



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

ANALISA USAHA KUE SANGKO PADA USAHA DELIMA KOTA PADANG

SKRIPSI



**MERRY FETRINI
1110221002**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

**ANALISIS USAHA *KUE SANGKO* PADA USAHA DELIMA
KOTA PADANG**

OLEH

**MERRY FETRINI
1110221002**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

**ANALISIS USAHA KUE SANGKO PADA USAHA DELIMA
KOTA PADANG**

SKRIPSI

OLEH

MERRY FETRINI

1110221002

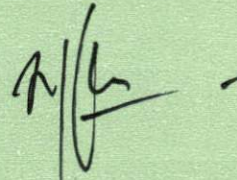
MENYETUJUI :

Dosen Pembimbing I



Lora Triana, S.P, M.M
NIP. 198006042003122002

Dosen Pembimbing II



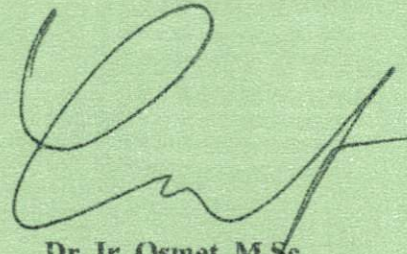
Yusmarni, S.P, M.Sc
NIP. 132312022

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas**



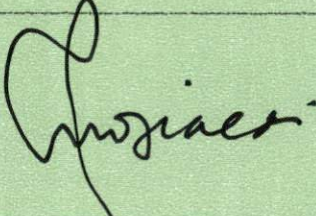

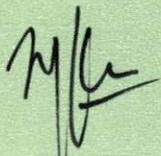

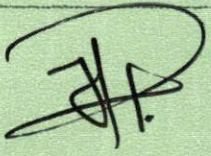
Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc
NIP. 195312161980031004

**Ketua Jurusan Sosial Ekonomi
Fakultas Pertanian Univ. Andalas**



Dr. Ir. Osmet, M.Sc
NIP. 196505051991031003

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana
Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 26 Juni 2015

No.	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1.	Dr. Ir. Nofialdi, M.Si		Ketua
2.	Lora Triana, SP, M.M		Sekretaris
3.	Yusmarni, SP, M.Sc		Anggota
4.	Rini Hakimi, SP, M.Si		Anggota
5.	Rika Hariance, SP, M.Si		Anggota





Syukur Alhamdulillah ya Allah, atas izin dan ridhomu tugas akhir ini dapat terselesaikan

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang tua tercinta, Alm. Syahrial dan Ibunda Nurtini atas perhatian, pengorbanan, semangat dan doa yang selama ini telah hadir menemaniku

Perjuangan dan kasih sayang ibunda telah mengantarkanku sampai terwujudnya karya ini. Terimakasih kepada Kak Nurhayati, Winardi, Agusrial dan Kak lili atas dukungan, semangat dan doa yang selama ini telah membantuku dalam penyelesaian karya ini

Terimakasih banyak kepada ibuk karena perjuangan dan jasa ibuk dalam mengusahakan jadwal ujian juga perbaikan yang telah diberikan sampai akhirnya karya ini bisa kupersembahkan. Terimakasih buk, semuanya tidak akan pernah dilupakan

Ucapan terimakasih kepada M. Fadli, SLB yang pernah ada dan semua angkatan agribisnis terspesial agribisnis 011. Semangat untuk kita

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Usaha *Kue Sangko* Pada Usaha Delima Kota Padang.”

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Lora Triana, SP, MM dan Ibu Yusmarni, SP, M.Sc sebagai dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, petunjuk dan bimbingan selama penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Ir. Nofialdi, M.Si, Ibu Rini Hakimi, SP, M.Si dan Ibu Rika Hariance, SP, M.Si atas arahan dan saran yang telah diberikan dalam penyempurnaan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dekan Fakultas Pertanian Bapak Prof. Dr. Ir. Ardi M.Sc, Bapak Ketua Jurusan Dr. Ir. Osmet, M.Sc dan seluruh dosen pengajar juga karyawan Fakultas Pertanian, serta teman-teman dan semua pihak yang telah memberi dorongan dan semangat selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Ucapan terima kasih yang paling istimewa kepada orang tua atas doa, dukungan dan semangat yang telah diberikan sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Yuslinar sebagai pimpinan usaha dari *Kue Sangko* Delima atas kesediaan dan waktu yang telah diberikan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari segala pihak bagi perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Padang, Juli 2015

M.F

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Agroindustri	7
B. Industri Kecil	8
C. Analisis Usaha	9
D. Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Tempat dan Waktu Penelitian	22
B. Metode Penelitian	22
C. Metode Pengambilan Responden	23
D. Metode Pengumpulan Data	23
E. Variabel yang Diamati	24
F. Analisis Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Profil Usaha	30
B. Analisis Keuntungan dan Titik Impas	44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Format Laporan Laba Rugi dengan Metode <i>Variable Costing</i>	29
2. Jumlah Produksi dan Penjualan <i>Kue Sangko</i> dalam bungkus Periode Februari 2015	35
3. Identitas Tenaga Kerja Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	37
4. Jadwal Kegiatan Produksi Dan Pemasaran Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	37
5. Rincian Gaji Pimpinan, Tenaga Kerja Bagian Produksi dan Pemasaran Periode Februari 2015	39
6. Biaya Bersama Abodemen Listrik dan Pajak bangunan pada Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	45
7. Jumlah Penjualan dan Penerimaan Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	47
8. Rincian Total Biaya Tetap yang Dikeluarkan Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	48
9. Rincian Total Biaya Variabel yang Dikeluarkan Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	49
10. Laporan Laba Rugi Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	50
11. Titik Impas dalam Kuantitas dan Rupiah Penjualan Pada Periode Februari 2015	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Grafik Titik Impas	19
2. Struktur Organisasi Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	31
3. Skema Proses Pembuatan <i>Kue Sangko</i> pada Usaha Delima	34
4. Skema Distribusi Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima	44
5. Grafik Titik Impas Usaha <i>Kue Sangko</i> Delima Periode Februari 2015	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil Dan Menengah Kota Di Sumatera Barat Tahun 2012	57
2. Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Kota Padang Tahun 2012	58
3. Pengelompokan Industri Manufaktur Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2012	59
4. Volume Produksi dan Penjualan Pada Usaha <i>Kue Sangko Delima</i>	60
5. Daftar Industri Kecil Menengah Pangan Kota Padang Tahun 2013	61
6. Pengecer <i>Kue Sangko Delima</i> di Kota Padang	62
7. Pengecer <i>Kue Sangko Delima</i> di Kota Padang Periode Februari 2015	63
8. Layout Usaha <i>Kue Sangko Delima</i> Periode Februari 2015	64
9. Dokumentasi Bahan Baku	65
10. Dokumentasi Bahan Penolong	66
11. Perhitungan Biaya Bersama	67
12. Jenis Investasi Dan Nilai Penyusutan Pada Usaha <i>Kue Sangko Delima</i> Periode Februari 2015	68
13. Rincian biaya variabel yang dikeluarkan Usaha <i>Kue Sangko Delima</i> Periode Februari 2015	74
14. Perhitungan Suku Bunga Bank Periode Februari 2015	77
15. Perhitungan Titik Impas Pada Usaha <i>Kue Sangko Delima</i> Periode Februari 2015	78
16. Dokumentasi Proses Produksi <i>Kue Sangko</i> Pada Usaha <i>Delima</i>	79

ANALISIS USAHA *KUE SANGKO* PADA USAHA DELIMA KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan selama Bulan Februari 2015 pada Usaha *Kue Sangko* Delima Di Kota Padang. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan profil usaha dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan serta menganalisis keuntungan dan titik impas dari Usaha Delima. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Usaha *Kue Sangko* Delima berdiri pada tahun 2006 dan memproduksi *kue sangko* yang berbahan baku dari beras ketan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek produksi, usaha ini menghasilkan 2 jenis produk, yaitu *kue sangko* beras ketan hitam dan putih yang diproduksi dalam jumlah dan waktu yang sama. Teknologi yang digunakan pada proses produksi sudah menggunakan mesin. Usaha ini memiliki 5 orang tenaga kerja dalam keluarga dan pimpinan merangkap pekerjaan bagian keuangan dan produksi. Pada aspek pemasaran, sistem pendistribusian dilakukan secara tidak langsung. Promosi yang dilakukan adalah personal selling, yaitu langsung mendatangi pedagang pengecer dan promosi penjualan berupa contoh produk kepada konsumen. Pada aspek keuangan, usaha ini belum mempunyai pencatatan keuangan. Berdasarkan analisis keuntungan dan titik impas, pada periode Februari 2015 usaha ini memperoleh keuntungan sebesar Rp 13.117.152. Usaha ini sudah berproduksi di atas titik impas dengan impas kuantitas sebanyak 2.644 bungkus dan impas penjualan sebesar Rp 13.218.782.

Kata kunci: analisis usaha, *kue sangko*, beras ketan, keuntungan, titik impas

BUSINESS ANALYSIS OF *KUE SANGKO* AT DELIMA BUSINESS IN PADANG CITY

ABSTRACT

The research was conducted during the month of February 2015 at the Business *Kue Sangko* Delima In Padang City. The purpose of this study is to describe the business profile from the aspects of production, marketing aspects, and financial aspects as well as to analyze the profit and breakeven point of Delima Enterprises. The method used in this research was a descriptive method using primary data and secondary data. *Kue Sangko* Delima business was established in 2006 and produces *kue sangko* from glutinous rice. The results showed that the production aspect, this business produces 2 types of products, namely *kue sangko* black sticky rice and white sticky rice produced in the same amount and time. The technology used in this business has been using machinery. This business has 5 family workers and leader work concurrently on finance and production. In the aspect of marketing, distribution system is done indirectly. Promotion is personal selling as straight to retailers and sales promotion as product samples to consumers. On the financial aspect, this business does not have financial records. Based on the analysis of profit and breakeven, in this period at February 2015 this business makes a profit of Rp 13.117.152. This business is already producing above breakeven point with level of production as much as 2.644 packs breakeven quantity and breakeven sales of Rp 13.218.782.

Keywords: business analysis, *kue sangko*, glutinous rice, profit, break-even point

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agribisnis merupakan suatu usaha dalam sektor pertanian yang dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan pertanian. Menurut Saragih dan Khrisnamurti (1994 *dalam* Totok Mardikanto 2007 : 95), menyatakan bahwa agribisnis adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan pengusahaan tumbuhan dan hewan yang berorientasi pasar dan perolehan nilai tambah. Dalam agribisnis terdapat dua konsep pokok, yaitu: pertama, agribisnis merupakan konsep dari suatu sistem yang *integrative* dan terdiri dari beberapa subsistem. Kedua, agribisnis merupakan suatu konsep yang menempatkan kegiatan pertanian sebagai suatu kegiatan yang utuh dan komprehensif, sekaligus sebagai suatu konsep untuk dapat menelaah dan menjawab berbagai masalah tantangan dan kendala yang dihadapi pembangunan pertanian serta pengaruhnya terhadap pembangunan nasional secara lebih tepat.

Suksesnya pembangunan pertanian akan memunculkan banyaknya kegiatan agroindustri yang erat kaitannya dengan usaha (bisnis). Menurut Fuad *et al* (2000 : 1), bisnis merupakan aktivitas produksi, pembelian, penjualan maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan dan mempunyai tujuan untuk menghasilkan laba. Selanjutnya (Kasmir, 2010 : 2), menambahkan bahwa kegiatan bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan seperti keuntungan yang optimal atas usaha yang dijalankan, usaha tersebut memiliki umur panjang atau tidak hanya untuk satu periode saja dan usaha yang dijalankan mampu menyediakan berbagai jenis produk yang akan memberikan kemakmuran bagi masyarakat.

Sektor agroindustri tersebut mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa melalui peningkatan ekspor hasil pertanian dan mampu mendorong munculnya industri yang lain. Sebagai motor penggerak pembangunan pertanian, agribisnis dan agroindustri diharapkan akan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan

pembangunan daerah, baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional (Soekartawi, 2005 : 1).

Pembangunan bidang industri merupakan bagian dari pembangunan nasional yang harus dilaksanakan secara terpadu dan berkelanjutan sehingga pembangunan industri dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Kontribusi secara konkret upaya peningkatan ekonomi masyarakat harus dilakukan dalam berbagai program, diantaranya Pembangunan Industri Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Industri Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha milik orang perorangan atau kelompok yang mempunyai kekuatan strategis dan penting untuk mempercepat pembangunan daerah. Sektor ini memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Brutto dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki posisi penting dalam hal pemerataan kesejahteraan masyarakat di daerah dan mengurangi kesenjangan pendapatan. Sektor industri merupakan salah satu komponen utama dalam pembangunan nasional (Badan Pusat Statistik, 2013).

Sumatera Barat merupakan sebuah propinsi yang kaya akan sumber daya alamnya, seperti hasil pertanian, hasil peternakan, hasil perikanan dan juga kaya akan batu bara dan lainnya yang dapat dijadikan sebagai awal dari pengembangan usaha kecil. Tersedianya sumber bahan baku, Sumatera Barat saat ini lebih fokus dalam program pengembangan industri dan perdagangan yang diharapkan untuk dapat mendorong pertumbuhan Industri Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal yang tersedia (Emrizal, 2012 : 1).

Pengolahan hasil pertanian dapat mendorong tumbuhnya berbagai industri. Menurut Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (2012), jumlah industri di kota yang paling banyak tumbuh di Sumatera Barat adalah Kota Padang (Lampiran 1). Industri di Kota Padang terdiri dari beberapa jenis industri seperti Industri Pangan, Industri Sandang & Kulit, Industri Kimia & Bahan Bangunan, Industri Logam & Elektronika dan Industri Kerajinan, dimana jumlah industri yang ada di Kota Padang Tahun 2012 berjumlah 3.452 unit dan Industri Pangan lebih dominan daripada industri lainnya (Lampiran 2). Banyaknya unit usaha pada industri pangan tidak terlepas dari adanya permintaan terhadap produk yang dihasilkan dari industri tersebut, baik produk untuk makanan modern maupun tradisional seperti *kue*

sangko yang berbahan baku dari beras ketan. Adapun makanan tradisional yang terbuat dari beras ketan yaitu galamai, lamang, kue putu, wajik, lupis dan lapek bugis. *Kue sangko* merupakan makanan tradisional dari beras ketan hitam dan putih. Dengan perpaduan gula dan kelapa membuat *kue sangko* terasa manis dan lembut saat dimakan.

Pengelolaan sebuah industri dipengaruhi oleh pimpinan yang bertanggungjawab dalam mengelola usahanya. Menurut Munawir (2004 : 183), pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba dan besar kecilnya laba yang dapat dicapai merupakan kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya.

Analisa usaha menjadi penting dalam sebuah industri kecil dan menengah, kerana dengan adanya analisa usaha pihak industri dapat mengetahui kondisi usaha yang sedang dijalani, berapa keuntungan yang didapat sehingga dapat membuat keputusan dan perencanaan untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Kasmir (2010 : 4), agar usaha yang dijalankan dapat dilihat perkembangannya setiap perusahaan harus membuat catatan, pembukuan dan laporan terhadap semua kegiatan usahanya. Suatu usaha dengan menggunakan alat analisis laporan keuangan dapat mengetahui kondisi dan posisi keuangan yang sesungguhnya dan dapat menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan.

B. Rumusan Masalah

Kota Padang adalah ibu kota Provinsi Sumatera Barat yang terletak di Pantai Barat Pulau Sumatera dengan luas 694,96 km² yang terdiri dari 11 kecamatan. Pada tahun 2012, penduduk Kota Padang mencapai 854.336 jiwa dan jumlah industri di Kota Padang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2011, jumlah unit usaha yang tercatat ada 3.452 unit dan tahun 2012 ada 3.503 unit. Peningkatan industri mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 1.967 orang (Badan Pusat Statistik, 2013).

Menurut BPS (2013), perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang dan jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan

administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seseorang atau lebih yang bertanggungjawab atas usaha tersebut.

Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Pengolahan hasil pertanian menjadi lebih penting dalam sebuah sistem agribisnis karena dapat meningkatkan nilai tambah, kualitas hasil, penyerapan tenaga kerja, dan pendapatan (Soekartawi, 2005 : 1). Salah satu agroindustri di Kota Padang adalah *kue sangko* yang berbahan baku dari beras ketan. Usaha *Kue Sangko* Delima merupakan salah satu usaha industri pangan yang beralamat di Jl. Seberang Padang Utara I no 8/A RT 01 RW 02 Kel. Seberang Padang Kec. Padang Selatan. Usaha ini berdiri pada tahun 2006 di bawah pimpinan Ibu Yuslinar dan memproduksi 2 produk, yaitu *kue sangko* beras ketan hitam dan putih yang diproduksi dalam jumlah yang sama setiap harinya. Usaha ini merupakan usaha turun temurun dan sudah terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (2013). Usaha *Kue Sangko* Delima sudah mendapatkan izin usaha dari Dinas Kesehatan Kota Padang dengan no izin P-IRT No. 206130201007. Dalam pengelolaan usaha, pimpinan merangkap pekerjaan dalam bidang produksi dan keuangan. Usaha ini menggunakan 5 orang tenaga kerja dalam keluarga. Berdasarkan pengelompokan industri manufaktur banyaknya pekerja, Usaha *Kue Sangko* Delima termasuk ke dalam industri kecil karena memiliki tenaga kerja sebanyak 5- 9 orang (Lampiran 3).

