

Pengelolaan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Po Mitra Harlan Desa Kulingkinari Kec. Batudaka. Kabupaten Tojo Una-Una

Afdal¹, Ellys Rachman², Yahya Antu³

**^{1&3}Ilmu Administarsi Bisnis, Universitas Bina Taruna Gorontalo ²Ilmu Administrasi Publik
Universitas Bina Taruna Gorontalo**

Corresponding Author: Afdal, e-mail: afdalismail29@gmail.com¹, ellysrachman12@gmail.com², yahyaantu03@gmail.com³

Published: August , 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh PO Mitra Harlan dalam meningkatkan pendapatan serta kendala-kendala yang dihadapi selama proses usaha berlangsung. PO Mitra Harlan merupakan unit usaha lokal di Desa Kulingkinari, Kecamatan Batudaka, Kabupaten Tojo Una-Una, yang bergerak di bidang pengepulan ikan hasil tangkapan nelayan sekitar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha, pekerja, dan pembeli yang bermitra dengan PO Mitra Harlan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan usaha di PO Mitra Harlan mencakup beberapa aspek penting seperti manajemen kualitas produk, distribusi hasil tangkapan, dan strategi penetapan harga. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang menghambat peningkatan pendapatan secara maksimal, antara lain keterbatasan fasilitas lemari pendingin (cold storage) atau pebekuan ikan. Ketidakstabilan harga jual ikan, serta proses distribusi yang belum optimal akibat keterbatasan transportasi dan kondisi geografis. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pengelolaan usaha yang dilakukan telah berjalan cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan terutama dalam aspek manajemen logistik dan fasilitas pendukung. Diharapkan PO Mitra Harlan dapat memperbaiki sistem distribusi, menstabilkan harga jual, serta meningkatkan kualitas produk agar pendapatan usaha dapat meningkat secara berkelanjutan.

Keywords: Pengelolaan Usaha, Pendapatan, Pengepulan Ikan, PO Mitra Harlan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki wilayah laut sangat luas dan garis pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada. Kekayaan sumber daya alam kelautan ini menjadikan sektor perikanan sebagai salah satu penopang utama pembangunan ekonomi nasional. Selain menyumbang devisa negara, sektor ini juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi jutaan penduduk, terutama yang bermukim di wilayah pesisir. Dalam tataran ekonomi lokal, sektor perikanan berkontribusi besar dalam menunjang kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas penangkapan, budidaya, pengolahan, hingga distribusi hasil laut.

Di dalam sistem ekonomi perikanan, kegiatan distribusi hasil tangkapan memegang peranan penting. Rantai distribusi ini melibatkan berbagai aktor, mulai dari nelayan sebagai produsen utama, pengepul, pedagang, pengolah hasil laut, hingga konsumen akhir. Salah satu bagian vital dari rantai ini adalah usaha pengepulan ikan, yang tidak hanya menjadi penghubung antara nelayan dan pembeli dalam skala besar, tetapi juga berperan dalam menjaga kualitas hasil tangkapan serta kontinuitas pasokan ke pasar. Oleh karena itu, pengepul menempati posisi strategis dalam sistem distribusi perikanan dan menjadi jembatan penting dalam menyatukan produksi dan konsumsi di sektor kelautan.

Usaha pengepulan ikan berkembang pesat di berbagai daerah pesisir Indonesia, terutama di wilayah yang memiliki basis perikanan tangkap yang kuat. Umumnya, usaha ini dijalankan oleh

individu atau badan usaha skala kecil hingga menengah. Meskipun skalanya tidak sebesar industri pengolahan, pengepul memainkan peran penting dalam menjaga kestabilan suplai ikan ke pasar. Mereka bertugas mengumpulkan hasil tangkapan dari para nelayan, melakukan penyortiran, menyimpan, serta mendistribusikannya ke pembeli seperti pabrik pengolahan, pedagang besar, maupun pasar lokal dan antar daerah. Aktivitas ini membutuhkan ketepatan waktu, strategi penyimpanan yang baik, serta jaringan distribusi yang handal agar nilai ekonomis hasil laut tetap terjaga.

Agar usaha pengepulan dapat berjalan secara optimal, diperlukan pengelolaan yang efektif dan terstruktur. Pengelolaan usaha mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan terhadap seluruh aktivitas operasional, mulai dari pembelian hasil laut, pengangkutan, penyimpanan, hingga proses penjualan kepada pembeli akhir. Dengan manajemen usaha yang baik, pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan dan menjaga kelangsungan usahanya secara berkelanjutan. Hal ini menjadi semakin penting ketika skala usaha mulai berkembang dan kompleksitas operasional meningkat, sehingga pengelolaan yang tidak terorganisir dapat menyebabkan kerugian dan menurunkan daya saing.

Namun, pada kenyataannya masih banyak usaha pengepulan ikan yang menghadapi berbagai kendala dalam kegiatan operasional sehari-hari. Permasalahan tersebut dapat berasal dari aspek teknis, manajerial, maupun struktural. Jika tidak ditangani secara tepat, hambatan-hambatan ini dapat berdampak langsung terhadap efisiensi usaha, kestabilan aliran kas, serta menurunnya pendapatan dan daya saing pelaku usaha. Tantangan ini umumnya dialami oleh pelaku usaha kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan dalam akses modal, teknologi penyimpanan, serta sistem manajemen usaha modern.

