

**ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN
MPEK-MPEK PALEMBANG PADA USAHA KECIL “TIO”
KECAMATAN PADANG BARAT KOTA PADANG**

Oleh:

ANDRIES SIREGAR
97 114 019



Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

Analisis Usaha Dan Bauran Pemasaran Mpek-mpek Palembang Pada Usaha Kecil Tio Kecamatan Padang Barat Kota Padang

Abstrak

Penelitian dengan judul "Analisis Usaha Dan Bauran Pemasaran Mpek-mpek Palembang Pada Usaha Kecil Tio Kecamatan Padang Barat Kota Padang" dilaksanakan mulai bulan Agustus sampai bulan Oktober 2004 dengan tujuan untuk mengetahui keuntungan usaha, titik impas dan mengetahui bauran pemasaranyang telah dilakukan oleh usaha kecil Tio selama ini.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dimana pihak usaha yang bersangkutan langsung dijadikan sebagai sumber data, terutama data primer sedangkan data skunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti BPS Tk.I Sumatera Barat, Depperindag Tk.I Sumatera Barat dan Depperindag Tk.II Padang. Analisis yang digunakan adalah analisis untuk mengetahui besarnya keuntungan dengan menggunakan metode *variabel costing* yang selanjutnya menggunakan analisis impas. Analisis bauran pemasaran dilakukan secara deskriptif kualitatif sesuai dengan teori-teori yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pembuatan mpek-mpek Palembang yang dilakukan oleh usaha kecil Tio telah memperoleh keuntungan sebesar Rp 3.027.675,00 untuk bulan Januari 2004; Rp 1.009.250,00 pada bulan Febuari 2004; Rp 1.003.275,00 dan Rp 1.015.150,00 pada bulan Maret 2004. Usaha ini mengalami impas penjualan sebesar Rp 6.876.154,70 atau saat produksi sebanyak 2.750,64 bungkus dengan harga jual Rp 2.500,00 per bungkus.

Dari analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha kecil Tio ini termasuk produk konsumsi. Produk dikemas dalam plastik ukuran 500 gram dengan label "Mpek-mpek Ikan Tio". Produk yang dihasilkan masih kurang gurih oleh karena itu pihak usaha hendaknya memperhatikan mutu produk. Harga mengikuti harga pasar dan saluran pemasaran yang masih dapat melakukan perluasan pasar. Promosi yang dilakukan oleh pihak usaha adalah dengan cara *personal selling*.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem agribisnis adalah suatu sistem dalam pengelolaan usaha tani yang ditujukan untuk melahirkan petani mandiri dan mendapatkan nilai tambah yang tinggi dari aktifitas pengadaan dan penyaluran sarana produksi, proses produksi, penanganan pasca panen dan pengolahan hasil serta pemasaran (Departemen Pertanian, 1999).

Saleh (1986), mengemukakan bahwa industri kecil memberikan manfaat sosial (sosial benefits) yang sangat berarti bagi perekonomian. Manfaat pertama; industri kecil dapat memberikan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah. Manfaat kedua; industri kecil turut mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilitas domestik. Ini dimungkinkan oleh kenyataan bahwa industri kecil cenderung memperoleh modal dari tabungan si pengusaha sendiri, atau dari tabungan keluarga dan kerabatnya. Adapun manfaat sosial yang ketiga; industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri sedang dan besar, karena industri kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana, yang biasanya tidak dihasilkan oleh industri sedang dan besar. Lokasi industri kecil yang tersebar pada gilirannya telah menyebabkan biaya transportasi menjadi minim, sehingga dengan demikian akan memungkinkan barang-barang hasil produksi dapat sampai ke tangan konsumen secara cepat, mudah dan murah.

Agroindustri adalah salah satu subsistem dalam agribisnis. Agroindustri dapat didefinisikan sebagai industri yang memanfaatkan hasil pertanian seperti

bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan seperti mesin dan alat pertanian serta menciptakan jasa untuk kegiatan tersebut (Darwis 1990 *cit* Zulfira 2004)

Investasi dalam industri pengolahan mempunyai beberapa tujuan, tetapi yang menjadi tujuan utama adalah untuk mencapai laba yang maksimum guna kelangsungan hidupnya. Laba yang maksimum akan dapat diwujudkan apabila perusahaan mampu, menekan biaya produksi dan operasi serendah mungkin, menentukan harga jual sedemikian rupa dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin (Supriyono 1989 *cit* Zulmaida 2002).