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari survei pendahuluan, usaha ini mengalami permasalahan pada aspek pemasaran, yaitu terjadinya penurunan penjualan pada beberapa tahun terakhir sehingga pihak usaha juga mengurangi jumlah produksinya. Adapun data produksi 3 tahun terakhir adalah tahun 2011 produksi *kue sangko* sebanyak 170.500 bungkus, pada tahun 2012 produksi menurun menjadi 169.000 bungkus, dan pada tahun 2013 terjadi lagi penurunan produksi yaitu 84.750 bungkus (Lampiran 4).

Permasalahan lain yang dialami oleh usaha ini adalah terjadinya kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong yang akan berdampak pada harga jual dan keuntungan yang diterima. Usaha *Kue Sangko* Delima seharusnya menaikkan harga jual namun usaha ini tidak menaikkan harga jual walaupun terjadi kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong.

Menurut Damanik (2010 : 11), kenaikan harga akan berpengaruh pada penurunan volume produksi, biaya industri, harga jual, perubahan ukuran produk, penerimaan industri dan keuntungan industri. Kondisi Usaha *Kue Sangko Delima* sesuai dengan pernyataan Damanik (2010 : 11), sehingga dengan kondisi ini timbul praduga bahwa Usaha *Kue Sangko Delima* yang dijalankan mengalami penurunan dalam keuntungan yang diperoleh sehingga analisa usaha menjadi penting untuk menganalisa berapa keuntungan yang diperoleh. Selain itu, usaha ini memerlukan salah satu alat analisis seperti titik impas untuk mengetahui apakah dalam kondisi penjualan yang menurun dan kenaikan harga usaha ini dalam beroperasi dapat menutupi biaya produksinya.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai analisis usaha pada usaha ini. Sehubungan dengan hal tersebut maka timbul pertanyaan berapa besar keuntungan dan titik impas yang diterima oleh usaha ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian dengan judul **ANALISIS USAHA KUE SANGKO PADA USAHA DELIMA KOTA PADANG.**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan profil Usaha *Kue Sangko Delima*.
2. Menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada Usaha *Kue Sangko Delima*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kondisi usaha dan masukan informasi serta saran yang bermanfaat dan dapat menarik investor untuk berinvestasi dalam membuka sebuah usaha.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemerintah dalam membuat kebijakan mengenai usaha kecil sesuai dengan potensi yang dimiliki masing-masing daerah.

3. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan informasi kepada mahasiswa yang melakukan penelitian agar dapat melakukan perbaikan atau sebagai rujukan ke depan nantinya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata, yaitu: *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Agroindustri dalam kerangka pembangunan pertanian merupakan penggerak utama perkembangan sektor pertanian dengan posisi pertanian yang menjadi sektor andalan dalam pembangunan nasional sehingga peranan agroindustri akan semakin besar sehingga harus ditunjang melalui pengembangan agroindustri, menuju agroindustri yang tangguh, maju serta efisien dan efektif (Udayana, 2011 : 1).

Menurut Soekartawi (2005 : 9), agroindustri diartikan dalam dua hal. Pertama, agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian. Kedua, agroindustri diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan yang merupakan kelanjutan dari pembangunan pertanian sebelum mencapai tahapan pembangunan industri.

Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu menyerap banyak tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa melalui peningkatan ekspor dan mampu memunculkan industri baru. Keunggulan agroindustri inilah maka agroindustri dapat dipakai sebagai salah satu pendekatan pembangunan bagi suatu negara yang berbasis agraris (Soekartawi, 2001:111).

Karakteristik dari agroindustri memiliki kelebihan dibandingkan dengan industri lainnya, antara lain: (1) Memiliki keterkaitan yang kuat baik dengan industri hulunya maupun ke industri hilir. (2) Menggunakan sumberdaya alam yang ada dan dapat diperbaharui. (3) Mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif baik di pasar internasional maupun di pasar domestik. (4) Dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah besar. (5) Produk agroindustri pada umumnya bersifat cukup elastis

sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang berdampak semakin luasnya pasar khususnya pasar domestik (Udayana, 2011:2).

B. Industri Kecil

Berdasarkan Undang-undang no. 22 tahun 1999 mengenai Otonomi Daerah, Pemerintah pusat memberikan keleluasaan kepada daerah untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada didaerahnya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan memperhatikan prinsip-prinsip potensi yang dimiliki daerah (Rachmawati dan Amir, 2000:2).

Industri kecil mempunyai daya serap yang tinggi terhadap tenaga kerja. Oleh karena itu pertumbuhan sektor ini akan dapat membantu pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran. Di samping itu karena jumlahnya banyak dan lokasi usahanya menyebar luas di seluruh daerah, maka perkembangan sektor industri kecil ini juga akan menunjang tercapainya pemerataan kesempatan kerja dan sekaligus pemerataan pendapatan. Sektor industri kecil dapat merupakan wadah kreatifitas masyarakat karena skala usahanya yang kecil tidak terlalu sulit untuk memulainya (Said, 1991 : 4).

Menurut Tambunan (1999 *dalam* Musdarini 2009 : 8), kekuatan dari industri kecil, yaitu: (1) Sangat padat karya. (2) Masih lebih banyak membuat produk sederhana yang tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. (3) Banyak industri kecil yang membuat produk- produk kultur. (4) Masih sangat kultural *based* karena memang banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil. (5) Pengusaha-pengusaha kecil dan rumah tangga lebih banyak menggantungkan diri pada uang sendiri.

Said (1991 : 5), mengemukakan beberapa kelemahan industri kecil, yaitu: (1) Kurangnya kemampuan di bidang administrasi usaha. (2) Lemahnya kemampuan pemasaran. (3) Kekurangan modal dan kesulitan untuk akses dengan sumber-sumber modal. (4) Kurangnya kemampuan untuk mendapatkan informasi dan teknologi yang diperlukan untuk pengembangan usaha.

C. Analisis Usaha

1. Aspek Produksi

Bagian produksi dalam suatu organisasi bisnis memegang peran penting dalam usaha karena akan mempengaruhi suatu organisasi. Bagian produksi sering dilihat sebagai salah satu fungsi manajemen yang menentukan penciptaan produk serta turut mempengaruhi peningkatan dan penurunan penjualan. Artinya produk yang harus diproduksi harus selalu mengikuti standar pasar yang diinginkan, bukan diproduksi atas dasar mengejar target semata. Produksi adalah sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan baik berbentuk barang maupun jasa dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan (Fahmi, 2012 : 1). Kegiatan produksi dan operasi merupakan kegiatan menciptakan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen dan kegiatan ini menjadi fungsi utama perusahaan. Melalui kegiatan produksi dan operasi, segala sumberdaya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah (Prasetya dan Fitri, 2011 : 1).

Menurut Fuad *et al* (2000 : 143-144), bidang produksi mempunyai lima tanggungjawab keputusan utama, yaitu:

- a. Proses, menentukan proses fisik atau fasilitas yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa. Keputusan mencakup jenis peralatan dan teknologi, arus proses, tata letak peralatan, dan seluruh aspek fisik pabrik atau fasilitas jasa pelayanan.
- b. Kapasitas, menentukan besarnya kapasitas yang tepat dan penyediaan pada waktu yang tepat.
- c. Persediaan, menyangkut apa yang dipesan, berapa banyak pemesanan, serta kapan pemesanan dilakukan.
- d. Tenaga kerja, proses produksi tidak mungkin berlangsung tanpa tenaga kerja yang menggarap kegiatan untuk menghasilkan produk. Keputusan tentang tenaga kerja mencakup seleksi, penggajian, pelatihan dan penempatan.

- e. Mutu/kualitas, fungsi produksi ditandai dengan penekanan tanggungjawab yang lebih besar terhadap mutu atau kualitas barang atau jasa yang dihasilkan.

2. Aspek Pemasaran

Kegiatan pemasaran di suatu perusahaan harus diorganisasikan dan dikelola dengan baik, artinya pimpinan harus merencanakan pemasaran secara menyeluruh (Fuad *et al*, 2000:127). Selanjutnya Fuad *et al* (2000:121), menerjemahkan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Sehingga pemasaran adalah proses perpindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan perusahaan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif (Fuad *et al*, 2000:128). Bauran pemasaran adalah seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997:47). Variabel pemasaran tersebut adalah:

1. Produk

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997:47).

Suatu produk berhubungan dengan atribut produk atau unsur- unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Adapun yang termasuk ke dalam atribut produk adalah merek, kemasan dan pelabelan. Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak atau kombinasi atribut- atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus suatu produk. Pelabelan berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk (Tjiptono, 1997:103-107).

Abdullah dan Francis (2012:159), menambahkan bahwa mutu produk juga penting untuk diperhatikan. Mutu adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilainya yang lain.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2002:195-196) produk dapat digolongkan ke dalam dua golongan, yaitu produk konsumsi dan produk industri menurut tujuan penggunaan dan pemakaiannya.

- a. Produk konsumsi adalah produk-produk yang dibeli untuk dikonsumsi. Berdasarkan kebiasaan membeli dari konsumen, produk konsumsi dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu:
 - i. Produk konvenien adalah produk yang mudah dipakai, membelinya dapat disembarang tempat, dan pada setiap waktu.
 - ii. Produk *shopping* adalah produk yang harus dibeli dengan mencari dahulu dan di dalam membelinya harus dipertimbangkan masak-masak, misalnya dengan membandingkan mutu, harga, dan kemasan.
 - iii. Produk spesial adalah produk yang mempunyai ciri khas dan hanya dapat dibeli di tempat tertentu saja. Dalam hal ini, pembeli yang ingin memperolehnya harus mengeluarkan pengorbanan tertentu. Biasanya produk spesial ini mempunyai ciri khusus, harganya relatif mahal, dan jarang dibeli.
- b. Produk industri adalah produk-produk yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri.

2. Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya persentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutup sehingga pada akhirnya perusahaan menderita rugi. Maka, salah satu prinsip dalam penentuan harga

adalah menitikberatkan pada kemauan pembeli terhadap harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya- biaya yang telah dikeluarkan beserta persentase laba yang diinginkan (Fuad *et al*, 2000:129).

Selanjutnya Swastha dan Sukotjo (2002:215-220), menyatakan ada beberapa metoda dasar menetapkan harga, yaitu:

- a. Penetapan harga biaya *plus* (*cost plus pricing method*), dalam metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut (disebut margin).
- b. Penetapan harga *mark- up* (*mark-up pricing method*), menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah *mark- up*. *Mark- up* ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya.
- c. Penetapan harga *break- even* (*break-even pricing*), penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan *break- even* bila penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya.
- d. Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi harga yang menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau persahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

3. Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. Para penyalur dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen di pasar (Fuad *et al*, 2000:129). Distribusi juga dapat diartikan dengan berbagai kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997:48).

Saluran pemasaran dapat dikarakteristikkan dengan jumlah tingkat saluran. Setiap perantara yang menjalankan pekerjaan tertentu untuk mengalihkan produk dan

kepemilikannya agar lebih mendekati pembeli akhir bisa disebut sebagai tingkat saluran. Sebuah saluran tingkat nol (saluran pemasaran langsung) terdiri dari sebuah produsen yang menjual secara langsung ke pelanggan. Sebuah saluran tingkat satu terdiri dari satu perantara penjualan seperti pengecer. Sebuah saluran tingkat dua terdiri dari dua perantara. Dalam pasar konsumen, perantara ini umumnya adalah pedagang besar dan pengecer. Sebuah saluran tingkat tiga terdiri dari tiga perantara. Saluran pemasaran dengan tingkat yang lebih tinggi juga ada, tetapi tidak sering terjadi (Abdullah, dkk, 2014:209).

Menurut Swastha dan Sukotjo (2002:208), produsen mempunyai tiga alternatif dalam menyampaikan produknya sampai ke konsumen, yaitu:

- a. Distribusi intensif, merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan sebanyak mungkin penyalur (terutama pengecer) untuk mencapai konsumen agar kebutuhan mereka cepat terpenuhi.
- b. Distribusi selektif, merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan sejumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam daerah geografis tertentu..
- c. Distribusi eksklusif, merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer di daerah pasar tertentu.

4. Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (1997:49), promosi adalah berbagai kegiatan yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya.

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dikatakan proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran (Fuad *et al*, 2000:130).

Selanjutnya Swastha dan Sukotjo (2002:223-229) menyatakan, ada beberapa kegiatan yang termasuk dalam promosi, yaitu:

- a. Periklanan, merupakan komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu.
- b. *Personal selling*, merupakan interaksi antarindividu yang saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.
- c. Promosi penjualan, merupakan satu kegiatan dalam promosi dimana perusahaan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang, dan sebagainya.
- d. Publisitas, merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media. Namun informasi yang tercantum tidak berupa iklan tetapi berupa berita.

3. Aspek Keuangan

Aspek ekonomi dan keuangan yang perlu dibahas, antara lain menyangkut dengan perkiraan biaya investasi, perkiraan biaya operasi dan pemeliharaan, kebutuhan modal kerja, sumber pembiayaan dan perkiraan pendapatan (Ibrahim, 2003 : 95). Menurut Kasmir (2010 : 4), agar usaha yang dijalankan dapat dilihat perkembangannya setiap perusahaan harus membuat catatan, pembukuan dan laporan terhadap semua kegiatan usahanya. Suatu usaha dengan menggunakan alat analisis laporan keuangan dapat mengetahui kondisi dan posisi keuangan yang sesungguhnya dan dapat menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan.

Adapun analisis keuangan yang digunakan adalah:

a. Perhitungan Biaya Bersama

Biaya bersama adalah biaya-biaya untuk memproduksi dua atau lebih produk yang terpisah dengan fasilitas sama pada saat yang bersamaan (Mulyadi, 1999 : 358). Biaya bersama dapat dihitung dengan menggunakan salah satu dari beberapa metode, yaitu:

- i. Metode nilai jual relatif, bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. Jika salah produk terjual lebih tinggi daripada produk lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain (Mulyadi, 1999 : 360).
- ii. Metode satuan fisik, metode ini menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir (Mulyadi, 1999 : 361).
- iii. Metode rata- rata biaya per satuan, metode ini hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama sehingga penghitungan harga pokok masing- masing produk sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi (Mulyadi, 1999 : 361).
- iv. Metode rata- rata tertimbang, di dalam metode ini kuantitas produksi dikalikan dengan angka penimbang dan hasil kalinya baru dipakai sebagai dasar alokasi. Penentuan angka penimbang untuk tiap- tiap produk didasarkan pada jumlah bahan yang dipakai, sulitnya pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi dan perbedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan (Mulyadi, 1999 : 363).

b. Perhitungan Biaya Penyusutan

Proses untuk mengalokasikan harga perolehan dari aktiva tetap menjadi beban pada suatu periode dinamakan penyusutan. Proses ini ditujukan untuk memadukan (*matching*) beban dengan pendapatan yang dihasilkan selama jangka waktu pemakaian aktiva tetap tersebut. Tujuan utama dari akuntansi penyusutan adalah untuk menentukan berapa keuntungan yang diperoleh perusahaan dan memperhitungkan penurunan kegunaan aktiva tetap karena pemakaian. Semua aktiva tetap (kecuali tanah) hanya akan memberikan manfaat dalam suatu jangka waktu tertentu. Pemakaiannya yang terus menerus merupakan suatu elemen yang menyebabkan terjadinya penyusutan sehingga untuk mengukur penyusutan dari suatu aktiva tetap harus diketahui harga perolehan, umur kegunaan dan perkiraan nilai sisa dari aktiva tersebut. Harga perolehan adalah jumlah uang yang dikeluarkan

untuk membeli aktiva tersebut sampai aktiva itu dapat digunakan oleh perusahaan. Perkiraan umur kegunaan adalah periode dimana perusahaan dapat memanfaatkan aktiva tetap tersebut. Perkiraan nilai sisa adalah nilai kas yang diharapkan dari aktiva tetap tersebut pada akhir masa kegunaannya (Charles dan Horrison, 1993 : 472,473).

Charles dan Horrison (1993 : 474-477), menambahkan bahwa ada empat metode yang dipakai untuk menyusutkan aktiva tetap, yaitu:

- i. Metode garis lurus, dalam metode ini perusahaan akan mencatat beban penyusutan yang sama jumlahnya untuk setiap periode. beban penyusutan setiap periode didapat dengan membagi harga perolehan yang dapat disusutkan dengan umur kegunaan dari aktiva tetap tersebut.
- ii. Metode jumlah unit produksi, dalam metode ini suatu jumlah tertentu (yang tetap) dibebankan pada setiap unit produksi yang dihasilkan oleh aktiva tetap yang digunakan. Harga perolehan yang dapat disusutkan dibagi dengan perkiraan produksi selama masa kegunaan dari aktiva tetap tersebut untuk mendapatkan beban penyusutan per unit produksi. Beban penyusutan per unit ini akan dikalikan dengan jumlah unit produksi selama periode yang bersangkutan untuk mendapatkan jumlah beban penyusutan selama periode tersebut.
- iii. Metode saldo menurun berganda, metode ini merupakan salah satu metode penyusutan yang dipercepat. Metode penyusutan yang dipercepat akan memberikan beban penyusutan yang lebih besar dari metode garis lurus pada periode- periode awal pemakaian aktiva tersebut. Metode saldo menurun berganda menghitung beban penyusutan per periode dengan mengalikan nilai buku aktiva tetap dengan suatu persentasi tertentu. Tingkat persentasi tersebut biasanya dua kali lebih besar dari tingkat penyusutan yang digunakan dalam metode garis lurus.
- iv. Metode *sum of years digits*, metode ini merupakan salah satu metode penyusutan aktiva tetap yang dipercepat, yaitu dengan mengalikan harga perolehan yang dapat disusutkan dengan suatu angka tertentu. Penyebut dari angka ini adalah jumlah dari umur kegunaan aktiva tetap tersebut.

c. Analisis laba rugi

Laporan yang memberikan informasi tentang penghasilan dan biaya dinamakan laporan laba rugi. Laporan laba rugi memperlihatkan operasi perusahaan selama satu periode seperti satu tahun, satu kuartal, atau satu bulan. Sehingga laporan tersebut dibuat untuk meringkas penghasilan dan biaya-biaya perusahaan selama satu periode (Swastha dan Sukotjo, 2002 : 322).

Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba. Besarnya laba dihitung dengan mempertemukan semua penghasilan dengan semua biaya di dalam satu periode akuntansi yang sama. Keberhasilan manajemen di dalam jangka pendek dapat dilihat apakah laba yang diperoleh lebih besar atau lebih kecil (Supriyono, 1982 : 165).

Adapun variabel biaya yang akan diamati adalah biaya tetap dan biaya variabel:

- a. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap selama periode waktu tertentu meskipun terjadi perubahan besar dalam total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya tetap tersebut (Mulyadi, 1997 : 230). Biaya tetap terdiri dari:
 - i. Biaya *overhead* pabrik tetap adalah semua biaya produksi kecuali biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang jumlah totalnya tetap (Fuad *et al*, 2000 : 156).
 - ii. Biaya administrasi dan umum tetap adalah biaya yang berhubungan dengan kegiatan penentu kebijaksanaan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan efektif dan efisien (Fuad *et al*, 2000 : 156).
- b. Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya variabel tersebut (Mulyadi, 1997 : 230). Biaya tetap terdiri dari:
 - i. Biaya bahan baku adalah biaya dari semua bahan yang dapat ditelusuri pada barang jadi dan dimasukkan ke dalam perhitungan biaya produk (Fuad *et al*, 2000 : 156).

- ii. Biaya overhead pabrik variabel adalah semua biaya produksi kecuali biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang jumlah totalnya berubah sesuai aktivitas produksi (Fuad *et al*, 2000 : 156).

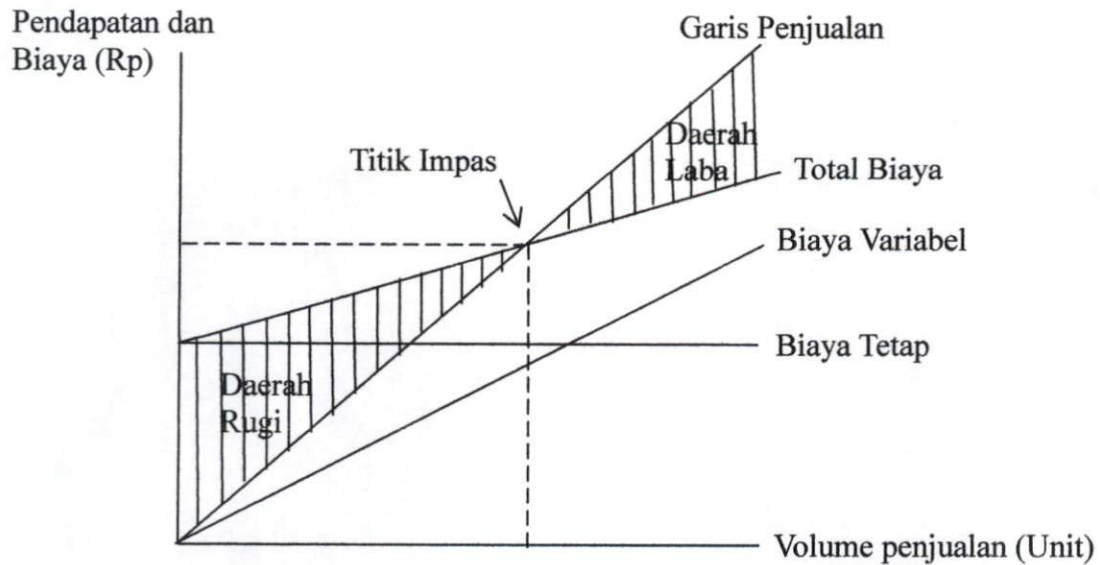
Ada dua metode penentuan harga pokok produk, yaitu: (1) konsep penentuan harga pokok penuh (*full costing*). (2) konsep penentuan harga pokok variabel (*variable costing*). Dengan adanya kepentingan manajemen dalam jangka pendek, maka pembebanan harga pokok kepada produk lebih cocok menggunakan metode penentuan harga pokok variabel. Dimana *variable costing* adalah suatu konsep penentuan harga pokok yang hanya memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk. Konsep penentuan harga pokok ini didasarkan pada pemisahan biaya dalam suatu perusahaan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel (Supriyono, 1982 : 258).

d. Analisis titik impas

Penetapan suatu kebijakan, umumnya pimpinan organisasi mendasarkan keputusannya pada hasil analisis. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan adalah analisis titik impas (BEP). Titik impas adalah keadaan suatu usaha ketika tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Bila kondisi titik impas tercapai, jumlah penghasilan yang diperoleh sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau margin kontribusi hanya dapat menutupi biaya tetap. Dengan menggunakan titik impas, pimpinan perusahaan dapat mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengurangan atau penambahan harga jual, biaya, dan laba. Analisis ini juga memudahkan pimpinan perusahaan untuk mengambil keputusan dalam rangka menghadapi persaingan dengan produk sejenis dari perusahaan lain (Fuad *et al*, 2000 : 183).

Menurut Mulyadi (1997 : 230), ada dua cara untuk menentukan titik impas: teknik persamaan dan pendekatan grafis. Penentuan impas dengan teknik persamaan dilakukan dengan mendasarkan pada persamaan pendapatan sama dengan biaya ditambah laba sedangkan penentuan impas dengan pendekatan grafis dilakukan dengan cara mencari titik potong antara garis pendapatan penjualan dan garis biaya dalam suatu grafik yang disebut grafik impas.

Bentuk grafik impas dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Grafik Titik Impas (Harmono, 2011 : 171)

Sumbu vertikal atau sumbu Y, menunjukkan jumlah total penghasilan penjualan dan jumlah total biaya dalam rupiah. Sumbu horizontal atau sumbu X, menunjukkan volume penjualan dalam bentuk satuan kuantitas. Biaya tetap digambarkan dengan garis yang sejajar dengan sumbu X karena besarnya tetap dan tidak berubah-ubah (Supriyono, 1982 : 327).

Titik break even adalah terletak pada titik perpotongan garis hasil penjualan dengan garis biaya total. Daerah di sebelah kiri titik break even yaitu bidang diantara garis biaya total dengan garis hasil penjualan merupakan daerah rugi karena hasil penjualan lebih rendah dari biaya total. Sedangkan daerah di sebelah kanan titik break even, diantara garis hasil penjualan dengan garis biaya total merupakan daerah laba karena hasil penjualan lebih tinggi dari biaya total (Mulyadi, 1997 : 237).

Menurut Fuad *et al* (2000 : 184), analisis BEP dapat digunakan untuk: (1) Mengetahui jumlah penjualan minimal yang harus dipertahankan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. (2) Mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat keuntungan tertentu. (3) Mengetahui seberapa jauh berkurangnya penjualan agar perusahaan tidak menderita kerugian. (4) Mengetahui

bagaimana efek perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan terhadap keuntungan.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian analisis usaha dan bauran pemasaran telah dilakukan sebelumnya oleh Musdarini (2009) dengan judul *Analisa Usaha Dan Bauran Pemasaran Pinukuik Enggi Di Kecamatan Batang Kapas Kabupaten Pesisir Selatan*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas serta menganalisis bauran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Januari 2009–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 berproduksi di atas titik impas dengan impas penjualan Rp 74.941.462 dan impas kuantitas sebesar 9.516 kg. Dari hasil bauran pemasaran didapatkan bahwa produk yang dihasilkan termasuk ke dalam produk konsumsi. Harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. Usaha Pinukuik Enggi ini menggunakan saluran distribusi langsung dan promosi yang dilakukan adalah *personal selling* dan publisitas serta promosi penjualan seperti mengikuti pameran.

Hasil penelitian lain juga telah dilakukan oleh Sari (2008) dengan judul *Analisa Usaha Dan Bauran Pemasaran Pada Usaha MMM Cake & Bakery Di Kota Padang*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas serta menganalisis bauran pemasaran produk sagun bakar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode Januari 2007– Desember 2007 Usaha MMM Cake & Bakery telah meraih keuntungan bersih dari produk sagun bakar yang dihasilkan yaitu Rp 59.949.272 . Usaha ini mengalami impas pada saat penjualan produk sagun bakar Rp 35.458.776 atau pada saat produksi sagun bakar sebanyak 7.875 bungkus. Usaha ini telah berada di atas titik impas dengan penjualan produk sagun bakar Rp 154.062.000. Dari hasil analisis bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha MMM Cake & Bakery tergolong kepada produk konsumsi. Produk sagun bakar dikemas dalam plastik bening dengan merek Sagun Bakar Serunai MMM Cake & Bakery. Harga ditetapkan dengan metoda *cost plus pricing* oleh pemilik dimana harga jual produk sagun bakar Rp 4.500/bungkus. Hasil produksi didistribusikan ke beberapa toko dan swalayan di Kota Padang. Usaha ini

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha *Kue Sangko* Delima yang beralamat di Jl. Seberang Padang Utara I no 8/A RT 01 RW 02 Kel. Seberang Padang Kec. Padang Selatan. Pemilihan usaha dilakukan secara sengaja karena usaha ini sudah berdiri pada tahun 2006 dan merupakan usaha turun temurun yang masih tetap berproduksi di samping bertambahnya pesaing dari produk sejenis. Pertimbangan lainnya karena usaha ini sudah terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (2013) dan merupakan Usaha *Kue Sangko* dengan produksi terbesar di Kota Padang (Lampiran 5). Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan terhitung dari tanggal 2 Februari – 28 Februari dengan pengambilan data satu bulan produksi.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Nazir (2003 : 54), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Adapun jenis metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas (Nazir, 2003 : 57).

Metode deskriptif akan memberikan gambaran mengenai kondisi Usaha *Kue Sangko* Delima selama periode tertentu melalui perhitungan keuntungan dan titik impas.

C. Metode Pengambilan Responden

Responden adalah seseorang yang bersedia merespon langsung atas pertanyaan yang diajukan atau memberikan informasi kepada peneliti baik melalui lisan maupun tulisan. Adapun yang menjadi responden dari penelitian ini adalah

1. Pimpinan industri (1 orang).
2. Tenaga kerja bagian produksi (1 orang).
3. Tenaga kerja bagian pemasaran (1 orang).
4. Pedagang pengecer. Pedagang pengecer Usaha *Kue Sangko Delima* berjumlah 21 pengecer. Responden yang akan diminta keterangannya berjumlah 1 orang, yaitu Budiman Swalayan. Pengambilan responden ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa tempat pengecer tersebut juga menjual produk pesaing (Lampiran 6).

Berdasarkan pemilihan responden tersebut maka responden pada penelitian ini berjumlah 4 orang. Adapun rinciannya yaitu 3 orang dari pihak perusahaan dan 1 orang pedagang pengecer *Kue Sangko Delima*.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah melalui wawancara dengan panduan wawancara untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (Sangadji *et al*, 2010 : 171). Data primer diperoleh dari pemilik Usaha *Kue Sangko Delima*. Data sekunder adalah sumber data yang umumnya tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu (Sangadji *et al*, 2010 : 171). Data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota Padang, Badan Pusat Statistik Padang.

E. Variabel yang diamati

1. Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mendeskripsikan profil Usaha Kue Sangko Delima, maka variabel yang diamati adalah:

a. Gambaran umum usaha

Meliputi latar belakang usaha didirikan, lokasi usaha, izin usaha, dan struktur organisasi usaha.

b. Aspek produksi/operasi

Adapun variabel yang diamati adalah:

- i. Aspek produksi, meliputi persediaan bahan baku, harga bahan baku, jumlah bahan baku yang dipesan setiap periode, daerah asal bahan baku, jenis bahan baku, proses produksi yang dilakukan dan jumlah produksi yang dihasilkan.
- ii. Aspek sumberdaya, meliputi jumlah tenaga kerja, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, lama bekerja, sistem upah/gaji, besar upah/gaji, jenis peralatan yang digunakan, dan penyusutan alat yang terdiri dari harga beli peralatan, nilai sisa, dan umur ekonomis.

c. Aspek pemasaran

Adapun variabel yang diamati adalah:

- i. Produk, karakteristik produk seperti ukuran produk, daya tahan produk, tekstur produk, rasa produk, pemberian merk dan label, pengemasan dan bagaimana produk Kue Sangko Delima dibandingkan pesaing.
- ii. Harga, meliputi bagaimana harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha yang mencakup metoda penetapan harga, siapa yang paling berpengaruh dalam penetapan harga termasuk melihat bagaimana harga pesaing dari produk sejenis di tempat pengecer.
- iii. Distribusi, meliputi distribusi yang dilakukan oleh pemilik usaha, apakah saluran distribusi langsung atau tidak langsung, jika distribusi tidak langsung apa alasan pemilihan daerah yang akan menjadi sasaran distribusi atau toko yang menjadi pengecer *Kue Sangko Delima* dan alternatif mana yang dipilih produsen dalam menyampaikan produknya sampai ke konsumen.

- iv. Promosi, meliputi bagaimana promosi yang telah dilakukan oleh pemilik usaha dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen dan media apa yang digunakan.
 - d. Aspek keuangan, meliputi sumber modal, jumlah modal yang dibutuhkan untuk awal berproduksi, dan pendanaan (alokasi modal).
- 2. Untuk menjawab tujuan kedua yaitu menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada Usaha Kue Sangko Delima, variabel yang diamati meliputi:**
- a. Analisis keuntungan, variabel yang diamati adalah:
 - i. Penerimaan yang diperoleh dari kegiatan usaha selama satu periode, yaitu satu bulan. Usaha ini tidak mempunyai catatan administrasi dan keuangan tertulis sehingga pengambilan data dilakukan saat satu bulan penelitian. Penerimaan dapat diperoleh dari harga jual produk (Rp/bungkus) dengan berat satu bungkus adalah 165 gram dan dikalikan dengan jumlah produk *kue sangko* yang terjual.
 - ii. Harga jual *kue sangko* (Rp/bungkus).
 - iii. Jumlah produksi *kue sangko* selama satu bulan.
 - iv. Biaya total adalah seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh usaha, yang terdiri dari:
 - a. Biaya tetap yang terdiri dari:
 1. Biaya *overhead* pabrik tetap seperti pajak bumi dan bangunan, pajak kendaraan, biaya penyusutan (mesin oseng, mesin penggilingan beras, mesin pamarutan kelapa, cetakan, parang, karpet, plastik, meja, jerigen, bangunan, sepeda motor dan baskom), biaya abodemen listrik, biaya transportasi dan biaya pemeliharaan kendaraan.
 2. Biaya administrasi dan umum tetap seperti gaji pimpinan dan tenaga kerja.
 - b. Biaya variabel adalah yang terdiri dari:
 1. Biaya bahan baku seperti biaya pembelian beras ketan hitam dan putih.

2. Biaya overhead pabrik variabel seperti biaya pemakaian listrik, biaya bahan bakar minyak tanah dan solar, biaya bahan penolong (kelapa, gula pasir, garam dan vanili), biaya kemasan, merk dan label.

b. Analisis titik impas, variabel yang diamati adalah:

- i. Biaya tetap, meliputi biaya overhead pabrik tetap dan biaya administrasi umum.
- ii. Biaya variabel, meliputi biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik variabel.
- iii. Harga jual, merupakan jumlah uang yang menyatakan nilai tukar dari produk seperti harga jual *kue sangko* Rp/bungkus.
- iv. Volume produksi, merupakan jumlah total produksi yang dihasilkan usaha selama satu periode yaitu satu bulan saat penelitian.

F. Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama, yaitu mendeskripsikan profil Usaha *Kue Sangko* Delima digunakan analisis deskriptif kualitatif agar mendapatkan gambaran umum dari usaha yang dijalankan. Analisis ini dilakukan dengan melihat hasil wawancara langsung dengan informan kunci yaitu pemilik Usaha *Kue Sangko* Delima.

Untuk menjawab tujuan kedua, yaitu menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada Usaha *Kue Sangko* Delima digunakan analisis kuantitatif, yang mencakup:

1. Alokasi Biaya Bersama

Perhitungan biaya bersama perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan masing-masing produk pada saat pemakaian fasilitas yang sama. Metode biaya bersama yang digunakan adalah mengadopsi dari metode nilai jual relatif dan satuan fisik yang dikarenakan biaya bersama tersebut digunakan untuk keperluan pribadi dan usaha seperti abodemen listrik dan pajak bangunan. Rumus untuk menghitung biaya bersama adalah:

Alokasi biaya bersama untuk usaha

$$= \frac{\text{Jumlah Pemakaian untuk Usaha}}{\text{Total Pemakaian}} \times 100 \%$$

Alokasi biaya bersama untuk keperluan pribadi

$$= \frac{\text{Jumlah Pemakaian untuk Pribadi}}{\text{Total Pemakaian}} \times 100 \%$$

2. Alokasi biaya penyusutan

Menjaga kontinuitas dari kegiatan usaha yang direncanakan perlu dihitung besarnya biaya penyusutan pada setiap tahun. Biaya penyusutan merupakan salah satu kebijakan dalam pengadaan biaya sebagai biaya pengganti dari asset yang tidak ekonomis lagi. Jenis investasi yang perlu disusut terdiri dari mesin oseng, mesin penggilingan beras, mesin pamarutan kelapa, cetakan, parang, karpet, plastik, meja, jerigen, bangunan, sepeda motor dan baskom. Besar kecilnya biaya penyusutan yang dilakukan pada setiap aset tergantung pada harga aset, umur ekonomis serta metode yang digunakan dalam penyusutan (Ibrahim, 2003 : 43). Metode penyusutan untuk bangunan dan peralatan dapat dihitung dengan menggunakan metode garis lurus (Charles dan Horrison, 1993 : 474), yaitu:

$$\text{Penyusutan garis lurus per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Kegunaan}}$$

Metode penyusutan untuk mesin dapat dihitung dengan menggunakan metode saldo menurun berganda (Charles dan Horrison, 1993 : 474), yaitu:

- a. Menghitung tingkat penyusutan berdasarkan metode garis lurus dan dikalikan dua untuk mendapatkan tingkat penyusutan berdasarkan metode saldo menurun berganda.

$$\text{Tarif saldo menurun berganda} = \frac{1}{\text{Umur kegunaan}} \times 2$$

- b. Tingkat penyusutan berdasarkan metode saldo menurun berganda tersebut dikalikan dengan nilai buku awal periode dari dari aktiva tetap tersebut.

