

**ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN
EMPING MELINJO PADA INDUSTRI KECIL SEROJA
DI KOTA PARIAMAN**

OLEH

ZULKHAIRI NASUTION

04 114 002



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009**

**ANALISIS USAHA DAN BAURAN PEMASARAN
EMPING MELINJO PADA INDUSTRI KECIL SEROJA
DI KOTA PARIAMAN**

ABSTRAK

Penelitian tentang Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Emping Melinjo pada Industri Kecil Seroja di Kota Pariaman telah dilaksanakan mulai bulan April 2009 sampai dengan bulan Mei 2009. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas serta menganalisis bauran pemasaran industri emping melinjo Seroja.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, dalam hal ini pihak industri emping melinjo Seroja dijadikan sumber data yaitu data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait yaitu Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat, Badan Pusat Statistik Kota Pariaman dan Dinas Perindustrian Perdagangan koperasi dan UKM Kota Pariaman. Analisa data yang digunakan adalah analisa kuantitatif dan deskriptif. Analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas usaha, sedangkan analisa deskriptif digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh industri emping melinjo Seroja selama periode Januari 2008 – Desember 2008 adalah sebesar Rp. 98.355.000,-. Industri ini mengalami kondisi impas pada saat penjualan sebesar Rp. 55.618.400,- dengan harga jual Rp 35.000 /kg atau pada saat produksi sebanyak 1.585,20 kg. Dari hasil analisa terhadap bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan industri emping melinjo Seroja dapat dikelompokkan kepada produk konsumsi. Harga ditetapkan dengan menggunakan metode penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing method*) dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi langsung. Promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut (*personal selling*) dan promosi yang dilakukan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Pariaman.

Schubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak industri emping melinjo Seroja agar menggunakan merek pada kemasannya, distribusi produk sebaiknya tidak hanya menggunakan distribusi langsung saja tapi juga menggunakan distribusi tidak langsung agar produk yang dihasilkan lebih mudah diperoleh konsumen. Selain itu, pihak industri hendaknya melakukan periklanan untuk meningkatkan penjualan produknya.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian adalah sektor penting dalam pembangunan, dikarenakan sektor pertanian merupakan tumpuan hidup sebagian besar penduduk, penghasil bahan makanan pokok dan ketahanan ekonomi maupun ketahanan nasional. Meskipun fungsi pertanian semakin menurun, yaitu beralihnya sektor primer ke sektor sekunder, namun sektor pertanian masih menempati posisi penting sebagai penyumbang devisa dan cukup lentur dalam menghadapi gejolak moneter dan krisis ekonomi (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat, 2004).

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

Industri kecil merupakan bagian integral dunia usaha yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Program pembangunan industri di Sumatera Barat telah diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri berskala usaha kecil dan menengah dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia didaerah sampai kepedesaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pembangunan program industri padat modal dan padat karya (Departemen Perindustrian dan Perdagangan, 2001).

Pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah komponen produksi pertanian. Banyak pula dijumpai petani yang tidak melaksanakan pengolahan hasil yang disebabkan oleh berbagai sebab, padahal disadari bahwa kegiatan pengolahan ini dianggap penting karena dapat meningkatkan nilai tambah (Soekartawi, 1999).

Tanaman melinjo merupakan tanaman yang banyak faedahnya. Hampir seluruh bagian tanaman melinjo dapat dimanfaatkan baik sebagai bahan makanan maupun sebagai bahan untuk pembuatan berbagai macam perkakas (Sunanto, 1995). Namun, yang paling banyak dimanfaatkan adalah buah melinjo yang sudah tua. Buah melinjo yang sudah tua merupakan bahan baku pembuatan emping, bagian yang diolah menjadi emping adalah daging buahnya.

