



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 KERIPIK KENTANG PADA USAHA KECIL "RUMAH WH 8" DI KOTA PADANG

SKRIPSI



**YENNI WIDAYANTI
0910221005**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

**ANALISA USAHA KERIPIK KENTANG PADA USAHA
KECIL "RUMAH WH 8" DI KOTA PADANG**

Oleh

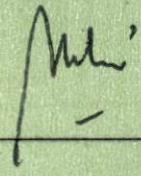
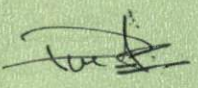
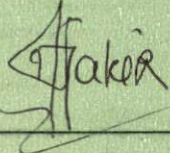
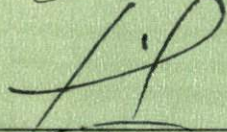
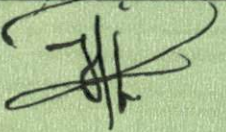
**YENNI WIDAYANTI
0910221005**

SKRIPSI

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

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

Skripsi ini diuji dan dipertahankan di depan sidang panitia Ujian Sarjana
Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 28 januari 2015.

NO.	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1	Prof.Dr.Ir. Melinda Noer, M.Sc		Ketua
2	Drs,RusyjaRustam, MAg		Sekretaris
3	Ir. Zelfi Zakir, M.Si		Anggota
4	Ir.M.Refdinal,M.Si		Anggota
5	Rika Hariance, SP, M.Si		Anggota



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhanahuwa Ta'ala yang telah mengkaruniakan berkah dan kasih sayang-Nya sehingga atas izin-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Analisa Usaha Keripik Kentang Pada Usaha Kecil "Rumah WH8" di Kota Padang " dengan penuh ketercapaian lainnya. Penulis menyusun skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis, Jurusan Agribisnis, Universitas Andalas. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya Skripsi ini tak lepas dari campur tangan berbagai pihak. Untuk itulah penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak terkait.

1. Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Drs, Rusyja Rustam, Mag, selaku Pembimbing I dan Ibu Ir. Zelfi Zakir, M.Si, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan dukungan, arahan dan bimbingannya selama penyusunan dan penulisan Skripsi.
2. Kepada segenap tim penguji yang menguji adrenalin, penulis haturkan terima kasih yang luar biasa. Teruntuk ibu Prof.Dr.Ir. Melinda Noer, M.Sc., Bapak Ir.M.Refdinal,M.Si dan Ibu Rika Hariance, SP, M.Si. terima kasih atas segala saran, kritikan dan koreksinya sebagai tim penguji dalam penyempurnaan penulisan Skripsi ini.
3. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prof. Ir. H. Ardi, M. Sc., selaku Dekan Pertanian Unand, Bapak Dr.Ir.Osmet,M.Sc., selaku Ketua Jurusan Agribisnis, yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi penulisan Skripsi ini, serta kepada seluruh dosen Program Agribisnis yang telah senantiasa memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama mengikuti perkuliahan serta menjadikan kami lebih berguna dengan ilmu yang telah diberikannya kepada kami. Tak lupa penulis berterima kasih kepada seluruh staf TU khususnya Program Studi Agribisnis Universitas Andalas, umumnya Fakultas Pertanian Universitas Andalas yang telah banyak membantu dan mengurus segala administrasi.
4. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Zulfadhli dan Ibu Wilsa Hermaiti, selaku pemilik usaha Keripik Kentang "Rumah WH8" beserta tenaga kerja pada usaha Rumah WH8. Terima kasih atas ketersediaan jasmani dan rohani dalam membantu demi kelancaran penelitian dalam penyelesaian Skripsi ini.
5. Cinta dan dukungan berupa moril maupun materil dari kedua orang tua Ayah dan Bunda penulis terkasih. Terima kasih atas segala yang telah dilakukan demi penulis, dan terimakasih atas setiap cinta yang terpancar serta doa dan restu yang selalu mengiringi tiap langkah penulis. Terimakasih kepada Ayah dan Bunda yang senantiasa memberikan kasih sayang sepanjang masa sehingga penulis bisa sampai ke titik ini.
6. Kepada sahabat terbaikku, RESI ASRA, SP, WULANDARI,SP, TRI ARDANESWARI,SP, RESTI AMNUZA SHALI, CSP, RIDHO NALSYAPUTRA, SP, WANDI MAIRA NURMAN, CSP, REZKI FITRA, CSP. yang senantiasa ada untuk memberikan dukungan, melantunkan doa serta mengusahakan segala macam bantuan terkait penyelesaian Skripsi ini. Terima kasih atas semua yang telah dilakukan, terima kasih telah senantiasa menguatkan di kala penulis terpuruk dan sempat merasa tidak mampu melakukan apa-apa, sukses buat kita semua,amin.
7. Terima kasih untuk keluarga besar yang senantiasa memotivasi serta selalu mendoakan kelancaran studi hingga Skripsi ini terselesaikan. Terima kasih untuk sist wiwi MULIDA FITRI,CSFARM, teman curhat terbaikku dikala bosan,suntuk dan stress melanda. dan semua keluarga yang tak bisa disebutkan satu per satu dari Om, Tante, sepupu dan semua keponakan.

8. Kepada sahabat-sahabat Program Agrinisnis 2009 terima kasih atas segala ukiran hati bertemakan persahabatan yang tulus murni sepanjang masa pendidikan di Program Studi Agribisnis sejak awal hingga terselesainya pendidikan. Terima kasih atas segala canda, tawa dan tangisan haru serta bahagia yang telah dibagi dan turut dirasa. Terimakasih atas rasa kekeluargaan yang begitu besar meski tanpa ikatan darah. Jalinan persahabatan ini semoga Allah jaga hingga ke Surga.
9. Dan terimakasih sebesar-besarnya untuk orang spesial Rahmat Afrianando, SH. Yang telah membantu dan menemani penulis selama proses penelitian dan sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi, dikala hujan, panas, sakit, sehat, senang yang selalu membantu dalam menyelesaikan semua sampai penulis mendapat kan gelar SP :D
10. Terakhir, penulis hendak menyapa setiap nama yang tidak dapat penulis cantumkan satu per satu, terima kasih atas doa yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis. Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada orang-orang yang turut bersuka cita atas keberhasilan penulis menyelesaikan Skripsi ini. Alhamdulillah.

Akhirnya kepada Allah-lah penulis memohon agar usaha ini dijadikan sebagai amal shalih dan diberikan pahala oleh-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wa Sallam beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga hari akhir, Aamiin.

BIODATA

Penulis dilahirkan di Subulussalam pada tanggal 11 Agustus 1991 sebagai anak pertama dari satu bersaudara, dari pasangan Marwan AS dan Nurbadri,ZBA. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD 03 Aceh Singkil (1997-2003). Sekolah Menengah Pertama (SMP) di tempuh di MTs Negri 1 Aceh Singkil, lulus pada tahun 2006. Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di MAN Aceh Singkil, lulus pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Program Studi Agribisnis.

Padang,

2015

Y.W

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian yang berjudul **“ANALISA USAHA KERIPIK KENTANG PADA USAHA KECIL“RUMAH WH 8” DI KOTA PADANG**”. Tujuan penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih setulusnya kepada bapak Drs. Rusdja Rustam M,Ag dan Ibu Ir. Zelfi Zakir, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, saran dan pengarahan selama proses penyusunan proposal penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Ir. M. Refdinal, M.Si, Ibu Prof. Dr.Ir. Melinda Noer, M.Sc, dan Ibu Rika Hariance, SP. M.Si atas saran yang telah diberikan. Kemudian ucapan terimakasih istimewa kepada kedua orang tua dan teman-teman Agribisnis yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu krotok dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan untuk perbaikan yang akan datang. Harapan penulis semoga proposal penelitian ini bermanfaat untuk semua pihak yang berkepentingan.

Padang, Januari, 2015

Y.W

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tanaman Kentang.....	7
B. Industri Kecil.....	8
C. Pengelolaan Usaha.....	10
D. Analisa Usaha.....	14
E. Penelitian terdahulu.....	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
B. Metode Penelitian.....	21
C. Metode Pengumpulan Data.....	22
D. Aspek dan Variabel yang Diamati.....	22
E. Analisa Data.....	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Usaha.....	29
B. Analisa Keuntungan.....	47
C. Titik Impas (<i>Break Even Point</i>).....	52
V. KESIMPULAN DAN SARAN	

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Grafik titik impas.....	18
2. Struktur organisasi “Keripik Kentang Rumah WH8” 2014.....	31
3. Skema proses pembuatan keripik Kentang pada Usaha Keripik Kentang Rumah WH8.....	40
4. Saluran Distribusi Usaha Keripik Kentang WH8.....	45
5. Grafik Titik Impas Penjualan Usaha Keripik Kentang Rumah WH8 Pada Bulan Agustus 2014.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Perusahaan Keripik Kentang Dikota Padang.....	60
2. Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan.....	61
3. Kandungan Zat Gizi Kentang per 100 gram.....	62
4. Pemasaran Keripik Kentang Pada Usaha Kecil Rumah WH 8 Periode 2010 s/d 2013.....	63
5. Kriteria Industridan Perdagangan berdasarkan Jumlah Tenaga kerja dan Omset Penjualan Tahun 2009.....	64
6. Jenis Investasi dan Peralatan dan Nilai Penyusutan pada Usaha Keripik Kentang “Rumah WH8” pada Bulan Agustus 2014.....	65
7. Rincian Total Biaya Variabel dan Yang Dikeluarkan oleh Usaha Keripik Kentang Rumah WH8 Pada Bulan Agustus 2014.....	69
8. Biaya Tetap Usaha Rumah WH8 yang dikeluarkan pada Bulan Agustus 2014.....	71
9. Perhitungan Titik Impas pada Usah Kecil “Keripik Kentang Rumah WH8” pada Bulan Agustus 2014.....	72
10. Dokumentasi Proses ProduksiKeripikKentangRumah WH8.....	73

ANALISA USAHA KERIPIK KENTANG PADA USAHA KECIL “RUMAH WH8 DI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Keripik Kentang “Rumah WH8” beralamatkan di Jl. Raden Saleh/Cimpago No.17 Padang mulai tanggal 14 Juli sampai dengan tanggal 16 Agustus 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil Usaha Keripik Kentang “Rumah WH8” dan menganalisa tingkat keuntungan dan titik impas usaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini di peroleh dari *key informan* (pemilik usaha dan tenaga kerja bagian produksi). Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder, yang dianalisa secara deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan profil usaha dan analisa kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis tingkat keuntungan dan titik impas usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Keripik Kentang “Rumah WH8” pada aspek keuangan, pembukuan masih sederhana yakni seluruh pencatatan keuangan ditulis pada satu buku. Pada aspek pemasaran, usaha mendistribusikan produk secara langsung dan tidak langsung (melalui pedagang pengecer). Promosi yang dilakukan pemilik adalah *personal selling* dan mengikuti pameran tingkat kelurahan. Untuk kemasan, pihak usaha menggunakan kemasan 100 gr dengan harga Rp.10.000,-. Keuntungan yang diperoleh selama periode bulan Juli-Agustus 2014 adalah Rp. 687,677,-. Usaha Keripik Kentang “Rumah WH8 telah berproduksi diatas titik impas dengan kuantitas 158 Kg dengan nilai penjualan Rp. 15.800.000,-.

Saran dari hasil penelitian yang dapat diberikan kepada pihak usaha adalah membuat catatan keuangan yang lebih lengkap seperti pembuatan buku harian, buku jurnal, dan buku besar sehingga terlihat data perkembangan usaha.

Kata kunci: *kentang, pendapatan, keuntungan, titik impas*

BUSINESS ANALYSIS OF POTATO CHIPS HOME INDUSTRIES OF "RUMAH WH8" IN PADANG CITY

ABSTRACT

The research was conducted at Potato Chips Home Industry "Rumah WH8" located in Jl. Raden Saleh /Cimpago from July 14th 2014, till Agustus 16th. This study aimed to describe the profile of "Rumah WH8" Home Industry and to analyze the profitability and break-even point. This study used a descriptive method. Data were collected key informants interviews (business owners and employers). Collected data consists of primary data and secondary data, which were analyzed using descriptive qualitative and descriptive quantitative. Analysis of business profiles was carried out to analyze the level of profit and break-even point. The results showed that the on the financial aspects, the enterprise used simple bookkeeping for all financial records in one book. In the aspect of marketing, business distributes products directly and indirectly (through retailers). Promotion is done by personal selling and the exhibition at village level. For packaging, the business use 100 grams pack at a price of 10.000, -. Benefits during the period July-August 2014 was Rp. 687.677, -. "Home WH8" Home Industry has been producing above breakeven point with quantity at 158 Kg and sales value of Rp. 15.8 million, -.