Salah satu contoh nyata dari situasi ini adalah PO Mitra Harlan, sebuah perusahaan perorangan yang bergerak dalam bidang pengepulan dan penjualan ikan batu yang berlokasi di Desa Kulingkinari, Kecamatan Batudaka, Kabupaten Tojo Una-Una. Usaha ini telah berjalan selama beberapa tahun dan memiliki jaringan nelayan serta mitra pembeli yang cukup stabil, baik dari kalangan industri pengolahan maupun pedagang besar. Dengan omzet tahunan yang mencapai ratusan juta rupiah, PO Mitra Harlan memiliki kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi wilayah sekitarnya. Namun demikian, pertumbuhan skala usaha menghadirkan tantangan manajerial dan teknis yang lebih besar.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada beberapa Nelayan sebagian menyatakan bahwa pelayanan di Mitra Harlan cukup memuaskan. Adapun berbagai macam ikan yang di tawarkan di PO Mitra Harlan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Berikut daftar produk yang dijual di PO Mitra Harlan

No	Nama Ikan	Kg	Harga
1	Lolosi	1kg	Rp.40.000
2	Sunu Merah	0.5-0.9 kg	Rp.300.000
3	Sunu Hitam	0.5-0.9	Rp.120.000
4	Kerapu Macan	1kg	Rp. 210.000
5	Bubara	0.3 -1.5kg	Rp.40.000
6	Katamba Merah	1.6-5kg	Rp.50.000
7	Katamba Putih	1 kg	Rp.50.000
8	Kakap Merah	1 kg	Rp.40.000
9	Kerapu	0.5-1kg	Rp.80.000
10	Kerapu	1 kg	Rp.68.000

Sumber data: pemilik usaha PO Mitra Harlan

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada PO Mitra Harlan tentang pendapatan tahunan (2021-2023) yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Rincian Biaya Operasional Tahunan di PO Mitra Harlan

BIAYA OPERASIONAL		
TAHUN	Biaya Pengiriman	Modal
2021	Rp40,800,000	Rp150,000,000
2022	Rp40,800,000	Rp185,000,000
2023	Rp40,800,000	Rp90,000,000

Sumber Data: Pemilik Usaha PO Mitra Harlan

Data di atas menunjukkan bahwa biaya operasional biaya pengiriman pada PO Mitra Harlan Desa Kulingkinari Kec. Batudaka bersifat tetap sebesar Rp40.800.000 pertahun selama periode 2021–2023. Sementara itu, modal mengalami fluktuasi, yakni sebesar Rp150.000.000 pada tahun 2021, meningkat menjadi Rp185.000.000 pada 2022, lalu menurun drastis menjadi Rp90.000.000 di tahun 2023. Hal ini mencerminkan adanya perubahan strategi dalam pengelolaan usaha, yang kemungkinan berfokus pada efisiensi dan penyesuaian terhadap kondisi pendapatan atau operasional. Olehnya perlu di tinjau juga terkait pendapatan yang ada di Po Mitra Harlan yang lebih jelasnya bisa di lihat dalam tabel dibawah ini

Tabel 1.3
Rincian Pendapatan Tahunan di PO Mitra Harlan

No	Tahun	Pendapatan
1.	2021	Rp.300.000.000
2.	2022	Rp.370.000.000
3.	2023	Rp.180.000.000
Total		Rp.850.000.000

Sumber Data: Pemilik Usaha PO Mitra Harlan

Berdasarkan data operasional dan pendapatan yang telah disajikan, peneliti menyusun tabel selisih antara pendapatan dan biaya operasional. Tabel ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keuntungan atau efisiensi usaha PO Mitra Harlan dalam periode yang diamati, sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4
Data Selisih Antara Pendapatan dan Biaya Operasional

NOMOR	TAHUN	BIAYA OPERASIONAL	PENDAPATAN (REVENUE)		%
			Pendapatan Kotor	Pendapatan Bersih	
1	2021	Rp190,800,000	Rp300,000,000	Rp109,200,000	37
2	2022	Rp225,800,000	Rp370,000,000	Rp144,200,000	47
3	2023	Rp130,800,000	Rp180,000,000	Rp49,200,000	16
TOTAL		Rp547,400,000	Rp850,000,000	Rp302,600,000	100

Sumber data: Pemilik Usaha PO Mitra Harlan

Tabel di atas menyajikan perbandingan antara biaya operasional dan pendapatan (*gross dan net revenue*) PO Mitra Harlan selama periode 2021 hingga 2023. Biaya operasional tertinggi terjadi pada tahun 2022 sebesar Rp225.800.000, diikuti tahun 2021 sebesar Rp190.800.000, dan menurun signifikan pada tahun 2023 menjadi Rp130.800.000. Sementara itu, pendapatan bruto (*gross revenue*) juga mengalami perubahan dari Rp300.000.000 pada 2021, meningkat menjadi Rp370.000.000 di 2022, dan menurun drastis ke Rp180.000.000 di 2023. Pendapatan bersih (*net revenue*), yang merupakan hasil pengurangan antara pendapatan bruto dan biaya operasional, menunjukkan nilai tertinggi di tahun 2022 sebesar Rp144.200.000 dan terendah pada tahun 2023 yaitu Rp49.200.000. Dari total keseluruhan tiga tahun, PO Mitra Harlan mencatat jumlah biaya operasional sebesar Rp547.400.000 dan total pendapatan bruto sebesar Rp850.000.000, menghasilkan total pendapatan bersih sebesar Rp302.600.000. Persentase kontribusi *net revenue* terhadap total selama tiga tahun menunjukkan bahwa tahun 2022 menjadi tahun paling produktif dengan kontribusi 47%, disusul oleh 2021 sebesar 37%, dan tahun 2023 dengan kontribusi terendah sebesar 16%. Data ini

menunjukkan bahwa efisiensi pengelolaan biaya operasional dan kestabilan pendapatan sangat memengaruhi tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Tahun 2022 menjadi indikator terbaik dari strategi pengelolaan usaha yang efektif dalam meningkatkan pendapatan bersih.

Salah satu kendala utama yang sangat dirasakan oleh pelaku usaha pengepulan, termasuk PO Mitra Harlan, adalah aspek kualitas produk yang menjadi tantangan krusial dalam usaha pengepulan ikan. Salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan kualitas adalah tingkat kesegaran produk yang rendah, yang umumnya diakibatkan oleh tidak adanya alat fasilitas pembekuan ikan penggunaan bahan pengawet yang tidak tepat atau bahkan tidak digunakan sama sekali. Dalam beberapa kasus, pengepul menggunakan bahan yang tidak sesuai standar kesehatan atau tidak mampu menyediakan fasilitas penyimpanan berpendingin (*cold storage*) yang layak. Akibatnya, produk yang sampai ke tangan pembeli menjadi kurang segar, berbau, atau berubah warna, yang menurunkan minat beli serta kepercayaan pasar. Rendahnya kualitas produk menyebabkan harga jual menjadi tidak kompetitif, bahkan berisiko tinggi untuk ditolak oleh industri pengolahan dan pasar luar daerah, yang tentu berdampak pada pendapatan usaha secara keseluruhan.

