

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA
USAHA KECIL AMERICAN BAKERY DI KOTA PADANG**

OLEH :

VIKY KASMINATA
04 114 057



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KECIL AMERICAN BAKERY DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2010 sampai Januari 2011. Tujuan penelitian (1) Menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada usaha roti tawar American Bakery, (2) Menganalisis bauran pemasaran American Bakery yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana pihak American Bakery dijadikan sebagai sumber data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat, Dinas Perusahaan dan Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang, dan Badan Pusat Statistik. Analisa kuantitatif digunakan menganalisa keuntungan dan titik impas, sedangkan analisa kualitatif digunakan untuk menganalisa bauran pemasaran.

Produk yang dihasilkan oleh Usaha American Bakery adalah roti tawar yang termasuk kedalam produk konsumsi, terdapat tiga pembagian produk, yaitu roti tawar balok, roti tawar setengah dan roti tawar kupas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Desember 2009 – November 2010 keuntungan usaha American Bakery ini sebesar Rp 301.667.790,- dan total penjualan sebesar Rp 2.254.609.600,-. Usaha American Bakery sudah memproduksi diatas titik impas dengan impas penjualan untuk roti tawar balok Rp 348.126.990,-, roti tawar setengah Rp 170.072.030,-, dan roti tawar kupas Rp 74.343.130,- dan impas kuantitas untuk roti tawar balok 44.634 bungkus, roti tawar setengah 24.998 bungkus dan roti tawar kupas 10.934 bungkus. Harga ditetapkan dengan mengkombinasikan antara metode *Cost Plus Pricing* dan *Going Rate Pricing*. Distribusi yang digunakan adalah distribusi tidak langsung, promosi digunakan adalah promosi dari mulut kemulut (*personal selling*).

Sehubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak usaha American Bakery untuk menggunakan pencatatan laba rugi dengan menggunakan analisa laba rugi, meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar, menggunakan *packing* atau kemasan yang lebih bagus dan menarik, dan melakukan diversifikasi produk seperti roti tawar dengan aroma pandan dan dan roti manis untuk menambah pendapatan bagi usaha American Bakery.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu peran strategis sektor pertanian adalah menghasilkan bahan pangan bagi seluruh penduduk dunia. Pemenuhan kebutuhan pangan harus dilakukan karena pangan merupakan kebutuhan dasar manusia. Oleh karena itu, upaya pemenuhan kebutuhan pangan harus dilaksanakan secara adil dan merata bagi seluruh penduduk Indonesia (Sawit, 2000). Pentingnya upaya pemenuhan pangan telah mendorong berkembangnya berbagai jenis industri yang mengelola hasil pertanian.

Menurut Saragih (1999) selain sebagai tahapan lanjutan dari pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri, agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku hasil pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Lebih lanjut Saragih (1999) menyatakan perekonomian Indonesia tidak bisa berbasis teknologi tinggi, tetapi industrialisasi dengan landasan sektor pertanian. Sandra (2002) menyatakan bahwa dalam perkembangannya, agroindustri dapat mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar (padat karya). Selanjutnya Soekartawi (2000) menjelaskan bahwa tujuan pengembangan agroindustri antara lain : (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja serta memperbaiki pembagian pendapatan. Dalam perkembangannya, kegiatan agroindustri dapat berada dalam skala kecil yang tradisional sampai pada skala besar yang modern.

Industri merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional suatu negara, baik di Indonesia maupun di negara lain. Namun, pengertian istilah industri mempunyai beragam tafsiran. Salah satunya menurut Prawirosentono (2002), makna industri yang berasal dari kata latin *industria* yaitu *Any Form of Economic Activity*. Menurut kriteria ini, industri adalah berbagai bentuk kegiatan ekonomi, sedangkan kegiatan ekonomi dapat dilakukan oleh perorangan maupun oleh perusahaan.