Penyusutan = Tarif saldo menurun berganda X nilai buku

untuk mencari nilai buku: **Harga perolehan – Akumulasi Penyusutan**

- c. Beban penyusutan pada periode yang paling akhir adalah jumlah yang diperlukan untuk mengurangi nilai buku aktiva tetap pada periode tersebut yang menjadi nilai sisanya.

3. Analisis keuntungan (laba rugi)

Keuntungan yang didapat oleh suatu usaha dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan laba rugi. Laporan yang memberikan informasi tentang penghasilan dan biaya dinamakan laporan laba rugi. Laporan laba rugi memperlihatkan operasi perusahaan selama satu periode (Swastha dan Sukotjo, 2002 : 322).

Menurut Fuad *et al* (2000 : 167), laba bersih dalam laporan laba rugi dapat diperoleh dengan pengurangan antara pendapatan penjualan dan semua biaya. Laba bersih diperoleh jika jumlah pendapatan penjualan lebih besar daripada jumlah biaya. Selanjutnya Swastha dan Sukotjo (2002 : 324) menambahkan bahwa besarnya laba bersih yang dapat dicapai akan menjadi ukuran sukses bagi sebuah perusahaan. Persamaan untuk laporan laba rugi adalah:

$$\text{Laba bersih} = \text{Pendapatan penjualan} - \text{Biaya}$$

Dimana:

- a. Pendapatan penjualan dapat diperoleh dari penjualan total *kue sangko* selama periode bersangkutan, yaitu satu bulan saat penelitian. Penjualan diperoleh dari harga jual produk (Rp/bungkus) dikalikan dengan jumlah produk *kue sangko* yang terjual. Penjualan bersih dapat diperoleh dari penjualan kotor dikurangi retur.
- b. Biaya mencakup semua pengeluaran yang dilakukan oleh pihak usaha. Biaya total diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dengan biaya variabel.

Penentuan harga pokok produk digunakan metode penentuan harga pokok variabel (*variable costing*). *Variable costing* adalah suatu konsep penentuan harga pokok yang hanya memasukkan biaya produksi variabel sebagai elemen harga pokok produk. Konsep penentuan harga pokok ini didasarkan pada pemisahan biaya dalam suatu perusahaan ke dalam elemen biaya tetap dan biaya variabel (Supriyono, 1982 :

258). Bentuk format perhitungan laba rugi dengan metode penentuan harga pokok variabel (*variable costing*) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Format Laporan Laba Rugi dengan Metode *Variable Costing*

Keterangan	Nilai per unit	Nilai Total
Pendapatan Penjualan		Xxx
Dikurangi Biaya Variabel:		
Biaya Bahan Baku	Xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Xxx	
Biaya Overhead Variabel	Xxx	
Total Biaya Produksi Variabel	Xxx	
Biaya Penjualan Variabel	Xxx	
Biaya Administrasi Variabel	Xxx	
Total Biaya Variabel		Xxx
Margin Kontribusi		Xxx
Dikurangi Biaya Tetap:		
Overhead Tetap	Xxx	
Biaya Penjualan Tetap	Xxx	
Biaya Administrasi Tetap	Xxx	
Total Biaya Tetap		Xxx
Laba Operasi		xxx

(Fuad *et al*, 2000 : 174)

4. Analisis titik impas

Titik impas adalah keadaan suatu usaha ketika tidak memperoleh laba dan rugi. Bila kondisi titik impas tercapai, jumlah penghasilan yang diperoleh sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau margin kontribusi hanya dapat menutupi biaya tetap. Titik impas yang digunakan oleh pimpinan perusahaan dapat membantu dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengurangan atau penambahan harga jual, biaya, dan laba. Analisis ini juga memudahkan pimpinan perusahaan untuk mengambil keputusan dalam rangka menghadapi persaingan dengan produk sejenis dari perusahaan lain (Fuad *et al*, 2000 : 183). Secara matematis, perhitungan titik impas dapat dengan menggunakan rumus:

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga jual/unit} - \text{Biaya variabel/unit}}$$

$$\text{BEP (dalam rupiah penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel/unit}}{\text{Harga jual/unit}}}$$

(Fuad *et al*, 2000 : 185)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

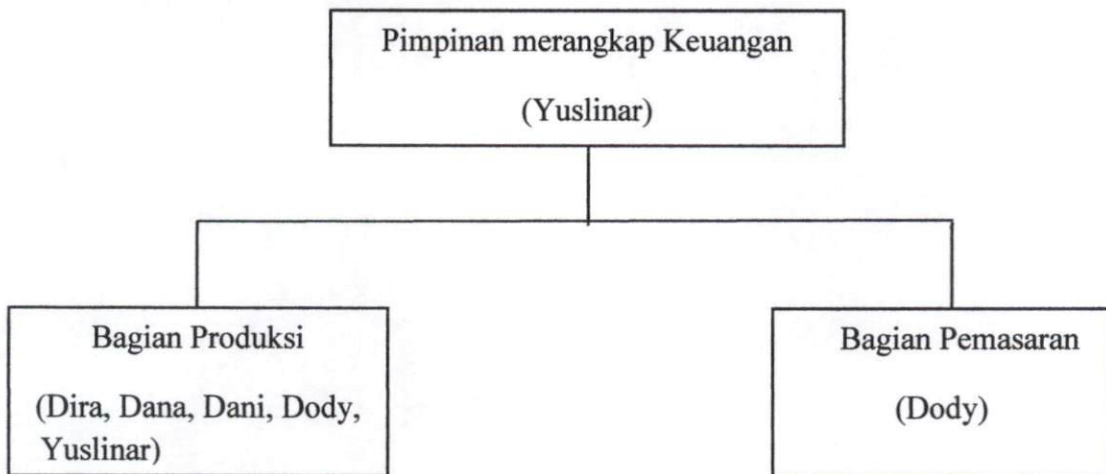
A. Profil Usaha

1. Gambaran Umum Usaha

Usaha *Kue Sangko* Delima berdiri pada tahun 2006 di bawah pimpinan Ibu Yuslinar yang beralamat di Jl. Seberang Padang Utara I no 8/A RT 01 RW 02 Kel. Seberang Padang Kec. Padang Selatan. Usaha ini merupakan usaha turun temurun sehingga yang melatar belakangi usaha ini didirikan adalah karena ingin melanjutkan usaha keluarga yang sudah dirintis sebelumnya oleh keluarga Ibu Yuslinar. Pada awal usaha ini berdiri, usaha *Kue Sangko* dilakukan secara kecil-kecilan dimana produksi *Kue Sangko* yang dihasilkan masih sedikit yaitu 50 bungkus/hari dan masih menggunakan teknologi sederhana seperti pada mesin oseng, untuk menaikkan minyak tanah agar api pada mesin tersebut tetap hidup harus dipompa secara berkala sehingga masih menggunakan tenaga manusia untuk menggerakkannya dan teknologi tersebut belum milik sendiri tetapi milik saudara dari Ibu Yuslinar. Produksi yang dilakukan sudah rutin setiap harinya dan tempat produksi dilakukan di rumah saudara yang beralamat di Jl. Andalas Padang.

Usaha ini mulai menunjukkan perkembangannya yang dilihat dari bertambahnya permintaan konsumen terhadap *Kue Sangko* yaitu pada tahun 2009 produksi sudah 500 bungkus/hari karena pendistribusiannya sampai ke Mentawai dan tempat produksi *Kue Sangko* dilakukan di rumah sendiri yang bergabung dengan tempat tinggal. Terdapat bangunan untuk mesin dengan ukuran 4 m x 1,5 m x 3 m dan bangunan untuk pencetakan berukuran 5 m x 4 m x 3 m. Layout Usaha *Kue Sangko* Delima dapat dilihat pada Lampiran 8. Selain itu teknologi yang digunakan juga sudah modern dan milik sendiri seperti mesin oseng yang sebelumnya menggunakan tenaga manusia sekarang sudah bisa digantikan dengan penggunaan listrik sehingga tidak diperlukan lagi pemompaan yang secara berkala.

Usaha *Kue Sangko Delima* sudah terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi (2013) dan sudah mendapatkan izin usaha dari Dinas Kesehatan Kota Padang dengan no izin P-IRT No. 206130201007. Usaha ini merupakan usaha perorangan dan belum mempunyai struktur organisasi yang tertulis. Adapun struktur organisasi Usaha *Kue Sangko Delima* saat ini dapat digambarkan seperti pada Gambar 2:



Gambar 2. Struktur Organisasi Usaha *Kue Sangko Delima* Periode Februari 2015

Berdasarkan pada Gambar 2, jenis struktur organisasi Usaha *Kue Sangko Delima* termasuk ke dalam struktur organisasi garis karena perintah berasal dari atas ke bawah dan garis lurus tersebut merupakan garis kekuasaan atau tanggungjawab dari pimpinan yang diteruskan kepada bawahannya atau tenaga kerja bagian produksi dan pemasaran. Struktur organisasi ini sesuai dengan Usaha *Kue Sangko Delima* karena bentuk organisasi ini biasanya dipakai oleh perusahaan kecil.

Usaha *Kue Sangko Delima* dipimpin oleh Ibu Yuslinar yang bertugas mengatur, melaksanakan, mengawasi, mengambil keputusan dan bertanggungjawab atas semua kegiatan yang dilakukan. Pimpinan usaha merangkap pekerjaan dalam bidang produksi dan keuangan sehingga dalam menjalankan usaha, pimpinan dibantu oleh tenaga kerja yang bertugas di bagian produksi dan pemasaran. Penjelasan mengenai tugas masing-masing bagian sebagai berikut:

- a. Pimpinan merangkap bagian produksi dan keuangan, bertugas mengatur, ikut melaksanakan kerja bagian produksi, mengawasi, mengambil keputusan dan bertanggungjawab atas semua kegiatan yang dilakukan serta memegang tugas terhadap transaksi keuangan.
- b. Bagian produksi, bertugas dan bertanggungjawab dalam memproses bahan baku menjadi produk *kue sangko* yang siap dijual. Pada bagian ini pemilik ikut terlibat dalam proses pembuatan adonan dan pematangan kelapa. Pembuatan adonan dilakukan sendiri oleh Ibu Yuslinar untuk menjaga cita rasa dan ciri khas dari *kue sangko* yang dihasilkan.
- c. Bagian pemasaran, bertugas dan bertanggungjawab dalam mendistribusikan *kue sangko* ke tempat pedagang pengecer agar *kue sangko* mudah terjangkau oleh konsumen.

2. Aspek Produksi/Operasi

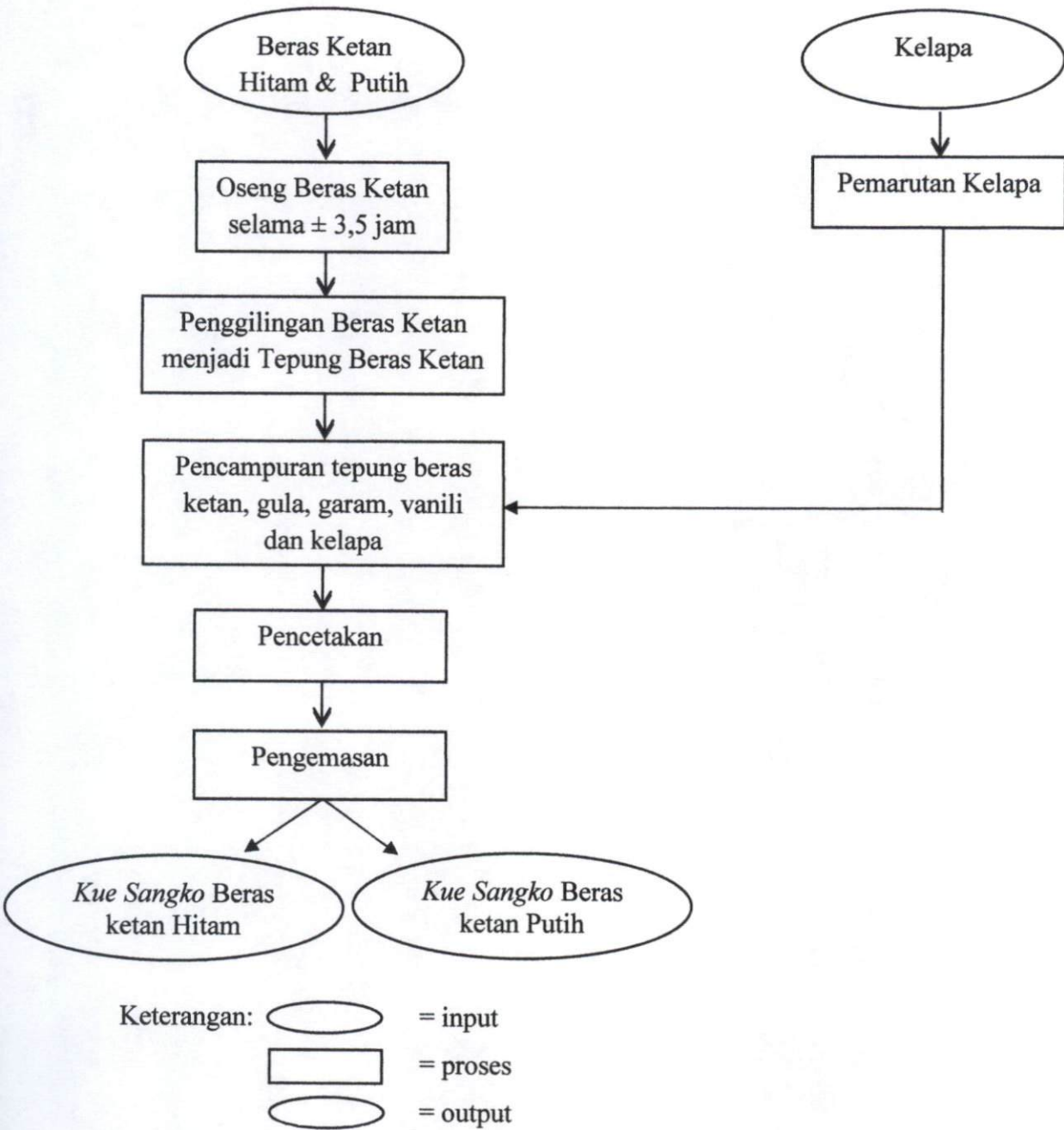
a. Aspek Produksi

Usaha *Kue Sangko* Delima menjalankan kegiatan produksinya rutin setiap hari. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha membeli bahan baku beras ketan hitam dan putih dari gudang beras yang ada di Jalan Bandar Holo Padang. Pemasok utama pada usaha ini adalah Toko Hari Juanda karena sudah berlangganan dari usaha ini mulai berproduksi (Tahun 2006) namun ketika pasokan beras ketan tidak ada pada gudang ini, pihak usaha membeli beras ketan di gudang beras lainnya yang berada di Jalan Bandar Holo tersebut. Adapun jenis bahan baku dari beras ketan hitam dan putih yang digunakan adalah beras ketan Thailand. Dokumentasi bahan baku dapat dilihat pada Lampiran 9. Pemilihan beras ketan Thailand oleh pihak usaha dikarenakan beras ketan ini ukuran butirnya lebih besar daripada beras ketan lokal sehingga ketika beras ketan dioseng hasilnya juga lebih besar karena beras ketan ini mengembang dan berbanding terbalik dengan beras ketan lokal yang dioseng tidak mengembang dan butirnya menjadi lebih kecil. Hal ini akan berpengaruh kepada volume beras ketan yang dihasilkan ketika beras ketan tersebut digiling menjadi tepung beras ketan. Pembelian bahan baku ini dilakukan oleh pemilik usaha yang datang langsung ke tempat pemasok dan membawa sendiri beras ketan yang telah

dibeli. Pembelian beras ketan dilakukan secara tunai (*cash*). Periode pembelian beras ketan tidak ditentukan tergantung kapan beras ketan tersebut habis digunakan dan saat itu baru dilakukan pembelian kembali dan biasanya setiap kali pembelian, pihak usaha membeli beras ketan hitam sebanyak 2 karung atau 50 kg dan beras ketan putih sebanyak 2 karung atau 50 kg. Harga beras ketan ini sama dan tetap (tidak berflktuasi), yaitu Rp 285.000/karungnya dengan berat 1 karung adalah 25 kg.