The study suggest that the home industry can make an effort to make a more complete the financial records such as the manufacture of diaries, journals, and ledgers which show the business development trend over time.

Keywords : potato, income, profit, break even point

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang dapat diandalkan dalam pemulihan perekonomian nasional, mengingat sektor pertanian terbukti masih dapat memberikan kontribusi pada perekonomian nasional walaupun badai krisis menerpa. Hal ini dikarenakan terbukanya penyerapan tenaga kerja di sektor pertanian dan tingginya sumbangan devisa yang dihasilkan (Badan Pusat Statistik, 2005).

Pembangunan pertanian dengan pendekatan agribisnis merupakan upaya yang sangat penting dalam mencapai berbagai tujuan yang mendorong sektor pertanian dalam menciptakan struktur pertanian yang tangguh. Pendekatan agribisnis juga tidak terlepas dari pengembangan sektor industri, dengan demikian masyarakat dapat diarahkan untuk meningkatkan kewirausahaan dari budaya tradisional kepada masyarakat industri, sehingga nilai tambah yang dihasilkan dapat tercapai melalui pembangunan agribisnis (Departemen Pertanian, 1999).

Sandra (2002). menyatakan bahwa dalam perkembangannya, agroindustri dapat mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Soekartawi (2000), menjelaskan bahwa tujuan pengembangan agroindustri antara lain : (a) menarik dan mendorong munculnya industry baru disektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja serta memperbaiki pembagian pendapatan. Dalam pengembangannya, kegiatan agroindustri dapat berada dalam skala kecil yang tradisional sampai pada skala besar yang modern.

Kegiatan agroindustri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan kualitas hasil pertanian serta meningkatkan pendapatan bagi produsen. Kegiatan ini banyak ditemui pada industri-industri di Kota Padang. Salah satu industri kecil yang terdapat di Kota Padang adalah industri berbahan baku kentang. Salah satu yang berbahan baku kentang adalah produksi keripik kentang.

Program pembangunan industri di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis skala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan

pemanfaatan sumber daya yang tersedia sampai kepedesaan, sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pengembangan program padat modal dan padat karya (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang, 2010).

Sistem agribisnis adalah suatu sistem dalam pengelolaan usaha tani yang ditujukan untuk melahirkan dan mendapatkan nilai tambah yang tinggi dari aktifitas pengadaan dan penyaluran sarana produksi, proses produksi, penanganan pasca panen, dan pengolahan hasil serta pemasaran. Salah satu subsistem agribisnis adalah agroindustri. Agroindustri dapat didefinisikan sebagai industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku dengan jumlah minimal 20% dari jumlah bahan baku yang digunakan (Soekartawi, 2005).

Agribisnis menurut Saragih (1999), adalah setiap bentuk kegiatan usaha (bisnis) yang berkaitan dengan pertanian. Kegiatan usaha tersebut dapat dilihat dibidang produksi pertanian: industri (manufaktur) dan distribusi alat-alat pertanian; serta kegiatan pengolahan, penyimpanan, distribusi, perdagangan maupun transportasi produk-produk pertanian. Kegiatan agribisnis tersebut mulai dari skala kecil yang tradisional sampai dengan skala besar yang modern.

Pembangunan agribisnis merupakan strategi pengembangan ekonomi yang membangun industri hulu, pertanian, industri hilir, dan jasa penunjang secara simultan dan harmonis. Dalam kerangka ekonomi kerakyatan dan ekonomi daerah pembangunan agribisnis dilaksanakan dengan meningkatkan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari sumberdaya yang dimiliki dan dapat diterima rakyat. Pembangunan ekonomi kerakyatan pada dasarnya menyangkut pemberdayaan ekonomi atau pembangunan ekonomi usaha kecil dan menengah (Saragih, 1999).

Secara umum industri kecil adalah industri kecil dan industri rumah tangga. Berdasarkan definisi atau klasifikasi Biro Pusat Statistik (BPS), perbedaan antara industri kecil dan industri rumah tangga adalah pada jumlah pekerja. Industri rumah tangga adalah unit usaha (*establishment*) dengan jumlah pekerja 1 hingga 4 orang, yang kebanyakan adalah anggota-anggota keluarga (*family workers*) yang tidak dibayar dari pemilik usaha atau pengusaha itu sendiri. Kegiatan industri tanpa tenaga kerja, yang disebut *self employment*, juga termasuk dalam kelompok industri rumah tangga. Sedangkan, industri

kecil adalah unit usaha dengan jumlah pekerja antara 5 hingga 9 orang yang sebagian besar adalah pekerja yang dibayar (*wage labourers*) (Tambunan, 2000).

Perbedaan-perbedaan lainnya antara industri kecil dan industri rumah tangga adalah terutama pada aspek-aspek seperti sistem manajemen, pola organisasi usaha, termasuk pembagian kerja (*labour division*), jenis teknologi yang digunakan atau metode produksi yang diterapkan dan jenis produksi yang dibuat. Pada umumnya industri rumah tangga sangat tradisional dalam aspek-aspek tersebut (Tulus Tambunan, 2000).

Salah satu bentuk industri kecil yang berkembang di Indonesia adalah di bidang pangan. Menurut Wirakartakusumah (1997) keberadaan industri pangan di Indonesia dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak serta mampu mendorong berdirinya industri penunjang seperti industri pengolahan makanan dan industri kemasan yaitu suatu industri yang memproduksi kemasan suatu produk seperti kemasan berbahan baku plastik, kertas, kaca, dan lainnya.

Industri kecil mempunyai peranan besar dalam pembangunan sektor industri dipedesaan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan dan menyerap kelebihan tenaga kerja dipedesaan. Fungsi dan peranan itu meliputi penyediaan barang dan jasa, penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, sebagai nilai tambah bagi produk daerah dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Keripik kentang merupakan salah satu makanan ringan (cemilan) dan menjadi salah satu bentuk makan yang menjadi oleh-oleh dari sekian banyak jenis oleh-oleh lain yang ada di Kota Padang. Peluang usaha industri makanan ini sangat baik sehingga tidak sedikit pengusaha ikut bersaing dalam bisnis ini, hal ini dapat dilihat dari banyaknya industri keripik kentang yang ada di kota Padang Sumatera Barat, Hal ini juga dapat dilihat dari segi harga produksi, seperti yang terdaftar pada (Lampiran 1).

Dari sekian banyak industri yang menekuni usaha ini, industri keripik kentang Rumah WH 8 menjadi salah satu industri yang mampu bertahan di tengah persaingan industri-industri keripik kentang lainnya. Industri keripik kentang "Rumah WH8" perlu melakukan analisa usaha agar dapat menggambarkan kondisi usaha keripik kentang yang telah dijalani selama ini yang dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu aspek teknis operasional, aspek pemasaran dan aspek keuangan sehingga industri "Rumah WH8" dapat mengetahui

bagaimana pergerakan usahanya selama ini dan dapat memprediksi bagaimana perkembangan usahanya dimasa yang akan datang. Penggunaan titik impas dalam metode analisa usaha ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh industri keripik kentang "Rumah WH 8".

B. Perumusan Masalah

Usaha kecil Keripik Kentang "Rumah WH 8" beralamat di jalan Raden Saleh/Cimpago No.17 Kota Padang. Usaha ini memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 3 orang. Sesuai data Badan Pusat Statistik (2009), menjelaskan bahwa usaha ini tergolong pada industri kecil, karena memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 3 orang (lampiran 2). Usaha kecil Keripik kentang "Rumah WH8" ini mulai berdiri pada bulan Januari 2010. Ide munculnya usaha ini ketika awalnya ibu Wilsa (pemilik usaha) Cuma ingin mencoba membuat usaha kecil keripik kentang bersama suami nya. Kegiatan usaha kecil "Rumah WH8" terdiri atas usaha makanan ringan dari kentang. Kentang dipilih karena kandungan gizi yang dimilikinya serta diminati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Sayuran ini juga memiliki berbagai macam manfaat antara lain sebagai bahan makanan, obat-obatan, bahan kosmetik, dan lain-lain (Lampiran 3). Kegiatan produksi olahan kentang menjadi keripik kentang dan jenis olahan lainnya pada usaha "Rumah WH8" dilakukan oleh pemilik dan beberapa karyawan dengan menggunakan teknologi dan peralatan yang sederhana.

Pada persediaan bahan baku keripik kentang "Rumah WH8" tidak terdapat kendala karena produksi tidak tergantung dengan jumlah bahan baku yang didapatkan dan proses produksi tetap dijalankan setiap adanya pasokan bahan baku. Rata-rata bahan baku yang digunakan yaitu \pm 195-215 kg kentang setiap minggunya. Bahan baku didapatkan langsung dari Pasar Raya Padang.

Pada aspek pemasaran, usaha ini sudah memiliki surat izin usaha depkes RI P.IRT No. 215137101800. Dalam penetapan harga jual, industri keripik kentang menetapkan harga jual Rp 10.000/ons. Ibu Wilsa mencoba memasarkan produknya melalui toko-toko makanan yang ada di Kota Padang (Lampiran 4). Hasil produksi dipasarkan ke berapa tempat. Berdasarkan survey awal melalui wawancara dengan pemilik usaha sendiri menyatakan, bahwa penjualan produk pada bulan-bulan biasa lebih sedikit dibandingkan dengan bulan-

bulan lain dimana terdapat hari besar didalamnya yang mengakibatkan terjadinya peningkatan penjualan (keripik kentang) karena adanya permintaan khusus yang bertepatan pada hari besar. Akan tetapi pada saat peneltian dan bertepatan pada hari besar (lebaran) pada bulan Agustus terjadi penurunan produksi karena pada saat itu pemilik usaha tidak melakukan produksi selama seminggu karena pulang kampung.

Promosi usaha Kerpik kentang “Rumah WH8” ini awalnya hanya dilakukan dari *Personal Selling*. Pemilik usaha ini juga sudah pernah mengikuti beberapa pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang, serta usaha ini dibawah binaan Barisan Industri Padang dan produk ini sudah mulai mendapatkan perhatian masyarakat.

Pada aspek keuangan, industri keripik Kentang “Rumah WH 8” ini menggunakan modal sendiri. Modal awal yang dikeluarkan dalam usaha ini cukup besar yaitu sebesar Rp. 25.005.000,00. Pemilik sekaligus pimpinan usaha belum memperoleh pinjaman maupun bantuan modal dari pihak manapun (lembaga keuangan) sejak memulai usaha. Sementara modal merupakan unsur pokok dalam suatu industri. Modal berguna untuk pembiayaan produksi, pembiayaan tenaga kerja maupun pengembangan usaha. Selain itu apabila dilihat dari kriteria industri dan perdagangan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan omset penjualan tahun 2009 usaha ini adalah industri kecil (Lampiran 5).

Selain itu informasi yang diperoleh pada saat pra survey, usaha ini belum menerapkan sistem pencatatan yang baik dalam menjalankan usahanya. Pemilik hanya mengandalkan sedikit catatan untuk menunjang kebijaksanaan yang akan diambilnya. Usaha kecil “Rumah WH 8” belum menerapkan pola pengelolaan keuangan dan sistem akuntansi yang seharusnya diterapkan pada usaha kecil. Menurut Subanar (1994), administrasi pembukuan pada usaha kecil memerlukan minimal tiga jenis buku yaitu : buku harian, buku jurnal dan buku besar. Untuk itu pemilik hendaknya memperhatikan keadaan usahanya, yaitu sampai sejauh mana usaha ini mampu menghasilkan keuntungan serta mengetahui pada tingkat penjualan berapa usaha ini dapat menutupi biaya totalnya untuk menghindari kerugian.