Menurut Mubyarto (1994), industri kecil mempunyai peranan besar dalam pembangunan sektor industri di pedesaan antara lain bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan dan menyerap kelebihan tenaga kerja di pedesaan. Menurut Tohar (2004), fungsi dan peranan industri kecil sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Fungsi dan peranan itu meliputi penyediaan barang dan jasa, penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, sebagai nilai tambah bagi produk daerah dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Peranan industri kecil dalam pembangunan dapat membantu tugas pemerintah mengurangi pengangguran, pemerataan kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Di samping 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 industri 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 design dan mutu produk yang semakin baik dan semakin beragam yang berarti aspek produksinya harus diperhatikan (Mubyarto, 1994).

Potensi sumber daya alam salah satunya yaitu berupa hasil-hasil pertanian yang umumnya merupakan bahan baku pangan, mendorong tumbuhnya industri pengolahan hasil pertanian yang mengolah komoditas pertanian menjadi produk pertanian yang memiliki nilai tambah. Tidak terkecuali industri roti atau *bakery*. Industri roti menjadi prospektif untuk dikembangkan seiring dengan semakin populernya makanan ini sebagai pangan alternatif yang dapat dikonsumsi secara praktis dan bernilai gizi cukup tinggi. Keberadaan roti dengan berbagai jenis merek dan variasi rasa yang dapat ditemukan dengan mudah pada tempat-tempat seperti swalayan, minimarket, toko-toko kue, pedagang kaki lima dan kios-kios kecil lainnya menandakan bahwa bisnis ini telah berkembang dengan cukup baik.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam menjalankan sebuah usaha selalu ada hambatan dan resikonya. Apalagi bila usaha yang dijalankan merupakan sebuah usaha dengan persaingan yang tinggi dipasaran. Salah satu industri pengolahan hasil pertanian yang termasuk kedalam industri makanan adalah usaha roti (Lampiran 1). Roti merupakan pilihan makanan alternatif di segala kondisi, di mana pola hidup masyarakat dengan beragam aktivitas yang padat. Hal ini mendorong perkembangan industri-industri roti baik skala kecil maupun skala besar.

American Bakery adalah salah satu usaha roti yang beralamat di Jl. Jati Parak Salai I No. 1 Padang. Usaha yang berdiri sejak tahun 1996 ini mempekerjakan 15 orang tenaga kerja, mengacu pada kriteria industri dan perdagangan Departemen Industri, Perdagangan dan Pertambangan Kota Padang maka Usaha American Bakery termasuk dalam kategori usaha kecil.

Melakukan inovasi dan perbaikan pada produk roti akan dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan kualitas hasil yang lebih baik, maka nilai barang akan lebih tinggi dan kebutuhan konsumen akan terpenuhi. Peningkatan inovasi dan kualitas produk yang diiringi dengan mekanisme pemasaran yang berjalan dengan baik, maka keuntungan akan menjadi tinggi dan perusahaan akan memperoleh laba besar.

Berdasarkan informasi yang didapat dari pemilik usaha selama tahun 2005 hingga tahun 2009 terjadi fluktuasi pada volume produksi dan penjualan roti tawar American Bakery. Dimana pada tahun 2005 produksi roti tawar sebanyak 257.168 bungkus. Pada tahun 2006 mengalami penurunan, usaha American Bakery memproduksi roti tawar sebanyak 254.635 bungkus dan mengalami kenaikan pada tahun 2007 sebanyak 292.646 bungkus. Pada tahun 2008 mengalami penurunan produksi hingga tahun 2009. Hal ini menunjukkan berfluktuasinya produksi yang dilakukan oleh usaha American Bakery. (Lampiran 2).

Ketidakstabilan atau fluktuasi produksi dan penjualan yang terjadi pada usaha American Bakery ini mempengaruhi pendapatan serta keuntungan yang akan diperoleh. Analisis usaha menjadi penting dilakukan untuk mengetahui keuntungan atau kerugian perusahaan. Dalam menentukan apakah suatu industri

mengalami keuntungan atau kerugian maka diperlukan suatu pencatatan keuangan yang baik. Dengan pencatatan tersebut dapat dilihat gambaran kondisi usaha. Namun pihak industri ini masih melakukan sistem pencatatan keuangan yang sederhana. Sehingga belum bisa menentukan sejauh mana perkembangan industri serta berapa tingkat penjualan industri ini dapat menutupi biaya yang dikeluarkan agar tidak mengalami kerugian.