Permasalahan selanjutnya ketidakstabilan harga jual di pasaran menjadi salah satu kendala dalam keberlangsungan usaha pengepulan ikan di PO Mitra Harlan. Ketidakpastian harga dari pihak pembeli, baik dari pabrik pengolahan maupun pedagang besar, menyebabkan kesulitan dalam menetapkan nilai jual yang layak. Harga yang sering berubah-ubah, bahkan cenderung ditentukan sepihak oleh pembeli atau konsumen dengan daya tawar yang lebih tinggi, membuat pelaku usaha kesulitan menghitung keuntungan bersih dan merencanakan pendapatan jangka panjang. Dalam banyak kasus, pengepul terpaksa menjual ikan dengan harga di bawah nilai perekonomian, hanya untuk menjaga hubungan dagang atau menghindari kerugian lebih besar akibat pembusukan. Ketidakstabilan harga ini menimbulkan tekanan terhadap margin keuntungan dan menghambat upaya untuk meningkatkan pendapatan secara konsisten.

Permasalahan lainnya yang tidak kalah signifikan adalah tidak optimalnya proses distribusi ikan dari tempat pengepulan ke lokasi konsumen. Distribusi yang tidak lancar disebabkan oleh berbagai faktor seperti terbatasnya armada transportasi serta kurangnya koordinasi logistik antara pengepul dengan pembeli. Selain itu, tantangan cuaca seperti gelombang tinggi atau hujan ekstrem juga sering menjadi hambatan yang sulit diprediksi. Ketika distribusi terganggu, ikan menjadi terlambat sampai di tangan pembeli dan mengalami penurunan mutu. Hal ini berdampak pada harga jual yang lebih rendah dan bahkan risiko penolakan oleh pembeli. Distribusi yang tidak efisien menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan pendapatan usaha di PO Mitra Harlan.

Seiring dengan peningkatan volume usaha, PO Mitra Harlan saat ini menghadapi tiga tantangan utama yang memengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan usahanya. Pertama, kerusakan kualitas produk, kedua harga di pasaran yang naik turun membuat usaha sulit merencanakan pendapatan dan memperkirakan margin keuntungan. Ketiga, proses distribusi yang belum optimal menyebabkan tingginya biaya dari kerusakan kualitas produk saat sampai ke pembeli. Ketiga permasalahan ini saling terkait dan jika tidak segera diatasi, dapat membatasi potensi peningkatan pendapatan dan membahayakan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang mendalam untuk mengkaji bagaimana pengelolaan usaha dapat ditingkatkan agar mampu menjawab tantangan tersebut dan berkontribusi lebih besar terhadap kesejahteraan ekonomi lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan sebuah penelitian yang mendalam mengenai ***“Pengelolaan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan di PO Mitra Harlan Desa Kulingkinari, Kecamatan Batudaka Kabupaten Tojo una-una ”***.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana proses pengelolaan usaha perikanan dijalankan di PO Mitra Harlan Desa Kulingkinari, Kecamatan Batudaka, dalam kaitannya dengan peningkatan pendapatan. Jenis penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi faktual mengenai kondisi manajerial usaha, melalui pengumpulan data dari informan yang relevan, seperti manajer dan karyawan (Sugiyono, 2019). Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memahami

praktik pengelolaan usaha dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang dilakukan selama operasional usaha berlangsung.

State of the art

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji. Adapun penelitian terdahulu tersebut antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh (Hansen Rusliani, Harestoma, 2024) berjudul “Analisis Pengelolaan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Sarang Burung Walet di Desa Sungai Aur Kecamatan Kumpeh Ilir Kabupaten Muaro Jambi”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini adalah pada analisis pengelolaan usaha sarang burung walet yang mencakup fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian, serta berbagai kendala dan upaya dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian ini adalah pengelolaan usaha belum berjalan secara optimal karena beberapa indikator manajemen belum tercapai, dan ditemukan sejumlah kendala seperti hama, lokasi, serta musim panen yang tidak menentu yang berdampak terhadap pendapatan usaha.

Selanjutnya, penelitian oleh Jumiaty, Usdeldi (2024) berjudul “Analisis Strategi Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Keripik Pisang Tiga Bintang di Desa Purwo Bakti Kabupaten Bungo”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran usaha UMKM keripik pisang dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 4P, yaitu Product, Price, Place, dan Promotion, sebagai upaya peningkatan pendapatan. Hasil penelitian ini adalah strategi 4P terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing produk dan pendapatan usaha, dengan penekanan pada kualitas produk, harga terjangkau, promosi dari mulut ke mulut, serta distribusi yang meluas ke toko-toko sembako dan minimarket.

Penelitian yang dilakukan oleh Kharismawaty et al (2022) berjudul “Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele Pada UMKM Griya Cendekia Desa Curug Gunung Sindur Bogor”. Penelitian ini menggunakan metode penyuluhan, wawancara, dan diskusi dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Fokus penelitian ini adalah pendampingan kepada pelaku UMKM budidaya ikan lele melalui pelatihan dalam praktik digital marketing yang mencakup penggunaan media sosial dan marketplace guna meningkatkan hasil penjualan. Hasil penelitian ini adalah bahwa pelatihan digital marketing berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan dan daya saing produk ikan lele yang dipasarkan secara daring, serta mendukung ketahanan usaha UMKM di masa pandemi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zuhdi et al (2023) berjudul “Upaya Pengelolaan Ikan Asin Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan” menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan perhitungan *Revenue/Cost* (R/C) ratio. Fokus penelitian ini adalah analisis kelayakan usaha pengolahan ikan asin melalui pendekatan perbandingan antara pendapatan yang diperoleh dan biaya produksi yang dikeluarkan oleh nelayan. Hasil penelitian ini adalah bahwa usaha pengelolaan ikan asin di daerah Kampung Laut layak untuk dijalankan karena R/C ratio sebesar 1,1 menunjukkan usaha tersebut menguntungkan dan mampu meningkatkan pendapatan nelayan secara signifikan.

Pengertian Manajemen

Manajemen secara umum dipahami sebagai proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Definisi ini banyak diacu dalam literatur klasik maupun modern, salah satunya oleh George R. Terry, yang menyatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi melalui kegiatan orang lain (Kharismawaty et al., 2022). Dalam konteks usaha, manajemen menjadi kompas penunjuk arah agar segala kegiatan yang dilakukan memiliki orientasi yang jelas dan terstruktur.