Selain bahan baku juga ada bahan penolong seperti gula, kelapa, garam dan vanili yang digunakan dalam proses produksi. Adapun gula yang digunakan adalah jenis gula putih dengan setiap kali pembelian adalah 1 karung atau 50 kg dengan harga Rp 475.000/karung dan pembelian gula ini juga dilakukan di tempat yang sama, yaitu Toko Hari Juanda. Alasan pemilihan gula putih adalah untuk menjaga warna pada kue sangko agar tetap putih saat dihasilkan. Bahan penolong selanjutnya adalah kelapa. Jenis kelapa yang digunakan pada usaha ini adalah kelapa Pariaman. Alasan pemilihan kelapa Pariaman dikarenakan daging pada kelapa lebih tebal. Kelapa ini dibeli dari salah satu pedagang kelapa yang ada di Pasar Raya dan sudah berlangganan dari usaha ini mulai memproduksi sehingga penjual kelapa ini merupakan satu- satunya pemasok pada usaha ini. Biasanya kelapa ini langsung diantar ke tempat pemilik usaha namun karena telah terjadi penurunan produksi dan jumlah kelapa yang dibeli saat ini juga sedikit maka pihak usaha langsung datang ke tempat pemasok dan membawa sendiri kelapa yang dibeli. Adapun jumlah kelapa yang dibeli setiap periodenya adalah 100 buah kelapa dengan harga Rp 3.000/buah. Periode pembelian kelapa juga tidak ditentukan tergantung kapan kelapa tersebut habis digunakan dan saat itu baru dilakukan pembelian kembali. Selanjutnya, garam dan vanili juga diperlukan dalam proses produksi. Garam dan vanili dibeli di salah satu toko yang ada di Pasar Raya, yaitu Toko Hamzah. Garam yang digunakan adalah garam beryodium yang bermerek dolpin. Pembelian garam dan vanili dalam setiap periodenya adalah 40 bungkus dengan harga Rp 1.000/bungkus dan 1 kg dengan harga Rp 250.000/kg. Pembelian ulang kembali untuk garam dan vanili adalah ketika garam masih ada 10 bungkus dan vanili 0,25 kg. Semua bahan penolong dibeli secara tunai dan selama periode Februari 2015 harga bahan penolong tetap setiap pembeliannya. Dokumentasi bahan penolong dapat dilihat pada Lampiran 10.

Proses pembuatan *kue sangko* dilakukan melalui beberapa tahap. Proses ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Skema Proses Pembuatan *Kue Sangko* pada Usaha Delima

Berdasarkan skema tersebut, pembuatan *kue sangko* dilakukan dengan mengoseng beras ketan terlebih dahulu dengan menggunakan mesin dan setelah semua beras ketan selesai dioseng dilanjutkan dengan penggilingan beras ketan menjadi tepung beras ketan. Penggilingan ini dilakukan dengan menggunakan mesin giling beras. Selanjutnya, pamarutan kelapa dilakukan untuk menghaluskan daging kelapa yang akan digunakan dalam pembuatan adonan. Setelah semua bahan disiapkan, dilakukan pembuatan adonan dengan mencampurkan semua bahan seperti tepung beras ketan, gula, kelapa, garam dan vanili dan dilanjutkan dengan pencetakan. Pencetakan *kue sangko* menggunakan cetakan gelas plastik yang ukuran tiap cetaknya sama. Setelah semua produk *kue sangko* selesai dicetak dilanjutkan dengan pengemasan dan pemberian merk dan label. Kemasan *kue sangko* menggunakan kotak plastik bening dan ditutup dengan menggunakan steples. dengan ukuran/bungkus adalah 165 gram.

Berdasarkan tahap pembuatan *kue sangko* tersebut, lama waktu yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah 9 jam dan usaha ini berproduksi rutin setiap harinya dengan dokumentasi kegiatan produksi dapat dilihat pada Lampiran 16. Adapun data produksi dan penjualan selama satu bulan penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Produksi dan Penjualan *Kue Sangko* dalam bungkus Periode Februari 2015

Minggu ke-	Jumlah Produksi Beras Ketan Hitam	Jumlah Produksi Beras Ketan Putih	Retur Beras Ketan Hitam	Retur Beras Ketan Putih	Jumlah Penjualan Beras Ketan Hitam	Jumlah Penjualan Beras Ketan Putih	Kerugian Retur (Rp)
1	1.325	1.325	18	25	1.307	1.300	215.000
2	815	815	11	17	805	797	140.000
3	918	917	18	15	899	903	165.000
4	957	956	20	30	937	926	250.000
Total	4.015	4.013	67	87	3.948	3.926	770.000

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah produksi selama Bulan Februari adalah 8.028 bungkus dengan retur sebanyak 154 bungkus sehingga penjualan *kue sangko* menjadi 7.874 bungkus dan kerugian karena adanya retur ada Rp 770.000 yang didapat dari harga jual produk (Rp 5.000/bungkus) dikali dengan total retur

(154) dengan harga jual produk *kue sangko* beras ketan hitam dan putih adalah sama. Usaha *Kue Sangko* Delima memproduksi *kue sangko* beras ketan hitam dan putih dalam jumlah yang sama. Pada tabel juga dapat dilihat bahwa jumlah produksi paling banyak ada pada minggu pertama. Ini dikarenakan *kue sangko* yang diproduksi pada minggu pertama adalah untuk memenuhi pesanan dan mengisi toko pengecer yang sudah kehabisan *stock kue sangko*. Sebaliknya, jumlah produksi yang paling sedikit ada pada minggu kedua karena pada minggu ini pihak usaha ada satu hari tidak melakukan produksi dikarenakan ada acara keluarga sehingga akan berpengaruh kepada jumlah produk yang dihasilkan pada minggu tersebut. Adanya retur yang terjadi setiap minggunya disebabkan karena ada produk yang rusak atau sifat dari produk itu sendiri yang tidak tahan lama (7 hari) dan retur yang paling banyak diantara 2 produk ini adalah *kue sangko* beras ketan putih yang dikarenakan *kue sangko* beras ketan hitam tampilannya lebih menarik sehingga lebih banyak terjual. Retur ini tidak bisa dijual kembali atau diolah dalam bentuk lain. Perlakuan yang dilakukan pihak usaha terhadap retur adalah membuang retur yang terjadi setiap minggunya sehingga retur ini menyebabkan tingginya biaya produksi yang dapat dilihat dari kerugian retur sebanyak Rp 770.000.

b. Aspek Sumberdaya

Usaha *Kue Sangko* Delima memiliki 5 orang tenaga kerja dalam keluarga dalam menjalankan usahanya. Tenaga kerja dibagi menurut jenis kegiatan yang dilakukannya dan ada tenaga kerja yang merangkap 2 pekerjaan (Tabel 3). Terdapat 1 orang pimpinan yang merangkap pekerjaan dalam bagian produksi dan keuangan, 3 orang tenaga kerja dalam bagian produksi dan 1 orang tenaga kerja yang merangkap pekerjaan dalam bagian produksi dan pemasaran.

Tabel 3. Identitas Tenaga Kerja Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Nama	Jenis Kegiatan	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Lama Bekerja (Tahun)	Ket.
Yuslinar	Pimpinan/Bagian Produksi & Keuangan	Perempuan	58	SMK	8	TKDK
Dira	Bagian Produksi	Perempuan	25	S1	5	TKDK
Dana	Bagian Produksi	Perempuan	19	SMA	5	TKDK
Dani	Bagian Produksi	Laki- laki	27	S2	5	TKDK
Dody	Bagian Pemasaran	Laki- laki	31	S1	5	TKDK

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tenaga kerja yang terlibat dalam bagian produksi dan pemasaran tidak harus memiliki keahlian khusus tetapi cukup dengan pelatihan singkat yaitu dengan melihat cara kerja proses produksi dan langsung mencoba untuk ikut dalam proses tersebut. Pada usaha ini bagian produksi dan pemasaran menggunakan tenaga kerja dalam keluarga. Ini dikarenakan tenaga kerja dari luar tidak ada yang bersungguh- sungguh ingin bekerja sehingga sampai sekarang masih menggunakan tenaga dari dalam keluarga. Pada Tabel 3 juga dapat dilihat bahwa ada satu orang tenaga kerja yang merangkap pekerjaan bagian produksi dan pemasaran. Berdasarkan wawancara dengan tenaga kerja tersebut, ini disebabkan karena kekurangan tenaga kerja sehingga kegiatan ini terkadang ada kendala seperti adanya keterlambatan dalam melakukan proses produksi karena tenaga kerja memasarkan produk terlebih dahulu.

Usaha *Kue Sangko* Delima melakukan kegiatan produksi dan pemasaran rutin setiap harinya. Kegiatan ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Produksi Dan Pemasaran Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Jenis kegiatan	Waktu kegiatan
Oseng beras ketan	Pukul 13.30 WIB – 17.00 WIB
Penggilingan beras ketan menjadi tepung beras ketan	Pukul 17.00 WIB – 17.15 WIB
Pemarutan kelapa	Pukul 16.00 WIB – 17.30 WIB
Pembuatan adonan	Pukul 05.30 WIB – 06.00 WIB
Pencetakan dan pengemasan	Pukul 06.00 WIB – 09.00 WIB
Pemasaran	Pukul 09.00 WIB – 12.30 WIB

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa kegiatan oseng beras ketan, penggilingan beras ketan menjadi tepung beras ketan dan pamarutan kelapa dilakukan di hari sebelumnya karena pembuatan adonan dimulai pada pukul 05.30 WIB sehingga beberapa bahan harus disiapkan pada hari sebelumnya. Kegiatan produksi ini tidak ada membedakan pembagian kerja antara laki- laki dan perempuan namun secara spesifik untuk pembuatan adonan dan pamarutan kelapa dilakukan oleh Ibu Yuslinar, bagian mesin (Kegiatan oseng, penggilingan beras ketan) dan pemasaran dilakukan oleh Dody, pencetakan dilakukan oleh Dira, Dana, Dani.

Pihak usaha tidak ada mengeluarkan biaya untuk pemakaian tenaga kerja karena pemakaian tenaga kerja dari dalam keluarga. Dalam analisa usaha, tenaga kerja dalam keluarga termasuk ke dalam biaya yang diperhitungkan sehingga dikalkulasikan biaya tenaga kerja dengan sistem gaji bulanan. Gaji tersebut dikalkulasikan sebagai berikut yaitu tenaga kerja bagian mesin sebesar Rp 950.000/bulan dengan jam kerja 4 jam/hari. Gaji tenaga kerja bagian pencetakan sebesar Rp 750.000/bulan dengan jam kerja 3 jam/hari. Gaji tenaga kerja bagian pemasaran adalah sebesar Rp 800.000/bulan dengan jam kerja 3,5 jam/hari dan untuk pimpinan industri yang merangkap tenaga bagian produksi dan keuangan adalah sebesar Rp 1.800.000/bulan. Dasar penetapan kalkulasi gaji ini adalah karena usaha ini pada tahun 2009 ada menggunakan tenaga kerja dari luar keluarga sehingga penetapan gaji ini digunakan untuk memperhitungkan biaya tenaga kerja pada periode Februari 2015 yang disesuaikan juga dengan Upah Minimum Regional (UMR) tiap tahunnya. Berdasarkan penetapan gaji tersebut, Usaha *Kue Sangko Delima* sudah berada di atas UMR Padang karena UMR Padang Tahun 2015 adalah sebesar Rp 1.615.000/bulan dengan jam kerja selama 8 jam. Adapun rincian mengenai gaji yang diperhitungkan untuk pimpinan, tenaga kerja bagian produksi dan pemasaran dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rincian Gaji Pimpinan, Tenaga Kerja Bagian Produksi dan Pemasaran Periode Februari 2015

Nama	Jenis Kegiatan	Jumlah TK (orang)	Gaji (Rp)/org/bln	Total Gaji (Rp)
Yuslinar	Pimpinan/Bagian Produksi & Keuangan	1	1.800.000	1.800.000
Dira	Bagian Produksi	1	750.000	750.000
Dana	Bagian Produksi	1	750.000	750.000
Dani	Bagian Produksi	1	750.000	750.000
Dody	Bagian Produksi	1	950.000	1.750.000
	Bagian Pemasaran		800.000	
Total Gaji				5.800.000

Pada tabel di atas terlihat bahwa gaji pimpinan lebih besar daripada gaji tenaga kerja bagian produksi dan pemasaran. Ini dikarenakan pimpinan sebagai manajer, ikut melaksanakan kerja bagian produksi dan mempunyai tanggungjawab atas semua kegiatan yang dilakukan. Selain itu, tenaga kerja yang bernama Dody juga mendapatkan gaji yang lebih besar daripada tenaga kerja lainnya yang dikarenakan ia melaksanakan 2 pekerjaan pada bagian produksi dan pemasaran.

Selain tenaga kerja juga ada komponen lain yang diperlukan dalam melakukan produksi yaitu tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam mendukung proses produksi dan pemasaran. Usaha *Kue Sangko* Delima mempunyai tempat usaha yang merupakan milik sendiri. Jenis investasi dan peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Bangunan, digunakan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan produksi juga tempat tinggal dari pemilik usaha.
2. Mesin pamarutan kelapa, digunakan untuk memarut kelapa.
3. Mesin oseng, digunakan untuk mengoseng beras ketan hingga warna beras mulai kekuningan.
4. Mesin penggilingan, digunakan untuk menggiling atau penumbukan beras ketan menjadi tepung beras ketan.
5. Cetakan, digunakan untuk mencetak *kue sangko*.
6. Parang, digunakan untuk membelah kelapa.
7. Karpet, digunakan sebagai alas tempat ruang pencetakan.

8. Plastik, digunakan sebagai alas tempat ruang pencetakan.
9. Meja, digunakan untuk tempat pencetakan.
10. Sepeda motor, digunakan untuk mendistribusikan *kue sangko* ke tempat pedagang pengecer dan membeli bahan baku juga bahan penolong.
11. Baskom, digunakan sebagai tempat meletakkan adonan.
12. Jerigen, digunakan sebagai tempat meletakkan minyak tanah dan solar.

3. Aspek Pemasaran

a. Produk

i. Karakteristik Produk

Produk yang dihasilkan oleh Usaha Delima adalah *kue sangko* beras ketan hitam dan beras ketan putih sehingga warna dari *kue sangko* sesuai dengan warna dari bahan bakunya. *Kue Sangko* Delima lebih menonjolkan pada cita rasa yang manis, pulen dan teksturnya yang lembut saat dimakan. Rasa manis ini berasal dari gula yang dicampurkan saat pembuatan adonan. Bentuk *Kue Sangko* Delima adalah bulat pipih dengan diameter 4 cm dan mempunyai ketebalan 1 cm dengan berat 165 gram.

Usaha *kue sangko* Delima memperhatikan mutu dari produk yang dihasilkannya. Usaha ini mempertahankan mutu melalui kombinasi dari beberapa bahan yang dibuat menjadi satu adonan sehingga menghasilkan rasa yang khas dan disukai oleh konsumen. Adapun bahan baku yang digunakan adalah beras ketan Thailand yang mempunyai butir besar dan bahan penolong seperti kelapa dan gula yang dipilih sesuai dengan kriteria, dimana kriteria untuk kelapa adalah kelapa pariaman yang mempunyai pati pada kelapanya lebih banyak dan kriteria gulanya adalah gula putih untuk menjaga warna pada makanan. *Kue sangko* pada usaha ini tidak menggunakan zat pewarna atau pengawet makanan. *Kue Sangko* Delima mempunyai daya tahan selama 7 hari.

Produk yang dihasilkan oleh pesaing adalah *kue sangko* yang terbuat dari beras ketan putih saja namun warna produk tidak putih seperti *Kue Sangko* Delima tetapi berwarna coklat. Warna ini timbul karena usaha ini menggunakan gula merah untuk memberikan cita rasa yang manis. Adapun tekstur dari *kue sangko* pesaing adalah lebih kasar dan menggumpal. Berdasarkan informasi dari pedagang pengecer,

kue sangko ini teksturnya semakin hari semakin mengeras dan berbanding terbalik dengan *Kue Sangko Delima* yang semakin pulen. Bentuk *kue sangko* pesaing adalah seperti bintang dengan ketebalan 1,5 cm dan berat produknya lebih besar yaitu 250 gram. Daya tahan kue ini adalah 3 minggu. Pedagang pengecer juga menambahkan, jika dibandingkan dengan penjualan produk maka penjualan produk *kue sangko delima* lebih banyak dibandingkan dengan *kue sangko* pesaing.

ii. Merek

Pemberian merek pada sebuah produk sangat penting untuk dilakukan karena dapat menjadi pembeda dari produk pesaing lainnya dan merek akan berpengaruh terhadap usaha. Merek pada usaha ini adalah delima yang berasal dari huruf depan dari anak Ibu Yuslinar yang berawalan “d” dan berjumlah 5 orang. Oleh karena itu pemberian merek ini digunakan sampai sekarang.

iii. Kemasan dan Label

Produk *Kue Sangko Delima* menggunakan kemasan kotak plastik berukuran 19 cm x 12,5 cm. Setiap kemasan produk diisi dengan 12 buah kue atau memiliki berat 165 gram. Kemasan dan label pada produk ini terpisah dimana, label dicetak dengan desain yang menarik dengan perpaduan warna tulisan coklat dan merah dalam selembaran kertas berwarna putih berukuran 7 cm x 4 cm yang berisi informasi merek, jenis produk yang dihasilkan, label halal, komposisi, izin Depkes dan alamat serta *contact person* usaha. Kemasan ditutup dengan menggunakan steples dan kemasan ini sengaja belum kedap udara karena *kue sangko* tidak bisa menggunakan kemasan kedap udara yang dikarenakan sifat dari bahan penolongnya (kelapa) yang akan menimbulkan bau tanpa ada udara yang masuk dan daya tahan produk menjadi lebih cepat yaitu 1 hari.

Produk *kue sangko* pesaing juga menggunakan kemasan kotak plastik yang sama yaitu berukuran 19 cm x 12,5 cm. Setiap kemasan produk juga diisi dengan 12 buah kue atau memiliki berat 250 gram. Kemasan dan label pada produk ini terpisah dimana, label juga dicetak dengan desain yang menarik dengan warna tulisannya adalah biru dalam selembaran kertas pink berukuran 6 cm x 4,5 cm yang berisi informasi merek, jenis produk yang dihasilkan, dan daerah asal kue ini serta *contact*

person usaha dengan penjelasan dibawahnya menerima pesanan. Pada kemasan juga sama, yaitu ditutup dengan menggunakan steples.

