga bahan baku Rp 30.000/kg sehingga mencapai nilai total bahan baku Rp.15.000.000 dengan jumlah produksi 192 kg dengan harga produksi Rp 100.000/kg mampu mencapai keuntungan sebesar Rp 19.200.000.

Tabel 5.5

Hasil Analisis menggunakan Rumus ROE Pada Kedai Pesisir Kota Parepare

No	Bulan	Ekuitas/Rp	Keuntungan/Rp	ROE/%
1	Jan	23.910.000	39.800.000	1,664%
2	Feb	18.600.000	29.800.000	1,602%
3	Mar	23.700.000	35.700.000	1,506%
4	Apr	20.700.000	32.800.000	1,584%
5	Mei	18.000.000	28.600.000	1,588%
6	Juni	24.000.000	29.600.000	1,233%
Jumlah		128.910.000	196.300.000	9,177%

Sumber : Hasil analisis(2017)

Hasil dari analisis data diatas pada Tahun 2017 yang menggunakan rumus ROE dimana rumus REO sebagai berikut :

Laba Bersih Setelah Pajak

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Dimana pada pada bulan Januari Ekuitas sebanyak Rp.23.910.000 dengan keuntungan sebesar 39.800.000 sehingga mendapatkan REO 1,664%. Pada Februari jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 18.600.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 29.800.000 sehingga mendapatkan REO 1,602%. Pada bulan Maret jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 23.700.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 35.700.000 sehingga mendapatkan REO 1,506%. Pada bulan April jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 20.700.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 32.800.000 sehingga mendapatkan REO 1,584% . Pada bulan Mei jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 24.000.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 28.600.000 sehingga mendapatkan REO 1,588%. Dan pada bulan Juni jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 24.000.000 dengan keuntungan sebesar Rp.29.600.000 sehingga mendapatkan REO 1,233%.

Sehingga pada Tahun 2017 selama enam bulan Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jumlah Ekuitas sebanyak 128.910.000 dengan keuntungan sebesar 196.300.000 mendapatkan REO 9,177%.

Jadi pada Tahun 2017 Keuntungan yang didapatkan pada Kedai Pesisir Kota Parepare sebesar 9%.

Tabel 5.6

Hasil Analisis menggunakan Rumus ROE Pada Kedai Pesisir Kota Parepare.

No	bulan	Ekuitas/Rp	Keuntungan/Rp	ROE%
1	Jan	7.500.000	15.500.000	2%
2	Feb	2.100.000	3.500.000	1,666%
3	Mar	16.000.000	26.600.000	1,6625%
4	Apr	14.100.000	23.200.000	1,645%
5	Mei	15.000.000	24.200.000	1,613%
6	Juni	15.000.000	19.200.000	1,28%
Jumlah		69.300.000	112.200.000	9,8665%

Sumber : Hasil analisis (2018)

Hasil dari analisis data diatas pada Tahun 2018 yang menggunakan rumus ROE dimana rumus REO sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Dimana pada pada bulan Januari Ekuitas sebanyak Rp.7.500.000 dengan keuntungan sebesar 15.500.000 sehingga mendapatkan REO 2%. Pada Februari jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 2.100.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 3.500.000 sehingga mendapatkan REO 1,666%. Pada bulan Maret jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 16.000.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 26.600.000 sehingga mendapatkan REO 1,6625%. Pada bulan April jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 14.100.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 23.200.000 sehingga mendapatkan REO 1,645% . Pada bulan Mei jumlah Ekuitas sebanyak Rp.15.000.000 dengan keuntungan sebesar Rp. 24.200.000 sehingga mendapatkan REO 1,613%. Dan pada bulan Juni jumlah Ekuitas sebanyak Rp. 15.000.000 dengan keuntungan sebesar Rp.19.200.000 sehingga mendapatkan REO 1,28%.

Sehingga pada Tahun 2018 selama enam bulan Kedai Pesisir Kota Parepare dengan jumlah Ekuitas sebanyak 69.300.000 dengan keuntungan sebesar 112.200.000 mendapatkan REO 9,8665%.

Jadi pada Tahun 2017 Keuntungan yang didapatkan pada Kedai Pesisir Kota Parepare sebesar 10%.