Untuk dapat berkembang, pemilik usaha harus mengetahui terlebih dahulu kondisi laba rugi dalam kegiatan usaha yang dilakukan pada usaha keripik Kentang “Rumah WH 8” ini. Berdasarkan uraian diatas muncul pertanyaan yaitu, berapa besar keuntungan dan titik impas serta bagaimana Kondisi usaha Keripik Kentang “Rumah WH 8” pada saat sekarang. Untuk menjawab persoalan tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISA USAHA KERIPIK KENTANG PADA USAHA KECIL “RUMAH WH 8” DI KOTA PADANG”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan profil gambaran umum usaha keripik Kentang “Rumah WH 8”.
2. Menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas pada industri kecil keripik kentang “Rumah WH 8”.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak industri, diharapkan dapat memberikan masukan informasi dan saran yang bermanfaat dalam hal pengambilan keputusan dan pengembangan usaha pada masa yang akan datang.
2. Bagi pemerintah dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dalam membuat kebijakan pembinaan usaha kecil yang ada di Kota Padang.
3. Bagi Pembaca, sebagai referensi, pedoman, dan literatur dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai analisa usaha.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tanaman Kentang (*Solanum tuberosum*, L)

1. Sejarah Singkat

Tanaman kentang (*Solanum tuberosum* L.) termasuk dalam family *Solanaceae* dan merupakan tanaman semusim (*annual*) berbentuk rumput. Tanaman ini mampu berbunga, berbuah, berbiji, serta mampu membentuk umbi didalam tanah maupun di udara. Tanaman kentang bukanlah tanaman asli Indonesia, tetapi datang dari benua Eropa. Pusat keanekaragaman genetic kentang yang merupakan sumber aslinya adalah Amerika Latin, yaitu pegunungan Andes di Peru dan Bolivia. Di Indonesia sendiri, kentang dikenal sejak tahun 1794 di sekitar Cimahi, Bandung. Perkembangannya dimulai sejak penjajahan Belanda, di antaranya di Cibodas, Sumberberantas, Wonosobo, Koro dan Flores. Kini tanaman kentang telah menyebar luas ke daerah dataran tinggi di Indonesia (Sunarjono, 2007)

Kentang adalah tanaman dikotil tahunan berumur pendek yang biasanya ditanam sebagai tanaman setahun untuk diambil umbi bawah tanahnya yang dapat dimakan, Seperti tanaman sayuran lain, kentang di Indonesia ditanam di daerah dataran tinggi lebih dari 1.000 m di atas permukaan laut. Tanaman kentang yang dihasilkan secara aseksual dari umbi akan memiliki akar serabut dengan percabangan halus, agak dangkal dan akar adventif yang berserat menyebar, sedangkan tanaman kentang yang tumbuh dari biji akan membentuk akar tunggang ramping dengan akar lateral yang banyak (Sunarjono, 2007).

2. Jenis Tanaman

Dalam sistematika tumbuhan (taksonomi), tanaman kentang diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Sub Divisi	: Angiospermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Solanales

Famili : Solanaceae
 Genus : Solanum
 Species : *Solanum tuberosum L.*

3. Manfaat Tanaman

Melihat kandungan gizinya, kentang merupakan sumber utama karbohidrat. Kentang menjadi makanan pokok di banyak negara barat. Zat-zat gizi yang terkandung dalam 100 gram bahan adalah kalori 347 kal, protein 0,3 gram, lemak 0,1 gram, karbohidrat 85,6 gram, kalsium (Ca) 20 gram, fosfor (P) 30 mg, besi (Fe) 0,5 mg dan vitamin B 0,04 mg.

Kentang merupakan sebuah bahan masakan yang sangat digemari oleh hampir seluruh orang di penjuru dunia ini. Bahkan di sejumlah daerah, ada yang menjadikan kentang ini sebagai makanan pokok mereka. Selain itu, kentang juga kaya akan kandungan Vitamin B, vitamin C, dan juga beberapa vitamin A yang sangat baik untuk mata. Dan juga berkasiat untuk menambah berat badan, memperlancar pencernaan, perawatan kulit, kesehatan otak, dan juga mengobati rematik. Kentang yang juga menjadi sumber karbohidrat yang penting, di Indonesia ini, masih dinilai sebagai sebuah sayuran yang mewah sebab harganya yang melambung tinggi melebihi sayuran yang lainnya.

B. Industri Kecil

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil adalah kegiatan ekonomi yang memiliki dan menghidupi sebagian besar rakyat. Usaha kecil pada kenyataannya mampu bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan inflasi maupun beberapa faktor penyebab lainnya. Tanpa subsidi maupun proteksi, usaha kecil mampu menambah nilai devisa negara khususnya industri kecil disektor informal dan mampu berperan sebagai penyanggah dalam perekonomian masyarakat kecil atau lapisan bawah. (Tohar,2000).

Usaha industri dapat dikelompokkan pada empat kategori sesuai dengan banyaknya tenaga kerja diperusahaan yang bersangkutan, yaitu : a). Industri dan Dagang Besar (ID-Besar) adalah industri yang memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih, b). Industri Dagang

Sedang (ID-Sedang) adalah industri yang memiliki tenaga kerja 20-99 orang, c). Industri Dagang Kecil (ID-Kecil), mempunyai tenaga kerja 5-19 orang, dan d). industri dan Dagang Rummah Tangga dan Kerajinan (ID-Mikro) mempunyai tenaga kerja 1-4 orang (BPS,2009).

Pembangunan agribisnis merupakan strategi pengembangan ekonomi yang membangun ekonomi yang membangun industri hulu, pertanian, industri hilir, dan jasa penunjang secara simultan dan harmonis. Dalam kerangka ekonomi kerakyatan dan ekonomi daerah pembangunan agribisnis dilaksanakan dengan meningkatkan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari sumber daya yang dimiliki dan dapat diterima rakyat. Pembangunan ekonomi kerakyatan pada dasarnya menyangkut pemberdayaan ekonomi dan pembangunan ekonomi usaha kecil dan menengah. Salah satu perbedaan industri skala kecil dengan industri menengah dan besar adalah terdapat pada jenis kegiatan industri yang dilakukan atau jenis produk yang dihasilkan. Kegiatan produksi pada industri skala kecil sangat erat kaitannya dengan kegiatan industri di sektor pertanian, baik di sisi permintaan maupun sisi penawaran. Dengan kata lain keterkaitan produksinya dengan industri menengah dan besar dan sektor-sektor ekonomi lainnya. Industri kecil memberikan manfaat social yang sangat berarti bagi perekonomian selain wahana utama dalam penyerapan tenaga kerja, juga sebagai penggerak roda ekonomi serta pelayanan masyarakat. Industri kecil juga turut memberikan peranan dalam peningkatan mobilitas dengan tabungan domestik. Ini dimungkinkan oleh kenyataan bahwa industri kecil cenderung memperoleh modal bagi tabungan pengusaha itu sendiri dari tabungan keluarga dan kerabatnya. Manfaat sosial lainnya, industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri sedang dan besar karena industri kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana yang biasanya tidak dihasilkan oleh industri sedang dan besar.

Pembangunan industri kecil menjumpai beberapa hambatan. Terdapat masalah pokok yang dihadapi industri kecil yaitu bidang pemasaran dan permodalan. Industri kecil belum mampu melaksanakan perencanaan dengan baik, belum memikirkan cara-cara penyaluran dan pemilihan saluran yang menguntungkan, kekurangan modal untuk membiayai usahanya. Dengan demikian, untuk melihat perkembangan suatu usaha kita harus memperhatikan faktor permodalan, faktor produksi yang dilakukan, tenaga kerja yang

digunakan, pemasaran produk yang dihasilkan dan faktor lainnya.

Tahapan awal yang paling penting dalam pengembangan industri kecil adalah memahami permasalahan, hambatan, tantangan, dan peluang, kesempatan yang dihadapi oleh industri kecil dan berusaha menemukan faktor kunci keberhasilan. Setiap produk atau komoditas memiliki karakteristik yang unik berkaitan dengan faktor kunci keberhasilannya, sehingga perlu penanganan yang berbeda pula. Dengan demikian, pelaku usaha kecil adalah faktor utama keberhasilan, yang harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi faktor keberhasilan setiap produk usaha kecil yang dipilihnya (Apriantono, 2005).

C. Pengelolaan Usaha

1. Aspek Operasional

Manajemen operasional adalah suatu fungsi atau kegiatan manajemen yang meliputi perencanaan, organisasi, koordinasi, pengawasan dan pengarahan terhadap operasi perusahaan. Operasi ini merupakan suatu kegiatan (di dalam perusahaan) untuk mengubah masukan menjadi keluaran, sehingga keluarannya akan lebih bermanfaat dari masukannya. Keluaran tersebut dapat berupa barang atau jasa. Tugas manajemen operasional di perusahaan adalah untuk mendukung manajemen dalam rangka pengambilan keputusan masalah produksi atau operasi (Umar, 2005).

Menurut Assauri (2008), istilah manajemen operasi muncul untuk memperluas pemahaman tentang proses produksi, dimana proses produksi yang dibahas tidak hanya yang menghasilkan barang dan menimbulkan keuntungan saja, tetapi juga membahas proses produksi yang menghasilkan jasa atau tidak menghasilkan keuntungan. Kegiatan operasional atau produksi secara singkat dapat dikatakan sebagai serangkaian kegiatan atau proses untuk merubah *input* menjadi *output*.

Proses produksi adalah cara untuk menghasilkan atau menambah kegunaan barang dan jasa dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan kontinuitasnya, ada dua jenis proses produksi yaitu :

a. *Continuous Process*, yaitu proses produksi yang secara terus-menerus dengan menghasilkan barang yang sama bentuk dan wujudnya.

b. *Intermittent Process* atau produksi seri, yaitu proses produksi yang terputus-putus, karena keanekaragaman jenis maupun jumlah produk yang dihasilkan (Tantri, 2009).

2. Aspek Pemasaran

Menurut Swastha dan Sukotjo (2002), pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Kotler dan Armstrong (2002), bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan variabel yang banyak dapat digolongkan menjadi empat kelompok yang dikenal dengan 4P yang terdiri atas : produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

a). Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli dan dipergunakan untuk konsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kotler dan Armstrong (2002). Mengklasifikasikan produk berdasarkan karakteristik produk, yaitu :

a. Daya tahan dan keberwujudan

1. Produk yang tidak tahan lama yaitu yang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan.
2. Produk tahan lama yaitu produk berwujud yang biasanya dapat digunakan berkali-kali.
3. Jasa, bersifat tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan dan mudah habis

b. Klasifikasi produk konsumen

1. Produk *convenience* adalah produk yang biasanya dibeli konsumen, segera dan dengan usaha yang minimum.

2. Produk *shopping* adalah produk yang karakteristiknya dibandingkan berdasarkan kesesuaian, kualitas, harga dan gaya dalam proses pemilihan dan pembelian.
3. Produk *khusus* adalah produk dengan karakteristik unik dan identifikasi merk dimana untuk memperoleh produk itu sekelompok pembeli yang cukup besar bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya.
4. Produk *unsought* adalah produk yang tidak diketahui konsumen atau diketahui namun secara normal konsumen tidak berpikir untuk membelinya.

c. Klasifikasi produk industri

1. Produk baku dan suku cadang adalah produk yang sepenuhnya memasuki produk yang dihasilkan.
2. Produk modal adalah produk tahan lama yang memudahkan pengembangan dan pengelolaan produk akhir.
3. Perlengkapan dan jasa bisnis adalah produk dan jasa tidak tahan lama yang membantu pengembangan dan pengelolaan produk akhir.

b) Harga

Menurut Swastha dan Sukotjo (2002), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua biaya atau bahkan lebih tinggi dari itu, untuk mendapatkan laba.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan pesan yang menunjukkan bagaimana suatu brand memposisikan dirinya di pasar. Harga merupakan unsur terpenting dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjual, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan biaya saja. Keputusan-keputusan mengenai harga mencakup tingkat harga, potongan harga, keringanan, periode pemasaran, dan rencana iklan yang dibuat oleh produsen.

Penetapan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan memperkenalkan produknya ke saluran distribusi baru atau daerah baru, ketika akan melakukan penawaran atas suatu perjanjian kerja baru. Perusahaan harus memutuskan dimana ia akan mendapatkan produknya berdasarkan mutu dan harga. (Kotler dan Armstrong, 2002).

c) Distribusi

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi. Tempat mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen sasaran (Kotler dan Armstrong, 2002).

Menurut Swastha dan Soekotjo (2002), ada tiga alternatif yang dapat ditempuh untuk menentukan jumlah perantara yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ke konsumen, yaitu:

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

d) Promosi

Promosi adalah aktivitas perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan jasanya dan mempengaruhi target konsumen untuk membeli. Kegiatan promosi antara lain:

1. Periklanan, adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu.

2. *Personal selling*, adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang diajukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.
3. Promosi penjualan, hanya merupakan suatu kegiatan dalam promosi. Dalam promosi penjualan ini perusahaan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang, dan sebagainya.
4. Publisitas, merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media, namun informasi yang tercantum tidak berupa berita (Kotler dan Armstrong, 2002).

3. Aspek Keuangan

Tujuan menganalisis aspek keuangan dari suatu studi kelayakan usaha atau bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek atau usaha untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah usaha akan dapat berkembang terus (Umar, 2005).

Didalam perusahaan harus dipelihara adanya keseimbangan keuangan yang menguntungkan untuk mendukung perkembangannya. Keseimbangan tersebut terjadi antara kekayaan (aktiva lancar dan aktiva tetap) di satu pihak dengan utang modal (passiva) di lain pihak, baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Manajer keuangan bertanggung jawab dalam mengumpulkan maupun mengeluarkan uang. Dia harus mengetahui sumber dana untuk membeli dan membayar suatu biaya serta beberapa alternatif sumber dana lainnya dan bagaimana penggunaan dana tersebut yang paling baik (Swastha dan Sukotjo, 2002).

