

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA
USAHA KERUPUK BENGKUANG SAS
DI KOTA PADANG**

Oleh :

NILA LESTARI
03114040



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA
USAHA KERUPUK BENGKUANG SAS
DI KOTA PADANG**

Oleh :

NILA LESTARI
03114040

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian*

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008**

ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KERUPUK BENGKUANG SAS DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kerupuk Bengkuang SAS mulai bulan April 2008 sampai dengan bulan Juni 2008 dengan tujuan untuk menganalisa besarnya keuntungan dan titik impas pada usaha ini serta menganalisa bauran pemasaran yang digunakan oleh pihak usaha. Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti suatu sekelompok manusia, suatu objek, atau suatu set kondisi yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai hal yang diselidiki tersebut.

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui studi lapangan dengan melakukan wawancara dengan pihak intern dan ekstern usaha dan data sekunder diperoleh dari buku, catatan, laporan historis usaha serta dari dinas dan instansi terkait. Analisa data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas usaha. Sedangkan untuk bauran pemasaran dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode penelitian yaitu sejak bulan Agustus 2007 sampai bulan Januari 2008, jumlah pendapatan dan keuntungan yang diperoleh pihak usaha selalu berfluktuasi pada setiap bulannya, hal ini sangat dipengaruhi oleh frekwensi proses produksi yang sangat tergantung pada cuaca. Usaha ini telah berproduksi jauh diatas titik impas. Impas kuantitas hanya sebesar 122,21 kg sedangkan pihak usaha telah berproduksi sebanyak 285,6 kg. Demikian halnya dengan impas penjualan yang hanya sebesar Rp. 4.888.558,51 sedangkan pihak usaha telah mencapai penjualan sebesar Rp. 11.424.000,-.

Dari hasil analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan Usaha Kerupuk Bengkuang SAS ini termasuk produk konsumsi. Atribut produk sudah cukup baik. Hal ini dilihat dari pendapat konsumen akhir yang mengkonsumsi produk ini. Penetapan harga produk menggunakan metoda penentuan harga biaya plus (*cost plus pricing method*), namun pada realisasinya pihak usaha sedikit menaikkan harga produk. Pihak usaha menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Sedangkan promosi yang dilakukan melalui *personal selling*, media cetak, dan televisi.

Berhubung produk usaha ini merupakan produk baru maka kegiatan promosi harus lebih dioptimalkan lagi, seiring dengan jumlah produksi yang terus meningkat sehingga daerah pemasaran pun dapat diperluas. Peran pemerintah pun diperlukan dalam mempromosikan produk ini. Di samping itu disarankan kepada pihak usaha untuk menyediakan kerupuk mentah yang siap digoreng, sehingga pendistribusian produk pada pedagang pengecer tidak terganggu, meskipun cuaca tidak memungkinkan untuk melakukan proses penjemuran.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pentingnya sektor pertanian dalam konteks ekonomi Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Di samping peranan sektor pertanian terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan penyediaan lapangan kerja, sektor ini juga berperan sangat sentral terhadap penyediaan bahan makanan, penganekaragaman menu makanan, dan penerimaan devisa. Lebih dari itu pengurangan orang-orang miskin di pedesaan berkurang lebih besar dibandingkan di perkotaan yang salah satu sebabnya adalah mampunya sektor ini terhadap pemberian tambahan pendapatan masyarakat pedesaan (Soekartawi, Rusmadi, dan Damaijati, 1993).

Sektor pertanian yang didukung subsektor agroindustri juga menunjukkan ketangguhan yang cukup baik disaat terjadinya krisis ekonomi. Pada kondisi krisis tersebut, hampir semua sektor mengalami kontraksi, kecuali sektor pertanian yang masih dapat tumbuh positif sebesar 0,81 persen (secara nasional). Hal ini disebabkan karena kandungan lokal komoditi pertanian pada umumnya tinggi, sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Di samping itu, produk yang dihasilkan oleh agroindustri dapat menghasilkan devisa dari hasil eksportnya (Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2008).

Secara umum pertanian terdiri dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, dan tanaman hortikultura. Hortikultura terdiri atas buah-buahan, sayur-sayuran, tanaman hias serta obat-obatan. Menurut Ashari (1995) manfaat produk hortikultura bagi manusia diantaranya adalah sebagai sumber pangan dan gizi, pendapatan keluarga, pendapatan negara, sedangkan bagi lingkungan adalah rasa estetikanya, konservasi genetik sekaligus sebagai penyangga kelestarian alam. Pemilihan komoditi sayur-sayuran dan buah-buahan untuk diusahakan merupakan salah satu upaya untuk mempercepat perkembangan perekonomian pedesaan pada khususnya, dan negara pada umumnya.