Manajemen mencakup semua bidang dalam organisasi, baik keuangan, produksi, sdm, maupun pemasaran (Muda et al., 2024). Tidak ada satu pun kegiatan usaha yang dapat berjalan

dengan baik tanpa penerapan prinsip-prinsip manajerial. Oleh karena itu, keberadaan manajemen dalam bisnis bukan hanya penting, tetapi mendasar. Di usaha PO Mitra Harlan, manajemen menjadi pedoman dalam menentukan jadwal operasional, pembagian kerja sopir dan kru, hingga alokasi biaya operasional.

Fungsi manajemen yang pertama, perencanaan (*planning*), memungkinkan pengelola usaha menetapkan tujuan yang ingin dicapai serta strategi yang digunakan untuk mencapainya. Perencanaan ini dapat bersifat harian, bulanan, atau tahunan tergantung pada ruang lingkup usaha. Kedua, fungsi pengorganisasian (*organizing*) berguna dalam menyusun struktur kerja, penetapan tugas, serta hubungan koordinatif antarpegawai atau bagian usaha.

Fungsi ketiga, pengarahan (*actuating*), berhubungan dengan kemampuan pengelola untuk memotivasi dan mengarahkan pegawai agar mau bekerja sesuai tujuan yang telah dirancang. Sementara fungsi keempat, pengawasan (*controlling*), adalah kegiatan untuk mengevaluasi apakah pelaksanaan operasional berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang ditetapkan. Keempat fungsi ini saling berkaitan dan harus diterapkan secara berkesinambungan (Fachrurazi et al., 2021).

Selain itu, keberhasilan manajemen dalam usaha kecil sangat bergantung pada fleksibilitas dan kreativitas pemilik usaha. Tidak seperti perusahaan besar yang memiliki struktur kompleks, usaha seperti PO Mitra Harlan membutuhkan pendekatan manajemen yang lebih adaptif. Fleksibilitas ini memungkinkan usaha tetap berjalan meskipun dihadapkan pada tantangan keterbatasan sumber daya atau perubahan situasi pasar lokal (Irfani, 2020).

Sehingga, teori manajemen menjadi fondasi utama dalam mendalami pengelolaan usaha di PO Mitra Harlan. Penelitian ini akan menelaah sejauh mana prinsip-prinsip dasar manajemen diterapkan dalam praktik nyata dan bagaimana kontribusinya terhadap keberhasilan usaha, khususnya dalam peningkatan pendapatan.

Indikator Manajemen

Dalam menilai efektivitas penerapan teori manajemen, sejumlah indikator utama dapat dijadikan tolok ukur. Indikator-indikator ini mencerminkan bagaimana fungsi-fungsi manajemen dijalankan dalam kegiatan sehari-hari dalam sebuah usaha. Indikator paling mendasar adalah

- a) perencanaan, yang dapat dilihat dari adanya program kerja, tujuan jangka pendek dan panjang, serta strategi pengelolaan operasional. Tanpa rencana yang jelas, pelaksanaan kegiatan usaha menjadi tidak terarah dan sulit untuk dievaluasi keberhasilannya (Pakaya et al., 2023).
- b) struktur organisasi dan pembagian tugas. Dalam usaha kecil seperti PO Mitra Harlan, struktur organisasi mungkin tidak terlalu formal, tetapi tetap harus ada kejelasan tugas dan tanggung jawab setiap orang. Apakah sopir hanya mengemudi atau juga bertanggung jawab atas pemungutan pembayaran, siapa yang mencatat pengeluaran, dan siapa yang mengelola bahan bakar, semua itu merupakan bagian dari indikator pengorganisasian yang harus jelas.
- c) pelaksanaan pengarahan atau leadership. Ini tercermin dari kemampuan pengelola usaha dalam membina hubungan kerja yang harmonis, memberikan arahan operasional harian, serta menyelesaikan konflik atau masalah yang muncul. Tanpa kepemimpinan yang baik, usaha bisa mengalami ketidakteraturan dalam operasional maupun pelayanan terhadap pelanggan (Rachman et al., 2022).
- d) pengawasan atau evaluasi. Indikator ini terlihat dari adanya kontrol terhadap pemasukan dan pengeluaran, evaluasi terhadap kinerja sopir, serta penilaian terhadap hasil usaha. Pengawasan yang baik membantu usaha tetap berada dalam jalur yang telah direncanakan serta mencegah terjadinya penyimpangan (Botutihe et al., 2023).
- e) pengambilan keputusan berbasis data. Ini dapat dinilai dari apakah pengelola usaha membuat keputusan berdasarkan catatan dan laporan, atau semata berdasarkan intuisi. Manajemen yang baik selalu menekankan pentingnya penggunaan data dalam setiap keputusan, baik operasional maupun strategis. Selain itu, indikator manajemen juga mencakup inovasi dan kemampuan adaptasi. Dalam dunia usaha yang terus berubah, kemampuan untuk melakukan pembaruan layanan atau menyesuaikan tarif dengan kondisi pasar adalah salah satu bukti adanya pengelolaan yang proaktif dan berorientasi jangka panjang (Latibu et al., 2023).

Pengertian Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha adalah proses mengawasi segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijakan dalam pencapaian tujuan (Yahya Antu et al., 2024). Pengelolaan usaha merujuk pada segala upaya sistematis yang dilakukan untuk mengatur, mengembangkan, dan mengarahkan kegiatan usaha agar mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pengelolaan usaha mencakup aspek perencanaan usaha, pelaksanaan strategi, dan pengendalian hasil untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), pengelolaan usaha sangat bergantung pada kemampuan personal pemilik dalam memahami kondisi pasar, sumber daya internal, dan arah usaha (Nusi et al., 2023).

Dalam praktiknya, pengelolaan usaha memerlukan pemahaman mendalam mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, perilaku konsumen, serta tren yang sedang berkembang. Pemilik usaha dituntut untuk mampu membaca peluang dan tantangan dalam lingkungan bisnis dan kemudian menyusun strategi yang realistis (Botutihe et al., 2023). Hal ini sangat penting bagi PO Mitra Harlan, yang harus memahami kebutuhan transportasi lokal dan pola perjalanan pelanggan untuk menyesuaikan layanan mereka.