2. Pembahasan Penelitian

Menurut Tobing dan Talankky (2004), profitabilitas adalah kemampuan memperoleh laba, kemampuan persero untuk memperoleh laba dan potensi untuk memperoleh penghasilan pada masa yang akan datang yang dapat diukur dengan Return On Equity (ROE) dan Return On Assets (ROA).

Syafri, 2008 Return On Equity ialah Perbandingan Antara Laba Bersih Sesudah Pajak Dengan Total Ekuitas. Return On Equity ialah Suatu Pengukuran Dari Penghasilan (Income) Yang Tersedia Bagi Para Pemilik Perusahaan (Baik Itu Pemegang Saham Biasa Ataupun Pemegang Saham Preferen) Atas Modal Yang Mereka Investasikan Di Dalam Suatu Perusahaan.

Sawir 2009 Return On Equity ialah Rasio Yang Memperlihatkan Sejauh Manakah Perusahaan Tersebut Mengelola Modal Sendiri (Net Worth) Dengan Secara Efektif, Mengukur Tingkat Keuntungan Dari Investasi Yang Telah Dilakukan Pemilik Modal Sendiri Ataupun Pemegang Saham Suatu Perusahaan. ROE Tersebut Menunjukkan Rentabilitas Modal Sendiri Atau Yang Sering Disebut Dengan Rentabilitas Usaha.

Return On Equity Dapat Dihitung Dengan Formula:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Sehingga dapat diketahui tingkat Profitabilitas pada Tahun 2017 sampai Tahun 2018 pada Kedai Pesisir Kota Parepare dengan menggunakan rumus REO dimana pada Tahun

2017 keuntungan yang didapatkan di Kedai Pesisir Kota Parepare sebesar 9% dan pada Tahun 2018 keuntungan yang didapatkan di Kedai Pesisir Kota Parepare naik jadi 10%.

Jadi tingkat Profitabilitas terhadap Penggunaan Bahan Baku pada Kedai Pesisir Kota Parepare mengalami peningkatan.

3. Sistem Pemasaran pada Keadai Pesisir Kota Parepare

Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas perairan sekitar 5,85 juta km² (75% dari total wilayah Indonesia) terdiri dari 0,35 juta km² perairan teritorial; 2,8 juta km² perairan laut nusantara; dan 2,7 juta km² laut ZEEI (Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia). Selain itu wilayah pesisir dan laut Indonesia dikenal dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati (biodiversity) laut terbesar di dunia. Potensi perikanan Indonesia sangatlah banyak, baik dari segi perikanan darat, dan laut. (Dahuri, 2002).

Potensi perikanan Indonesia yang banyak terkadang dieksploitasi, dan juga terkadang mengalami pembusukan dikarenakan cara penangkapan yang kurang efektif sehingga menurunkan mutu dari ikan, hal ini dapat berkurang dengan melakukan pengolahan. Pengolahan yang diharapkan mampu mempertahankan mutu serta memperpanjang masa simpan dari ikan sebagai bahan baku salah satu pengolahan ikan adalah abon ikan. Abon ikan merupakan jenis makanan yang diolah dan terbuat dari ikan segar. Produk abon ikan yang dihasilkan mempunyai tekstur lembut, rasa enak, dan bau khas, serta mempunyai daya awet yang relatif lama. Abon ikan cocok pula dikonsumsi sebagai pelengkap bahan makanan seperti roti ataupun sebagai lauk-pauk.

Abon ikan juga merupakan produk yang mudah di kerjakan, peralatan yang dibutuhkan pun relatif sederhana sehingga untuk memulai usaha ini tidak memerlukan biaya investasi yang besar. Oleh sebab itu, usaha pengolahan abon ikan ini bisa dilakukan dalam skala usaha kecil. Hal ini membuat usaha pengolahan abon ikan sangat berpotensi untuk dikembangkan di wilayah yang memiliki sumberdaya perikanan laut yang melimpah (Karyono dan Wachid, 1982)

Produk yang dihasilkan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare berupa abon ikan, memiliki nilai ekonomis sehingga memiliki nilai pasar yang baik, jika dipasarkan dengan konsep pemasaran yang mana berorientasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendapatkan keuntungan yang maksimal bagi kelompok pengolahan ikan tersebut serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen yang berakhir menjadi pelanggan.