Ukuran yang sering digunakan untuk menilai berhasil tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan (Mulyadi 1997). Laba dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu harga jual, biaya produksi dan pemasaran serta volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki. Harga jual mempengaruhi volume penjualan sedangkan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling tergantung satu sama lain. Karena perencanaan tingkat laba mempengaruhi pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijaksanaan masa yang akan datang, untuk itu manajemen perusahaan memerlukan data untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat laba dimasa datang.

Perencanaan laba merupakan salah satu tujuan dalam berusaha terutama usaha yang mengelola hasil – hasil pertanian, yang mana hasil – hasil pertanian memiliki sifat kurang tahan lama atau mudah rusak. Agar hasil – hasil pertanian tersebut dapat lebih tahan lama diperlukan pengolahan. Pengolahan terhadap hasil

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Mpek-mpek Palembang Pada Usaha Kecil Tio ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Selama priode Januari 2004 sampai Maret 2004 usaha kecil Tio mampu menghasilkan 11.777 bungkus mpek-mpek. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan mpek-mpek pada priode Januari sampai Maret 2004 adalah sebesar Rp 3.027.675,00; dengan rincian keuntungan pada bulan Januari sebesar Rp 1.009.250,00; Febuari Rp 1.003.275,00; dan Maret 2004 Rp 1.015.150,00.
2. Usaha kecil Tio ini telah mampu melalui tingkat impas dalam rupiah penjualan sebesar Rp 6.876.154,70; dan dengan tngkat impas kuantitas adalah 2.750,64 bungkus. Jadi pihak usaha akan memperoleh laba bila produk yang terjual melebihi dari 2.750,64 bungkus mpek - mpek (Januari hingga Maret 2004) dengan harga jual Rp 2.500,00 tiap bungkusnya. Tingkat impas ini dapat dilalui oleh usaha kecil Tio dalam jangka waktu 1 bulan.
3. Mpek-mpek yang diproduksi usaha kecil Tio termasuk kedalam produk konsumsi jenis konvĕnien. Mpek-mpek yang dihasilkan masih belum segurih mpek-mpek yang berasal dari Palembang dan masih terasa agak keras namun sudah cukup gurih dan tidak terlalu keras bagi sebagian

Daftar Pustaka

- Asri, Zulwi. 1998. **Pembinaan dan Pengembangan Industri Hasil Kehutanandan Pertanian di Kotamadya Solok**. Depperindag Kodya Solok. Solok
- Bappeda Tk. I Sumbar dan Kantor Statistik Sumatera Barat. 1994. **Laporan Perekonomian Sumatera Barat**. Kerjasama Bappeda Tk.I Sumatera Barat dengan Kantor Statistik Sumatera Barat. Padang.
- Biro Pusat Statistik. 1997. **Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat**. BPS Sumatera Barat. Padang.
- 1999. **Padang Dalam Angka**. BPS Sumatera Barat. Padang.
- Depperindag. 2002. **Industri dan Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka**. Kanwil Depperindag Sumatera Barat.
- Hadibroto, S. 1980. **Dasar-dasar Akuntansi**. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Horngren dan Harrison. 1993. **Akuntansi**. Prenhallindo. Jakarta.
- Kadarsan, Halimah W. 1995. **Keungan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, Gary. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Prenhallindo. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. **Pengantar Ekonomi Pertanian**. LP3ES. Jakarta.
- Mulyadi. 1997. **Akuntansi Manajemen**. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN. Yogyakarta.
- Nazir, M. 1988. **Metode Penelitian**. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nurmawan. 1999. **Pengembangan Agribisnis Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat di Sumatera Barat**. Makalah pada Seminar Nasional Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Said, Nural. 1991. **Pola Pembinaan Industri Kecil di Sumatera dalam Industri Kecil dan Kesempatan Kerja Disunting oleh Syahrial Syarief**. Pusat Penelitian dan Pengembangan Universitas Andalas. Padang.
- Saragih, B. 1999. **Pembangunan Agribisnis Merupakan Strategi Pembangunan Daerah dan Kerakyatan**. Makalah pada Seminar Nasional Lustrum XI Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.