Pengelolaan usaha juga erat kaitannya dengan manajemen keuangan, operasional, dan pemasaran. Dalam hal keuangan, pengelolaan kas, pengendalian biaya, dan pencatatan transaksi menjadi kunci dalam menjaga kelangsungan usaha. Dalam operasional, penjadwalan kerja, pemeliharaan kendaraan, dan kualitas pelayanan menjadi elemen yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan efektivitas bisnis.

Keberhasilan pengelolaan usaha juga dapat diukur dari hasil yang dicapai, seperti peningkatan pendapatan, pertumbuhan jumlah pelanggan, serta efisiensi operasional. Maka, pengelolaan usaha bukan hanya soal mengatur, tetapi juga memastikan bahwa setiap tindakan yang dilakukan membawa hasil yang terukur dan signifikan terhadap perkembangan usaha (Rachman et al., 2022).

Dengan demikian, teori pengelolaan usaha akan menjadi acuan utama dalam penelitian ini untuk menilai bagaimana PO Mitra Harlan menyusun strategi dan menjalankan kegiatan bisnisnya secara menyeluruh. Fokus utama akan diarahkan pada tiga indikator penting yang menjadi representasi dari pengelolaan usaha secara menyeluruh yaitu keteraturan pembayaran, akses distribusi, dan pencatatan keuangan.

Indikator Pengelolaan Usaha

Indikator pengelolaan usaha mencerminkan unsur-unsur pokok yang harus diperhatikan dalam memastikan bahwa sebuah usaha berjalan dengan terarah, terukur, dan menghasilkan. Dalam banyak literatur, pengelolaan usaha dinilai melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengelola harga di pasar, distribusi produk atau layanan, dan menjaga kualitas produk yang dijual. Dalam penelitian ini, indikator tersebut dipetakan menjadi tiga fokus utama: Kualitas produk, Harga, akses distribusi. Indikator pertama adalah Kualitas Produk. Ini merupakan indikator yang sering diabaikan oleh usaha kecil, padahal memiliki dampak langsung terhadap keberlanjutan bisnis. Menjaga kualitas produk artinya menjaga segmentasi pasar secara teratur, dan hal ini akan memberikan dampak yang baik pada usaha sebab pendapatan akan mengalami kestabilan namun apabila kualitas produk tidak dijaga dengan baik maka para konsumen tidak akan lagi bertahan pada produk yang kita tawarkan.

Keteraturan Harga menjadi indikator kedua karena menyangkut kelancaran arus pendapatan bagi usaha (Raysharie et al., 2025). Jika harga dari pelanggan atau mitra tidak berjalan lancar, maka seluruh rantai pengelolaan keuangan akan terganggu. Keteraturan ini mencakup ketepatan waktu pembayaran, ketersediaan sistem pengingat, serta mekanisme penagihan yang sopan namun efektif. PO Mitra Harlan, sebagai penyedia jasa transportasi, sangat bergantung pada pembayaran yang tepat waktu dari pelanggan dan mitra bisnis untuk mendanai operasional harian seperti bahan bakar, gaji kru, serta perawatan kendaraan.

Indikator ketiga, akses distribusi, menjadi penting karena keberhasilan usaha sangat tergantung pada kemampuan menyediakan layanan secara merata dan terjangkau. Dalam konteks transportasi seperti PO Mitra Harlan, distribusi bukan hanya tentang pengiriman barang, tetapi tentang jangkauan rute, kelancaran perjalanan, serta kemudahan pelanggan dalam mengakses titik keberangkatan dan tujuan. Akses yang mudah akan meningkatkan jumlah penumpang dan frekuensi penggunaan jasa, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan.

Dalam pengelolaan usaha PO Mitra Harlan, ketiga indikator ini menjadi cermin utama dalam mengevaluasi kualitas manajemen usaha. Mereka mencerminkan kombinasi antara efisiensi operasional (akses distribusi), efektivitas pemasukan (keteraturan pembayaran), dan akuntabilitas internal (kualitas produk). Kajian ini akan melihat bagaimana masing-masing indikator diterapkan, serta bagaimana dampaknya terhadap keberhasilan usaha dalam meningkatkan pendapatan (Hansen Rusliani, Harestoma, 2024).

Teori Pendapatan

Pendapatan dalam konteks bisnis adalah hasil finansial yang diperoleh dari kegiatan operasional utama suatu usaha. Menurut (Rifqi et al., 2025), pendapatan adalah aliran masuk atau peningkatan lain dari aset suatu entitas, atau penyelesaian kewajiban, selama periode tertentu yang berasal dari penyediaan barang atau jasa kepada pelanggan. Pendapatan bukan hanya menjadi ukuran keuntungan, tetapi juga mencerminkan sejauh mana usaha memenuhi kebutuhan konsumennya. Pendapatan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non-operasional. Pendapatan operasional berasal dari aktivitas inti usaha, seperti pembayaran dari penumpang pada PO Mitra Harlan. Sedangkan pendapatan non-operasional bisa berasal dari bunga simpanan, hasil investasi, atau sumber lain di luar jasa transportasi. Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah pendapatan operasional, karena menjadi cermin langsung dari keberhasilan usaha dalam melayani pelanggan.

Teori pendapatan juga menekankan hubungan antara strategi usaha dan hasil finansial. Strategi pengelolaan yang tepat akan menghasilkan peningkatan pendapatan secara bertahap. Sebaliknya, kesalahan dalam strategi, seperti salah menentukan harga layanan atau gagal memahami permintaan pasar, akan menyebabkan stagnasi bahkan penurunan pendapatan. Oleh karena itu, teori pendapatan tidak bisa dipisahkan dari teori manajemen dan pengelolaan usaha (Muda et al., 2024)

Pengertian Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha merupakan satu elemen utama dalam laporan keuangan yang mencerminkan performa kegiatan operasional suatu entitas bisnis. Dalam konteks akuntansi, pendapatan didefinisikan sebagai arus masuk atau peningkatan aset yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa dalam kegiatan normal perusahaan. Pendapatan adalah hasil dari aktivitas produksi atau jasa yang dijual dalam periode tertentu, yang menjadi indikator utama kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan.