Pemasaran yang baik salah satunya adalah dengan menerapkan atau mengimplementasikan bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki 4 unsur pendukung yaitu: 1) produk (product): sesuatu yang bisa dilihat, diraba maupun dirasakan dengan tampilan atau kemasan yang menarik perhatian konsumen; 2) harga (price): nilai produk yang ditawarkan yang mudah dijangkau semua konsumen dari berbagai lapisan masyarakat; 3) distribusi (place): pemilihan saluran pemasaran yang tetap sasaran, serta 4) promosi (promotion): informasi yang tepat sasaran kepada konsumen.

Sampai saat ini pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare hanya sebatas penjualan saja dan pada konsumen yang berada di Dinas Kelautan dan masyarakat kota Parepare, namun masih menggunakan cara yang tradisional yaitu hanya sebatas menawarkan produk saja. Jika dilihat dari pola pemasaran yang digunakan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare perlu dilakukan perubahan guna meningkatkan pemasaran dengan mengimplementasikan bauran pemasaran (marketing mix) sebagai metode pemasaran dari kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare. Produk abon ikan juga merupakan produk baru yang butuh kerja keras dari kelompok dalam mengimplementasi marketing mix guna meraih pangsa pasar yang besar sebab berdasarkan observasi awal peneliti dijumpai bahwa penerapan marketing mix pada pemasaran abon ikan kurang maksimal sehingga pemasaran hanya terbatas pada dua lokasi saja.

a. Manajemen Pemasaran

Pemasaran pada hakikatnya ialah memenuhi segala bentuk keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mendatangkan keuntungan bagi produsen, dan sudah sewajarnya produsen lebih mengedepankan aspirasi konsumen mengenai produk

yang ingin ditawarkan sehingga konsumen merasa bahwa segala bentuk dan keinginannya bisa tercapai lewat produk yang ditawarkan oleh produsen.

Berdasarkan hal ini maka kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare mulai mengatur pemasaran yang dilakukan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengkonsumsi ikan bisa tercapai lewat produk olahan ikan yaitu abon ikan.

Saat mengatur pemasaran kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare mengatur berdasarkan tujuan dan sasaran yang sudah ditetapkan sebelumnya yaitu 1) Memperoleh profit semaksimal mungkin, 2) Mempromosikan atau memperkenalkan produk abon ikan kepada masyarakat luas, sebab produk abon ikan merupakan produk baru yang butuh kerja keras kelompok dalam manajemen produk tersebut, agar produk abon ikan bisa di kenal oleh masyarakat luas sehingga tujuan dan sasaran yang diinginkan bisa tercapai. Berdasarkan kedua tujuan dan sasaran tersebut maka kelompok mulai manage pemasaran sebagai berikut:

1. Perencanaan

Perencanaan dilakukan sebelum mulai memproduksi abon ikan, yang mana kelompok merencanakan berdasarkan pesanan yang diinginkan oleh konsumen.

Perencanaan yang pertama dilakukan adalah perencanaan situasi berdasarkan hasil pemasaran sebelumnya yang mana kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare melihat dan mengamati produk abon ikan yang dihasilkan apakah memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen seperti mengkonsumsi ikan, saat harga ikan melonjak tinggi dan memasuki masa pancakelik. Selain itu produk abon ikan juga dapat memuaskan keinginan konsumen yang ingin mengkonsumsi ikan dalam bentuk yang berbeda dengan tekstur yang lebih lembut seperti abon ikan dan praktis dibawa kemana-mana dan dapat disimpan dalam tas.

Perencanaan situasi lain yang di amati oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare yaitu adanya pesaing dari kelompok lain dengan produk yang sama yaitu abon ikan, dan pendistribusian yang dilakukan oleh anggota kelompok sendiri. Berdasarkan hasil analisis inilah kemudian kelompok mulai memproduksi abon ikan sesuai permintaan konsumen, dan selanjutnya kelompok menentukan sasaran pemasaran produk abon ikan yaitu para konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap abon ikan dan masyarakat sekitar lokasi produksi, dengan menetapkan strategi pemasaran pada umumnya yaitu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Teknik pemasaran yang lebih spesifik, kelompok merencanakan lewat 4P (Product, Price, Place, and Promotion) berdasarkan segmentasi pasar yang telah direncanakan, perencanaan produk abon ikan, dimaksudkan agar dapat menghasilkan produk yang menarik minat beli konsumen. Sedangkan harga, direncanakan dan ditetapkan berdasarkan biaya produksi, dan perencanaan tentang pembayaran yang dilakukan konsumen.

