

**ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN
KERIPIK MALAYSIA DAN STICK BAWANG
KENTANG PADA USAHA KECIL BUNGA
DI KELURAHAN ULU GADUT
KOTA PADANG**

Oleh:

**ROZALIANA
02914039**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

**ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN KERIPIK MALAYSIA
DAN STICK BAWANG KENTANG PADA USAHA KECIL BUNGA
DI KELURAHAN ULU GADUT KOTA PADANG**

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Keripik Malaysia dan Stick Bawang Kentang Pada Usaha Kecil Bunga di Kelurahan Ulu Gadut Kota Padang” ini telah dilaksanakan mulai bulan November sampai dengan Desember 2009. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil usaha, menganalisis keuntungan, titik impas dan mendeskripsikan bauran pemasaran usaha Bunga.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Oktober 2008 - September 2009 usaha Bunga telah memproduksi 10.250 Kg Keripik Malaysia dan 7.700 Kg Stick Bawang Kentang dengan keuntungan dari kedua produk yang dihasilkan yaitu Keripik Malaysia dan Stick Bawang Kentang Rp.84.553.066,-. Usaha ini mengalami impas pada saat penjualan Keripik Malaysia Rp.62.620.474,- dan penjualan Stick Bawang Kentang Rp.54.859.960,- atau pada saat titik impas kuantitas Keripik Malaysia sebanyak 2.417 kg dan titik impas kuantitas Stick Bawang Kentang sebanyak 1.962 kg. Pada saat penelitian, usaha ini telah berada diatas titik impas dengan penjualan produk Keripik Malaysia Rp 263.562.000,- dan Stick Bawang Kentang Rp.211.428.000,-.

Dari hasil analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha Bunga tergolong produk konsumsi. Produk Bunga dikemas dengan merek “Bunga” dengan tampilan produk, warna dan rasa yang menarik. Harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing* oleh pemilik. Harga jual produk Keripik Malaysia Rp.6.500,- per bungkus (1/4Kg) dan untuk Stick Bawang Kentang Rp 7.000 per bungkus (1/4Kg). Usaha Bunga menggunakan saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung. Produk didistribusikan ke beberapa toko pengecer di Kota Padang. Usaha Bunga belum melakukan promosi secara khusus untuk memperkenalkan produknya.

Sehubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak usaha Bunga agar membuat catatan keuangan yang lebih baik, supaya dapat dilihat secara jelas tingkat perkembangan usaha. Pada label kemasan, disarankan agar mencantumkan batas kadaluarsa agar konsumen mengetahui apakah produk yang mereka beli masih baik untuk dikonsumsi atau tidak, dan kepada pihak usaha agar mendistribusikan produk Bunga secara luas untuk menambah daerah pemasaran serta menambah media periklanan untuk meningkatkan volume penjualan, yang dilaksanakan secara intensif pada bulan Ramadhan dan masa liburan, karena dalam waktu-waktu ini jumlah konsumen potensial meningkat.

I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut Soekartawi (2000), strategi pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis dan agroindustri merupakan suatu upaya yang sangat penting dalam mencapai beberapa tujuan, yaitu: menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan.

Agribisnis menurut Saragih (1999), adalah setiap bentuk kegiatan usaha (bisnis) yang berkaitan dengan pertanian. Kegiatan usaha tersebut dapat dilihat dibidang produksi pertanian; industri (manufaktur) dan distribusi alat-alat pertanian; serta kegiatan pengolahan, penyimpanan, distribusi, perdagangan, maupun transportasi produk-produk pertanian. Kegiatan agribisnis tersebut mulai dari skala kecil yang tradisional sampai dengan skala besar (konglomerasi) yang modern.