Melihat perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari kemasan dan label hanya ada perbedaan pada informasi label. Label *Kue Sangko Delima* lebih jelas daripada kue sangko pesaingnya seperti tidak adanya komposisi produk, label halal, izin Depkes dan alamat lengkap dari pihak usaha sehingga perbedaan ini juga dapat menjadi pertimbangan oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk.

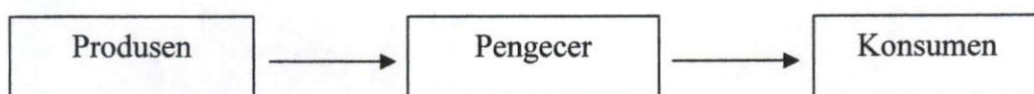
b. Harga

Harga *Kue Sangko Delima* adalah Rp 5.000/bungkus. Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi (Fuad *et al*, 2000 : 129). Penetapan harga jual dilakukan sendiri oleh pemilik usaha yang juga sebagai pimpinan usaha dengan menggunakan metoda penetapan harga biaya plus (*cost plus pricing method*). Harga jual produk ditetapkan berdasarkan biaya yang dikeluarkan ditambah dengan laba yang diinginkan oleh usaha. Usaha *Kue Sangko Delima* memproduksi produk dalam satu bentuk dan ukuran sehingga harga jual yang diterapkan semuanya sama, yaitu Rp 5.000 dan harga jual pada pedagang pengecer berkisar antara Rp 6.000 - 7.000/bungkus.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pedagang pengecer, harga jual *Kue Sangko Delima* sudah sesuai dengan keinginan konsumen dan tidak terlalu mahal. Harga yang ditetapkan oleh pedagang pengecer adalah Rp 6.000/bungkus dengan berat 165 gram dan harga ini menjadi daya tarik bagi konsumen. Adapun harga *kue sangko* pesaing adalah Rp 12.000/bungkus dengan berat 250 gram. Perbedaan harga ini menjadi pertimbangan juga bagi konsumen terutama konsumen yang belum mencoba *kue sangko* dan pilihan konsumen lebih banyak pada *Kue Sangko Delima* karena harganya yang lebih terjangkau walaupun terdapat perbedaan berat produknya.

c. Distribusi

Usaha *Kue Sangko* Delima dalam mendistribusikan produknya kepada konsumen menggunakan saluran distribusi tidak langsung. Saluran pemasaran dapat dikarakteristikan dengan jumlah tingkat saluran. Usaha *Kue Sangko* Delima termasuk ke dalam saluran tingkat satu. Saluran ini menggunakan perantara seperti pedagang pengecer (toko, swalayan dan distributor) dalam pendistribusian produknya. Adapun alasan pemilihan pengecer yang akan menjadi sasaran distribusi adalah karena lokasi toko yang strategis, jumlah pesaingnya sedikit bahkan tidak ada produk sejenis dan sistem pembayarannya yang sesuai. Bentuk saluran distribusi Usaha *Kue Sangko* Delima dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Skema Distribusi Usaha *Kue Sangko* Delima

Alternatif distribusi yang digunakan oleh Usaha *Kue Sangko* Delima adalah distribusi intensif karena menggunakan banyak pengecer (21 pedagang pengecer) untuk mendistribusikan produk ke konsumen karena menurut Swastha dan Sukotjo (2002 : 208), bahwa produsen mempunyai tiga alternatif dalam menyampaikan produknya sampai ke konsumen, yaitu: (1) Distribusi intensif, (2) Distribusi selektif, (3) Distribusi eksklusif.

d. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Usaha *Kue Sangko* Delima, yaitu berupa promosi penjualan dan *personal selling*. Bentuk promosi penjualan yang dilakukan adalah menyediakan tester pada Keripik Balado Mahkota agar konsumen dapat mengetahui rasa dari *Kue Sangko* Delima sehingga dengan cara ini dapat membantu pihak usaha dalam memperkenalkan produknya. Bentuk *personal selling* yang dilakukan adalah memberikan informasi kepada orang terdekat tentang spesifikasi *kue sangko* yang dihasilkan. Selain itu, bentuk *personal selling* yang dilakukan oleh Usaha Delima adalah pada toko pengecer lainnya yaitu dengan menjelaskan

keunggulan dari produknya sehingga menjadi informasi tambahan juga bagi pengecer dalam mempromosikan *Kue Sangko Delima* kepada konsumen.

4. Aspek Keuangan

Sumber modal dalam pendirian Usaha *Kue Sangko Delima* berasal dari modal milik sendiri. Pemilik usaha tidak mau menggunakan modal dari luar karena nantinya akan menjadi beban untuk pengembalian pinjaman sehingga penggunaan modal diusahakan dari milik sendiri. Adapun modal awal yang dibutuhkan pada tahun 2006 adalah sebesar Rp 837.000. Modal ini digunakan untuk membeli bahan baku yaitu beras ketan sebanyak 25 kg dengan harga Rp 175.000 dan bahan penolong seperti 50 kg gula Rp 300.000, 100 buah kelapa Rp 150.000, garam dan vanili Rp 75.000. juga peralatan seperti cetakan gelas plastik dengan harga Rp 100.000, 2m karpet plastik Rp 25.000 dan 2m plastik putih Rp 12.000. Pada awal produksi tahun 2006, Usaha *Kue Sangko Delima* memproduksi *kue sangko* sebanyak 50 bungkus/hari dengan harga Rp 5.000/bungkus sehingga keuntungan yang diperoleh tiap harinya adalah Rp 250.000. Keuntungan yang diperoleh tersebut dapat mengembalikan modal usaha dalam 4 hari atau 4 kali produksi.

B. Analisis Keuntungan dan Titik Impas

1. Perhitungan Biaya Bersama

Perhitungan biaya bersama perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan masing-masing produk pada saat pemakaian fasilitas yang sama. Metode biaya bersama yang digunakan adalah mengadopsi dari metode nilai jual relatif dan satuan fisik yang dikarenakan biaya bersama tersebut digunakan untuk keperluan pribadi dan usaha seperti abodemen listrik dan pajak bangunan yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Bersama Abodemen Listrik dan Pajak bangunan pada Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Jenis Biaya Bersama	Total Biaya Bersama	Persentase Biaya Bersama untuk Usaha	Persentase Biaya Bersama untuk Keperluan Pribadi	Total Biaya untuk Usaha (Rp/bulan)
Abodemen Listrik	Rp 60.000/bulan	3,7%	96,3%	2.220
Pajak Bangunan	Rp 43.000/tahun	10,7%	89,3%	383

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa persentase biaya bersama lebih banyak digunakan pada keperluan pribadi yaitu rumahtangga, karena tempat produksi *kue sangko* bergabung dengan tempat tinggal pemilik usaha. Pemakaian abodemen listrik untuk usaha adalah untuk menghidupkan mesin untuk produksi, penggunaan *sanyo* dan pemakaian lampu sedangkan pajak bangunan adalah pajak yang harus dibayarkan selama pendirian bangunan usaha. Usaha ini memiliki satu *handphone* yang digunakan untuk mempermudah pihak usaha dalam berkomunikasi dengan pedagang pengecer dan *handphone* ini juga dipakai bersama untuk keperluan pribadi. Namun pada periode Februari 2015, pihak usaha tidak ada mengeluarkan biaya untuk pemakaian *handphone* karena pada periode ini hanya pedagang pengecer yang menghubungi pihak usaha seperti adanya permintaan dalam penambahan produk. Selanjutnya, pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa persentase biaya bersama untuk usaha pada abodemen listrik adalah 3,7% yang didapatkan dari pemakaian listrik untuk usaha dibagi dengan total pemakaian listrik dan dikali 100%. Pada pajak bangunan, persentase biaya bersama pada usaha adalah 10,7% yang didapatkan dari luas bangunan untuk usaha dibagi dengan total luas bangunan dan dikali 100%. Perhitungan biaya bersama ini dapat dilihat pada Lampiran 11.

2. Perhitungan Biaya Penyusutan

Setiap peralatan dan mesin yang digunakan dalam kegiatan produksi, pihak usaha perlu memperhitungkan biaya penyusutan karena peralatan dan mesin tersebut akan mengalami kerusakan, penurunan produktivitas atau kehilangan. Penyusutan ini akan dikeluarkan setiap periode waktunya berdasarkan umur ekonomis dan termasuk ke dalam Biaya *Overhead* Pabrik tetap sehingga akan mempengaruhi keuntungan

yang diterima oleh suatu usaha. Biaya penyusutan pada Usaha *Kue Sangko Delima* dapat dilihat pada Lampiran 12.

Berdasarkan Lampiran 12 tersebut, dapat dilihat bahwa total biaya penyusutan pada Usaha *Kue Sangko Delima* adalah sebesar Rp 425.312. Biaya penyusutan terbesar terdapat pada biaya penyusutan sepeda motor yaitu sebesar Rp 154.667 . Biaya ini menjadi besar dikarenakan nilai investasinya yang juga besar. Selain itu, juga ada nilai investasi yang lebih besar seperti mesin giling beras namun biaya penyusutannya lebih kecil daripada sepeda motor. Ini dikarenakan tahun pembeliannya yang berbeda sehingga akan berpengaruh kepada biaya penyusutan yang akan dikeluarkan. Adapun tahun pembelian mesin giling beras adalah tahun 2009 dan sepeda motor pada tahun 2013. Selanjutnya, biaya penyusutan terkecil terdapat pada biaya penyusutan parang yaitu sebesar Rp 583 karena nilai penyusutannya yang juga kecil. Pada Lampiran 12 juga dapat dilihat bahwa ada beberapa investasi (cetakan, parang, karpet, plastik, jerigen dan baskom) yang nilai sisanya nol dikarenakan investasi tersebut tidak ada nilai sisanya atau pada saat mencapai umur ekonomis tidak ada nilai jualnya kembali.

3. Analisis keuntungan

Keuntungan dapat diperoleh dari pendapatan penjualan dikurangi dengan semua biaya. Pendapatan penjualan atau penerimaan dapat diperoleh dari penjualan total *kue sangko* selama periode bersangkutan, yaitu satu bulan saat penelitian. Penerimaan diperoleh dari harga jual produk (Rp/bungkus) dikalikan dengan jumlah produk *kue sangko* yang terjual. Jumlah penerimaan Usaha *Kue Sangko Delima* dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Penjualan dan Penerimaan Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Minggu Ke-	Penjualan <i>Kue Sangko</i> Beras Ketan Hitam (bungkus)	Penjualan <i>Kue Sangko</i> Beras Ketan Putih (bungkus)	Harga (Rp/bungkus)	Jumlah Penerimaan (Rp)
1	1.307	1.300	5.000	13.035.000
2	804	798	5.000	8.010.000
3	900	902	5.000	9.010.000
4	937	926	5.000	9.315.000
Jumlah	3.948	3.926		39.370.000

Tabel 7 memperlihatkan bahwa selama periode Februari 2015, penerimaan yang diterima oleh Usaha *kue sangko* Delima adalah Rp 39.370.000. Penerimaan ini berfluktuasi yang disebabkan karena adanya retur dan permintaan terhadap produk *Kue Sangko*. Pada tabel juga dapat dilihat bahwa jumlah penjualan *kue sangko* beras ketan hitam lebih banyak dibandingkan *kue sangko* beras ketan putih yang dikarenakan tampilannya lebih menarik sehingga lebih banyak terjual. Selanjutnya, penerimaan terbesar terjadi pada minggu pertama yaitu sebesar Rp 13.035.000, hal ini disebabkan karena pada awal bulan pemilik usaha memproduksi *kue sangko* lebih banyak daripada yang biasanya karena adanya permintaan dari pihak ketiga (konsumen) melalui pedagang pengecer untuk keperluan acara sehingga yang biasanya pada Toko Idha distribusi *kue sangko*nya 40 bungkus menjadi 70 bungkus. Jumlah distribusi *kue sangko* pada periode Februari 2015 dapat dilihat pada Lampiran 7. Selain itu pada minggu ini, *kue sangko* pada toko pengecer sudah banyak yang kosong dan harus distock kembali. Sebaliknya, penerimaan terendah terdapat pada minggu kedua yang disebabkan karena jumlah yang diproduksi juga sedikit. Ini dikarenakan *kue sangko* masih tersedia di toko pengecer dan dilihat dari produknya masih layak untuk dijual sehingga pihak usaha tidak menambah produknya seperti pada Citra Swalayan dan Keripik Balado Mahkota Tabing, pihak usaha mendistribusikan produknya dua kali dalam seminggu karena produk masih ada di tempat pengecer maka pihak usaha hanya mendistribusikan produknya satu kali saja pada minggu ini. Adapun kriteria masih layak untuk dijual menurut pihak usaha adalah jika *kue sangko* tersebut masih harum dan lunak saat dirasakan.

Keuntungan dihitung dari pendapatan penjualan dikurangi dengan semua biaya. Biaya yang dikeluarkan dalam menghitung laba bersih yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari biaya gaji pimpinan yang merangkap pekerjaan bagian produksi dan keuangan, gaji tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik tetap (biaya penyusutan dan biaya abodemen listrik), biaya transportasi, biaya pemeliharaan kendaraan, PBB, pajak kendaraan dan Biaya pembelian steples. Biaya tetap pada Usaha *kue sangko* Delima dapat dilihat pada Tabel 8. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku (beras ketan), biaya *overhead* pabrik variabel (biaya pemakaian listrik, biaya bahan bakar minyak tanah dan solar, biaya bahan penolong (kelapa, gula pasir, garam dan vanili), biaya kemasan, merk dan label dan biaya steples. Biaya variabel pada Usaha *kue sangko* Delima dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 8. Rincian Total Biaya Tetap yang Dikeluarkan Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Biaya Tetap	
Uraian	Jumlah (Rp)
Gaji Pimpinan	1.800.000
Gaji Tenaga Kerja	4.000.000
Biaya Penyusutan	425.312
Biaya Abodemen Listrik	2.220
Biaya Transportasi	540.000
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	32.500
PBB	383
Pajak Kendaraan	15.000
Biaya pembelian steples	2.833
Total Biaya Tetap	6.818.248

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa total biaya tetap Periode Februari 2015 pada Usaha *kue sangko* Delima adalah sebesar Rp 6.818.248 dimana biaya terbesar terdapat pada gaji tenaga kerja yaitu Rp 4.000.000 karena menggunakan 4 orang tenaga kerja sehingga biayanya juga menjadi besar. Biaya terendah terdapat pada PBB yaitu sebesar Rp 383. PBB dihitung dengan menggunakan biaya bersama dan PBB yang dibayarkan tiap tahunnya juga tidak terlalu besar yaitu 43.000/tahun sehingga besar biaya per bulan nya juga menjadi lebih kecil.

Tabel 9. Rincian Total Biaya Variabel yang Dikeluarkan Usaha *Kue Sangko Delima* Periode Februari 2015

Biaya Variabel	
Uraian	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku	5.734.200
Biaya Bahan Penolong	10.796.500
Biaya Pemakaian Listrik	16.600
Biaya Bahan Bakar Minyak Tanah	590.000
Biaya Bahan Bakar Solar	124.800
Biaya Kemasan	2.007.000
Biaya Merk & Label	144.500
Biaya Steples	21.000
Total Biaya Variabel	19.434.600

Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa total biaya variabel Periode Februari 2015 pada Usaha *Kue Sangko Delima* adalah sebesar Rp 19.434.600. Biaya terbesar terdapat pada biaya bahan penolong yaitu sebesar Rp 10.796.500. biaya bahan penolong ini dikeluarkan untuk pembelian gula, kelapa, garam dan vanili. Biaya terendah terdapat pada biaya pemakaian listrik yaitu Rp 16.600 yang dihitung dengan penggunaan masing- masing alat dalam produksi dan mengalikannya dengan daya dan tarif dasar listrik. Rincian biaya variabel dapat dilihat pada Lampiran 13.

Keuntungan atau laba bersih dapat dihitung dari pendapatan penjualan dikurangi dengan semua biaya. Pendapatan penjualan yang dimaksud adalah penjualan dari *kue sangko* periode Februari 2015 dan semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha dan untuk mengetahui besarnya keuntungan pada Usaha *Kue Sangko Delima* dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Laporan Laba Rugi Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

Keterangan	Nilai per unit	Nilai Total
Pendapatan Penjualan		39.370.000
Biaya Variabel		
Biaya Bahan Baku:		
Beras Ketan Hitam	2.872.800	
Beras Ketan Putih	2.861.400	
BOP Variabel:		
Biaya Bahan Penolong:		
Kelapa	2.397.000	
Gula	7.590.500	
Garam	51.500	
Vanili	757.500	
Biaya Pemakaian Listrik	16.600	
Biaya Bahan Bakar Minyak Tanah	590.000	
Biaya Bahan Bakar Solar	124.800	
Biaya Kemasan	2.007.000	
Biaya Merk & Label	144.500	
Biaya Steples	21.000	
Total Biaya Variabel		19.434.600
Laba Kontribusi		19.935.400
Biaya Tetap		
Biaya Adm & Umum:		
Gaji Pimpinan	1.800.000	
Gaji Tenaga Kerja	4.000.000	
BOP Tetap:		
Biaya Penyusutan	425.312	
Biaya Abodemen Listrik	2.220	
Biaya Transportasi	540.000	
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	32.500	
PBB	383	
Pajak Kendaraan	15.000	
Biaya Pembelian Steples	2.833	
Total Biaya Tetap		6.818.248
Keuntungan/laba bersih		13.117.152

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa Usaha *Kue Sangko* Delima memperoleh laba bersih sebesar Rp 13.117.152 dan total nilai penjualan mencapai angka Rp 39.370.000 sehingga persentase keuntungan yang diterima usaha pada periode Februari 2015 adalah sebesar 33%. Keuntungan ini dapat digunakan pihak usaha untuk melakukan diferensiasi produk seperti penambahan varian rasa pada *kue*

sangko yang dihasilkan dan melakukan diversifikasi produk. Keuntungan ini juga dapat digunakan pihak usaha untuk memperluas usahanya dengan menambah modal sendiri maupun dari luar seperti peminjaman pada bank sehingga usaha ini dapat terus berkembang.