Perencanaan tempat, berdasarkan lokasi konsumen yang di ketahui sebelumnya, cara pendistribusian, distributor, transportasi yang digunakan, serta persediaan yang ada pada Kelompok. Sedangkan perencanaan promosi, Kelompok merencanakan dengan membagi sample abon ikan secara gratis kepada calon konsumen di sekitar wilayah produksi.

Kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare juga merencanakan dan menetapkan anggaran pemasaran yang akan digunakan bagi para distributor saat mendistribusikan produk abon ikan ke konsumen. Penetapan anggaran berdasarkan jarak tempuh ke lokasi konsumen.

2. Pelaksanaan

Pemasaran dilaksanakan oleh anggota kelompok pengolahan ikan sendiri dan anggota yang diberi tugas sebagai distributor wajib menjalankan tugas yang diberikan sampai selesai. Kegiatan pemasaran yang di lakukan yaitu pengangkutan produk abon ikan, dan menawarkan kepada konsumen serta mempromosikan produk abon ikan untuk di kenal oleh masyarakat.

Sebagai distributor dan juga produsen anggota kelompok memikul tanggung jawab yang besar, sebab mereka harus menghadapi berbagai kesulitan

dan berbagai ancaman. Ancaman yang paling sering dihadapi adalah persaingan dengan kelompok pengolahan ikan yang lain dan dengan produk yang sama.

Keunggulan lain yang dirasakan oleh anggota kelompok sebagai distributor adalah kelompok bertatap muka langsung dengan konsumen dan kemudian mendengar segala bentuk masukan ataupun pendapat konsumen mengenai produk abon ikan. Saat pendistribusian produk abon ikan ke tangan konsumen semua produk habis dipasarkan dan sampai sejauh ini belum ada produk abon ikan yang dibawa kembali oleh pendistributor.

Pendistributor pun memiliki tugas lain selain melakukan distribusi dan promosi produk, pendistributor menampung segala bentuk masukan yang disampaikan oleh konsumen untuk kemudian disampaikan saat evaluasi berjalan.

3. Pengendalian

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare perlu dilakukan pengendalian dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kemajuan dalam pelaksanaan pemasaran, faktor penunjang yang dibutuhkan untuk kelancaran kegiatan pemasaran. Selain itu pengendalian juga dilakukan untuk mengetahui bila ada penyimpangan dan penyebabnya untuk kemudian dilakukan tindakan perbaikan.

Pengendalian juga dilakukan untuk menguasai pasar sehingga konsumen yang sudah menjadi pelanggan tidak melirik pada produsen lain dengan produk yang sama. System pengendalian yang dilakukan yaitu pengendalian secara terbuka yang mana jika ditemukan kesalahan saat pendistribusian maka distributor wajib melaporkan masalah kepada ketua kelompok untuk kemudian di diskusikan bersama dan mengambil keputusan yang tetap dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi.

Selain itu pengendalian juga dimaksudkan oleh kelompok untuk melihat sejauh mana pelaksanaan kegiatan pemasaran berjalan sesuai yang direncanakan atau tidak sebab terkadang realita yang terjadi di lapangan seringkali di luar perencanaan yang telah ditetapkan.

2. Evaluasi

Evaluasi dilakukan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare setelah melaksanakan kegiatan pelaksanaan pemasaran dengan mendengarkan laporan dari anggota kelompok yang bertindak sebagai distributor. Hasil pemasaran dilaporkan dan dipertanggung jawabkan oleh anggota kelompok yang ditugaskan sebagai distributor.

Laporan yang disampaikan di diskusikan bersama oleh anggota kelompok secara bersama untuk kemudian ditetapkan keputusan yang baru untuk mengatasi masalah tersebut dan melaksanakan pemasaran selanjutnya.

b. Implementasi Marketing Mix

1. Produk (Product)

Produk abon ikan sudah diproduksi sejak tahun 2012 dan terus dilakukan inovasi berdasarkan pelatihan-pelatihan yang diperoleh kelompok. Produk abon ikan yang diproduksi barang konveinen atau barang kebutuhan hidup sehari-hari yaitu menawarkan kepada konsumen dalam melepaskan rasa lapar, menambah selera makan konsumen, serta memuaskan keinginan konsumen jika ingin mengkonsumsi ikan. Sebagai barang konveinen abon ikan juga merupakan produk eksklusif yang mana produk abon ikan diproduksi terbatas hanya untuk konsumen yang memesan produk abon ikan saja.

