ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN USAHA KECIL DODOL ANDRI JAYA DI KABUPATEN KAMPAR PROVINSI RIAU

OLEH

EKA FEBRIANTI
04 914 027

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009

ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN USAHA KECIL DODOL ANDRI JAYA DI KABUPATEN KAMPAR PROVINSI RIAU

ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Usaha Kecil Dodol Andri Jaya di Kabupaten Kampar Provinsi Riau" ini telah dilaksanakan selama dua bulan mulai bulan Februari sampai dengan Maret 2009. Tujuan penelitian ini ádalah mengetahui profil usaha, menganalisis keuntungan, titik impas dan menganalisis bauran pemasaran usaha Andri Jaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana pihak Usaha Andri Jaya dijadikan sebagai sumber data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Dinas Pertanian Kabupaten Kampar, dan Biro Pusat Statistik Kabupaten Kampar. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas usaha, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran dan profil usaha.

Latar belakang pendidikan dan dukungan keluarga merupakan motivasi jiwa wirausaha pengusaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Januari 2008 sampai Desember 2008 usaha Andri Jaya telah memperoleh keuntungan dari kedua produk yang dihasilkan yaitu dodol pulut dan dodol nangka sebesar Rp.142.506.788,1,-. Produk dodol nangka memberikan keuntungan yang lebih besar bagi pihak usaha. Usaha ini mengalami impas pada saat penjualan dodol pulut sebesar Rp.36.287.389,52,- dan penjualan dodol nangka sebesar Rp.65.461.984,86,- atau pada saat produksi dodol pulut sebanyak 1.814 kg dan produksi dodol nangka sebanyak 1.853 kg. Pada saat penelitian, usaha ini telah berada diatas titik impas dengan penjualan produk dodol pulut sebesar Rp.93.060.000,- dan dodol nangka sebesar Rp.437.010.000,-.

Dari hasil analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha Andri Jaya tergolong kepada produk konsumsi karena merupakan makanan khas Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Produk dodol pulut dikemas dengan menggunakan upih pinang dengan label Andri Jaya dan produk dodol nangka dikemas dengan kotak yang didominasi warna kuning dan hijau dengan merek Andri Jaya. Harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing* oleh pemilik dimana harga jual produk dodol pulut untuk tiap kemasannya adalah Rp.5.000,- per bungkus dan produk dodol nangka Rp.15.000,- per kotak. Usaha Andri Jaya menggunakan saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung. Produk didistribusikan ke beberapa swalayan di kota Pekanbaru dan di kota Bangkinang. Usaha Andri Jaya belum melakukan promosi secara khusus untuk memperkenalkan produknya.

Sehubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak usaha Dodol Andri Jaya agar membuat catatan keuangan laporan laba rugi, agar dapat dilihat tingkat perkembangan usaha. Disarankan juga melakukan promosi yang lebih gencar lagi, seperti iklan melalui radio atau surat kabar, agar konsumen lebih banyak lagi yang membeli produk dodol pulut dan dodol nangka.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha kecil merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi. Gerak sektor usaha kecil amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. Usaha kecil cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Sektor usaha kecil juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan sektor usaha kecil juga memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan (Pramiyanti, 2008).

Strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis dan agroindustri merupakan suatu upaya yang sangat penting dilaksanakan, untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu : (a) menarik dan mendorong munculnya usaha baru di sektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah, dan (d) menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Jenis kegiatan ekonomi dari usaha kecil sangatlah beragam, salah satunya yang berhubungan dengan sektor pertanian yaitu agroindustri. Menurut Saragih (1999), agroindustri merupakan salah satu bentuk usaha hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau usaha kecil. Disamping itu, agroindustri yang merupakan tahapan pembangunan sebagai kelanjutan pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan usaha kecil.

Kegiatan dari usaha kecil atau menengah sekarang ini lebih diarahkan ke sektor agroindustri. Perkembangan usaha kecil di Kabupaten Kampar yang mengarah ke sektor agroindustri dan agribisnis baik yang berskala kecil maupun menengah semakin pesat. Kegiatan agribisnis yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan kualitas hasil pertanian serta meningkatkan pendapatan bagi produsen, banyak ditemui pada usaha kecil di Kabupaten Kampar.

Peranan usaha kecil dalam pembangunan dapat membantu tugas pemerintah mengurangi pengangguran, pemerataan kesempatan kerja dan

meningkatkan pendapatan masyarakat. Disamping itu mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan besar, seperti biaya organisasi yang rendah, kebebasan bergerak serta rendahnya biaya investasi (Said, 1991). Sementara itu disisi lain, perkembangan usaha kecil mempunyai berbagai hambatan, terutama dibidang permodalan dan pemasaran. Oleh sebab itu diperlukan kemampuan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja agar mereka mampu mengikuti perkembangan permintaan pasar yang menghendaki desain dan mutu produk yang semakin baik dan semakin beragam yang berarti aspek produksinya harus diperhatikan (Mubyarto, 1994).