Melihat keuntungan yang diperoleh, maka dapat membandingkan berapa keuntungan yang diperoleh jika modal usaha tersebut disimpan di bank. Pada bulan Februari, bunga Bank BRI untuk simpanan adalah sebesar 1% dengan pajak 20%. Pada periode Februari 2015, modal usaha ini adalah Rp 26.252.848 sehingga keuntungan dengan menyimpan di bank adalah Rp 17.222. Perhitungan ini dapat dilihat pada Lampiran 14. Perbandingan keuntungan ini dapat dilihat bahwa modal tersebut lebih baik digunakan untuk berinvestasi dalam membuka usaha karena untung yang didapat akan lebih besar yaitu sebesar Rp 13.117.152.

4. Analisis Titik Impas

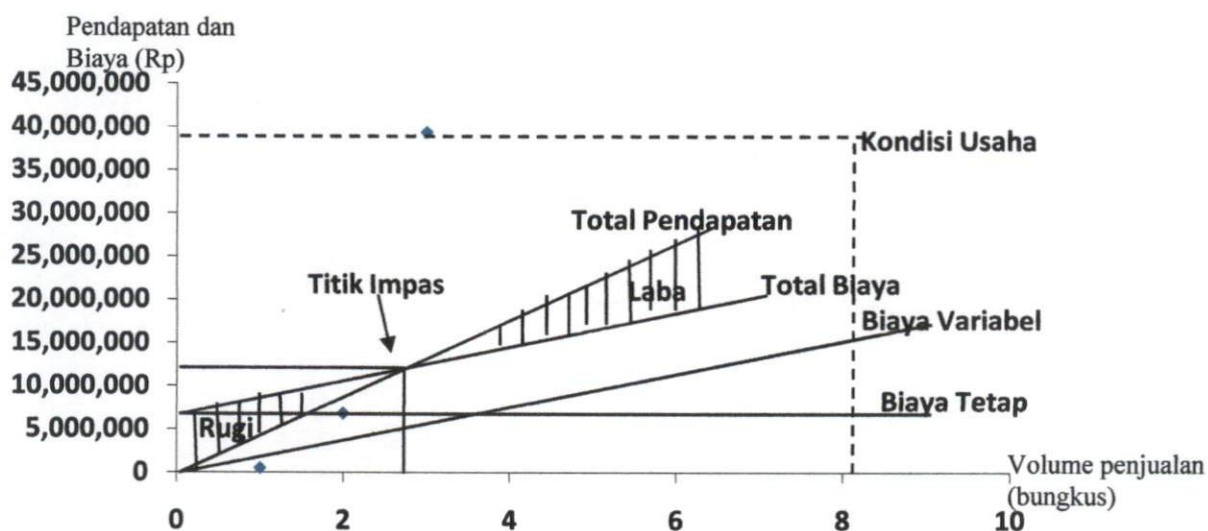
Unsur- unsur yang diperlukan dalam perhitungan impas adalah biaya tetap total, biaya variabel total, biaya variabel per unit, volume produksi selama periode tertentu dan harga jual. Perhitungan titik impas ini dapat dilihat pada Lampiran 15. Titik impas dalam kuantitas dan impas penjualan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Titik Impas dalam Kuantitas dan Rupiah Penjualan Pada Periode Februari 2015

Uraian	Nilai
Biaya Tetap (Rp)	6.818.248
Biaya Variabel (Rp)	19.434.600
Biaya Variabel/unit (Rp/bungkus)	2.421
Harga Jual (Rp/bungkus)	5.000
Volume Produksi (bungkus)	8.028
Penjualan (Rp)	39.370.000
Impas Kuantitas (bungkus)	2.644
Impas Penjualan (Rp)	13.218.782

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa Usaha *Kue Sangko* Delima belum akan memperoleh keuntungan tetapi juga tidak mengalami kerugian pada tingkat impas kuantitas 2.644 bungkus atau dengan impas penjualan sebesar Rp 13.218.782. Pada perhitungan titik impas, dengan impas penjualan sebesar Rp 13.218.782 dan jumlah yang diproduksi sebanyak 8.028 bungkus maka diperoleh harga

impas/bungkus adalah Rp 1.647. Harga jual *kue sangko* Delima adalah Rp 5.000/bungkus sehingga keuntungan yang diperoleh usaha di atas titik impas adalah sebesar Rp 3.353/bungkusnya. Jika produk yang dijual pada usaha ini di bawah titik impas tersebut, usaha akan mengalami kerugian sedangkan jika penjualan usaha ini berada di atas titik impas usaha akan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan data yang telah diolah ternyata *kue sangko* pada Usaha Delima sudah berada di atas titik impasnya. Usaha ini sudah mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukannya karena hal ini terlihat dari keadaan usaha yang total penjualannya lebih besar dari total biaya yang dikeluarkan atau dengan persentase 33% di atas titik impas. Grafik titik impas Usaha *Kue Sangko* Delima dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Grafik Titik Impas Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha *Kue Sangko* Delima merupakan salah satu usaha kecil dalam industri pangan yang mengolah produk pertanian yaitu beras ketan menjadi *kue sangko* dan sudah mendapatkan izin Depkes dari Dinas Kesehatan Kota Padang. Pada aspek produksi, usaha ini menghasilkan 2 jenis produk, yaitu *kue sangko* beras ketan hitam dan putih yang diproduksi dalam jumlah dan waktu yang sama. Tekonologi yang digunakan pada usaha ini sudah modern. Usaha ini memiliki 5 orang tenaga kerja dalam keluarga dan belum memiliki struktur organisasi yang tertulis. Usaha ini masih kekurangan tenaga kerja bagian pemasaran yang dilihat dari 1 orang tenaga kerja yang merangkap pekerjaan dalam bagian produksi dan pemasaran. Pada aspek pemasaran, Usaha *Kue Sangko* Delima dapat dilihat dari variabel pemasarannya yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.
 - a. Produk, Produk yang dihasilkan oleh Usaha Delima adalah *kue sangko* beras ketan hitam dan beras ketan putih dengan cita rasa yang manis, pulen dan teksturnya yang lembut saat dimakan. Rasa manis ini berasal dari gula yang ditambahkan dalam pembuatan adonan. Bentuk *Kue Sangko* Delima adalah bulat pipih berwarna hitam dan putih dengan diameter 4 cm dan mempunyai ketebalan 1 cm dengan berat 165 gram serta daya tahannya selama 7 hari.
 - b. Harga, harga jual *Kue Sangko* Delima adalah Rp 5.000/bungkus. Harga ini ditetapkan dengan metoda penetapan harga biaya *plus* (*cost plus pricing method*) dan harga jual pada pedagang pengecer berkisar antara Rp 6.000- 7.000/bungkus.
 - c. Distribusi, saluran distribusi yang digunakan Usaha *Kue Sangko* Delima adalah saluran distribusi tidak langsung yang melalui pedagang perantara seperti pedagang pengecer. Adapun alternatif dalam menyampaikan

produknya sampai ke konsumen, usaha ini termasuk ke dalam distribusi intensif karena menggunakan banyak pengecer.

- d. Promosi, promosi yang dilakukan oleh usaha ini berupa promosi penjualan dan *personal selling*.

Pada aspek keuangan, Usaha *Kue Sangko Delima* mulai memproduksi pada tahun 2006 dengan menggunakan modal sendiri. Usaha ini belum mempunyai pencatatan keuangan.

2. Keuntungan yang diperoleh Usaha *Kue Sangko Delima* periode Februari 2015 adalah sebesar Rp 13.117.152. Berdasarkan perhitungan titik impas, usaha ini sudah memproduksi di atas titik impas dengan impas kuantitas sebanyak 2.644 bungkus dan impas penjualan sebesar Rp 13.218.782 dan usaha ini sudah mendapatkan untung dari kegiatan yang dilakukannya.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disarankan kepada pihak usaha untuk memperhatikan aspek keuangan seperti membuat pencatatan keuangan agar dapat dilihat perhitungan laba/ruginya dan diketahui bagaimana perkembangan usahanya. Selanjutnya, melakukan kegiatan promosi yang lebih optimal seperti mengikuti pameran pada makanan tradisional yang diadakan oleh Dikoperindag dan bazar agar produk dapat lebih dikenal sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang dapat meningkatkan pendapatan bagi usaha.
2. Berdasarkan analisis keuntungan yang telah dilakukan, usaha ini dapat menggunakan keuntungan yang diterima untuk melakukan diferensiasi produk, diversifikasi produk dan perluasan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Jakarta. Jakarta. 258 hal.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi revisi. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. 373 hal.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Padang Dalam Angka*. Padang.
- Emrizal. 2012. *Pembinaan Manajemen Usaha Dalam Rangka Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Di Sumatera Barat (Kasus Pada Industri Sepatu Kulit Di Kabupaten Padang Pariaman)*. Volume 4 No. 2. Politeknik Negeri Padang. Padang. 11 hal.
- Fahmi, Irham. 2012. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Alfabeta. Bandung. 226 hal.
- Fuad, M, Cristine H, Nurlela, Sugiarto, dan Paulus. 2000. *Pengantar Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 270 hal.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta. 244 hal.
- Hongren, Charles T dan Walter T. Horison. 1993. *Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta. 536 hal.
- Ibrahim, yacob. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Rineka Cipta. Jakarta. 249 hal.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta. 374 hal.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 406 hal.
- Mardikanto, Totok. 2007. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Pusat Pengembangan Agrobisnis dan Perhutanan Sosial. Surakarta. 247 hal.
- Mulyadi. 1997. *Akuntansi Manajemen*. STIE YKPN. Yogyakarta. 536 hal.
- Mulyadi. 1999. *Akuntansi Biaya*. STIE YKPN. Yogyakarta. 562 hal.
- Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta. 345 hal.
- Musdarini. 2009. *Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Pinukuik Enggi Di Kecamatan Batang Kapas kabupaten Pesisir Selatan*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Unversitas Andalas. Padang. 69 hal.
- Nazir, Mohammad. 2003. *Metode Penelitian*. Graha Indonesia. Jakarta. 544 hal.

- Prasetya, Hery dan Fitri Lukiastuti. 2011. *Manajemen Operasi*. CAPS. Yogyakarta. 152 hal.
- Rachmawati, Erny, Amir. 2000. *Studi Potensi Industri Kecil di Desa Tertinggal Dalam Rangka Pemberdayaan Pengusaha Kecil di Kabupaten Banyumas*. [Artikel]. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah. Purwokerto. 17 hal.
- Said, Nurmal. 1991. *Pola Pembinaan Industri Kecil Di Sumatera Barat Dalam Industri Kecil Dan Kesempatan Kerja Disunting Oleh Syahrial Syarif*. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Universitas Andalas. 216 hal.
- Sangadji, Etta Manang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. CV. Andi Offset. Yogyakarta. 303 hal.
- Sari, Regia Indah Kemala. 2008. *Analisa Usaha Dan Bauran Pemasaran Pada Usaha MMM Cake & Bakery Di Kota Padang*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Unversitas Andalas. Padang. 94 hal.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 152 hal.
- Soekartawi. 2005. *Agroindustri Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 140 hal.
- Supriyono. 1982. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta. 448 hal.
- Swastha, Bashu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta. 375 hal.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. CV. Andi. Yogyakarta. 374 hal.
- Udayana, I Gusti Bagus. 2011. *Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian*. [Jurnal]. <http://www.ejournal.warmadewa.ac.id> (21 September 2014). 6 hal.

Lampiran 1. Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil Dan Menengah Kota Di Sumatera Barat Tahun 2012

No	Kota	Unit Usaha (Unit)	Tenaga Kerja (Orang)
1.	Padang	1.696	7.773
2.	Solok	378	1.747
3.	Sawahlunto	572	2.134
4.	Padang Panjang	699	3.475
5.	Bukittinggi	563	2.185
6.	Payakumbuh	689	3.173
7.	Pariaman	682	4.677

Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Provinsi, 2012

Lampiran 2. Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Kota Padang Tahun 2012

Jenis Industri	Unit Usaha (Unit)			Tenaga Kerja (orang)		
	Formal	Non-Formal	Jumlah	Formal	Non-Formal	Jumlah
Industri Pangan	316	924	1.240	2.816	4.906	7.722
Industri Sandang & Kulit	96	290	386	693	2.190	2.883
Industri Kimia & Bahan Bangunan	200	738	938	1.200	3.922	5.122
Industri Logam & Elektronika	201	600	801	806	2.512	3.318
Industri Kerajinan	39	99	148	157	441	598
Jumlah	852	2.651	3.513	5.672	13.971	19.643

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Lampiran 3. Pengelompokan Industri Manufaktur Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2012

No	Klasifikasi	Jumlah Tenaga Kerja
1.	Industri Besar	Lebih dari 100 orang
2.	Industri Sedang/Menengah	20-99 orang
3.	Industri Kecil	5-9 orang
4.	Industri Mikro	1-4 orang

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Lampiran 4. Volume Produksi dan Penjualan Pada Usaha *Kue Sangko Delima* (dalam bungkus)

Tahun	Produksi	Penjualan	Retur
2011	170.500	159.370	11.130
2012	169.000	157.505	11.495
2013	84.750	79.020	5.730

Sumber: Hasil Survei Pendahuluan Usaha *Kue Sangko Delima*

Lampiran 5. Daftar Industri Kecil Menengah Pangan Kota Padang 2012

No	Nama Perusahaan	Pimpinan Perusahaan	Alamat Perusahaan				No Telp/HP	Tahun Izin	Kode KBLI	Jenis Produk	Tenaga Kerja			Kapasitas Produksi (kg)
			Jalan	Kel.	Kec.	Kota					P	W	Total	
1.	Putu Minang Delima	Abu Yaman	Seberang Padang Utara I no. 8/A RT 01 RW 02	Seberang Padang	Padang Selatan	Padang	0813748 6766	-	10710	Kue Sangko	3	1	4	1.875
2.	Kue Sangko Desmawati	Desmawati	Kp. Dalam	Kp. Dalam	Pauh	Padang	0813744 60755	-	10750	Kue Sangko	-	2	2	825

Sumber: Disperindag Tamben, 2013

Lampiran 6. Pengecer *Kue Sangko* Delima di Kota Padang

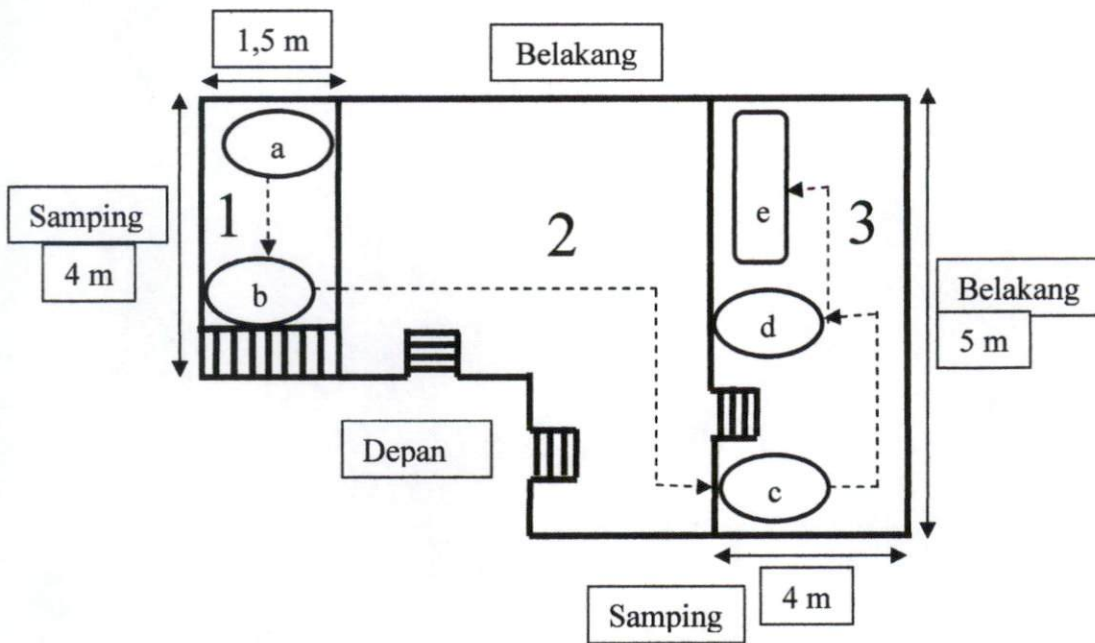
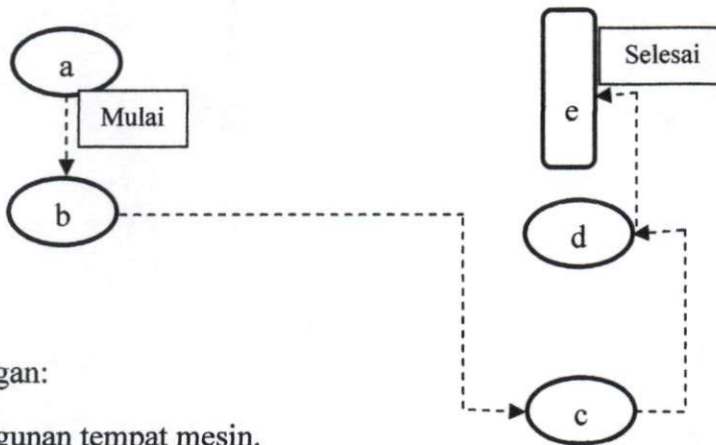
Pengecer	Jumlah Toko/Swalayan/Orang	Distribusi/Ming gu (bungkus)	Pesaing
Citra Swalayan	2	60	-
Pasar Lubuk Buaya	3	80	-
Pasar Bandar Buat	2	100	-
Pasar Gaung	4	150	-
Pasar Raya	4	150	-
Keripik Balado Mahkota Duku	1	50	-
Keripik Balado Mahkota Tabing	1	200	-
Budiman Swalayan	1	30	<i>Kue Sangko X</i>
Toko Idha	1	50	-
Toko Indarung	1	60	-
Toko On	1	100	-
Distributor	1	400	-

Sumber: Hasil Survei Pendahuluan Usaha *Kue Sangko* Delima

Lampiran 7. Pengecer *Kue Sangko Delima* di Kota Padang Periode Februari 2015

Pengecer	Jumlah Toko/Swalayan/Orang	Periode Pendistribusian	Distribusi/Minggu (bungkus)
Citra Swalayan Gunung Pangilun	1	2 kali seminggu	60
Citra Swalayan Belimbing	1	2 kali seminggu	60
Pasar Lubuk Buaya	3	1 kali seminggu	50
Pasar Bandar Buat	2	1 kali seminggu	40
Pasar Gaung	4	2 kali seminggu	100
Pasar Raya	4	1 kali seminggu	100
Keripik Balado Mahkota Duku	1	1 kali seminggu	40
Keripik Balado Mahkota Tabing	1	2 kali seminggu	80
Budiman Swalayan	1	1 kali seminggu	20
Toko Idha	1	2 kali seminggu	40
Toko Indarung	1	2 kali seminggu	60
Toko On	1	2 kali seminggu	50
Distributor	1	6 kali seminggu	600

Sumber: Usaha *Kue Sangko Delima*, Februari 2015

Lampiran 8. Layout Usaha *Kue Sangko Delima* Periode Februari 2015Alur proses produksi Usaha *Kue Sangko Delima*

Keterangan:

1 = Bangunan tempat mesin.