Pendapatan usaha diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yakni pendapatan bruto (*gross revenue*) dan pendapatan bersih (*net revenue*). Pendapatan bruto mengacu pada total pemasukan yang diterima perusahaan sebelum dikurangi oleh biaya-biaya usaha seperti biaya produksi, distribusi, dan administrasi (Keller & Kotler, 2015). Sedangkan pendapatan bersih adalah sisa pendapatan setelah dikurangi semua pengeluaran operasional, yang secara langsung mencerminkan profitabilitas usaha (Park, 2020).

Secara teori, pendapatan dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, seperti volume penjualan, harga jual, efisiensi produksi, serta strategi pemasaran yang digunakan. Menurut (Keller & Kotler, 2022) manajemen pendapatan yang efektif tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan penjualan, tetapi juga pada efektivitas pengelolaan biaya dan penguatan nilai produk di mata konsumen (Singh et al., 2018).

Dalam pendekatan ekonomi mikro, pendapatan usaha berbanding lurus dengan permintaan pasar. Apabila permintaan tinggi, maka peluang peningkatan pendapatan juga tinggi, dengan asumsi bahwa harga jual dan biaya produksi stabil. Dalam hal ini, teori elastisitas permintaan menjadi relevan, karena perubahan harga dapat memengaruhi jumlah produk yang terjual, dan pada akhirnya memengaruhi total pendapatan (Sihombing & Sihombing, 2021).

Secara keseluruhan, teori pendapatan usaha memberikan kerangka konseptual untuk menilai performa usaha secara finansial. Pemahaman yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan akan membantu pelaku usaha merancang strategi peningkatan yang berbasis data dan berorientasi pada efisiensi. Dalam konteks penelitian ini, analisis pendapatan usaha menjadi landasan dalam menilai efektivitas pengelolaan PO Mitra Harlan dalam mencapai tujuan keuangan mereka.

Indikator Pendapatan Usaha

Untuk menilai performa usaha secara menyeluruh, diperlukan indikator-indikator yang dapat mencerminkan kondisi pendapatan suatu entitas. Indikator ini tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan finansial, tetapi juga sebagai dasar untuk merancang strategi bisnis. (Hutahaean (2020) menjelaskan bahwa indikator pendapatan membantu pelaku usaha untuk menganalisis hubungan antara input usaha (biaya dan modal) dengan output berupa hasil penjualan atau jasa (Akibun et al., 2024; Akibun, Gintulangi, et al., 2024; Akibun, Lestari, et al., 2024).

Indikator utama pendapatan usaha adalah volume penjualan, yang mengukur jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual dalam satu periode. Volume ini sangat dipengaruhi oleh permintaan pasar, strategi promosi, dan kualitas produk. Peningkatan volume penjualan biasanya menjadi indikator pertumbuhan usaha yang sehat, karena menandakan adanya peningkatan penerimaan kas secara langsung.

Indikator kedua adalah harga jual. Strategi penetapan harga sangat penting. Dalam beberapa kasus, menaikkan harga bisa meningkatkan pendapatan, namun bisa juga menurunkan volume penjualan jika harga menjadi tidak kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara harga dan nilai produk di mata konsumen untuk menjaga pendapatan tetap optimal.

Selanjutnya, pendapatan bruto (*gross revenue*) menjadi indikator dasar yang menggambarkan kemampuan usaha dalam menghasilkan pemasukan secara keseluruhan. *Gross revenue* dihitung dari total penjualan sebelum dikurangi biaya operasional. Nilai ini memberikan gambaran kasar tentang skala usaha dan efektivitas strategi penjualan.

Indikator yang lebih spesifik adalah pendapatan bersih (*net revenue*), yaitu selisih antara pendapatan bruto dan total biaya operasional. Pendapatan bersih mencerminkan efisiensi usaha dalam menghasilkan keuntungan riil. Menurut (Park, 2020), *net revenue* adalah cerminan dari efektivitas manajemen keuangan, karena menilai seberapa besar pendapatan yang benar-benar dapat dinikmati oleh pemilik usaha.

Selain itu, rasio pendapatan terhadap biaya (*revenue to cost ratio*) juga digunakan untuk mengevaluasi efisiensi usaha. Rasio ini menunjukkan perbandingan antara pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan. Rasio yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi yang lebih baik, karena berarti lebih banyak pendapatan dihasilkan untuk setiap unit biaya.

Terakhir, laba usaha (*profit*) menjadi indikator akhir yang sangat penting. Laba adalah tujuan akhir dari setiap usaha. Dalam penelitian ini, laba dihitung berdasarkan selisih antara total pendapatan dan seluruh biaya usaha. Jika laba menunjukkan tren yang meningkat, berarti usaha tersebut dikelola secara sehat dan berkelanjutan. Indikator-indikator ini akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja PO Mitra Harlan dan merumuskan strategi peningkatan pendapatan yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana “pengelolaan usaha di PO Mitra Harlan dalam meningkatkan pendapatan”, dengan menitikberatkan pada tiga indikator utama, yaitu kualitas produk, harga jual, dan distribusi. Ketiga indikator ini dipilih karena merupakan elemen kunci yang saling terkait dalam menentukan keberhasilan usaha pengepulan ikan, khususnya dalam konteks usaha perorangan yang bergerak di wilayah pesisir Desa Kulingkinari.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar, kualitas produk merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang diimplikasikan. Menurut Kotler dan Keller (Novarianti Novarianti et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan kualitas produk Menurut Peter dan Olson (Azizah & Maskur, 2024) mendefinisikan kualitas produk adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan yang terbaik bagi konsumen, pelayanan yang baik dilakukan agar konsumen merasa dipersepsi harga dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh

setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dijual mampu bersaing. Kualitas produk yang baik akan menentukan kelangsungan usaha dalam menghadapi kompetitor.