D. Analisa Usaha

Kegiatan dalam menghasilkan produk pada akhirnya akan dinilai dari biaya-biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. Selisih dari keduanya merupakan pendapatan dari usaha yang dilakukan. Penerimaan adalah nilai produksi yang dihasilkan oleh suatu usaha, dimana semakin besar produksi yang dihasilkan semakin besar pula penerimaannya. Sebaliknya produksi rendah akan memberikan penerimaan yang rendah pula, akan tetapi

dengan tingginya penerimaan tidak menjamin tingginya pendapatan karena pendapatan merupakan selisih biaya dan penerimaan dari hasil usaha (Mulyadi, 2009).

1. Analisa Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan bagian dari laporan keuangan. Menurut Munawir (2001), laporan keuangan terdiri dari neraca dan perhitungan laba rugi memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta biaya yang telah terjadi selama periode tertentu.

Neraca merupakan laporan yang menggambarkan posisi dari nilai aktiva (kekayaan) dan pasiva (hutang dan modal) dari suatu usaha kecil dari suatu waktu. Laporan laba rugi merupakan laporan menghasilkan hasil-hasil yang dapat dicapai perusahaan selama periode waktu tertentu. Pada hakikatnya kedua alat laporan keuangan perusahaan tersebut menggambarkan sumber-sumber dan penggunaan dari perusahaan pada suatu periode akuntansi (misalnya bulan, tahun). Laporan laba rugi mencatat prestasi atau hasil-hasil selama satu periode usaha, perubahan tersebut kemudian dipindahkan ke neraca untuk menggambarkan kondisi kekayaan perusahaan.

Ukuran yang sering kali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dari laba yang diperoleh. Laba terutama dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu : volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual memengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan langsung memengaruhi volume produksi dan volume produksi memengaruhi biaya (Mulyadi, 2009).

Laporan laba rugi memberikan informasi tentang keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan, karena keberhasilan manajemen pada umumnya diukur dengan laba yang diperoleh oleh manajemen selama periode tertentu. Laba adalah selisih antara pendapatan yang telah direalisasikan dengan biaya yang terjadi untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Apabila pendapatan lebih besar daripada biaya maka perusahaan dikatakan memperoleh laba, sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari pada biaya maka perusahaan menderita rugi (Munawir, 2001).

Disamping itu laporan keuangan dapat digunakan oleh manajemen untuk :

- (a) Mengukur tingkat biaya dari berbagai kegiatan.
- (b) Menentukan / mengukur efisiensi tiap-tiap bagian, proses atau produksi serta untuk menentukan derajat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.
- (c) Menilai dan mengukur hasil-hasil tiap individu yang telah disertai wewenang dan tanggung jawab.
- (d) Menentukan perlu tidaknya digunakan kebijaksanaan atau prosedur yang baru untuk mencapai hasil yang lebih baik (Munawir, 2001).

2. Biaya Bersama

Menurut Mulyadi (2009) biaya bersama dapat diartikan sebagai biaya overhead bersama yang harus dialokasikan ke berbagai departemen, baik dalam perusahaan yang kegiatan produksinya berdasarkan pesanan maupun yang kegiatan produksinya dilakukan secara massal. Biaya produksi bersama adalah biaya yang dikeluarkan sejak saat mula – mula bahan baku diolah sampai dengan terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

Produk bersama adalah dua produk atau lebih yang diproduksi secara serentak dengan serangkaian proses atau dengan proses gabungan. Nilai jual produk-produk yang dihasilkan relatif sama atau setidak-tidaknya material jumlah bila dibandingkan dengan seluruh pendapatan perusahaan, maka produk-produk tersebut merupakan produk bersama (Mulyadi, 2009).

Alokasi biaya bersama menurut Mulyadi (2009), dapat ditentukan dengan menggunakan salah satu metode berikut :

- (1) Metode nilai jual relatif, metode ini banyak digunakan untuk mengalokasikan biaya bersama kepada produk bersama. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. Jika salah satu produk terjual lebih tinggi daripada produk yang lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain.

- (2) Metode satuan fisik, metode ini mencoba menentukan harga pokok produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Dalam metode ini biaya bersama dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik yaitu kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat, volume atau ukuran lain.
- (3) Metode rata-rata biaya per satuan, metode ini hanya dapat digunakan bila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. Pada umumnya metode ini digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan beberapa macam produk yang sama dari suatu proses bersama tetapi mutunya berlainan. Dalam metode ini harga pokok masing-masing produk dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi. Jalan pikiran yang mendasari pemakaian metode ini adalah karena semua produk yang dihasilkan dari proses yang sama, maka tidak mungkin biaya untuk memproduksi satu satuan produk berbeda satu sama lain.

Metode rata-rata tertimbang, dalam metode ini kuantitas produksi dikalikan dulu 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 pembedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk tiap jenis produk yang dihasilkan.

3. Analisa Titik Impas

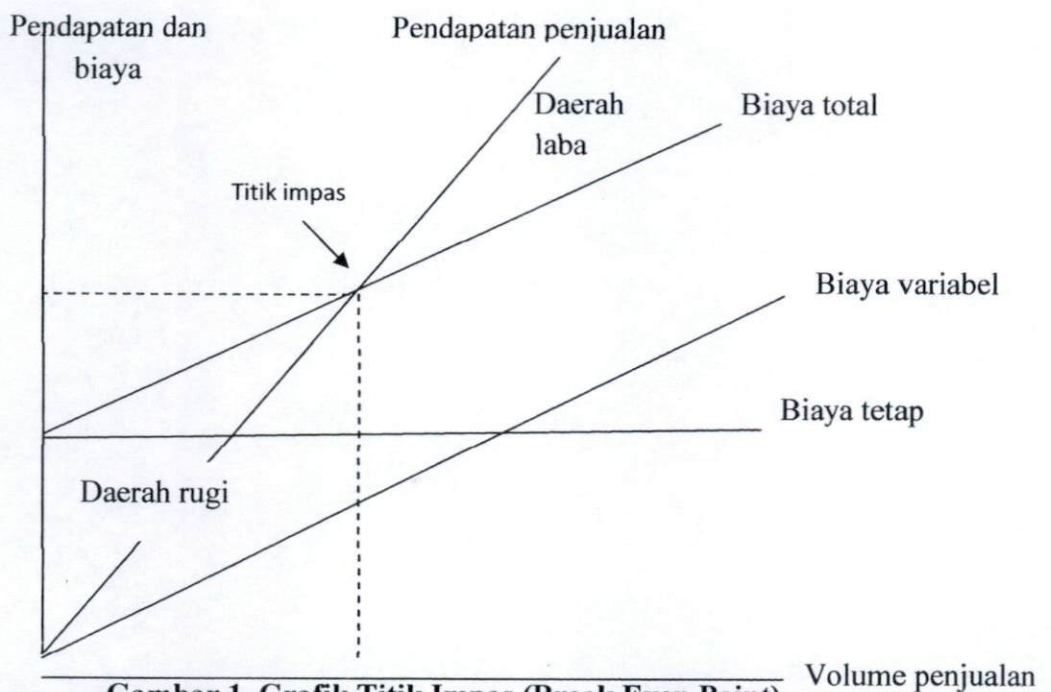
Impas (*break even point*) adalah keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak memperoleh rugi. Dengan kata lain suatu usaha dikatakan impas jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya, atau laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja. Analisis impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi belum juga memperoleh laba (dengan kata lain sama dengan nol) (Mulyadi, 2009).

Ada dua cara pendekatan untuk menentukan impas, yaitu dengan 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 titik potong antara garis

pendapatan penjualan dengan garis biaya dalam suatu grafis yang disebut impas (Mulyadi, 2009).

Sebagai alat pembuatan keputusan, analisa titik impas dapat dipakai untuk (1) Penentuan volume penjualan minimum yang dibutuhkan untuk menghindari kerugian, (2) Penentuan volume produksi dan penjualan minimum yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran laba yang telah ditetapkan, (3) Penyediaan data dalam pembuatan keputusan dan pengurangan jenis produk, dan (4) Pembuatan keputusan menaikkan dan menurunkan harga. Sebagai alat pengawasan analisa titik impas memberikan pengukuran yang objektif untuk mengevaluasi pelaksanaan kerja organisasi dan memberikan dasar untuk tindakan korektif yang akan diambil (Handoko, 2003).

Posisi titik impas secara grafik dilihat pada gambar 1.



Garis biaya tetap adalah horizontal, karena biaya tetap tidak berubah berapapun volumenya. Biaya variabel dilain pihak berubah-ubah sesuai dengan tingkat volumenya dan digambarkan sebagai garis yang condong keatas. Sedangkan biaya total merupakan jumlah dari biaya tetap dan biaya variabel pada setiap tingkatan hasil (output). Titik dimana garis

penghasilan total memotong garis biaya total disebut titik break even. Diatas titik tersebut (daerah gelap) penghasilan total lebih besar daripada biaya total. Bentuk grafik impas dapat menunjukkan sifat kegiatan perusahaan dan kegiatan apa yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dalam perusahaan yang biaya tetapnya relatif besar, impas biasanya akan tercapai pada titik volume penjualan yang relatif tinggi, impas biasanya akan tercapai pada tingkat volume penjualan yang relatif rendah.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisa usaha yang telah pernah dilakukan sebelumnya oleh Helni (2013) dengan judul analisa usaha Keripik Wortel "AZIZAH" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan dan titik impas produksi Kerpik Wortel dan mendeskripsikan permasalahan dalam pengolahan usaha Keripik Wortel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha Azizah ini dapat ditarik kesimpulan industri ini memperoleh keuntungan dari keripik wortel selama periode September 2011 Agustus 2012 adalah Rp 58.859.237,- dengan persentase keuntungan sebesar 23,12%. Dan analisa titik impas usaha Keripik Wortel ini selama periode September 2011-Agustus 2012, diperoleh titik impas kuantitas yaitu 2.759 kg dengan impas penjualan Rp 87.307.637,-. Pada saat ini, usaha keripik wortel "Azizah" sudah berproduksi di atas titik impas dengan kuantitas 10.700 kg dengan nilai penjualan Rp 313.307.840,-.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Nasution (2009) dengan judul analisa usaha dan bauran pemasaran emping melinjo pada industri kecil Seroja di Kota Pariaman. Dengan tujuan menganalisa besarnya keuntungan dan titik impas serta menganalisa bauran pemasaran industri emping melinjo seroja. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh industri emping melinjo seroja selama periode Januari 2008 – Desember 2008 telah meraih keuntungan Rp. 98.335.000. industri ini mengalami kondisi impas pada saat penjualan sebesar Rp. 55.618.400 atau pada saat produksi sebanyak 1.585,20 kg dengan harga jual Rp. 35.000/kg. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh industri emping melinjo seroja dapat dikelompokkan kepada produk konsumsi. Harga yang ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi langsung. Promosi

hanya dilakukan dari mulut ke mulut (*personal selling*) dan promosi yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi dan UMKM Kota Pariaman.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada usaha kecil "Keripik Kentang Rumah WH8" yang beralamat di jalan Raden Saleh/Cimpago No. 17 Kota Padang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa usaha keripik kentang Rumah WH 8 ini masih tergolong baru karena didirikan tahun 2010 dan usaha ini merupakan salah satu industri kecil yang masih memproduksi dan bertahan diantara industri keripik yang berkembang di Kota Padang. Disamping itu dengan adanya kesediaan penuh dari pihak industri Keripik Kentang Rumah WH8 untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data yang diperlukan.

Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 14 juli sampai dengan 16 Agustus 2014.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dengan objek penelitian adalah industri Keripik Kentang Rumah WH8. Menurut Nazir (2005), metode Deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dengan metode ini dimungkinkan untuk mendapat informasi yang lebih mendetail mengenai topik yang sedang diteliti selama periode tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini tidak menggunakan sejumlah sampel tetapi usaha keripik kentang "Rumah WH 8" ini merupakan objek penelitian langsung dijadikan sebagai sumber data dari pemilik usaha dan pekerja, terutama data primer. Penelitian ini mengkaji tentang perhitungan atau pembukuan biaya akuntansi penjualan keripik kentang pada pertengahan Juli hingga Agustus. Untuk mencapai tujuan penelitian maka metode yang sangat cocok digunakan adalah metode deskriptif.