Kendala yang dihadapi dalam usaha tani hortikultura di beberapa negara berkembang, termasuk Indonesia adalah (1) rendahnya nilai pendapatan petani, (2)

keterbatasan pengetahuan petani, (3) keterbatasan lahan yang dimiliki petani, dan (4) posisi penawaran pada pihak petani yang kurang kuat (Ashari, 1995).

Pola produksi dan distribusi produk hortikultura pada umumnya masih tergantung pada musim. Karena itu penawaran hasil pada panen musim raya biasanya jauh lebih besar dibandingkan dengan permintaan. Selanjutnya tingkat harga penjualan pada petani sangat rendah dibandingkan dengan harga yang ada pada tingkat konsumen. Perbedaan harga yang tinggi disebabkan karena tingginya biaya produksi (angkut, susut/rusak) yang cukup besar (Ashari, 1995).

Salah satu produk hortikultura di Sumatera Barat adalah bengkuang. Bengkuang (*Pachyrrhizus erosus. L*) sebagai komoditi khas dan spesifik wilayah perlu mendapatkan prioritas untuk dikembangkan. Selain mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan bengkung daerah lain, bengkuang juga mempunyai banyak manfaat dan dapat diolah lebih beragam sehingga mempunyai nilai tambah dari sebelumnya. Menurut Yurnaldi *cit* Rahmawati (2007), keunggulan bengkuang Padang berdasarkan penelitian Balai Riset Pertanian di Jakarta yaitu seperti beberapa hari setelah pasca panen bengkuang Padang tidak busuk, sedangkan bengkuang daerah lain mudah membusuk. Bengkuang Padang dapat langsung dimakan mentah, aroma dan rasanya khas dan manis serta hampir tidak ada penyakit yang menyerang tanaman bengkuang di Padang. Bengkuang dapat dijadikan penawar penyakit panas dalam dan pendingin perut bagi wanita yang sulit hamil.

Dari 19 kabupaten atau kota yang ada di Sumatera Barat, kota Padang merupakan satu-satunya daerah penghasil bengkuang (Lampiran 1). Hal ini tidak terlepas dari karakteristik alam kota Padang yang mendukung. Topografi berupa dataran rendah, berlembah dan berbukit dengan ketinggian 16 meter dari permukaan laut. Keadaan ini cocok untuk ditanami bengkuang.

Untuk memperbesar pendapatan atau laba dalam pemasaran produk pertanian, produk tersebut adakalanya tidak langsung dipasarkan, tetapi perlu dilakukan pengolahan terlebih dahulu. Menurut Soekartawi (2003), pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah produksi pertanian.

Pengolahan hasil pertanian dapat memberikan nilai tambah terhadap suatu produk dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi.

Bengkuang dapat diolah menjadi sirup, kerupuk, jus, asinan, kue sagu dan bedak serta kosmetik lainnya. Produk olahan ini pernah dilakukan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Padang yang bekerjasama dengan Balitan Bogor pada tahun 2002. Usaha ini tidak berlanjut karena terkendala dengan dana dan sampai sekarang bengkuang masih dijual dalam bentuk segar (Yurnaldi *cit* Rahmawati, 2007).

Untuk menjawab tantangan ini, muncullah industri makanan yang mengolah hasil pertanian terutama dari buah bengkuang. Salah satunya adalah usaha kerupuk bengkuang SAS. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Kesehatan kota Padang, usaha yang mulai beroperasi sejak bulan Juli 2007 ini, merupakan satu-satunya industri pengolahan kerupuk bengkuang yang terdaftar di Dinas Kesehatan kota Padang.

1.2 Perumusan Masalah

Usaha kerupuk bengkuang SAS ini merupakan hasil kerjasama antara Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM kota Padang dengan lokasi binaan P2W-KSS (Peningkatan Peranan Wanita menuju Keluarga Sehat Sejahtera) Kota Padang yaitu Kelurahan Sungai Sapih.