Pengolahan yang dilakukan menggunakan bahan baku ikan sebagai bahan baku utama berupa ikan Tuna, sedangkan bumbu-bumbunya yaitu jahe, serei, lengkuas, bawang putih, bawang merah, kunyit, daun salam, dan bawang goreng sebagai bahan untuk menambah aroma dan rasa yang nantinya dapat membangkitkan gairah makan dari konsumen..

Abon ikan yang dihasilkan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare memiliki karakteristik yang menjadi ciri khas dari abon yaitu; memiliki tekstur yang lembut, aroma yang khas ikan, dan memiliki daya simpan yang relatif lama dan untuk sementara kelompok menyimpulkan daya tahan abon ikan yang diproduksi bisa bertahan selama ± 3 bulan. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Suryani, (2007) bahwa produk abon ikan yang dihasilkan dari

proses perebusan dan penggorengan memiliki karakteristik yaitu; memiliki bentuk yang lembut, rasa yang enak, bau yang khas, dan memiliki daya simpan yang relatif lama.

Produk abon ikan yang dihasilkan menurut kelompok memiliki manfaat inti sebagai lauk ketika sarapan, selain itu abon ikan juga bisa dikonsumsi bersamaan dengan roti terutama roti tawar. Menurut kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare abon ikan yang dihasilkan juga memiliki manfaat yang dapat menjawab keinginan konsumen saat ingin mengonsumsi ikan dengan bentuk yang berbeda dan saat ikan memiliki harga yang cukup mahal di pasaran.

Selain manfaat inti yang ditawarkan oleh kelompok bagi konsumen pada produk abon ikan, ada produk tambahan. Produk tambahan yang ditawarkan oleh kelompok sebagai produsen kepada konsumen berupa cara pembayaran dan pelayanan, cara pembayaran yang ditawarkan kepada konsumen terutama kepada konsumen yang berada di Dinas Kelautan dan Kota Parepare, cara pembayaran bisa dilakukan kemudian setelah menerima produk abon ikan dengan syarat pembayaran tambahan 12.5% dari harga pokok produk abon ikan.

Sedangkan produk tambahan berupa pelayanan yang ditawarkan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare berupa distribusi langsung. Artinya konsumen tidak perlu jauh-jauh ke lokasi produksi namun konsumen langsung menerima produk abon ikan di tempat. Menurut kelompok hal ini dilakukan agar kelompok sebagai produsen mengenal lebih dekat konsumen.

Produk formal juga digunakan oleh kelompok berupa bentuk bungkus, ukuran, pelabelan yang didalamnya terakomodir nama merek "UMMI" dan menurut kelompok produk formal ditawarkan sebagai bentuk daya tarik atau minat beli konsumen. Kemasan atau bungkus yang digunakan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare adalah plastik jenis polypropylene berwarna putih bening, jenis plastik ini dipilih oleh kelompok dikarenakan jenis plastic polypropylene adalah plastik yang memiliki kualitas yang baik, yaitu tahan panas, memiliki tekstur yang kaku, penampilan yang jernih, serta tidak mudah sobek. Warna bening juga sengaja dipilih oleh kelompok dengan maksud untuk memadukan warna dasar produk. Kemasan produk abon ikan dilengkapi dengan label berdasarkan rasa yakni rasa manis dan pedas.

Kelompok juga meyakinkan konsumen bahwa produk abon ikan merupakan produk yang non kimia dengan meyakinkan dalam label kalimat "tanpa pengawet, pewarna dan MSG. Tidak lupa dalam label kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare menyertakan alamat produksi abon ikan "UMMI".

2. Harga (Price)

Harga merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Harga dalam bauran pemasaran merupakan variabel satu-satunya yang menjadi pemasukan suatu usaha dagang, oleh karena itu sangatlah penting bagi kelompok dalam menentukan kebijakan penetapan harga sehingga adanya laba yang menjadi pemasukan bagi kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare.

