

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PINUKUIK ENGGI
DI KECAMATAN BATANG KAPAS KABUPATEN PESISIR
SELATAN**



Oleh :
MUSDARINI
04114003



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009**



ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN PINUKUIK ENGGI DI KECAMATAN BATANG KAPAS KABUPATEN PESISIR SELATAN

ABSTRAK

Penelitian dengan judul " Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Pinukuik Enggi di Kecamatan Batang Kapas Kabupaten Pesisir Selatan" ini telah dilaksanakan selama dua bulan mulai bulan April sampai dengan Mei 2009. tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa keuntungan, titik impas dan menganalisa bauran pemasaran Pinukuik Enggi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif, dimana pihak Usaha Enggi dijadikan sebagai sumber data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pesisir Selatan maupun Sumatera Barat. Analisa kuantitatif digunakan menganalisa keuntungan dan titik impas sedangkan analisa kualitatif digunakan untuk menganalisa bauran pemasaran.

Usaha Pinukuik Enggi ini dirintis pada tahun 1994 oleh ibu Enggi. Pendirian usaha ini awalnya dilatar belakangi oleh dorongan tetangga dan famili dekat oleh ibu Enggi dan kemudian usaha ini terus berkembang sampai sekarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Januari 2009 sampai Desember 2009 keuntungan usaha Pinukuik Enggi ini sebesar Rp 140.485.183 dan total penjualan sebesar Rp 526.903.400. Usaha Pinukuik Enggi ini sudah memproduksi diatas titik impas dengan impas penjualan Rp 74.941.462 dan impas kuantitas sebesar 9.516 Kg.

Dari hasil analisa bauran pemasaran didapatkan bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha Pinukuik Enggi ini termasuk kedalam produk konsumsi. Harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. Usaha Pinukuik Enggi ini menggunakan saluran distribusi secara langsung, dan promosi yang dilakukan oleh usaha Pinukuik Enggi ini adalah personal selling (dari mulut ke mulut) dan publisitas serta promosi penjualan seperti mengikuti pameran.

Sehubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak usaha Pinukuik Enggi untuk melakukan pendekatan kepada travel-travel yang melewati lokasi industri untuk selalu berhenti di lokasi industri sehingga bisa meningkatkan jumlah pembeli, dan memberikan potongan harga kepada supir-supir travel dan bus serta kepada konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agribisnis merupakan suatu sektor yang terdiri dari 4 subsektor yaitu: pertama, subsektor agribisnis hulu (*Up-Stream Agribusiness*) yakni kegiatan ekonomi (industri perdagangan) yang menghasilkan sarana produksi (input) bagi pertanian primer. Kedua, subsektor pertanian primer (*On Farm Agribusiness*) yakni kegiatan usaha tani yang menggunakan sarana produksi pertanian primer (sehingga disebut hasil pertanian). Ketiga, subsektor agribisnis hilir (*Down Stream Agribusiness*) yakni kegiatan ekonomi yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan (industri hasil pertanian/agroindustri) beserta kegiatan perdagangannya. Empat, subsektor jasa layanan pendukung yang dibutuhkan bagi ketiga subsektor tersebut seperti pemberian kredit pertanian oleh bank maupun non bank (Saragih, 2001).

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 di bidang pertanian (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Socartawi, 2000).

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. Dan 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.

Kegiatan dari industri kecil atau menengah sekarang ini lebih diarahkan ke sektor agroindustri. Perkembangan industri di Sumatera Barat yang mengarah ke sektor agroindustri dan agribisnis baik yang berskala kecil maupun menengah semakin pesat. Pada tahun 2005, terdapat 150 perusahaan industri menengah/kecil yang dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Karena usaha ini memiliki potensi tinggi dalam penyerapan tenaga kerja (BPS, 2005).

Industri kecil yang ada di Sumatera Barat juga banyak memiliki kelemahan antara lain kurangnya kemampuan di bidang administrasi, lemahnya kemampuan pemasaran dan kurangnya kemampuan untuk mendapatkan informasi dan teknologi. Selain itu semakin ketatnya persaingan mendorong industri kecil untuk melakukan cara-cara pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Persaingan yang terjadi bukan hanya berbentuk persaingan produk bahkan sudah menjurus dalam persaingan merebut konsumen. Tetapi bagaimanapun produk yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Walaupun semakin banyak makanan-makanan modern yang beredar, namun permintaan akan makanan tradisional Sumatera Barat masih tinggi seperti galamai, wajik, barih randang, karupuak sanjai, karupuak balado, pergedel jaguang, sarabi, kue putu, bika, sarang balam, pinyaram, palai rinuak, lapek bugih dan lamang baluluik magek (Wikimedia, 2008). Selain harganya yang terjangkau, rasanya juga tak kalah enak dari makanan-makanan modern saat ini. Salah satunya adalah pinukuik. Pinukuik merupakan makanan tradisional yang banyak mengandung karbohidrat, protein, vitamin dan mineral (Hitam, 2004).