Metode ini digunakan karena penelitian lebih difokuskan pada satu industri, dan dapat memberikan gambaran secara detail mengenai keadaan industri selama periode tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka

penelitian ini tidak menggunakan sejumlah sampel tetapi usaha Keripik Kentang Rumah WH 8 ini merupakan objek penelitian langsung dijadikan sebagai sumber data, terutama data primer.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data skunder yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan pemilik usaha keripik Kentang Rumah WH8 meliputi data jumlah pemakaian bahan baku, produksi per bulan dan data penggunaan tenaga kerja dalam periode analisa 1 bulan pada tanggal 14 Juli sampai dengan 16 Agustus 2014. Periode ini digunakan karena merupakan periode terdekat akuntansi. Informan kunci adalah pemilik usaha dan tenaga kerja pada industri keripik kentang WH8. Sedangkan data skunder diperoleh dari instansi atau dinas yang terkait dengan penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang, Dinas Koperasi Kota Padang.

D. Aspek dan Variabel yang Diamati

Adapun aspek yang diamati dalam penelitian ini adalah :

Untuk tujuan pertama yaitu mendeskripsikan profil usaha maka variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah :

1. Profil Usaha

Meliputi gambaran umum usaha, meliputi latar belakang dan sejarah pendirian usaha, lokasi usaha, izin usaha, serta struktur organisasi usaha

2. Kondisi Usaha dilihat dari tiga aspek :

a. Aspek teknis operasional meliputi :

- i. Mesin Peralatan, yaitu alat-alat produksi yang digunakan, jumlah alat yang digunakan, fungsi masing-masing peralatan, harga beli peralatan, dan umur ekonomis peralatan.
- ii. Faktor Sumber Daya Manusia yaitu jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan keterampilan, lama bekerja, dan sistem upah,
- iii. Faktor produksi dan operasi, meliputi sistem pengadaan bahan baku, harga bahan baku, dan proses kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk.

b. Aspek Pemasaran meliputi :

1. Produk, mengamati mutu produk, merek dan kemasan.
2. Harga, meliputi harga dari produk itu sendiri dan harga pesaing.
3. Distribusi, meliputi profil distributor yang ada di Kota Padang, jenis saluran distribusi produk dan cara pendistribusiannya.
4. Promosi, mengamati media promosi yang digunakan, dan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk promosi tersebut.

c. Aspek keuangan yang meliputi :

1. Sumber modal, meliputi jumlah dan sumber modal yang didapat.
2. Pencatatan keuangan meliputi cara pencatatan yang diterapkan usaha, bentuk-bentuk atau macam-macam pencatatan yang dilakukan, serta perencanaan keuangan yang dilakukannya.
3. Metode penetapan harga

Sedangkan untuk tujuan kedua yaitu menganalisis besarnya keuntungan dan titik impas usaha maka aspek yang diamati adalah :

1. Analisa keuntungan usaha, keuntungan produk akan dilihat dalam periode analisa 1 bulan. Keuntungan atau laba rugi usaha dihitung dengan menggunakan pendekatan *variabel costing*. Pendekatan *variabel costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebaskan hanya pada biaya produksi yang bersifat variabel saja pada produk. Dalam metode *variabel costing* ini biaya tetap dan biaya variabel dipisahkan satu sama lain dalam menentukan harga pokok produksi (Mulyadi, 2009).
 - a. Pendapatan / penghasilan, adalah penerimaan usaha yang diperoleh dari hasil usaha periode analisa 1 bulan.
 - b. Biaya adalah semua pengeluaran yang dilakukan selama proses pengolahan, seperti :
 1. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap walaupun produksinya meningkat, yaitu :
 - a. Biaya *overhead* pabrik tetap merupakan biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk yang dihasilkan , misalnya biaya

penyusutan mesin dan peralatan, pajak kendaraan, dan biaya sewa bangunan.

b. Biaya administrasi dan umum tetap yaitu biaya operasi usaha di luar biaya kegiatan penjualan seperti gaji pemilik usaha.

2. Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Yang termasuk biaya variabel yaitu :

a. Biaya bahan baku, yaitu biaya yang dapat dengan mudah dan langsung diidentifikasi menjadi produk jadi. Biaya bahan baku dalam hal ini adalah kentang (Rp/kg).

b. Biaya tenaga kerja, yaitu biaya untuk tenaga kerja yang berperan langsung dalam proses produksi.

c. Biaya *overhead* pabrik (BOP) variabel, adalah biaya yang selain biaya bahan baku, dan tenaga kerja yaitu biaya bahan penolong, biaya pemakaian listrik, biaya pemakaian air, biaya transportasi, biaya kemasan, dan biaya pemakaian pulsa. Biaya *overhead* pabrik dihitung dalam satuan rupiah.

3. Harga jual keripik Kentang (Rp/kg).

4. Penjualan, diperoleh dari harga per kg dikali dengan jumlah produk yang dijual (Rp).

5. Volume Produksi, merupakan jumlah total produksi yang dihasilkan selama periode analisa 1 bulan Pada tanggal 14 Juli hingga 16 Agustus 2014 (per kg).

2. Mengetahui titik impas dari usaha ini, variabel yang diamati yaitu :

1. Biaya tetap, meliputi biaya administrasi dan umum biaya *overhead* pabrik tetap.

2. Biaya variabel, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik, transportasi dan penggunaan pulsa handphone.

3. Harga jual, adalah nilai jual produk yang diterima pemilik usaha.

4. Volume produksi, merupakan jumlah total produksi yang dihasilkan selama periode tertentu.

E. Analisis Data

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini maka analisa data yang digunakan adalah analisa data secara kualitatif dan kuantitatif. Analisa kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan pertama yakni tentang profil usaha keripik Kentang “Rumah WH 8”, sedangkan analisa kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan kedua yakni menghitung keuntungan dan titik impas dari usaha Keripik Kentang “Rumah WH 8”.

1. Analisa Kualitatif

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mendeskripsikan profil usaha keripik Kentang Rumah WH 8 digunakan analisa deskriptif. Menurut Nazir (2003) analisis deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang bisa diamati. Dalam analisis ini juga termasuk untuk melukiskan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena, kelompok atau individu. Analisis deskriptif disini digunakan untuk mengetahui profil usaha, mengidentifikasi kegiatan produksi dan permasalahan yang ada pada usaha keripik kentang Rumah WH 8.

2. Analisa Kuantitatif

Untuk tujuan penelitian kedua yaitu menganalisis keuntungan dan titik impas usaha keripik Kentang Rumah WH 8 digunakan analisis kuantitatif. Variabel penelitian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan data yang telah diperoleh langsung selama 1 bulan. Pemilihan periode ini dilakukan karena periode ini dekat dengan waktu penelitian sehingga pemilik lebih mudah mengingat kegiatan yang berhubungan dengan pengolahan keripik.

a. Perhitungan Biaya Penyusutan

Semua nilai investasi yang disebabkan oleh kerusakan, kehilangan, atau penyusutan merupakan pengeluaran, karena itu penyusutan harus diperhitungkan. Jenis investasi yang perlu disurutkan terdiri dari peralatan yang memerlukan penggantian pada suatu masa sebagai akibat pemakaian (Ibrahim, 2003). Besarnya biaya penyusutan peralatan akan dihitung dengan menggunakan metoda yang paling sederhana dan cocok dalam perhitungan nilai penyusutan peralatan dibandingkan dengan metoda lain. Metoda yang digunakan adalah metoda garis lurus yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan pertahun (Rp/th)} = \frac{\text{nilai investasi- perkiraan nilai sisa}}{\text{Umur ekonomis}}$$

(Ibrahim, 2003)

b. Analisa Keuntungan (Laba/Rugi) Usaha

Besarnya keuntungan dapat diketahui dengan melakukan perhitungan laba rugi. Perhitungan laba rugi merupakan perhitungan yang menggambarkan hasil-hasil yang dicapai oleh industry selama periode tertentu (Subanar, 1994). Keuntungan atau laba bersih dapat dilihat dari selisih antara pendapatan penjualan dengan seluruh biaya selama periode tertentu.

Laba bersih : Penghasilan – Biaya total

Dimana :

Penghasilan : Jumlah produk yang terjual x harga jual persatuan

Biaya total : Biaya tetap + Biaya variabel

(Mulyadi, 2000)

Dalam penyajian laporan laba rugi digunakan metode *variable costing* yang menitik beratkan pada biaya yang berhubungan dengan perubahan volume usaha. Perhitungan laba rugi dengan pendekatan *variabel costing* dilakukan dengan memisahkan biaya variabel dan biaya tetap. Penentuan harga pokok produksi hanya memerhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri dari biaya variabel, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel (Mulyadi, 2000).

Tabel 1: Bentuk format perhitungan laba rugi dengan metode *Variable Costing*

Uraian	Nilai
Pendapatan Penjualan (produksi x harga jual)	(a)
Biaya Variabel	
Biaya Produksi Variabel :	
Biaya Bahan Baku	(b)
Biaya bahan penolong	(c)
Biaya Overhead Pabrik variabel :	
Biaya kemasan	(d)
Biaya air, telepon, bahan bakar, transportasi	(e)
Biaya Bersama Variabel :	(f)
air	
	(g)+
Total Biaya Bersama Variabel (Produksi)	(h)-
Laba Kontribusi	(i)
Biaya Tetap	
Biaya Bersama Tetap:	
Abodemen listrik, air, dan telpon	
Pajak kendaraan	(n)
Penyusutan peralatan	(o)
Total Biaya Tetap	(p)
Total Biaya Variabel + Biaya Tetap	(q)+
Laba Bersih	(r)-
	(s)

(Mulyadi, 2000)

1. Analisa BEP (break Even Point)

Titik impas atau titik pulang pokok (break Even Point) adalah keadaan suatu industry ketika tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu industry dikatakan impas jika jumlah pendapatan (revenue) sama dengan biaya (Mulyadi, 2001).

Secara matematika impas bisa dicari dengan menggunakan rumus :

$$\text{Penjualan Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel rata - rata/ unit}}{\text{Harga Jual / unit}}}$$

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

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini merupakan pendekatan keuntungan dan titik impas dikarenakan ingin mengetahui produksi minimal usaha sehingga usaha yang dijalankan tidak mengalami kerugian dan bagaimana kondisi keuntungan usahanya.

2. Analisa Biaya Bersama

Setiap perusahaan perlu untuk mengetahui bagian dari seluruh biaya produksi yang dibebankan kepada masing-masing produk bersama, sehingga masalah pokok akuntansi biaya bersama adalah penentuan proporsi total biaya produksi yang harus dibebankan kepada berbagai macam produk bersama (Mulyadi, 2009). Pada usaha keripik kentang tempat produksi bergabung dengan rumah pemilik usaha, maka ada beberapa sarana yang dipergunakan secara bersama-sama. Karena pemakaian sarana bersama-sama memakan biaya atau beban akan ditanggung secara bersama-sama pula seperti biaya, pemakaian air, dan gas. Dengan demikian rumusan yang dapat digunakan dalam analisis biaya bersama adalah sebagai berikut:

Biaya Bersama = Persentase (%) pemakaian proses produksi x Total Biaya yang Dikeluarkan

(Mulyadi, 2009)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Usaha

1. Gambaran Umum Usaha Keripik Kentang Rumah WH 8

a. Sejarah Berdirinya Usaha

Usaha “Keripik Kentang Rumah WH8” merupakan usaha yang memproduksi olahan kentang yaitu Keripik Kentang. Usaha ini merupakan salah satu usaha kecil yang termasuk dalam industri makanan. Usaha ini pertama kali didirikan oleh Bapak Zulfadhli dan Ibu Wilsa Hermaiti yang merupakan pasangan suami istri pada tahun 2010 dengan produk pertamanya keripik kentang. Pimpinan dan pemilik dari usaha ini adalah Bapak Zulfadhli sedangkan Ibu Wilsa Hermaiti sebagai pencipta produk-produk WH8. Nama “ Keripik Kentang Rumah WH8” mempunyai makna sebagai motto keluarga besar pemilik serta WH merupakan singkatan dari nama Ibu Wilsa Hermaiti dan angka 8 adalah anak dari delapan bersaudara.

Berdirinya usaha ini dilatar belakangi oleh keinginan pemilik usaha untuk menjadi seorang wirausahawan. Pemilihan produk yang diusahakan berdasarkan hobi memasak Ibu Wilsa Hermaiti, dan dari keinginan pemilik untuk mencoba membuat makanan baru, sehingga tercipta suatu produk baru seperti keripik kentang. Keripik kentang pertama kali diproduksi pada bulan Januari 2010. Awal keripik kentang ini diproduksi hanya untuk konsumsi pribadi. Melihat peluang dari keripik kentang disukai oleh keluarga pemilik usaha, maka pemilik usaha merintis usaha keripik kentang. Keripik kentang WH8 ini mempunyai kelebihan dari segi kemasan, kemasan keripik kentang WH8 menggunakan plastic clip berbeda dengan pesaing. sehingga usaha keripik ini mampu bertahan sampai saat ini.

b. Lokasi Usaha

Kegiatan usaha Keripik Kentang Rumah WH8 beralamatkan Jl. Raden Saleh/Cimpago No.17 Padang 25115, dilakukan dirumah pemilik usaha, karena belum ada tempat usaha yang sesuai dengan keinginan baik dari segi nilai sewa maupun dari segi

lokasi sehingga produksi masih dilakukan di dapur rumah pemilik usaha. Status kepemilikan rumah yang ditempati ini sudah hak milik pemilik usaha.

