

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pertanian mempunyai peranan penting pada negara berkembang seperti di Indonesia. Kontribusi sektor pertanian ini sangat berpengaruh untuk pembangunan negara. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor seperti: (1) sektor pertanian merupakan sumber persediaan baku yang dibutuhkan oleh suatu negara, (2) kebutuhan yang meningkat akibat pendapatan meningkat, (3) adanya keharusan menyediakan bahan-bahan yang dapat mendukung sektor lain terutama industri, (4) sektor pertanian merupakan jembatan untuk menghubungkan pasar yang dapat menciptakan *spread-effect* dalam proses pembangunan dan, (5) sektor pertanian merupakan sumber pendapatan masyarakat di negara berkembang yang hidup di pedesaan (Mardikanto, 2007: 3).

Salah satu aktivitas dalam bidang pertanian adalah agribisnis. Menurut Mardikanto (2007: 28), agribisnis merupakan kegiatan yang terdiri dari 4 subsistem yaitu subsistem hulu, subsistem on farm, subsistem hilir dan subsistem jasa layanan pendukung.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa sektor agribisnis ini apabila dikembangkan maka mampu menjadi sektor pembangunan ekonomi negara. Karena dari subsistem hulu sampai dengan subsistem jasa layanan pendukung akan banyak produk-produk yang mampu dihasilkan yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan. Hal lain yang dapat dilihat adalah dari krisis ekonomi yang terus menerus terjadi.

Industri makanan merupakan salah satu peluang usaha yang paling banyak diminati dan dikembangkan oleh para produsen, karena makanan merupakan kebutuhan primer. Jika dibandingkan dengan kebutuhan yang lain, seperti rumah, pakaian, mobil, elektronik, dan sebagainya maka makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dimana manusia tidak akan bisa hidup atau tidak tentram hidupnya jika kebutuhan makanannya tidak terpenuhi. Sebagai akibat dari perkembangan industri tersebut, maka mulai maraklah usaha waralaba makanan dan minuman di Indonesia. Kondisi ini tentunya telah menimbulkan

peningkatan persaingan diantara para produsen baik produsen lokal maupun produsen internasional (Jauch and Glueck. 1995).

Tingkat persaingan yang makin ketat saat ini merupakan tantangan yang mesti dihadapi suatu perusahaan, baik perusahaan skala besar maupun perusahaan-perusahaan skala kecil seperti Usaha Kecil Menengah (UKM). Dalam menjalankan setiap usaha kecil sering dihadapkan pada aktivitas usahanya yang tidak selamanya berjalan dengan lancar, yang dapat disebabkan oleh persaingan baik terkait dengan pasar maupun produknya. Terkait dengan hal ini menyebabkan perusahaan harus bisa merebut pangsa pasar khususnya para calon pembeli yang sebanyak-banyaknya (Kazali, 2000).

Eksistensi Usaha kecil Menengah (UKM) cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Berdasarkan data Biro Pusat Statistik dan Kementrian Koperasi & UKM, jumlah Usaha kecil Menengah (UKM) tercatat 42,39 juta unit atau 99,9% dari total unit usaha. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) menyerap 79,04 juta tenaga kerja atau 99,4% dari total angkatan kerja yang bekerja. Ketiga, kontribusi Usaha Kecil Menengah dalam (UKM) pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) cukup signifikan yakni sebesar 56,72% dari total PDB (BPS, 2011).

Analisis usaha adalah suatu usaha untuk mengamati secara detail sesuatu hal atau benda dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau penyusunnya untuk di kaji lebih lanjut. Analisis usaha sangat penting untuk mengetahui kelayakan suatu usaha yang dilakukan apakah usaha yang dilakukan mendapatkan keuntungan yang layak atau tidak. Salah satu jenis usaha yang banyak digeluti masyarakat di Kota Pariaman saat ini adalah usaha pengolahan Ladu Arai Pinang. Ladu Arai Pinang merupakan komoditi pangan sejenis kerupuk dengan tekstur yang lebih tebal dan berbahan dasar tepung beras. Komoditi ini juga menjadi salah satu makanan khas dari Kota Pariaman dan menjadi salah satu jenis usaha yang bisa menjadi buah tangan (oleh-oleh) dari Kota Pariaman.

Sebagai makanan ciri khas dari Kota Pariaman, tentunya usaha ini memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan, seiring dengan semakin berkembangnya pariwisata di Kota Pariaman dan membawa dampak yang positif terhadap perekonomian masyarakat di Kota ini. Dengan semakin meningkatnya kunjungan ke Kota Pariaman, permintaan akan oleh-oleh berupa makanan khas dari kota ini juga meningkat dan salah satunya adalah Ladu Arai Pinang.

Setiap produk yang dihasilkan oleh produsen tentu mengharapkan perkembangan yang positif dari usaha mereka tersebut. Pengembangan usaha merupakan jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka. Jadi dalam hal ini pengembangan usaha sangat diperlukan sebagai upaya untuk mempertahankan maupun meningkatkan perekonomian dari pelaku usaha tersebut.

Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa UKM memiliki peranan penting dalam pembangunan daerah sehingga diperlukan pengembangan usaha-usaha. Pengembangan usaha tersebut dapat dilakukan dengan tetap memperhatikan resiko kerugian dan efektivitas usaha yang ada, khususnya usaha Ladu Arai Pinang sebagai salah satu usaha yang masih terus berkembang.