PO Mitra Harlan sangat menyadari bahwa kualitas produk adalah kunci utama untuk menjaga kepercayaan pembeli dan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta pendapatan. ini bertujuan untuk membangun pemahaman pemasok (nelayan) sehingga mereka tetap merasa percaya dan tidak di rugikan. dalam menjaga kualitas produk adalah penanganan ikan secara cepat, higienis, dan terstruktur segera setelah diterima dari nelayan. Seluruh kegiatan ini menunjukkan komitmen awal karyawan dalam memastikan ikan tetap segar sejak tahap pertama penerimaan, yang merupakan fondasi penting dalam upaya PO Mitra Harlan untuk mempertahankan kualitas produk demi meningkatkan penjualan dan pendapatan. Berdasarkan Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk ikan dari PO Mitra Harlan seringkali tidak konsisten dan cenderung menurun, terutama jika proses pengiriman memakan waktu lama. Konsumen mengeluhkan ikan yang kurang segar, perubahan warna, tekstur yang mulai lembek, dan bau yang tidak sedap. Inkonsistensi kualitas ini secara langsung menimbulkan keraguan pada konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar dan menjadi hambatan serius bagi mereka yang membutuhkan standar kualitas tinggi, seperti untuk tujuan ekspor. Hal ini menunjukkan bahwa isu kualitas produk dan efisiensi distribusi memiliki dampak negatif signifikan terhadap potensi penjualan dan ekspansi pasar PO Mitra Harlan.

Harga

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang secara langsung mempengaruhi minat beli konsumen dan tingkat penjualan sebuah usaha. Menurut kotler di dalam (Sa'adah, 2020) di jelaskan bahwa harga merupakan sebuah bentuk kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa. Sedangkan harga menurut tjiptono di dalam (Supu et al., 2021) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, penetapan harga juga harus sesuai dengan keadaan konsumen. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. penetapan harga jual merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pengelolaan usaha yang berdampak langsung terhadap pendapatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik PO Mitra Harlan, diketahui bahwa penetapan harga jual ikan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan melalui pertimbangan yang rasional dan menyesuaikan dengan kondisi pasar dan operasional. Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa harga yang ditetapkan PO Mitra Harlan dapat meningkatkan pendapatan, terutama saat pasokan ikan melimpah dan kondisi cuaca mendukung. Namun, saat pasokan berkurang karena faktor cuaca buruk, kenaikan harga justru berisiko menurunkan minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap pendapatan bersifat fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti cuaca dan ketersediaan stok ikan. Ketika stok ikan tersedia dan cuaca mendukung, penetapan harga dapat membantu meningkatkan pendapatan melalui pengaturan margin keuntungan. Namun, saat pasokan menurun akibat cuaca buruk, kenaikan harga justru dapat menurunkan minat beli konsumen. Dengan demikian, harga memang merupakan faktor kunci dalam strategi usaha, tetapi harus dikelola secara hati-hati dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan faktor eksternal agar tidak berdampak negatif pada pendapatan.

Proses Distribusi

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (utility) waktu dan tempat. Distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau untuk dikonsumsi (Karundeng, Thessa Natasya Mandey & Sumarauw, 2018). Sedangkan menurut (Hafidz & Musfiroh, 2022) Distribusi memiliki peranan penting yang mengharuskan perusahaan memperhatikan secara detail berjalannya proses distribusi. Dalam pendistribusian produk memiliki banyak aspek yang harus diperhatikan seperti fasilitas, transportasi, ketersediaan dan juga komunikasi dari pihak yang bersangkutan sehingga harus ada pengontrolan yang begitu teliti untuk memastikan segala proses distribusi tidak menghambat proses yang berkaitan.

Proses distribusi yang kurang efektif akan berpengaruh pada kualitas produk yang akan sampai di tangan konsumen. Perusahaan harus dengan tepat menetapkan strategi-strategi distribusi untuk menghindari kerugian karena distribusi merupakan rantai yang saling berkaitan, sebuah kesalahan kecil selama proses distribusi apabila tidak cepat diatasi perusahaan bisa menghambat proses distribusi dan itu memiliki pengaruh buruk bagi perusahaan dari segi kualitas produk, dan juga kepuasan konsumen. proses distribusi ikan di PO Mitra Harlan dilakukan melalui jalur laut, yaitu dengan mengangkut ikan dari pangkalan ke pelabuhan, lalu dikirim menggunakan kapal menuju pabrik atau pembeli. Untuk menjaga kesegaran, ikan dikemas dengan rapi dan diberi es sebelum diberangkatkan.

Meskipun prosedur distribusi telah diupayakan sebaik mungkin, proses ini tetap menghadapi kendala, terutama jika cuaca buruk atau kapal mengalami keterlambatan. Dalam kondisi seperti itu, pengiriman bisa tertunda, dan kualitas ikan yang terlalu lama disimpan berisiko menurun. Dampaknya sangat nyata terhadap pendapatan, karena pembeli dapat meminta potongan harga atau bahkan menolak barang yang dianggap tidak layak konsumsi. Oleh karena itu, distribusi yang lancar, tepat waktu, dan efisien sangat penting untuk memastikan produk tetap berkualitas dan pendapatan usaha dapat terjaga secara berkelanjutan. Dalam konteks ini, PO Mitra Harlan perlu memiliki strategi antisipasi terhadap hambatan distribusi guna meminimalkan kerugian dan menjaga hubungan baik dengan pembeli. Berdasarkan hasil

Penelitian menemukan bahwa proses distribusi ikan dari PO Mitra Harlan ke pembeli sangat bergantung pada kelancaran teknis di lapangan, termasuk kondisi peralatan seperti box penyimpanan. Box yang digunakan untuk menyimpan ikan selama pengiriman memiliki peran penting dalam menjaga kesegaran produk, karena berfungsi menahan es dan mencegah kerusakan fisik pada ikan selama perjalanan. Namun, dalam praktiknya sering terjadi kendala, seperti box yang pecah saat diangkat ke kapal akibat usia pakai yang sudah lama atau benturan saat pengangkutan. Kerusakan ini menyebabkan es dan ikan tumpah, sehingga menurunkan kualitas ikan yang akan dikirim. Dampak dari kejadian tersebut cukup signifikan. Pembeli yang menerima ikan mengeluh terhadap mutu barang, atau bahkan menolak untuk membeli. Hal ini tentu akan berdampak langsung pada turunnya pendapatan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka penelitian ini menarik konklusi secara keseluruhan bahwa pengelolaan usaha di PO Mitra Harlan belum berjalan secara optimal sehingga berdampak pada menurunnya kualitas produk, ketidakstabilan harga jual, serta kendala dalam proses distribusi, yang secara keseluruhan menghambat peningkatan pendapatan usaha. Hal ini didasarkan pada ketiga sub fokus untuk menjustifikasi bahwa pengelolaan usaha di PO Mitra Harlan belum berjalan secara optimal, yaitu:

Kualitas Produk Ketidadaan fasilitas penyimpanan seperti lemari pendingin (cold storage) mengakibatkan penurunan mutu ikan yang ditandai dengan bau tidak sedap, perubahan warna, dan penurunan kesegaran, sehingga menurunkan daya saing produk di pasar.