Salah satu alat untuk menentukan keberhasilan pemasaran adalah bauran pemasaran yaitu kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Bauran pemasaran ini merupakan satu perangkat alat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan dan semua ini ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau konsumen yang dipilih (Swastha dan Sukotjo, 2002).

Berdasarkan hal di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai analisis pada usaha American Bakery. Sehubungan dengan hal tersebut maka timbul pertanyaan yaitu berapa besar keuntungan dan titik impas serta bagaimana bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh usaha ini. Untuk menjawab persoalan tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “ **ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KECIL AMERICAN BAKERY DI KOTA PADANG**”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada usaha roti tawar American Bakery.
2. Menganalisis bauran pemasaran American Bakery yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kondisi usaha dan memberikan masukan, informasi serta saran bagi usaha ini dalam meningkatkan pendapatannya. Penelitian ini juga bermanfaat bagi pemerintah dalam menyusun kebijaksanaan mengenai usaha kecil dan menengah khususnya dalam era otonomi daerah ini. Hasil penelitian ini secara tidak langsung dapat memberikan manfaat pula bagi mereka yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang perkembangan usaha American Bakery.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisa usaha dan bauran pemasaran pada usaha American Bakery dapat disimpulkan berbagai berikut :

1. Keuntungan bersih yang diperoleh usaha American Bakery dari penjualan roti tawar dan penjualan roti bekas selama periode Desember 2009 – November 2010 adalah sebesar Rp 310.667.790,- dengan keuntungan rata-rata perbulan sebesar Rp 25.888.982,-. Penerimaan berfluktuasi tiap bulannya dan penerimaan terbesar terjadi pada bulan Agustus karena bertepatan pada bulan Ramadhan sama seperti tahun-tahun sebelumnya, dimana permintaan terhadap roti tawar meningkat sehingga pendapatan juga meningkat.
2. Berdasarkan analisa titik impas usaha American Bakery pada periode Desember 2009 – November 2010 maka diperoleh titik impas dalam penjualan untuk roti tawar balok sebesar Rp 348.126.990,- impas kuantitas pada saat 44.634 bungkus dengan harga jual Rp 7.800,-. Untuk roti tawar setengah diperoleh titik impas penjualan sebesar Rp 170.072.030,- impas kuantitas pada saat 24.998 bungkus dengan harga jual perbungkus Rp 6.800,-. Sedangkan untuk roti tawar kupas didapat impas penjualan sebesar Rp 74.343.130,- impas kuantitas pada 10.934 bungkus dengan harga jual Rp 6.800 per bungkus. Saat ini usaha American Bakery sudah berproduksi diatas titik impasnya berarti usaha American Bakery sudah berada pada daerah laba.
3. Untuk elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi didapatkan :
 - a. Produk, roti tawar yang dihasilkan usaha American bakery dapat dikelompokkan pada produk konsumsi yaitu produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung tanpa harus diproses lagi.
 - b. Harga, hasil produksi dijual dengan harga perbungkusnya untuk roti tawar balok Rp 7.800,-, roti tawar setengah sebesar Rp 6.800,-,

dan roti tawar kupas Rp 6.800,-. Harga ditetapkan dengan metoda penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing method*), dimana pemilik menetapkan harga dengan memperhitungkan biaya yang telah dikeluarkan dan ditambah dengan laba yang diinginkan.

- c. Distribusi, saluran distribusi usaha American Bakery menggunakan saluran pemasaran (distribusi) tidak langsung. Distribusi tidak langsung yaitu dengan melalui tenaga pemasaran kepada pedagang pengecer, kemudian baru sampai ke tangan konsumen akhir.
- d. Promosi, untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya, usaha American Bakery belum melakukan kegiatan promosi yang terencana dengan baik dan tidak mengeluarkan biaya khusus seperti memasang iklan atau lainnya.