Lokasi usaha yang sekarang cukup strategis karena dekat dengan bahan baku, dan dekat dengan pasar. Sehingga untuk mendapatkan bahan baku dan bahan penolong pemilik tidak mengalami kesulitan dan memudahkan pemilik untuk mendistribusikan produk ke pasar sasaran. Pada rumah ini terdapat tempat yang cukup luas untuk memproduksi keripik kentang. Pada rumah produksi juga terdapat ruangan *Showroom* untuk meletakkan produk-produk yang siap untuk dijual kepada konsumen.

c. Izin Usaha

Usaha keripik kentang ini resmi didirikan dengan izin DEPKES P-IRT No. 215137101800 dan memperoleh label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Barat dengan nomor : LP.POM-MUI 13100002580810. Sedangkan untuk izin usaha dari dinas perindustrian perdagangan pertambangan dan energi masih dalam tahap pengurusan. Alasan pemilik usaha mengurus izin usaha agar masyarakat lebih percaya kepada produk yang dihasilkan karena produk ini telah lulus dari semua persyaratan yang ada. Pemilik usaha ini juga sudah pernah mengikuti beberapa pelatihan yang di adakan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang, serta usaha ini dibawah naungan Barisan Industri Padang dan Produk ini sudah mulai mendapat perhatian masyarakat.

d. Struktur Organisasi Usaha

Struktur organisasi suatu usaha menggambarkan suatu hubungan tanggung jawab dan wewenang yang ada pada suatu usaha tersebut. Selain itu, struktur organisasi juga menggambarkan pembagian kerja guna kelancaran usaha yang sedang dijalankan oleh suatu perusahaan. Struktur organisasi usaha ini sangat sederhana yang terdiri dari beberapa bagian yaitu pimpinan dan tenaga kerja. Masing-masing bagian memiliki tugas dan tanggung jawab, Namun sampai saat ini WH8 belum memiliki struktur organisasi tertulis.

Dalam oprasionalisasi, pemilik usaha menerapkan pendekatan *top down*, dimana seluruh komando dilakukan langsung oleh pemilik usaha dan tenaga kerjanya hanya melaksanakan hal-hal yang telah direncanakan. Berdasarkan pembagian kerja dapat dilihat bahwa pemilik merangkap bagian pemasaran sedangkan keungan dan produksi diambil alih oleh suami istri. Usaha ini mempunyai 3 orang tenaga kerja pada bagian produksi.

Berdasarkan keterangan pemilik usaha dapat digambarkan struktur organisasi usaha keripik kentang pada gambar 2.



Gambar 2. Struktur organisasi “Keripik Kentang Rumah WH8” 2014.

Keterangan :

—————> Garis Komando

.....> Garis koordinasi antara struktur pembagian kerja usaha WH8.

Struktur organisasi diatas berbentuk garis atau lini yang menjelaskan bahwa garis tersebut adalah garis komando. Komando dan intruksi diberikan oleh pemilik usaha. Keuntungan struktur organisasi berbentuk garis yaitu : a) kesatuan komando terjamin sepenuhnya karena pemilik berada pada satu tangan, b) garis komando berjalan secara tegas, karena pemilik berhubungan langsung dengan bawahan, c) proses pengambilan keputusan cepat, d) karyawan yang memiliki kecakapan yang tinggi serta yang rendah dapat segera diketahui, juga karyawan yang rajin dan malas, e) solidaritas yang tinggi. Sedangkan kelemahannya adalah : a) seluruh kegiatan organisasi tergantung pada satu orang saja dan kelangsungan hidup organisasi sangat ditentukan oleh orang yang bersangkutan, apabila dia tidak mampu melaksanakan tugas maka seluruh organisasi akan terancam kehancuran, b) adanya kecendrungan pimpinan bertindak secara otoriter, karena organisasi dipandang milik pribadi, c) kesempatan karyawan untuk berkembang terbatas, d) dalam pengembangan bawahan kurang mendapat perhatian, karena mereka tidak pernah diikutsertakan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan (Siagian, 2011:236).

Tugas dan peran dari masing-masing pihak dalam struktur organisasi tersebut adalah:

1. Pimpinan Merangkap Pemasaran

Pimpinan merupakan pemegang wewenang tertinggi yang bertugas mengatur, mengawasi, mengambil keputusan atas kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan. Selain itu, pimpinan juga bertanggung jawab dalam hal pemasaran yaitu mencakup kegiatan dalam memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pimpinan bertugas untuk mendistribusikan semua produk WH8 yang diproduksi kepada pedagang pengencer dan membeli bahan baku & bahan penolong, selain itu bagian pemasaran juga bertanggung jawab untuk mencari daerah pemasaran baru atau pelanggan baru, dan mengatur kelancaran distribusi produk. Pada saat berproduksi, pemilik usaha mengawasi tenaga kerjanya sehingga terdapat garis koordinasi antara pemilik usaha dengan tenaga kerja.

2. Bidang Keuangan Merangkap Produksi

Bagian keuangan bertanggung jawab untuk mengurus seluruh pengelolaan keuangan perusahaan serta pencatatan jumlah produk yang dihasilkan dan yang dijual, melakukan pencatatan arus uang dan barang yang keluar masuk perusahaan. Bagian keuangan juga merangkap bagian produksi, dimana bertanggung jawab atas kelancaran aktivitas produksi, seperti mengawasi dan mengendalikan jalannya proses produksi yang ada, membuat laporan produksi, dan mencatat persediaan bahan baku.

3. Tenaga Kerja Produksi

Tenaga kerja produksi menunggu komando dari pimpinan tentang berapa jumlah produk yang akan dihasilkan. Tenaga kerja produksi bertanggung jawab untuk memproses bahan baku menjadi keripik kentang yang siap dipasarkan.

Biasanya dalam menjalankan aktivitas usaha, hubungan antara pemiilik usaha dengan tenaga kerjanya lebih bersifat hubungan kekeluargaan sehingga hubungan yang terbentuk lebih cenderung kearah hubungan yang informal. Tetapi usaha ini sudah memiliki prosedur yang jelas untuk setiap tenaga kerja sehingga tenaga kerja tersebut lebih efektif

dalam melakukan pekerjaannya dan merasa nyaman karena tidak akan ada tumpang tindih pekerjaan.

2. Aspek Tenaga Kerja dan Sumberdaya

a. Tenaga Kerja

. Saat ini, Usaha “Keripik Kentang Rumah WH8” mempunyai 3 tenaga kerja yang berperan dalam produksi. Untuk data tenaga kerja “Keripik Kentang Rumah WH8” dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Identitas Tenaga Kerja Usaha “Keripik Kentang Rumah WH8”2014

No.	Nama	Bagian	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Lama Bekerja	Gaji
1	Zulfadhli	Pimpinan merangkap pemasaran	Laki-laki	45 thn	S1	4 thn	Rp.1000.000
2	Wilsa Hermaiti	Keuangan merangkap produksi	Perempuan	45 thn	S1	4 thn	Rp. 1000.000
3	Nila	Produksi	Perempuan	20 thn	Pelajar	4 thn	Rp. 600.000
4	Yuli	Produksi	Perempuan	22 thn	Pelajar	5 bulan	Rp. 600.000
5	Tari	Produksi	Perempuan	22 thn	Pelajar	5 bulan	Rp. 600.000

Untuk usaha keripik Kentang Rumah WH8 memiliki tenaga kerja sebanyak 3 orang bagian produksi, Sedangkan bagian pemasaran dan bagian keuangan dirangkap oleh pemilik usaha sendiri.

Menurut Hasibuan (2010) tenaga kerja merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi. Tenaga kerja adalah salah satu faktor yang paling penting dari sebuah perusahaan untuk menciptakan atau memproduksi produk dan jasa. Salah satu kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya, karena ditunjang oleh kualitas sumberdaya manusia yang dimiliki. Oleh karena itu, penting bagi setiap usaha untuk menjaga loyalitas tenaga kerja

Prosedur perekrutan tenaga kerja tidak memerlukan proses yang rumit karena pemilik menganggap bahwa apabila ada calon tenaga kerja yang memiliki kemauan maka

pemilik akan merekrut orang tersebut. Pemilik usaha menggunakan sistem kekeluargaan dalam perekrutan tenaga kerja, sehingga calon tenaga kerja tidak mengikuti prosedur yang formal dan terstruktur, hanya melalui pendaftaran langsung dan wawancara dengan pemilik. Selain itu, tidak ada persyaratan atau kualifikasi khusus yang mengharuskan setiap calon tenaga kerja memiliki keterampilan. Hal terpenting yang harus dimiliki oleh calon tenaga kerja usaha ini adalah semangat kerja yang tinggi, jujur, bertanggung jawab dan kemauan untuk belajar. Jika pemilik merasa cocok dengan calon tenaga kerja, maka calon tersebut akan diterima. Pemilik usaha tidak pernah membuka lowongan di surat kabar atau lainnya. Calon tenaga kerja datang sendiri ke tempat usaha jika ingin melamar pekerjaan.

Selain perekrutan yang dijelaskan sebelumnya, pemilik usaha juga bekerja sama dengan SMK Teknologi Pertanian Batusangkar dalam hal magang. Pada saat tertentu SMK Teknologi Pertanian Batusangkar akan mendatangkan 3-5 siswa untuk magang di tempat usaha ini selama 3 bulan. Pada tahun 2014 terdapat 4 orang siswa magang pada usaha ini. Awalnya, secara tak sengaja seorang siswa bertemu dengan Ibu Wilsa di kantor Baristand Industri Padang, dan mengajukan diri untuk magang, dan seterusnya SMK Teknologi Pertanian Batusangkar menjalin kerjasama dengan usaha WH8.

Pelatihan yang diberikan kepada tenaga kerja hanya berupa arahan tentang tugas yang akan dikerjakannya pada saat karyawan baru bekerja. Tenaga kerja tidak pernah mengikuti pelatihan di instansi lain, sedangkan pelatihan yang didapatkan oleh pemilik usaha WH8 adalah pelatihan yang diberikan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan Kota Padang yaitu pelatihan Kewirausahaan bagi Usaha Mikro dan Kecil pada tahun 2011 .

Tenaga kerja usaha WH8 ini tidak mempunyai jam kerja secara tertulis, pada hari kerja tenaga kerja mempunyai jam kerja 08.00-12.00 setiap harinya untuk proses produksi, tetapi pada saat-saat tertentu, tenaga kerja usaha WH8 ini akan bekerja pada saat yang dibutuhkan. Usaha WH8 ini tidak memiliki peraturan tertulis dalam hal produksi, tetapi mempunyai peraturan tak tertulis yang harus dilakukan oleh tenaga kerja yaitu membersihkan peralatan setelah selesai digunakan, setiap tenaga kerja diharuskan menggunakan celemek, tutup kepala bagi yang tidak menggunakan jilbab, dan sarung

tangan pada saat berproduksi, sehingga dapat terjamin kebersihan dari produk yang dihasilkan.

Pada tenaga kerja bidang pemasaran mempunyai jam kerja juga tidak menentu, disebabkan dari banyak atau sedikitnya jumlah permintaan dari pelanggan terhadap keripik kentang. Tugas dari bidang pemasaran yaitu mengantarkan produk ke toko-toko sekali seminggu kecuali jika ada pesanan, dan membeli keperluan untuk produksi serta membeli bahan baku dan bahan penolong sesuai dengan perencanaan yang sudah disusun sebelumnya.

Budaya kerja pada usaha WH8 lebih cenderung ke arah kekeluargaan. Oleh karena itu, komunikasi yang terjalin antara pimpinan usaha dengan tenaga kerjanya tidak bersifat formal sehingga kondisi seperti ini memudahkan pemilik dalam memberikan tugas kepada tenaga kerja atau sebaliknya, jika ada tenaga kerja ingin menyampaikan sesuatu kepada pemilik yang terkait dengan masalah kerja maka pemilik usaha akan mendengarkan tenaga kerja tersebut. Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman penting dilakukan karena terkait dengan loyalitas para karyawan terhadap usaha sehingga para karyawan tersebut tetap merasa nyaman selama bekerja. Hubungan kekeluargaan ini masih terjalin walaupun tenaga kerja sudah tidak bekerja lagi di usaha WH8.

b. Gaji/ Upah

Pada usaha “Keripik Kentang Rumah WH8” tenaga kerja yang ada akan tinggal di rumah pemilik, sehingga memudahkan pemilik untuk menjalankan usahanya. Masing-masing tenaga kerja yang bekerja sebagai tenaga kerja pembuatan keripik kentang diberi gaji sebesar Rp. 600.000/ bulan, Tetapi beberapa kebutuhan tenaga kerja ditanggung oleh pemilik usaha, seperti tempat tinggal, makan dan minum sehari-hari, kebutuhan wanita karena tenaga kerja usaha ini semuanya wanita, kesehatan jika tenaga kerja sakit, dan lain sebagainya. Pemilik melakukan hal ini agar gaji yang diterima oleh mereka dapat dipergunakan untuk hal yang lebih penting seperti biaya pendidikan, untuk ditabung dan lain sebagainya. Sedangkan gaji untuk Bapak Zulfadhli dan Ibu Wilsa adalah Rp. 1.000.000/bulan.