Sasaran pasar yang ditentukan melalui riset pemasaran, maka usaha membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix*. *Marketing mix* tersebut merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi usaha, dan semua ini ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang dipilih (Swastha dan Sukotjo, 1999).

Dengan mengolah tanaman nangka menjadi jenis makanan ringan yaitu dodol nangka. Dapat menjadi nilai tambah tersendiri terhadap olahan buah nangka tersebut. Hal inilah yang dilakukan oleh pihak Andri Jaya selaku produsen dodol pulut dan dodol nangka. Dengan mengolah produk hasil pertanian menjadi sebuah produk makanan lain yang lebih mempunyai nilai jual. Pada umumnya tujuan usaha adalah untuk memperoleh laba, dan besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengolah usahanya. Oleh karena itu, manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar, yang dapat dilihat dari laporan laba rugi (Munawir, 2001).

1.2. Perumusan Masalah

Usaha kecil "Andri Jaya" telah dirintis sejak tahun 1999, berlokasi di Jl. Peltu Saidan Gg. Mawar Kampung Gadang Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Usaha ini satu-satunya usaha kecil di Kabupaten Kampar yang

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Usaha Andri Jaya dimiliki oleh Bapak Wan Syamsun Nahri yang dirintis di Kota Bangkinang pada tahun 1991. Pendirian usaha ini dilatarbelakangi oleh keinginan pemilik untuk menambah pendapatan keluarga disamping pendapatannya sebagai pegawai pada sebuah perusahaan swasta. Pemilik usaha Andri Jaya dapat digolongkan kedalam *The Promoter*. Serta latarbelakang pendidikan dan dukungan dari keluarga merupakan motivasi beliau dalam berwirausaha. Pada saat awal berdirinya sumber permodalan usaha berasal dari modal sendiri sebesar Rp.400.000,-. Seiring dengan berkembangnya usaha, pemilik juga menambah modal operasional dengan meminjam dana kepada Bank sebesar Rp.10.000.000,-. Ternyata dalam beberapa bulan, usaha ini mulai menunjukkan perkembangan yang positif dan pemilik berkeinginan mengembangan usahanya dengan memperluas pemasarannya.
2) Keutungan yang diperoleh oleh usaha Andri Jaya selama periode Januari sampai Desember 2008 dari kedua jenis produk yang dihasilkan adalah Rp.142.506.788,1,-. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan dodol pulut yaitu sebesar Rp.8.556.797,16,-, sedangkan untuk dodol nangka yaitu sebasar Rp.133.949.990,9,-. Berdasarkan analisis titik impas usaha Andri Jaya pada periode Januari sampai Desember 2008 maka diperoleh titik impas kuantitas 1.814 kg untuk dodol pulut 1.853 kg untuk dodol nangka. Sedangkan impas penjualan Rp.36.287.389,52,- untuk dodol pulut dan Rp.65.461.984,86,- untuk dodol nangka. Pada saat ini usaha Andri Jaya sudah berproduksi diatas titik impas, dimana penjualannya Rp.93.060.000,- untuk dodol pulut dan Rp.437.010.000,- untuk dodol nangka. Berarti usaha dodol pulut dan dodol nangka pada periode Januari sampai Desember 2008 sudah berproduksi jauh diatas titik impas dan sudah berada di daerah laba.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran.* Rajawali Pers. Jakarta.

Astawan. 1991. *Teknologi Pengolahan Nabati Tepat Guna.* Akademi Pressindo. Jakarta.

Buchari, Alma. 2004. *Kewirausahaan.* Alfabeta. Bandung.

Depperindag Kabupaten Kampar. 2007. *Kriteria Industri Dan Perdagangan Kabupaten Kampar.* Depperindag Kabupaten Kampar.

Erna, Yustina. Widyastuti. 1995. *Nangka dan Cempedak : Ragam Jenis dan Pembudidayaan. Penebar Swadaya.* Jakarta.

Hardiantono, Bambang. 1992. *Budidaya Buah-buahan Daerah Basah dan Daerah Kering* . PD. Mahkota. Jakarta.

Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Usaha.* Rineka Cipta. Jakarta.

Kosim, Alfaini. 2000. *Pemberdayaan Usaha Kecil Melalui Pola Kemitraan Di Bidang Agribisnis.* Kanwil Depkop dan Pengusaha Keci Menengah Prop. Riau. Pekanbaru.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gerry Amstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran.* Prenhalindo. Jakarta.

Mubyarto. 1994. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan.* Sinar Harapan. Jakarta.

Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya.* Edisi 5. Aditya Media. Yogyakarta.

_____ 2001. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa) Edisi III.* Salemba Empat. Yogjakarta.

Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan.* Liberty. Jogjakarta.

Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian.* Ghalia Indonesia. Jakarta.

Niswonger dan Fress. 1997. *Dasar-Dasar Akuntansi.* Edisi, XI. Pelita Jaya.

Pramiyanti, Alila. 2008. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM.* Medpress. Yogyakarta.