5.2 Saran

Sehubungan dengan analisa usaha pada Usaha American Bakery yang telah dilakukan, maka disarankan kepada pihak usaha sebagai berikut :

1. Disarankan kepada usaha American Bakery untuk menggunakan pencatatan laba rugi dengan menggunakan analisa laba rugi.
2. Disarankan kepada usaha American Bakery untuk meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar.
3. Disarankan kepada usaha American Bakery untuk menggunakan packing atau kemasan yang lebih bagus dan menarik dan mencantumkan tanggal kadaluarsa (*expire date*).
4. Disarankan kepada usaha American Bakery untuk melakukan diversifikasi produk seperti roti tawar dengan aroma pandan dan roti manis untuk penambahan pendapatan bagi Usaha American Bakery.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, Tatang M. 2009. *Metode Pengambilan Sampel*. <http://tatangamirin.wordpress.com>.
- Apriyantono, A. 2006. *Bahan Pembuat Bakery dan Kue*. <http://www.halalguide.info/content/view/410/38/> (8 Maret 2010).
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta. 450 hal.
- Astawan, M. 2007. *Roti Lebih Oke Ketimbang Mie dan Nasi*. <http://www.kompas.com/kesehatan/news/0407/05/113616.htm> (5 Maret 2010).
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*. Edisi Kesembilan. Jakarta. PT. Indeks. 456 hal.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumbar. 2005. *Laporan Tahunan*. Propinsi Sumbar.
- Fuad, M dkk. 2005. *Pengantar Bisnis*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 272 hal.
- Idris, R. F. 2008. *Ketahanan Pangan Berbasis UKM*. Padang Ekspres : 4 (kolom 2). (26 Februari 2008).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta. Prenhallindo.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Mudjajanto E. S. dan Yulianti L. N. 2004. *Membuat Aneka Roti*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta. Liberty.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta. STIE YKPN.
- Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta. Liberty.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Nitisemito, Alex S. 1982. *Marketing*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, S. 2002. *Pengantar Bisnis Modern Study Kasus Indonesia dan Analisa Kuantitatif*. Jakarta. Bumi Aksara.

- Radzi, R. 2007. *Aroma Enak di Bread Town*. <http://riadz@hmetro.com.my> (8 Maret 2007).
- Sadjad, S. 2000. Kasus Bahan Pangan Sumber Karbohidrat. Kompas. (28 Juni 2000)
- Said, Nurmal. 1991. *Pola Pembinaan Industri Kecil*. Balai Penelitian dan Pembangunan Universitas Andalas. Padang.
- Saragih, B. 1999. *Pembangunan Agribisnis Merupakan Strategi Pembangunan Daerah dan Kerakyatan*. Seminar Nasional FPUA. Padang.
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis. Paradigma Baru Pembangunan Pertanian Berbasis Ekonomi*. Pustaka Wirausahamuda. Bogor. 243 Hal.
- Sandra, B. 2002. *Memberdayakan Industri kecil Berbasis Agroindustri di Pedesaan*. Makalah Pengantar Falsafah Sains. IPB. Bogor.
- Sawit, M.H. 2000. *Arah Pembangunan Pangan Gizi*. Makalah pada diskusi Round Table Peningkatan Ketahanan Pangan. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Sibarani, F. MA. 2003. *Industru Makanan dan Minuman Banyak Serap Tenaga Kerja*. Sinar Harapan.
- Soekartawi, 2000. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta. PT. Raja Grafindo.
- Subanar, Harimurti. 1994. *Managemen Usaha Kecil*. Yogyakarta. BPEFE.
- Sugiyono, 1999. *Metoda Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sunu, 1995. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 1996. *Asas-asas Marketing*. Edisi Ketiga, FE UGM, Yogyakarta.
- Swastha, B dan Sukotjo, I. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tambunan, T. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil Indonesia*. Mutiara Sumber Widya. Jakarta.
- Tohar, M. 2004. *Membuka Usaha Kecil*. Kanisius. Jogjakarta.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Vernon, A. Musselman dan John, H. Jackson. 1992. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.

Widowati, S. 2003. *Prospek Tepung Sukun untuk Berbagai Produk Makanan Olahan Dalam Upaya Menunjang Diversifikasi Pangan*. Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.

Wirastyo, Dedi. 2010. *Pemilihan Tepung Terigu dalam Industri Roti*. Semarang