Penetapan harga merupakan suatu keharusan bagi kelompok namun besarnya harus disesuaikan dengan kemampuan pengguna dalam hal ini konsumen. Orientasi dari kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare dalam penetapan harga yaitu, memperoleh laba, dan laba minimal yang diharapkan adalah sebesar 20% dari setiap kali pemasaran, berdasarkan metode penetapan harga yaitu pendekatan biaya, yang mana seluruh biaya produksi terutama biaya variabel. Biaya variabel sering mempengaruhi volume produksi dan biaya variabel yang paling nampak mempengaruhi keputusan kelompok dalam penetapan harga yang kemudian ditetapkan harga jual produk. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Gitosudarmo (2012) bahwa penentuan harga berdasarkan pendekatan dasar biaya, harga ditentukan dengan melihat variabel biaya sebagai penentu utama dan di hitung terlebih dahulu yang kemudian harga dapat ditetapkan.

Harga yang ditawarkan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare tergantung dari permintaan pelanggan harga mulai dari Rp. 15.000 keatas.

Implementasi harga yang dilakukan oleh kelompok pengolahan ikan masih perlu di benahi sehingga konsumen semakin luas dan loyal terhadap produk. Hal yang harus di benahi adalah metode penetapan harga, yang mana metode penetapan harga sebaiknya dikombinasikan dengan metode berdasarkan persepsi konsumen, sebab konsumenlah yang memberi pemasukan bagi kelompok. Selain itu harga mempengaruhi psikologi, image atau citra konsumen. Terlebih lagi produk abon ikan merupakan barang konvenien. Hal ini dipandang akan membawa keuntungan bagi kelompok sebab produk abon ikan meski sudah lama di produksi namun produk tersebut masih baru dan bisa menarik banyak konsumen yang membeli dan kelompok dapat meraih pangsa pasar.

3. Tempat (Place)

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare berdasarkan pemesanan yang di minta oleh konsumen, yang mana kelompok tidak mengalami kesulitan dalam mencari lokasi konsumen sebab dari pemesanan yang di minta oleh konsumen adalah konsumen yang loyal terhadap produk abon ikan yang diproduksi oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare

Lokasi Dinas Kelautan dan Masyarakat Kota Parepare. Kedua lokasi ini di perhatikan oleh kelompok mengenai konsumen, konsumen dari kedua lokasi tersebut, konsumen yang ada apakah menyebar atau mengumpul. Dari kedua lokasi ini konsumen berada secara mengumpul dan hal ini menjadi peluang tersendiri bagi kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare dalam pendistribuan produk kepada konsumen.

Lokasi konsumen yang berbeda membutuhkan kerja keras dari kelompok dalam mendistribusikan produk abon ikan, sehingga dibutuhkan pihak atau perusahaan distributor yang membantu mendistribusikan produk abon ikan kepada konsumen. Namun sampai sejauh ini kelompok tidak menggunakan distributor dari luar, pendistributor ditangani langsung oleh anggota kelompok sendiri.

Kelompok Tani pada Kedai Pesisir Kota Parepare melakukan pendistribusian dengan menerapkan metode Zero Level Distribution yang biasa disebut juga direct distribution atau direct marketing yang mana distribusi secara langsung dari produsen ke konsumen tanpa melewati atau tanpa menggunakan distributor. Menurut kelompok metode inipun lebih efektif untuk mendekatkan diri dengan konsumen dan mendengar sendiri pendapat konsumen mengenai produk abon ikan yang ditawarkan.

4. Promosi (Promotion)

Promosi dilakukan dengan tujuan mendekatkan produk kepada konsumen, dengan melakukan promosi konsumen lebih mengenal produk. Promosi juga dimaksudkan agar tetap mengingatkan konsumen akan produk abon ikan yang diproduksi oleh kelompok pengolahan ikan Tuna.

Promosi yang dilakukan oleh kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare sampai sejauh ini dilakukan sebulan sekali saat memasarkan produk kepada konsumen. Ada 2 metode yang digunakan oleh kelompok dalam memberikan informasi produk kepada calon konsumen.

Metode pertama yang dilakukan oleh kelompok adalah promosi penjualan yang mana kelompok memberikan kepada calon konsumen yang berada di sekitar lokasi produksi sampel produk abon ikan secara gratis untuk di coba dan kelompok berharap bahwa dengan mencoba produk abon ikan maka calon konsumen akan tertarik dan senang untuk membeli produk abon ikan yang ditawarkan.