Emping melinjo mempunyai rasa gurih yang khas dan renyah jika dimakan sehingga makanan ringan ini sangat digemari oleh masyarakat dalam negeri. Permintaan emping bukan hanya datang dari pasar dalam negeri, melainkan juga dari negara-negara seperti Arab, Eropa, Australia dan beberapa Negara Asia (Tim penulis PS, 2005). Melihat peluang pasar tersebut, maka usaha tani dan pembuatan emping melinjo perlu digalakkan. Selain itu harga emping melinjo pun cukup baik dan stabil. Bahkan buah dan emping melinjo tergolong komoditas yang tak gampang rusak dan penanganannya mudah (Haryoto, 1998).

Industri emping melinjo Seroja merupakan salah satu yang mengolah buah melinjo menjadi emping sebagai suatu kegiatan agroindustri hanya berupa rumah tangga yang pemasarannya masih lokal. Diharapkan pemasarannya tidak hanya lokal saja tapi sudah dipasarkan ke daerah-daerah lain dan usahanya berkembang lebih besar lagi.

Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba, dan besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya, oleh karena itu manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar, yang dapat dilihat dari laporan rugi laba (Munawir, 1998).

Dalam rangka pencapaian keuntungan bagi perusahaan, maka salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah menyangkut bauran pemasaran suatu produk yang terkait dalam empat hal yaitu: 1) berkaitan dengan produk yaitu haruslah diperhatikan bagaimana suatu produk yang berhubungan dengan mutu produk, sifat produk dan rancangan produk yang dapat menarik perhatian, memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan memberikan keunggulan kuat untuk bersaing dipasar

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran emping melinjo Seroja di Kota Pariaman, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keuntungan yang diperoleh oleh industri emping melinjo Seroja dari penjualan emping melinjo periode Januari 2008 – Desember 2008 adalah sebesar Rp 98.355.800,-. Jumlah produksi emping melinjo Seroja pada periode penelitian yaitu sebanyak 9.020 kg dan total penjualan sebesar Rp314.930.000,- dengan harga jual Rp 35.000/kg. Sedangkan titik impas dalam kuantitas (Kg) adalah 1.585,20 kg dan titik impas dalam penjualan Rp 55.618.400,-. Dengan demikian, usaha ini sudah berada diatas titik impas. Berarti industri emping melinjo Seroja pada periode Januari 2008 – Desember 2008 sudah berproduksi jauh diatas titik impas.
2. Dari penelitian yang dilakukan ternyata pemilik industri emping melinjo Seroja belum memahami atau melakukan bauran pemasaran seperti yang seharusnya dilakukan dan belum menggunakan aspek-aspek dari bauran pemasaran dengan baik, seperti:
 - a) Produk (*product*), emping melinjo yang dihasilkan oleh Industri emping melinjo Seroja dapat dikelompokkan kepada produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk di konsumsi. Industri emping melinjo Seroja tidak mencantumkan merek pada kemasannya. sehingga tidak begitu dikenal oleh konsumen.
 - b) Harga (*price*), industri emping melinjo Seroja menetapkan harga jual Rp35.000,-/kg. Harga tersebut ditetapkan dengan menggunakan metode penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing method*) dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2007. *Anggaran Perusahaan 2*. BPFE. Yogyakarta.
- Angipora, Marius P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja grafindo. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2004. *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. BPS Sumbar. Padang
- Bustami, B., Bernadien, Nurlela, Amelia Sandra dan Ferry, N. I. *Mari Membangun Usaha Mandiri: Pedoman Praktis Bagi UKM*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- David, FR. 2004. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*. Edisi Kesembilan. PT. Indeks. Jakarta.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan Tingkat I Sumbar. 2001. *Industri dan Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka*. Kantor Wilayah Depperindag. Sumatera Barat.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat. 2004. *Laporan Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumbar*. Padang.
-
- _____ . 2007. *Statistik Tanaman Pangan dan Hortikultura*. Padang.
- Haryoto. 1998. *Membuat Emping Melinjo*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Usaha*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kadarsan, W. Halimah. 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perencanaan Implikasi dan Pengendalian*. Buku satu. Edisi ke Delapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, G. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta.
- Manulang, M. 1990. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Andi. Yogyakarta
- Mulyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Mulyadi. 1997. *Akuntansi Manajemen*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Munawir. 1998. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.