## **B.Rumusan Masalah**

Ladu Arai Pinang sebagai salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang masih terus berkembang di Kota Pariaman, terdapat 13 usaha di Kota Pariaman. Dilihat dari volume produksi dari beberapa jumlah usaha yang ada di Kota Pariaman, volume produksi Ladu Arai Pinang ini beragam. Dalam melakukan kegiatan produksi, usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman menggunakan bahan baku utama yaitu tepung beras, telur, kapur sirih, garam, minyak goreng, dan kapuah tuah.

Dilihat dari akses ke lokasi Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman sebenarnya memiliki lokasi yang strategis, karena berada di pusat kota dan pasar kota. Untuk segi operasional usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman setiap unit usahanya hanya melibatkan 4-5 orang karyawan. Mengacu pada Kriteria Industri

dan Perdagangan Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja, industri ini tergolong industri kecil (Lampiran 1).

Berdasarkan informasi yang didapat dari pemilik usaha pada saat survey pendahuluan, terjadi fluktuasi volume produksi dari tahun ke tahun dikarenakan ketatnya persaingan pada industri ladu di Kota Pariaman (Lampiran 2). Ketidakstabilan dari volume produksi tersebut akan mempengaruhi pendapatan dari usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman ini. Pada tahun 2006 sampai tahun 2012, produksi ladu yang dihasilkan terus meningkat dari 7.500 sampai 30.700 kg/tahun, namun pada akhir tahun 2013 terjadi penurunan menjadi 29.180 kg/tahun sedangkan tahun 2014 menjadi 31.578 kg/tahun. Pemilik belum mengetahui pada tingkat produksi dengan nilai penjualan berapa dapat mencapai titik impas usaha.

Tempat pemasaran yang dilakukan oleh usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman melalui toko milik sendiri dan warung-warung yang ada. Usaha Ladu Arai pinang ini terdiri dari 1 ukuran yaitu kemasan ukuran  $\frac{1}{2}$  kg. Harga per bungkus untuk konsumen akhir yang membeli adalah Rp. 18.000 untuk produk ukuran  $\frac{1}{2}$  kg dan jika membeli dalam 1 kg harganya adalah Rp. 36.000,-. Selama usaha ini berjalan telah mengalami kenaikan harga jual, pada awal berdiri harga jual produk ukuran 1 kg adalah Rp. 20.000 saat ini harga jual menjadi Rp.36.000. Kenaikan harga disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu terjadinya kenaikan bahan utama dan bahan penolong selama usaha ini berjalan. Dalam penentuan harga jual produk, pemilik lebih cenderung awalnya menggunakan perkiraan pemilik dan selanjutnya kesepakatan antar semua pengusaha Ladu Arai Pinang ini.

Pada aspek keuangan, usaha ini mengalami masalah dalam proses pencatatan atau pembukuan. Pemilik hanya mengandalkan daya ingat dan sedikit catatan untuk menunjang kebijakan yang akan diambilnya. Untuk industri yang sudah berskala kecil ini tentu sangat sulit jika pemilik hanya menggunakan daya ingat dan beberapa catatan kecil untuk mengambil kebijakan. Hal ini menyebabkan keuntungan yang didapat tidak terdokumentasi dengan jelas. Untuk keberlanjutan usaha ke depannya, maka usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman perlu mengetahui aktivitas usaha, bagaimana penggunaan input yang

efisien agar usaha memperoleh laba yang maksimal serta mengetahui pada tingkat penjualan berapa industri ini dapat menutupi biaya total untuk menghindari kerugian.

Selama ini bentuk promosi yang dilakukan oleh usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman hanya mengandalkan promosi langsung ke orang yang datang ke tempatnya atau pada keluarga ataupun kerabat, kenalan dan juga sanak famili (*direct promotion*). Usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman memerlukan sebuah kajian mengenai analisis usaha khususnya dalam aspek finansial. Sebuah analisis usaha diperlukan agar mengetahui tingkat keuntungan yang dapat dicapai dari sebuah usaha dan juga dapat menghindari pemborosan sumber-sumber produksi. Selain itu analisis usaha pada usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman ini perlu dilakukan agar memperhatikan kelebihan dan peluang yang ada dan mengantisipasi persaingan produk sejenis.

Berdasarkan permasalahan diatas yang menjadi pertanyaan penelitian adalah :

1. Bagaimana kondisi profil usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman ?
2. Berapa besar keuntungan dan titik impas (*break even point*) pada usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman ?

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS USAHA LADU ARAI PINANG DI KOTA PARIAMAN”**.

### **C.Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah

1. Mendeskripsikan profil usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman.
2. Menganalisis keuntungan dan titik impas (*break even point*) pada usaha Ladu Arai Pinang di Kota Pariaman.

### **D.Manfaat Penelitian**

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk mengevaluasi serta dasar dalam pengambilan keputusan apabila menghadapi masalah yang sama bagi pihak – pihak yang berkepentingan,

khususnya bagi pihak pengelola/pemilik usaha dalam merencanakan dan menerapkan strategi dalam bidang pemasaran.

Dapat digunakan sebagai pengetahuan awal untuk memahami perilaku konsumen dalam menentukan tempat pembeliannya, sehingga dapat dipakai sebagai salah satu bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