Siagian (2011) menyatakan bahwa perusahaan harus berupaya untuk memuaskan berbagai kepentingan dan kebutuhan para karyawannya, baik yang bersifat material, sosial, status, psikologis dan kesempatan untuk berkembang dan bertumbuh.

3. Aspek Keuangan

Pada usaha WH8 ini, pemilik menggunakan modal pribadi dan untuk keripik kentang memerlukan dana awal sebesar Rp. 25.005.000,00. Modal ini digunakan untuk membeli peralatan seperti tabung gas, kompor gas, blender, Parutan dan lainnya, selain itu digunakan untuk membeli bahan baku dan bahan penolong. Akan tetapi ada beberapa peralatan "pusako" yang diberikan orang tua Ibu Wilsa yang sampai sekarang ini digunakan untuk membuat olahan keripik kentang. Pemilik usaha tidak pernah meminjam dari pihak manapun karena merasa masih sanggup untuk menjalankan usaha dengan modal sendiri.

Menurut Kasmir (2010) sumber modal dari sebuah usaha dapat berupa modal sendiri atau modal pinjaman. Modal sendiri merupakan modal yang dikeluarkan untuk usaha dengan menggunakan sejumlah uang milik pribadi pemilik perusahaan, sedangkan modal pinjaman merupakan adanya sejumlah uang yang dipinjam dari pihak-pihak tertentu untuk meningkatkan atau mengembangkan usaha.

Sejauh ini masih banyak usaha kecil menengah (UKM) yang belum membuat pencatatan keuangan secara rapi. Kondisi ini juga terjadi pada usaha WH8 dimana usaha tidak memiliki sumberdaya manusia yang mampu dalam hal pembukuan keuangan. Transaksi yang terjadi hanya dicatat dalam sebuah buku secara sederhana.

4. Aspek Produksi dan Operasi

Bahan baku keripik kentang adalah kentang. Kentang didapat dengan cara membelinya di Pasar Raya Padang. Alasan pemilik membeli langsung kentang ini di pasar karena pemilik sudah pernah mencoba untuk menjalin kerja sama dengan petani atau pemasok kentang untuk memenuhi bahan baku yang digunakan untuk produk keripik kentang, tetapi sampai saat ini petani tidak mampu kerja sama dengan pemilik usaha, baik dalam memenuhi persyaratan kualitas, kuantitas dan kontinuitas. karena pemilik usaha ingin memproduksi kentang dengan ukuran besar saja dan tidak mengambil kentang yang berukuran kecil, karena petani merasa rugi dan ingin semua hasil panen kentang nya dibeli. Pemilik usaha hanya memproduksi olahan keripik kentang dengan kentang ukuran besar

dan jenis kentang Cipanas karena berpengaruh dengan ukuran keripik kentang setelah digoreng. sehingga sejauh ini pemilik belum menjalin kerjasama dengan petani atau pemasok kentang.

Sedangkan untuk bahan penolong pada keripik kentang yang digunakan adalah minyak, keju, dan cabe. Keripik kentang mempunyai dua macam rasa seperti *keripik kentang cabe*, dan *keripik kentang keju*. Bahan penolong juga dibeli di Pasar Raya Padang.

Sistem pembayaran bahan baku dilakukan adalah secara tunai. Frekuensi pembelian kentang adalah setiap hari dalam seminggu bisa 5-6 kali dalam seminggu. Pemilik usaha membeli kentang sebanyak 195-215 kg dalam seminggu pembelian bahan baku. Pemilik membeli bahan baku langsung ke Pasar Raya Kota Padang. Sehingga saat ini pemilik usaha WH8 tidak mengalami kendala dengan bahan baku baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Dalam berproduksi, usaha WH8 tidak memiliki fasilitas penggudangan bahan baku untuk jangka panjang karena bahan baku yang digunakan habis dipakai dalam produksi setiap minggunya.

Komponen lain yang diperlukan dalam memproduksi keripik kentang adalah tersedianya bangunan tempat produksi, mesin dan peralatan-peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Peralatan yang digunakan untuk kelancaran proses produksi keripik kentang WH8 adalah

1. Bangunan yang digunakan sebagai tempat proses penjualan keripik kentang
2. Pisau yang digunakan untuk mengupas dan memotong kentang.
3. Blender digunakan untuk menghaluskan bahan penolong.
4. Parutan, untuk memarut kentang
5. Kotak kecil untuk meletakkan bahan pemolong seperti keju, cabe dan lainnya
6. Baskom digunakan sebagai wadah untuk mencuci kentang
7. Penggorengan, yang digunakan untuk proses menggoreng keripik kentang
8. Timbangan, digunakan untuk menimbang keripik kentang yang akan dikemas
9. Sendok penggoreng, digunakan untuk menggoreng keripik
10. Keranjang, digunakan untuk meletakkan kentang yang telah dicuci
11. Box besar, digunakan untuk tempat keripik kentang setelah digoreng
12. Kompor gas, digunakan untuk proses penggorengan kentang yang sudah diparut

13. Saringan minyak, digunakan pada saat akan mengangkat keripik yang sudah digoreng

14. Ember, digunakan untuk meletakkan kentang yang akan dicuci

Biaya penyusutan dari alat yang digunakan untuk proses produksi diperoleh yaitu sebesar Rp. 72,823,- per bulan. dapat dilihat pada Lampiran 6.

Usaha WH8 dalam 1 minggu melakukan proses produksi sebanyak 5-6 kali . Kegiatan produksi dilakukan di Jl. Raden Saleh/ Cimpago No.17 Padang 25115, yaitu rumah milik pemilik usaha WH8 ini. Untuk rata-rata 200 kg kentang bahan baku dapat menghasilkan 40 kg keripik kentang. Tetapi dalam produksi keripik kentang dalam seminggu dapat memproduksi 195-215 kg kentang dalam seminggu. Proses produksi keripik kentang melewati berbagai tahapan untuk menghasilkan keripik kentang yang berkualitas. Diagram alir produksi keripik kentang dapat dilihat pada Gambar 3.

Pengolahan bahan baku menjadi produk jadi pada usaha ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Pengupasan

Kulit kentang dikupas menggunakan pisau kemudian kentang dicuci.

2) Pengirisan

Kentang yang sudah dicuci lalu diparut (dipotong) menjadi potongan tipis

3) Pencucian

Setelah diparut, kentang dicuci kembali sampai bersih .

4) Pengeringan

Setelah dicuci hingga bersih , kentang yang telah diparut dikeringkan di keranjang yang berlobang-lobang.

5) Penggorengan

kentang yang telah kering lalu digoreng pada minyak yang sudah dipanaskan, setelah digoreng keripik diletakkan pada keranjang agar minyaknya turun.

6) Pengolahan cabe

Pada pembuatan cabe, cabe di haluskan menggunakan blender, setelah halus cabe kemudian dikukus dan ditambahkan garam di atasnya, kemudian di tambahkan bawang putih yg sudah di haluskan.

7) Pendinginan

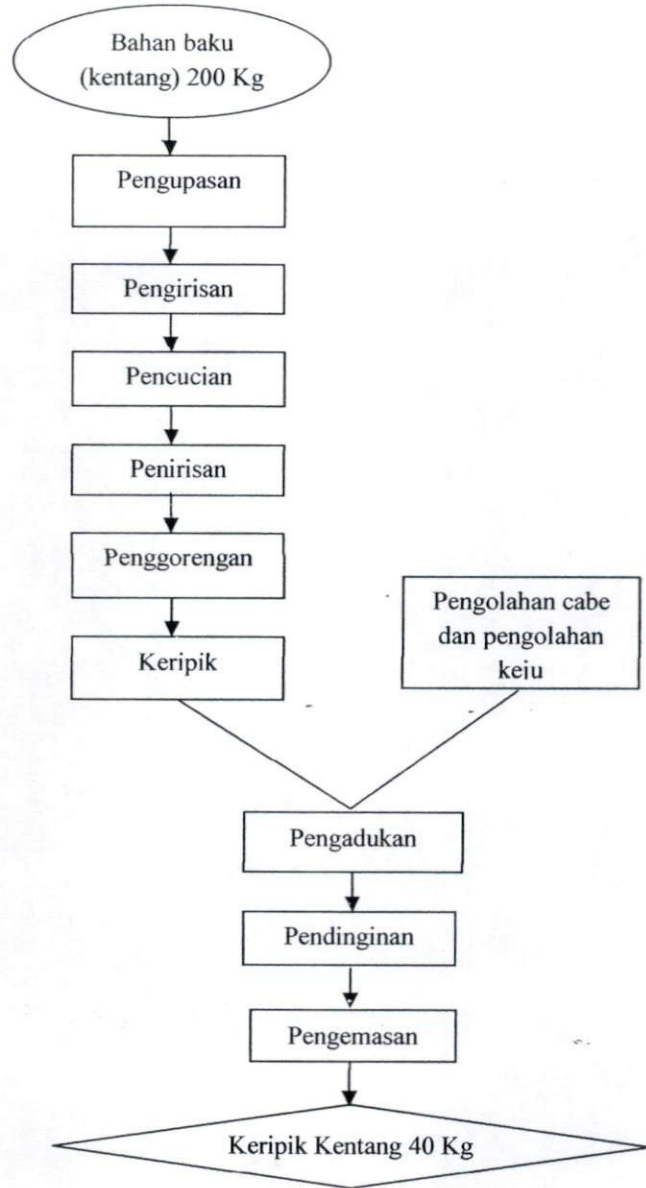
Setelah menjadi bubuk cabe, bubuk cabe tersebut didinginkan selama kurang lebih 2 jam.

8) Pengadukan




Bumbu cabe yang telah jadi diaduk dengan keripik kentang yang telah digoreng.

9) Pengemasan

Setelah diaduk keripik kentang dengan bubuk cabe kemudian keripik kentang siap dikemas dalam plastik clip dengan ukuran 100 gr dan 1 kg Untuk lebih jelasnya proses pembuatan keripik kentang dapat dilihat pada Gambar 2. Dan dokumentasi tentang proses produksi keripik kentang Rumah WH8 dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 3. Skema proses pembuatan keripik Kentang pada Usaha Keripik Kentang Rumah WH8

Keterangan :  = Bahan baku (input)
 = Proses
 = Hasil (output)

5. Aspek Pemasaran

Sejauh ini jenis keripik kentang yang ada yaitu keripik kentang cabe dan keripik kentang keju dengan harga Rp. 10.000/ons. Tetapi konsumen dapat memesan ukuran kemasan sesuai dengan keinginan konsumen, ini merupakan kelebihan yang ada pada usaha ini. Hal ini dapat memenuhi selera konsumen dan konsumen dapat terpuaskan dengan produk keripik kentang WH8.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Tujuan dari pemasaran keripik kentang ini ingin menjadikan produk keripik kentang sebagai salah satu alternatif oleh-oleh Kota Padang. Produk keripik kentang berupa produk pesanan, tetapi juga dijual dalam bentuk kemasan ditoko-toko yang ada di kota Padang. Keripik kentang ini disalurkan melalui pedagang pengecer yaitu toko/swalayan yang ada di Kota Padang.