Sejauh ini penerapan metode promosi penjualan yang dilakukan oleh kelompok berjalan dengan baik di sekitar lokasi produksi dan pada setiap bulannya ada calon konsumen yang selalu ada melakukan permintaan produk abon ikan yang di produksi oleh kelompok pengolahan ikan Pantura. Capaian ini dinilai positif oleh kelompok dan pada setiap kali memproduksi, kelompok selalu mencari calon konsumen baru di sekitar wilayah lokasi produksi.

Metode kedua yang dilakukan oleh kelompok adalah metode personal selling, penerapan metode ini diterapkan pada konsumen yang berada jauh dari lokasi produksi. Saat mendistribusikan produk abon ikan, anggota kelompok yang

bertugas sebagai distributor anggota tersebut juga mendapat tugas lain berupa mempromosikan produk abon ikan yang di produksi oleh kelompok pengolahan ikan Pantura promosi yang dilakukan dengan maksud mengingatkan konsumen akan produk abon ikan.

Penjelasan yang disampaikan kepada setiap calon konsumen berupa keunggulan produk olahan daging ikan yang bisa menjawab keinginan konsumen untuk mengkonsumsi ikan dalam bentuk yang berbeda, dan saat ikan mengalami harga yang tinggi di pasaran karena panen mengalami masa pancekelik. Penerapan metode personal sering juga di lakukan oleh anggota kelompok lain yang tidak terlibat dalam pendistribusian produk olahan daging ikan yaitu dengan melakukan telpon (telephone selling) kepada calon konsumen maupun kepada konsumen dan meminta konsumen menawarkan kepada calon konsumen jika menggingginkan untuk mengkonsumsi produk olahan daging ikan yang salah satunya adalah abon ikan.

Sejauh ini tidak ada kedala promosi yang dihadapi oleh kelompok dalam mengimplementasikan promosi kepada calon konsumen. Calon konsumen yang menjadi target dari promosi sampai sekarang sudah menjadi pelanggan tetap dari semua produk olahan daging ikan yang dilakukan oleh kelompok.

Jadi sistem pemasaran yang di terapkan di kelompok Tani Pada Kedai Pesisir Kota Parepare sudah efektif dan efesien dan kenaikan permintaan untuk menghasikan profitabilitas dimana permintaan pelanggan akan berpengaruh terhadap penjual karena Dinas kelautan dan masyarakat kota Parepare sudah mulai memesan untuk kebutuhan sehari-harinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintang Agustina Tambunan, 2015, *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Tedaftar Dibursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Singapura*, Skripsi, Program Studi Akutansi Manajerial Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam.
- Damanik, Hormaingat., & Kristina, A. (2010). Pengaruh Perputaran Aktiva Tetap Terhadap Profitabilitas Pada Rumah Sakit Umum Herna Medan. *Jurnal Dharma Agung*, 129-138.
- Dahuri. Rokhim, 2002. *Paradigma Baru Pembangunan Indonesia Berbasis Kelautan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Edwin. (2013). Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2 No. 2, 1-9.
- Eka Jelyta Putri , 2016, *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas pada Industri Pulp end Papar yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia*, skripsi , Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau.
- Kasmir (2014:115). Rasio Profitabilitas. *Jurnal*.
- Kedai Pesisir Kota Parepare 2018:2019, Sumber Data
- M. Hanafi, Mamduh, Abdul Hlim, 2007. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi kedua.
- Manullang, Marihot dan Dearlina Sinaga. 2005. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : ANDI.
- Munawir, S, 2004, *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Edisi Keempat. Liberty.
- Roma Aryani, 2012, *Pengaruh Penggunaan Modal Kerja Terhadap Peningkatan Profitabilitas Pada PT. Metrodata Electronics*, Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Ruwindas, Dikti Kusmeidi, 2011, *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus pada CV Dandy Handycraft Tasikmalaya)*, Skripsi, Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.
- Sitorus, Yuni Sartika, 2011, *Analisis Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Go Public di BEI tahun 2006-2011)*, Skripsi, Batam: Fakultas Ekonomi Politeknik Negeri Batam.
- Tengku Putri Lindung Bulan, 2015, *Pengaruh Modal Kerja terhadap Tingkat Profitabilitas pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk*, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas.
- Yuliati, Ni Wayan, 2013, *Pengaruh Kebijakan Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Hotel dan Restoran di Bursa Efek Indonesia*, Skripsi, Bali