Program P2W-KSS merupakan salah satu Program Pemberdayaan Perempuan dalam Pembangunan. Program ini merupakan program nasional dan dilaksanakan secara terpadu oleh dinas/instansi/lembaga terkait yang setiap tahunnya akan dievaluasi. Program ini dicanangkan pada tahun 1979. Untuk meningkatkan pelaksanaan program ini, masing-masing daerah menyediakan dana dalam APBD Kabupaten/Kota melalui dinas/instansi/lembaga terkait untuk mendukung program P2W-KSS yang kegiatannya diarahkan pada nagari/desa/kelurahan yang telah ditetapkan sebagai lokasi binaan P2W-KSS (Pemerintah Provinsi Sumatera Barat, 2006).

Usaha yang dipimpin oleh ibu Sasmarni ini masih digolongkan sebagai industri rumah tangga, mengacu kepada statistik kegiatan industri di kota Padang

tahun 2004 (Lampiran 2). Segala keputusan yang berkaitan dengan sistem produksi dan pemasaran produk ditentukan oleh pimpinan perusahaan yang sekaligus pemilik.

Pada awal berproduksi, usaha ini memperoleh bantuan alat berupa 1 buah blender, parutan, 5 buah tabung cetakan, 2 buah wadah plastik, 1 buah ampia, dan 1 buah kompor. Dengan modal awal Rp. 50.000,- pemilik memulai kegiatan produksi. Pada 3 bulan pertama, beliau hanya bekerja bersama suami. Sciring dengan meluasnya daerah pemasaran produk ini, maka pada bulan Oktober 2007, pemilik menambah tenaga kerja bagian produksi sebanyak 1 orang.

Usaha ini menghasilkan 2 jenis kemasan produk yaitu untuk berat 100 gram kerupuk bengkung dijual dengan harga Rp. 4.000,- dan untuk berat 50 gram, dijual dengan harga Rp. 2.000,-. Produk yang telah siap untuk dipasarkan, diantar langsung kepada toko/swalayan yang ada di kota Padang oleh pemilik dan suami.

Melihat hasil yang diperoleh cukup memuaskan, usaha ini terus menambah tenaga kerja bagian produksi sebanyak 2 orang lagi. Ketiga tenaga kerja bagian produksi ini bersifat tidak tetap, maksudnya mereka hanya bekerja jika dibutuhkan oleh pemilik usaha, yaitu ketika ada pesanan atau persediaan produk pada toko/swalayan sudah habis. Sedangkan untuk pencatatan laporan keuangan dilakukan oleh suami pemilik yang sekaligus merangkap sebagai tenaga kerja bagian pemasaran. Usaha ini juga pernah mencoba membuat jenis makanan olahan lainnya seperti kerupuk bengkung pedas dan sirup bengkung. Tapi selama periode penelitian berlangsung, produk tersebut belum dipasarkan, karena menurut keterangan pemilik, kegiatan produksi masih diprioritaskan pada kerupuk bengkung saja. Khusus untuk kerupuk bengkung rasa pedas telah mulai dipasarkan oleh pemilik sejak bulan Juni 2008.

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).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Usaha Kerupuk Bengkuang SAS

4.1.1 Gambaran Umum Usaha

Usaha kerupuk bengkuang SAS yang dipimpin oleh Ibu Sasmarni ini mulai dirintis pada bulan Juli 2007. Usaha yang digolongkan pada usaha pengolahan hasil pertanian ini berlokasi di Jln. Usang Kelurahan Sungai Sapih RT. 001 RW. 04 Kecamatan Kuranji Padang.

Sebelumnya Ibu Sasmarni bekerja sebagai pembuat *rakik maco* (Minang). Usaha ini telah beliau geluti selama lebih kurang 2 tahun. Namun usaha ini hanya sebagai usaha pribadi. Beliau berproduksi dengan modal sendiri dan dijual ke kedai-kedai di sekitar tempat tinggal beliau, dan adakalanya sesekali beliau berproduksi berdasarkan pesanan penduduk sekitar.

Proses pembuatan kerupuk bengkuang ini, Ibu Sasmarni peroleh dari pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Padang bekerja sama dengan daerah binaan P2W-KSS (Peningkatan Peranan Wanita menuju Keluarga Sehat Sejahtera) pada tanggal 21 Mei 2007 di hotel Padang. Pelatihan ini dilakukan selama 5 hari. Peserta pelatihan tersebut adalah 10 orang ibu rumah tangga dari kelurahan Sungai Sapih, berhubung kelurahan Sungai Sapih merupakan pemenang lomba P2W-KSS se-kota Padang tahun 2007/2008.