1a = mesin oseng

1b = mesin giling beras

2 = Bangunan tempat tinggal pemilik usaha.

3 = Bangunan tempat pencetakan.

3c = tempat pamarutan kelapa

3d = baskom tempat pembuatan adonan

3d = meja tempat letak cetakan.

Lampiran 9. Dokumentasi Bahan Baku



Beras Ketan Hitam



Beras Ketan Putih

Lampiran 10. Dokumentasi Bahan Penolong



Gula Pasir



Kelapa



Garam



Vanili

Lampiran 11. Perhitungan Biaya Bersama

Alokasi biaya bersama abodemen listrik untuk keperluan usaha

$$= \frac{\text{Pemakaian untuk Usaha}}{\text{Total Pemakaian Listrik}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 16.600}}{\text{Rp 450.000}} \times 100\% = 3,7\%$$

$$= 3,7\% \times \text{Rp 60.000} = \text{Rp 2.220/bulan}$$

Alokasi biaya bersama pajak bangunan untuk keperluan usaha

$$= \frac{\text{Luas Bangunan untuk Usaha}}{\text{Total Luas Bangunan}} \times 100\%$$

$$= \frac{32 \text{ m}^2}{300 \text{ m}^2} \times 100\% = 10,7\%$$

$$= 10,7\% \times \text{Rp 43.000/tahun} = \text{Rp 4.601/tahun}$$

$$= \text{Rp 4.601/12} = \text{Rp 383/bulan}$$

Lampiran 12. Jenis Investasi Dan Nilai Penyusutan Pada Usaha Kue Sangko Delima
Periode Februari 2015

Jenis Investasi	Jumlah (unit)	Harga Beli/Unit (Rp)	Harga Pembelian (Rp)	UE (Thn)	Nilai Sisa (Rp)	Peny/thn (Rp)	Peny/bln (Rp)
Bangunan Tempat Mesin	1	8.000.000	8.000.000	20	800.000	360.000	30.000
Bangunan Tempat Pencetakan	1	11.666.640	11.666.640	20	650.000	1.166.664	97.222
Mesin Pamarutan Kelapa	1	350.000	350.000	8	35.000	15.573	1.298
Mesin Oseng	1	13.000.000	13.000.000	10	1.300.000	681.574	56.798
Mesin Giling Beras	1	15.000.000	15.000.000	10	1.500.000	786.432	65.536
Cetakan	50	7.000	350.000	5	0	70.000	5.833
Parang	1	35.000	35.000	5	0	7.000	583
Karpet	1	70.000	70.000	5	0	14.000	1.167
Plastik	1	45.000	45.000	2	0	22.500	1.875
Meja	1	200.000	200.000	10	20.000	18.000	1.500
Jerigen	2	35.000	70.000	7	0	10.000	833
Sepeda Motor	1	14.500.000	14.500.000	10	1.450.000	1.856.000	154.667
Baskom	6	80.000	480.000	5	0	96.000	8.000
Total							425.312

Sumber: Usaha Kue Sangko Delima, Februari 2015 (data diolah)

Biaya penyusutan mesin (penyusutan sepeda motor, mesin oseng, mesin giling beras dan mesin pamarutan kelapa) dihitung menggunakan metode saldo menurun berganda:

1. Penyusutan sepeda motor (dalam rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	T.S.M Berganda	Nilai Buku	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2013	14.500.000					14.500.000
2013		0.2	14.500.000	2.900.000	2.900.000	11.600.000
2014		0.2	11.600.000	2.320.000	5.220.000	9.280.000
2015		0.2	9.280.000	1.856.000	7.076.000	7.424.000
2016		0.2	7.424.000	1.484.800	8.560.800	5.939.200
2017		0.2	5.939.200	1.187.840	9.748.640	4.751.360
2018		0.2	4.751.360	950.272	10.698.912	3.801.088
2019		0.2	3.801.088	760.218	11.459.130	3.040.870
2020		0.2	3.040.870	608.174	12.067.304	2.432.696
2021		0.2	2.432.696	486.539	12.553.843	1.946.157
2022		0.2	1.946.157	389.231	12.943.074	1.556.926
2023				106.926	13.050.000	1.450.000

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan tahun 2015} &= \text{Rp } 1.856.000 \\ \text{Penyusutan/bulan} &= \text{Rp } 1.856.000/12 \\ &= \text{Rp } 154.667 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tarif saldo menurun berganda} &= \frac{1}{\text{Umur kegunaan}} \times 2 \\ &= \frac{1}{10} \times 2 \\ &= 0,2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai buku tahun 2014} &= \text{Nilai buku tahun 2013} - \text{Penyusutan tahun 2013} \\ &= \text{Rp } 14.500.000 - \text{Rp } 2.900.000 \\ &= \text{Rp } 11.600.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan tahun 2013} &= \text{Tarif saldo menurun berganda} \times \text{Nilai buku} \\ &= 0,2 \times \text{Rp } 14.500.000 \\ &= \text{Rp } 2.900.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Akumulasi penyusutan tahun 2014} &= \text{Akumulasi penyusutan tahun 2013} + \text{Penyusutan Tahun 2014} \\ &= \text{Rp } 2.900.000 + \text{Rp } 2.320.000 \\ &= \text{Rp } 5.220.000 \end{aligned}$$

2. Penyusutan mesin oseng (dalam rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	T.S.M Berganda	Nilai Buku	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2009	13.000.000					13.000.000
2009		0.2	13.000.000	2.600.000	2.600.000	10.400.000
2010		0.2	10.400.000	2.080.000	4.680.000	8.320.000
2011		0.2	8.320.000	1.664.000	6.344.000	6.656.000
2012		0.2	6.656.000	1.331.200	7.675.200	5.324.800
2013		0.2	5.324.800	1.064.960	8.740.160	4.259.840
2014		0.2	4.259.840	851.968	9.592.128	3.407.872
2015		0.2	3.407.872	681.574	10.273.702	2.726.298
2016		0.2	2.726.298	545.260	10.818.962	2.181.038
2017		0.2	2.181.038	436.208	11.255.170	1.744.830
2018		0.2	1.744.830	348.966	11.604.136	1.395.864
2019				95.864	11.700.000	1.300.000

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan/bulan} &= \text{Rp } 681.574/12 \\ &= \text{Rp } 56.798 \end{aligned}$$

3. Penyusutan mesin giling beras (dalam rupiah)

Tahun	Harga Perolehan	T.S.M Berganda	Nilai Buku	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2009	15.000.000					15.000.000
2009		0.2	15.000.000	3.000.000	3.000.000	12.000.000
2010		0.2	12.000.000	2.400.000	5.400.000	9.600.000
2011		0.2	9.600.000	1.920.000	7.320.000	7.680.000
2012		0.2	7.680.000	1.536.000	8.856.000	6.144.000
2013		0.2	6.144.000	1.228.800	10.084.800	4.915.200
2014		0.2	4.915.200	983.040	11.067.840	3.932.160
2015		0.2	3.932.160	786.432	11.854.272	3.145.728
2016		0.2	3.145.728	629.146	12.483.418	2.516.582
2017		0.2	2.516.582	503.316	12.986.734	2.013.266
2018		0.2	2.013.266	402.653	13.389.387	1.610.613
2019				110613	13500000	1500000

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan/bulan} &= \text{Rp } 786.432/12 \\ &= \text{Rp } 65.536 \end{aligned}$$

4. Penyusutan mesin pamarutan kelapa

Tahun	Harga Perolehan	T.S.M Berganda	Nilai Buku	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
2009	350.000					350.000
2009		0.25	350.000	87.500	87.500	262.500
2010		0.25	262.500	65.625	153.125	196.875
2011		0.25	196.875	49.219	202.344	147.656
2012		0.25	147.656	36.914	239.258	110.742
2013		0.25	110.742	27.686	266.944	83.057
2014		0.25	83.057	20.764	287.708	62.293
2015		0.25	62.293	15.573	303.281	46.720
2016		0.25	46.720	11.680	314.961	35.040
2017		0.25		40	315.001	35.000

$$\begin{aligned} \text{Penyusutan/bulan} &= \text{Rp } 15.573/12 \\ &= \text{Rp } 1.298 \end{aligned}$$

Biaya penyusutan selain mesin dihitung menggunakan metode garis lurus:

$$\text{Penyusutan garis lurus per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Kegunaan}}$$

1. Bangunan tempat mesin

Harga pembelian (Rp)	Umur ekonomis (Thn)	Nilai sisa (Rp)	Penyusutan/thn (Rp)	Penyusutan/bln (Rp)
8.000.000	20	800.000	360.000	30.000

Bangunan tempat mesin

Harga pembelian = Rp 8.000.000

Umur ekonomis = 20 Tahun

Nilai sisa = Rp 800.000

Penyusutan/tahun

$$= \frac{\text{Rp } 8.000.000 - \text{Rp } 800.000}{20}$$

= Rp 360.000/tahun

= Rp 30.000/bulan

2. Bangunan tempat pencetakan

Harga pembelian (Rp)	Umur ekonomis (Thn)	Nilai sisa (Rp)	Penyusutan/thn (Rp)	Penyusutan/bln (Rp)
6.500.000	20	650.000	292.500	24.375

9. Baskom

Harga pembelian (Rp)	Umur ekonomis (Thn)	Nilai sisa (Rp)	Penyusutan/thn (Rp)	Penyusutan/bln (Rp)
480.000	5	0	96.000	8.000

Lampiran 13. Rincian biaya variabel yang dikeluarkan Usaha *Kue Sangko* Delima Periode Februari 2015

a. Biaya Bahan Baku

Minggu Ke-	Beras Ketan Hitam		
	Jumlah (kg)	Harga Rp/kg	Biaya (Rp)
1	83	11.400	946.200
2	51	11.400	581.400
3	58	11.400	661.200
4	60	11.400	684.000
Total	252		2.872.800

Minggu Ke-	Beras Ketan Putih		
	Jumlah (kg)	Harga Rp/kg	Biaya (Rp)
1	83	11.400	946.200
2	51	11.400	581.400
3	58	11.400	661.200
4	59	11.400	672.600
Total	252		2.861.400

2 kg beras ketan menghasilkan 16 bungkus *kue sangko*.

b. Biaya Bahan Penolong

Minggu ke-	Kelapa			Gula		
	Jumlah (buah)	Harga Rp/buah	Biaya (Rp)	Jumlah (kg)	Harga Rp/kg	Biaya (Rp)
1	265	3000	795.000	265	9500	2.517.500
2	162	3000	486.000	162	9500	1.539.000
3	182	3000	546.000	182	9500	1.729.000
4	190	3000	570.000	190	9500	1.805.000
Total	799		2.397.000	799		7.590.500

1 kelapa menghasilkan 10 bungkus *kue sangko*.

1 kg gula menghasilkan 10 bungkus *kue sangko*.

Minggu ke-	Garam			Vanili		
	Jumlah (bungkus)	Harga Rp/bungkus	Biaya (Rp)	Jumlah (kg)	Harga Rp/kg	Biaya (Rp)
1	19.5	1000	19.500	0,99	250.000	247.500
2	9	1000	9.000	0,62	250.000	155.000
3	11	1000	11.000	0,69	250.000	172.500
4	12	1000	12.000	0.73	250.000	182.500
Total	51,5		51.500	3,03		757.500

c. Biaya Pemakaian Listrik

Minggu ke-	Mesin Oseng			Pemarutan Kelapa		
	Lama Pemakaian (jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)	Lama Pemakaian (jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)
1	20,56	20,56X0,07X1.352	1945,80	9,94	9,94X0,125X1.352	1679,86
2	14,26	14,26X0,07X1.352	1349,57	6,11	6,11X0,125X1.352	1032,59
3	16,06	16,06X0,07X1.352	1519,92	6,88	6,88X0,125X1.352	1162,72
4	16,74	16,74X0,07X1.352	1584,27	7,18	7,18X0,125X1.352	1213,42
Total			6399,56			5088,59

Minggu ke-	Sanyo			Pemakaian Lampu		
	Lama Pemakaian (jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)	Lama Pemakaian (jam)	Perhitungan	Jumlah (Rp)
1	1,17	1,17X0,12X1.352	189,82	21	21X0,04X1.352	1135,68
2	1	1X0,12X1.352	162,24	18	18X0,04X1.352	973,44
3	1,17	1,17X0,12X1.352	189,82	21	21X0,04X1.352	1135,68
4	1,17	1,17X0,12X1.352	189,82	21	21X0,04X1.352	1135,68
Total			731,70			4380,48

Pemakaian listrik oleh Usaha *Kue Sangko Delima* adalah untuk mesin oseng, pamarutan kelapa, sanyo dan pemakaian lampu pada saat proses produksi yang masing- masingnya memiliki daya 70 watt, 125 watt, 120 watt dan 40 watt. Usaha ini menggunakan listrik 1.300 VA dengan tarif dasar listrik pada periode Februari 2015 adalah Rp 1.352/Kwh sehingga total pemakaian lampu pada periode ini adalah sebesar Rp 16.600.

d. Biaya Bahan Bakar

Minggu ke-	Minyak Tanah			Solar		
	Jumlah (liter)	Harga Rp/liter	Biaya (Rp)	Jumlah (liter)	Harga Rp/liter	Biaya (Rp)
1	20	10.000	200.000	6,5	6.400	41.600
2	11,5	10.000	115.000	4	6.400	25.600
3	13,5	10.000	135.000	4,5	6.400	28.800
4	14	10.000	140.000	4	6.400	25.600
Total	59		590.000	21		124.800

e. Biaya Kemasan, Merk & Label

Minggu ke-	Kemasan			Merk & Label		
	Jumlah (bungkus)	Harga Rp/bungkus	Biaya (Rp)	Jumlah (lembar)	Harga Rp/lembar	Biaya (Rp)
1	2.650	250	662.500	2.650	18	47.700
2	1.630	250	407.500	1.630	18	29.340
3	1.835	250	458.750	1.835	18	33.030
4	1.913	250	478.250	1.913	18	34.434
Total	8.028		2.007.000	8.028		144.500

Lampiran 14. Perhitungan Suku Bunga Bank Periode Februari 2015

Modal	= Rp 26.252.848
% bunga bank bulan Februari	= 1%
Pajak	= 20%
Besar bunga bank	= Rp 26.252.848 X 80% X 30/365 X 1%
	= Rp 26.252.848 X 0,8 X 0,082 X 0,01
	= Rp 17.222

Sumber: BRI Andalas Padang

Lampiran 15. Perhitungan Titik Impas Pada Usaha Kue Sangko Delima Periode Februari 2015

Diketahui:

Volume produksi periode Februari 2015 = 8.028 bungkus

Biaya Tetap Total = Rp 6.818.248

Biaya Variabel Total = Rp 19.434.600

Harga jual produk per bungkus = Rp 5.000

Jumlah Biaya Variabel/bungkus = $\frac{\text{Rp } 19.434.600}{8.028 \text{ bungkus}}$
 = Rp 2.421 Harga Jual/bungkus

Impas Kuantitas = $\frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga Jual/bungkus} - \text{Biaya Variabel/bungkus}}$
 = $\frac{\text{Rp } 6.818.248}{\text{Rp } 5.000 - \text{Rp } 2.421}$
 = Rp 2.644 bungkus

Impas Penjualan = $\frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - (\text{Biaya Variabel/bungkus} : \text{Harga Jual/bungkus})}$
 = $\frac{\text{Rp } 6.818.248}{1 - (\text{Rp } 2.421 : \text{Rp } 5.000)}$
 = Rp 13.218.782