Sebagai motor penggerak pembangunan pertanian, upaya pengembangan agroindustri sangat penting dilaksanakan. Hal ini untuk mencapai beberapa tujuan, yaitu : (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Kebijakan pembangunan ekonomi di Sumatera Barat diarahkan untuk memposisikan sektor pertanian sebagai sektor andalan dan sebagai penggerak mesin ekonomi lainnya. Dalam upaya mendukung kebijakan dapat ditempuh melalui peningkatan produksi dan produktifitas antara lain dengan menetapkan paket teknologi tepat guna dan ramah lingkungan, baik dalam proses panen maupun pengolahan hasil panen. peningkatan sumberdaya manusia pertanian juga diupayakan agar mampu mengelola teknologi secara tepat dan mengelola usaha pertanian dengan manajemen yang efektif dan efisien. Sesuai dengan harapan otonomi daerah bahwa daerah dituntut lebih mampu mengembangkan kreatifitas masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan produktifitas, maka daerah perlu melakukan pendekatan terhadap komoditi unggulan yang berorientasi pasar, kualitas dan potensi produksinya (Sinar Tani *cit Wahyuni*, 2006).

Perkembangan industri di Sumatera Barat yang mengarah ke sektor agroindustri dan agribisnis baik yang berskala kecil maupun menengah semakin pesat. Pada tahun 2003, industri kecil merupakan bagian terbesar dari keseluruhan usaha di sektor industri yaitu mencapai 99,25%. Demikian juga dalam penyerapan tenaga kerja, usaha ini telah menyerap lebih dari setengah jumlah seluruh pekerja di sektor industri. Sebenarnya industri ini mempunyai potensi yang cukup besar dalam penyerapan ledakan tenaga kerja maupun ikut memperbaiki perekonomian masyarakat luas (Badan Pusat Statistik, 2003).

Kegiatan agribisnis bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan kualitas hasil pertanian serta meningkatkan pendapatan bagi produsen. Kegiatan ini banyak ditemukan pada industri-industri kecil khususnya di Kota Padang.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Keuntungan yang diperoleh oleh usaha Bunga selama periode Oktober 2008 sampai September 2009 dari kedua jenis produk yang dihasilkan adalah Rp. 84.553.066,-. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan Keripik Malaysia yaitu sebesar Rp. 53.496.316,-, sedangkan untuk Stick Bawang Kentang yaitu sebesar Rp 31.056.750,-. Berdasarkan analisis titik impas usaha Bunga pada periode Oktober 2008 sampai September 2009 maka diperoleh titik impas kuantitas Rp 2.417 kg untuk Keripik Malaysia dan 1.962 kg untuk Stick Bawang Kentang. Sedangkan impas penjualan Rp 62.620.474,- untuk Keripik Malaysia dan Rp 54.859.960,- untuk Stick Bawang Kentang. Pada saat ini usaha Bunga sudah berproduksi diatas titik impas, dimana penjualannya Rp. 263.562.000 ,- untuk Keripik Malaysia dan Rp 211.428.000,- untuk Stick Bawang Kentang. Berarti usaha Bunga dengan dua produknya pada periode Oktober 2008 sampai September 2009 sudah berproduksi jauh di atas titik impas dan sudah berada di daerah laba.
2. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh usaha Bunga ini terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi yaitu :
 - a. Produk Keripik Malaysia dan Stick Bawang Kentang yang dihasilkan oleh usaha Bunga dapat dikelompokkan kepada produk konsumsi, hal ini dikarenakan, produk yang dibeli oleh konsumen akhir ditujukan

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Siska. 2008. *Analisa Titik Impas Minyak Goreng Surya Pada PT. Lembah Karya Padang*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang.
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Raja Wali Pers. Jakarta. 450 Hal.
- Badan Pusat Statistik. 2001. *Statistik Industri Kecil*. Padang
- Badan Pusat Statistik. 2003. *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. BPS. Sumatera Barat. Padang
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat. 2005. *Kriteria Industri Dan Perdagangan Sumatera Barat*.
- Encahyani, Camellia Kiki. 2002. *Analisa Usaha Dan Bauran Pemasaran Industri Kecil Bugur Fresh Milk*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Fadhila, Wiwi Sari. 2007. *Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Keripik Balado Pada CV. Tanjung Mitra Sejati*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. padang.
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen, Edisi 2*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Usaha*. Rineka Cipta Jakarta. 249 Hal.
- Kadarsan, W. Halimah. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. PT Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran* PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhalindo. Jakarta.
- Mulyadi. 1997. *Akuntansi Manajemen*. STIE TPKN. Yogyakarta.
- _____. 2000. *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat dan Rekayasa) Edisi III*. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Munawir. 2006. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- _____. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.