Pada pelatihan ini peserta memperoleh keterampilan membuat pisang sale dan aneka produk olahan dari bengkuang seperti kerupuk bengkuang, sirup bengkuang, pergedel bengkuang dan lain-lain. Ketika pelatihan selesai, setiap peserta mendapat bantuan peralatan dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Padang berupa 1 buah periuk, kompor, blender, pisau, kuali, panci dan ampia, serta bahan-bahan seperti tepung terigu Cakra 5 kg, minyak goreng 5 kg, dan gula pasir 2 kg.

Pada bulan Juni 2007, diadakan bazar P2W-KSS yang diadakan di kelurahan Gunung Sariak (pemenang lomba P2W-KSS se-kota Padang tahun 2006/2007). Pada bazar ini, 10 orang peserta dari kelurahan Sungai Sapih ini membuka stand dan

menjual produk yang telah dipelajari dari pelatihan pada bulan Mei tersebut. Produk-produk ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan bantuan pada saat pelatihan. Ternyata respon masyarakat dan pengunjung yang datang sangat memuaskan, terbukti dengan habis terjualnya produk yang disediakan termasuk kerupuk bengkuang.

Melihat hal tersebut, timbul keinginan bagi pemilik untuk mengganti usahanya dan memproduksi kerupuk bengkuang. Di samping produk ini masih tergolong produk baru sehingga dapat dijadikan alternatif buah tangan bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Padang, pemilihan produk ini juga didukung oleh bahan baku yang banyak tersedia di sekitar lokasi tempat tinggal pemilik dan kebetulan 9 orang rekan pemilik yang mengikuti pelatihan di hotel Padang tersebut tidak ada yang memproduksi kerupuk bengkuang ini. Mereka berpendapat bahwa proses pembuatan kerupuk bengkuang ini memakan waktu yang lama dan keterbatasan kemampuan mereka dalam bidang pemasaran.

Dengan modal awal Rp. 50.000,- pemilik mulai memproduksi kerupuk bengkuang ini dengan bantuan suami. Proses pembuatannya langsung dibuat di rumah pemilik. Nama produk diambil dari nama panggilan ibu Sasmarni selaku pemilik yaitu SAS. Semula produk hanya diproduksi dalam jumlah kecil dan dipasarkan di depan rumah pemilik. Karena mendapat respon yang baik dari masyarakat, maka pemilik berkeinginan untuk mengembangkan usahanya dengan menambah volume produksi dan memperluas jaringannya.

Pada pertengahan bulan Juli 2007, pemilik telah mulai memasukkan produknya pada toko/swalayan di kota Padang dengan dibarengi tester sebagai pengenalan produk baru. Pemilik dan suami langsung mengantarkan dan menawarkan produk ini pada toko/swalayan, dimulai dari toko/swalayan terdekat dari tempat tinggal pemilik.

Pemilik membagi dua jenis kemasan kerupuk bengkuang yaitu untuk berat 100 gram kerupuk bengkuang dijual dengan harga Rp. 4.000,- dan untuk berat 50 gram dijual dengan harga Rp. 2.000,-. Pada bulan pertama produksi, pihak usaha pernah mencoba menjual kerupuk bengkuang ini pada kedai – kedai kecil atau

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Kerupuk Bengkuang Pada Usaha Kerupuk Bengkuang SAS di kota Padang, dapat disimpulkan bahwa:

1. Keuntungan yang diperoleh dari penjualan kerupuk bengkuang SAS pada bulan Agustus 2007 – Januari 2008 secara berturut-turut adalah Rp.464.129,-, Rp.14.949,-, Rp. 378.789,-, Rp. 1.487.549,-, Rp. 1.130.509,-, Rp. 467.159,-. Titik impas dalam penjualan adalah Rp. 4.888.558,51 dan impas kuantitas adalah 122,21 kg. Sedangkan total penjualan usaha selama periode penelitian telah mencapai Rp. 11.424.000,- dengan dan untuk jumlah produksi telah berjumlah 285.6 kg. Dengan demikian, usaha ini sudah berada diatas titik impas (beruntung). Dengan adanya tingkat penjualan dan kuantitas di atas nilai impas, maka dapat memicu pihak usaha untuk lebih mengembangkan usahanya lagi pada masa yang akan datang.
2. Untuk analisa bauran pemasaran yang terdiri dari 4 variabel tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa:
 - a) Produk dari usaha kerupuk bengkuang SAS ini tergolong kedalam produk konsumsi dimana produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung, tanpa diproses lagi menjadi bentuk atau olahan lain. Berdasarkan pendapat konsumen yang menjadi sampel penelitian, atribut produk kerupuk bengkuang ini sudah cukup baik. Terlihat pada persentase pendapat mereka mengenai kualitas produk, kemasan dan rasa kerupuk bengkuang ini.
 - b) Harga, untuk metode penentuan harga jual yang digunakan adalah metode penentuan harga biaya plus (*cost plus pricing*). Namun dalam realisasinya pihak usaha sedikit menaikkan harga produk ini dimana harga tersebut sama untuk setiap saluran pemasaran yang dilakukan baik dalam membeli dalam jumlah yang banyak maupun dalam jumlah yang sedikit. Sementara harga

tersebut berdasarkan pendapat sebagian besar konsumen akhir yang menjadi sampel penelitian adalah mahal.

- c) Distribusi yang dilakukan adalah distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Distribusi tidak langsung dilakukan melalui perantara pedagang pengecer.
- d) Promosi yang dilakukan oleh usaha kerupuk bengkuang SAS ini adalah melalui *personal selling* (dari mulut ke mulut), media cetak, dan televisi. Meskipun usaha ini pernah melakukan promosi dengan mengikuti bazar, namun hasil yang diperoleh belum memuaskan.

5.2 Saran

1. Kegiatan promosi harus lebih ditingkatkan lagi. Diantaranya dengan menggunakan brosur-brosur serta pamflet yang berisikan tentang gambar kemasan, komposisi dan tempat memperoleh produk ini.
2. Disarankan kepada pihak usaha untuk meningkatkan lagi produksinya agar wilayah pemasaran pun dapat diperluas bahkan sampai ke luar kota Padang.
3. Disarankan kepada pihak usaha, untuk memproduksi kerupuk bengkuang dalam jumlah yang banyak jika cuaca bagus. Sehingga setiap saat tersedia kerupuk yang siap untuk di goreng. Dengan demikian permintaan kerupuk bengkuang pada setiap toko/swalayan tetap dapat terpenuhi, walau cuaca kurang bagus atau musim penghujan.
4. Diharapkan kepada pihak yang terkait seperti Pemerintahan Kota Padang atau Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM kota Padang untuk memberikan suntikan dana yang cukup besar untuk pengembangan usaha ini, terutama untuk pengadaan mesin *vacum drying* untuk kerupuk bengkuang ini. Hal ini disebabkan karena selama ini proses produksi terutama proses penjemuran sangat tergantung pada cuaca sehingga mengurangi jumlah pendapatan yang diperoleh.
5. Diharapkan peran serta pemerintah untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk ini, karena kerupuk bengkuang ini dapat dijadikan sebagai alternatif buah tangan dari kota Padang, sehingga para wisatawan lokal maupun luar tidak hanya

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ashari, Sumeru. 1995. *Hortikultura Aspek Budidaya*. Penerbit UI Press. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2004. *Profil Industri Kecil Dan Kerajinan RumahTangga*. Badan Pusat Statistik Sumatera Barat.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2008. *Wajah Agroindustri Sumatera Barat*. Makalah Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNAND. Padang.
- Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Usaha*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kadarsan, W. Halimah. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembelanjaan Agribisnis*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Gerry Armstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Lingga, Sarwono, Rahardi, Rahardjo, Afriastini, Wudianto, dan Harry Afriadji. 1990. *Bertanam Umbi-umbian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Mulyadi. 1999. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa) Edisi II*. STIE YKPN. Jogjakarta.
- Munawir. 2000. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Jogjakarta.
- Nazir, Moh. PhD. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. 2006. *Pedoman Pelaksanaan Program Terpadu Peningkatan Peranan Wanita Menuju Keluarga Sehat Sejahtera (P2W-KSS)* Provinsi Sumatera Barat.
- Rahmawati. 2007. *Analisa Sistem Agribisnis Bengkuang (Pachyrrhizus erosus L) di Kecamatan Kuranji Kota Padang*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang. Padang.
- Sartono, R.A. 1998. *Manajemen Keuangan*. BPFE. Yogyakarta