Harga Jual ikan sering mengalami fluktuasi yang tidak menentu dan cenderung ditentukan secara sepihak oleh pembeli. Hal ini menyulitkan PO Mitra Harlan dalam menghitung keuntungan serta merencanakan pendapatan jangka panjang secara stabil.

Proses Distribusi, ikan masih bergantung pada jadwal kapal yang terbatas dan cuaca yang tidak menentu. Ditambah dengan kerusakan box penyimpanan yang sudah tua, hal ini menyebabkan keterlambatan pengiriman dan penurunan kualitas produk, yang berimbas pada permintaan potongan harga dari pembeli dan penurunan pendapatan.

REFERENSI

- Akibun, F., Gintulangi, S. O., & Arifin, R. (2024). PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA TALANGO DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI. *Jurnal Pengabdian Awara (JPA)*, 1(1), 7–14.
- Akibun, F., Ishak, F. R., Gani, F. N. K., Mile, F. H., & Tuliabu, F. F. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Akuntansi dalam Kehidupan Sehari-Hari dan Pengenalan Penggunaan QRIS di Desa Tabongo

- Timur. *Devotion: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Bidang Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 87–91.
- Akibun, F., Lestari, B. W., Meilandri, D., Kaluku, M. R. A., & Ridhayanto, M. (2024). The influence of leadership style on financial performance with good corporate governance as a moderating variable. *Jurnal ilmiah edunomika*, 8(3).
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). pengaruh kualitas produk, persepsi harga, citra toko dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1336>
- Botutihe, N. A. D., Rachman, E., & Van Gobel, L. (2023). Pengelolaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dahlia Dalam Pemenuhan Kebutuhan Pasar Di Kelurahan Padebuolo Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2854–2863.
- Djama, A. S., Antu, Y., & Oktaviana, S. (2024). Pengelolaan Usaha Cv Auto Dc Service Di Kecamatan Telaga Biru Kabupaten Gorontalo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 16950–16956.
- Fachrurazi, F., Rinaldi, K., Purnomo, Y. J., Harto, B., & Dwijayanti, A. (2021). *Teori dan konsep manajemen sumber daya manusia*.
- Hafidz, A., & Musfiroh, S. (2022). *Ikan di desa dekatagung*. 2(September).
- Hansen Rusliani, Harestoma, H. (2024). Analisis Pengelolaan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Sarang Burung Walet Di Desa Sungai Aur Kecamatan Kumpeh Ilir Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi Hansen Rusliani Harestoma Harestoma Bambang Heriyanto sarang burung walet yang cukup memadai namun. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Hutahaean, H. (2020). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha kecil menengah (ukm) masa pandemi covid 19 di kabupaten deliserdang. *Journal Economics and Strategy*, 1(1), 1–10.
- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis; Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jumiati, Usdeldi, D. A. (2024). Analisis Strategi Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Keripik Pisang Tiga Bintang Di Desa Purwo Bakti Kabupaten Bungo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 847.
- Karundeng, Thessa Natasya Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management. In *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future* (pp. 308–313). Routledge.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing.
- Kharismawaty, R., Pratiwi, D., Lubis, I. S., Laowo, S. J., & Handayani, W. (2022). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Budidaya Ikan Lele Pada UMKM Griya Cendekia Desa Curug Gunung Sindur Bogor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdi (JimawAbdi)*, 2(1), 40. <https://doi.org/10.32493/jmab.v2i1.18696>
- Latibu, R., Rachman, E., & Arsana, I. K. S. (2023). Faktor-Faktor Penghambat Pembangunan Bidang Pertanian Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Jagung di Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 8039–8047.
- Muda, R., Rachman, E., & Akibun, F. (2024). Strategi Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Pia Putra Kusuma. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9026–9037.
- Novarianti Novarianti, Muhammad Ichwan Musa, Burhanuddin Burhanuddin, Chalid Imran Musa, & Ilma Wulansari Hasdiansa. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(3), 127–141. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i3.4034>
- Nusi, R. S. A., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Gorontalo (Studi Kasus Penataan Pasar Rakyat Duingi). *Innovative: Journal Of Social Science*

Research, 3(5), 8194–8202.

- Pakaya, W. A., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). manajemen kelompok usaha bersama (kube) dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di desa tolango kecamatan anggrek kabupaten gorontalo utara. *Jurnal Administrasi Negara Dan Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 142–153.
- Park, S. (2020). *Marketing management* (Vol. 3). Seohee Academy.
- Rachman, Y. T., Kartadjumena, E., Asikin, B., Ait Novatiani, R., Christine, D., Prayitno, Y. H., & Rachmat, R. A. H. (2022). Analisis strategi pengelolaan usaha mikro dalam upaya menjaga keberlanjutan usaha (studi kasus pada usaha mikro genki yoghurt). *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(2), 75–96.
- Raysharie, P. I., Harto, B., Judijanto, L., Apriyanto, A., Riyanto, J., Gumilang, R. R., Purnamasari, N., Muchayatin, M., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *UMKM: Pengelolaan usaha dari Kecil menjadi besar*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rifqhi, M. A., Abdul, I., & Dai, S. I. (2025). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Biaya Produksi dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM dalam Sektor Kuliner di Kota Gorontalo. *Economic Reviews Journal*. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i1.628>
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Sihombing, T., & Sihombing, D. (2021). Influence of Interest, Price, Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions in Traveloka App. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 183–196.
- Singh, H., Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Marketing management. *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh harga produk, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone samsung di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 919–928.
- Zuhdi, M. A., Munip, A., & Daud, D. (2023). Upaya Pengelolaan Ikan Asin Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan. *Zabags International Journal Of Engagement*, 1(1), 22–27. <https://doi.org/10.61233/zijen.v1i1.4>