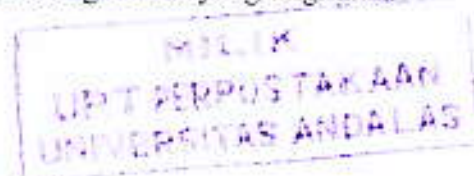
Analisa usaha bagi industri kecil dan menengah sangat penting, karena dengan adanya analisa usaha industri bisa mengetahui kondisi usahanya baik dimasa sekarang maupun yang akan datang. Dengan adanya analisa tersebut industri bisa mengambil kebijakan-kebijakan untuk usahanya tersebut baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang. Menurut Sochardjo dan Patong (1973) cit Enchayani 2002, analisa pendapatan mempunyai kegunaan bagi pelaku usaha yaitu menggambarkan keadaan sekarang suatu kegiatan usaha dan menggambarkan keadaan yang akan datang dari perencanaan dan tindakan. Selain

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran pada Industri Kecil Pinukuik Enggi, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Keuntungan yang diperoleh Industri Pinukuik Enggi dari penjualan Pinukuik selama periode Januari – Desember 2008 adalah sebesar Rp 140.485.187, dengan keuntungan rata-rata sebesar Rp 11.707.099/bulan. Penerimaan berfluktuasi tiap bulannya dan penerimaan terbesar terjadi pada bulan Oktober karena bertepatan dengan hari lebaran, dimana permintaan terhadap Pinukuik meningkat sehingga penerimaan juga meningkat.
2. Berdasarkan analisa titik impas Industri Pinukuik Enggi pada periode Januari – Desember 2008 maka diperoleh titik impas dalam penjualan yaitu Rp 74.941.450 dan impas kuantitas pada saat 9.516 kg dengan harga jual Rp 7.875/kg. Saat ini Industri Pinukuik Enggi sudah berproduksi diatas titik impasnya. Berarti Industri Pinukuik Enggi pada periode Januari – Desember 2008 sudah berproduksi jauh diatas titik impas dan sudah berada di daerah laba.
3. Untuk elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribuis, dan promosi didapatkan :
 - a. Produk, pinukuik yang dihasilkan Industri Pinukuik Enggi dapat dikelompokkan kepada produk konsumsi yaitu produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung tanpa harus diproses lagi.
 - b. Harga, hasil produksi dijual dengan harga jual rata-rata Rp 525/buah dan Rp 7.875/kg. Harga ini diberlakukan untuk semua konsumen. 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.



DAFTAR PUSTAKA

- Ariks. 2005. *Tape Menambah Kehangatan*. <http://www.cybertokoh.com>. (21 Oktober 2008).
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta. 450 hal.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Profil Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga*. Badan Pusat Statistik Sumatera Barat.
- Depenti. 2005. *Kelapa Pohon Serba Guna*. <http://www.e-smartschool.com>. (21 Oktober 2008)
- Enchayani, Camelia Kiki. 2002. *Analisa Usaha Dan Bauran Pemasaran Pada Industri Kecil Bugar Fresh milk Padang*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Andalas. 96 hal.
- Hadibroto, S. 1980. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta. Lembaga Penelitian dan Penerangan Ekonomi Sosial.
- Hitam, King. 2004. *Database Kandungan Gizi Pada Makanan Pokok*. <http://www.azaima.tripod.com>. (21 Oktober 2008).
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Prenhalindo. 546 hal.
- Kotler, Philip dan Gerry Amstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Mubyarto. 1994. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pedesaan*. Sinar harapan. Yakarta. 360 Hal.
- Mulyadi. 1997. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta. STIE YKPN.
- . 2000. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta. Aditya Media. 562 hal.
- Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta. Liberty.
- Nazir, Moh. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia. 622 hal.
- Pattomo dan Soedjono. 2002. *Ekonomi Skala Kecil Atau Menengah Dan Koperasi*. Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta. Bumi Aksara. 255 Hal.