Sejauh ini promosi yang sudah dilakukan oleh usaha keripik kentang WH8 adalah promosi melalui media promosi dan secara *personal selling*. Promosi melalui media, promosi berupa penyebaran brosur, kartu nama, baliho dan mengikuti pameran. Keuntungan dari promosi yang sudah dilakukan pemilik tersebut adalah memudahkan masyarakat atau konsumen untuk lebih mengenali produk keripik kentang tersebut dan supaya lebih mudah diketahui. Selain itu keripik kentang lebih dikenal oleh masyarakat melalui media sosial Facebook pemilik dan pemimpin usaha.

a. Bauran Pemasaran

i. Produk (*Product*)

Suatu produk dapat dibedakan dengan produk lainnya dengan memperhatikan dan membandingkan karakteristik yang dimiliki oleh produk tersebut. Perbedaan produk yang diamati tersebut dapat dilihat dari lima macam karakteristik yang menjadi tolak ukur perbandingan yaitu klasifikasi produk, mutu produk, spesifikasi produk, merek dan pengemasan yang dilakukan terhadap produk. Karakteristik produk tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a) Klasifikasi produk

Berdasarkan klasifikasi produk menurut tujuan penggunaannya keripik kentang yang dijadikan sebagai cemilan dan yang dihasilkan usaha WH8 termasuk kedalam produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung tanpa harus diproses lagi. Sebagai produk konsumsi, keripik kentang tergolong sebagai produk konvenien karena untuk memperolehnya pembeli tidak harus mengeluarkan pengorbanan istimewa atau usaha-usaha khusus.

b) Mutu Produk

Produk yang dihasilkan oleh usaha keripik kentang WH8 sangat memperhatikan mutu produk mereka. Hal ini terlihat dalam pengadaan bahan baku sendiri oleh pihak usaha dengan memperhatikan kualitas bahan baku itu sendiri. Pemilihan bahan baku dengan kualitas baik ini dilakukan karena menurut pihak usaha, bisnis makanan erat hubungannya dengan rasa dan selera sehingga agar memperoleh hasil produksi yang baik, maka kualitas bahan baku sangat perlu diperhatikan. Keripik kentang WH8 hanya menggunakan kentang dengan ukuran besar dari jenis kentang Cipanas sebagai bahan baku utama. Selain itu pihak usaha juga tidak memakai bahan pengawet buatan dalam produknya. Keripik kentang WH8 tidak menggunakan bahan pewarna dan pengawet kimia, oleh sebab itu masa kadaluarsa keripik kentang WH8 hanya bertahan 1,5 – 2 bulan saja.

Menurut Kotler dan Amstrong (2002), mutu produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya. Mutu suatu produk dapat dilihat dari dua sisi yakni sisi sebagai konsumen dan sisi sebagai produsen. Arti mutu dari segi produsen maupun konsumen bertujuan sama yakni kepuasan kedua belah pihak.

c) Spesifikasi Produk

Usaha keripik kentang WH8 lebih menonjolkan pada cita rasa bumbu yang pedas, dan keju yang gurih.

d). Merek

Usaha ini menggunakan merek dagang “Keripik Kentang Rumah WH8” yang tertulis pada stiker yang ditempel pada kemasan dengan tulisan yang cukup jelas dan mudah dibaca oleh konsumen. Pemilihan nama Rumah WH8 sendiri berasal dari perusahaan

keluarga WH8 dari 8 orang bersaudara sedang kan WH tersebut adalah nama dari pemilik usaha Wilsa Hermaiti. Menurut Swastha dan Sukotjo (2007), merek adalah suatu nama, istilah, desain (rancangan), atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk memberi tanda pengenal barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang – barang yang dihasilkan oleh pesaing.

e). Kemasan

Usaha ini menggunakan nama “Keripik Kentang Rumah WH8” yang tertulis pada kemasan produk. Pada label tertulis surat izin usaha, komposisi, lebel halal, serta nomor telepon yang bisa dihubungi. Kemasan produk keripik kentang belum memenuhi kriteria sebuah kemasan yang baik. Sebaiknya pemilik nantinya dapat mendesain kemasannya sesuai kriteria kemasan yang baik, sehingga informasi produk dapat sampai kepada konsumen. Kriteria kemasan yang perlu ditambahkan seperti pada komposisi bahan yang digunakan, jumlah masing-masing bahan, dan berat bersih produk.

Pengemasan ialah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk yang disebut kemasan (Kotler, 2002). Menurut Siagian (1992), dalam sebuah kemasan tercantum hal-hal sebagai berikut, yaitu komposisi bahan yang digunakan, jumlah masing-masing bahan, manfaat produk, kapan produk kadaluarsa, harga produk, jaminan dari produsen, takaran atau ukuran, kemungkinan efek samping, cara penggunaan yang tepat, kuantitas, label halal dan mutu.

Kemasan yang digunakan untuk produk usaha keripik kentang WH8 ini adalah berupa plastik clip. Usaha ini memakai ukuran 100 gr dan 1 Kg yang sering di beli oleh konsumen langsung kerumah pemilik dengan ukuran per /Kg. Kemasan ini dengan menggunakan plastik kemasan plastik klip yang berguna untuk menjaga agar angin tidak masuk ke dalam kemasan dan menjaga produk agar tahan lama.

ii. Harga (*Price*)

Penetapan harga jual keripik kentang yang digunakan oleh pihak usaha Rumah WH8 adalah berdasarkan kombinasi antara penetapan biaya tambahan dan memperhitungkan biaya transportasi. Cara penetapan harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan dan memperhitungkan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan dalam

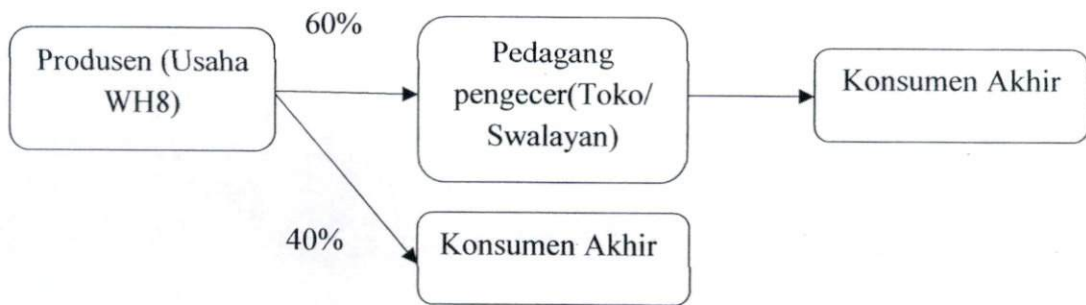
memproduksi, biaya transportasi dalam mendistribusikan produk ke toko-toko dengan tetap memperhatikan harga yang ada dipasaran. Pemilik usaha menetapkan harga jual keripik kentang nya adalah Rp. 10.000/ons Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, harga jual tidak akan mengalami perubahan walaupun terjadi peningkatan permintaan pada bulan-bulan berikutnya dikarenakan pemilik tidak berani mengambil resiko jika harga jual dinaikkan maka permintaan konsumen akan produknya akan berkurang.

iii. Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan produsen untuk menyalurkan barang dan jasa yang dihasilkannya kepada konsumen. Menurut Kotler (2005), saluran distribusi terdiri dari: (1) Saluran distribusi langsung yaitu saluran yang terdiri dari perusahaan manufaktur yang langsung menjual kepada pelanggan akhir, (2) Saluran distribusi tidak langsung yaitu saluran pemasaran yang terdiri dari satu tingkat perantara atau lebih. Skema saluran distribusi usaha Keripik Kentang WH8 adalah sebagai berikut:

Berdasarkan Gambar 4 terlihat bahwa usaha keripik kentang WH8 menggunakan dua saluran distribusi untuk menyalurkan produknya, yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Pola saluran yang pertama adalah distribusi tidak langsung yaitu usaha keripik kentang WH8 menyalurkan produknya ke pedagang pengecer selanjutnya disalurkan kepada konsumen. Usaha WH8 memasarkan produknya melalui toko-toko yang tersebar di Kota Padang. Keripik Kentang ini langsung diantarkan oleh pemilik usaha ke toko-toko tersebut. Semua masalah mengenai pengangkutan (biaya distribusi) ditanggung sendiri oleh usaha WH8. Jumlah keripik kentang yang diantarkan ke pedagang pengecer adalah berbeda-beda setiap tokonya keripik kentang dengan ukuran 100 gr dengan jangka waktu perminggu.

Gambar 4. Saluran Distribusi Usaha Keripik Kentang WH8



Pola saluran yang kedua adalah saluran distribusi langsung yaitu usaha keripik kentang WH8 melakukan dan melayani pembelian langsung oleh konsumen kepada usaha. Untuk itu di ruang tamu rumah pemilik usaha dibentuk seperti *showroom* untuk dapat memperlihatkan produk-produk yang dijual kepada konsumen.

Usaha keripik kentang WH8 berusaha untuk menjalin hubungan baik dengan pedagang pengecer dan konsumen yang telah menjadi langganannya. Hal ini dilakukan dalam upaya membangun loyalitas pelanggan sehingga para pelanggan merasa puas dengan produk keripik kentang WH8, yaitu dengan cara memberikan pelayanan secara optimal pada saat proses transaksi berlangsung maupun memberikan produk yang berkualitas untuk kepuasan konsumen.

Distribusi yang digunakan untuk usaha Keripik Kentang WH8 dalam menyalurkan produknya ke konsumen akhir menggunakan distribusi intensif yaitu mengusahakan agar produk dapat menyebar seluas mungkin sehingga dapat menjangkau semua lokasi dimana calon konsumen berada. Untuk itu, usaha keripik kentang WH8 mengupayakan agar keripik kentang mudah untuk didapat konsumen melalui pedagang pengecer.

Wilayah pemasaran keripik kentang WH8 masih terbatas, terbukti dengan sedikitnya pedagang pengecer yang ada. Distribusi ini dapat dilakukan oleh produsen yang menjual barang *convenience* (meyakinkan). Pendistribusian ini dilakukan oleh pemilik usaha sendiri, dengan mengantarkan langsung produk ke pedagang pengecer dengan menggunakan sepeda motor. Sedangkan pada hari Minggu atau hari libur, pemilik usaha menjual sendiri produknya di GOR H. Agus Salim atau di Asrama Haji.

iv. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh usaha Keripik Kentang WH8 adalah:

1) *Advertising* (periklanan)

Promosi yang dilakukan oleh usaha keripik kentang adalah dengan menggunakan brosur, kartunama, baliho, stiker di mobil dan banner. Untuk rencana kedepan, pemilik usaha ingin mempromosikan produknya melalui radio-radio, radio dianggap paling efektif karena dapat mencapai daerah-daerah seluas-luasnya sampai daerah terpencil dengan biaya yang lebih kecil.

2) *Sales promotion* (promosi penjualan)

Usaha keripik kentang WH8 sering mengikuti pameran-pameran produk yang diadakan baik oleh pemerintah maupun instansi lainnya. Hal ini dilakukan oleh pemilik usaha agar masyarakat lebih mengenal lagi produk kentang yang dihasilkan oleh usaha WH8. Diakui oleh pemilik usaha bahwa pameran ini sangat membantu dalam promosi kripik kentang, sehingga usaha mendapatkan konsumen baru yang akhirnya menjadi pelanggan.

3) *Personal selling*

Usaha WH8 melakukan usaha secara *personal selling* yaitu komunikasi langsung dari mulut ke mulut dengan membina hubungan baik dengan konsumen dan juga para pedagang pengecer.

4) Publisitas

Usaha keripik kentang WH8 juga telah mempromosikan produknya melalui internet yaitu melalui *Facebook* dari Ibu Wilsa. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan dan mempublikasikan produk yang dihasilkan oleh usaha kripik kentang WH8 pada dunia luar. Promosi ini dianggap belum efektif karena promosi yang dilakukan hanya sebatas dari teman-teman Ibu Wilsa sendiri.

Menurut Kotler (2005), promosi adalah salah satu instrumen yang sangat penting dalam memasarkan sebuah produk. Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan suatu produk kepada pasar sasaran. Promosi berguna untuk menarik minat/keinginan dan perhatian konsumen untuk membeli suatu produk yang dijual. Usaha keripik kentang telah melakukan kegiatan promosi secara terencana walaupun dengan dana yang terbatas. Menurut pemilik usaha, kegiatan promosi yang dilakukan belum efektif.

6. Aspek Keuangan

a. Sumber modal

Pada awal berdiri usaha kecil keripik kentang WH8 yang dirintis oleh Bapak Zulfadhli dan Ibu Wilsa Hermaiti mengeluarkan modal sebesar Rp 25.005.000.00 yang merupakan modal sendiri dari pemilik usaha. Sampai saat ini pihak usaha tidak melakukan pinjaman modal dari pihak luar, karena pemilik usaha masih ingin memaksimalkan modalnya.

b. Pencatatan Keuangan

Usaha WH8 melakukan pencatatan kegiatan usaha yang sederhana dan dibuat secara manual tidak terstruktur yang tidak sesuai dengan pencatatan akuntansi yang baik dan benar.

c. Metode Penetapan Harga

Penetapan harga jual keripik kentang yang digunakan oleh pihak usaha Rumah WH8 adalah berdasarkan kombinasi antara penetapan biaya tambahan dan memperhitungkan biaya transportasi. Cara penetapan harga ini dilakukan dengan mempertimbangkan dan memperhitungkan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi, biaya transportasi dalam mendistribusikan produk ke toko-toko dengan tetap memperhatikan harga yang ada dipasaran. Pihak WH8 menetapkan harga jual keripik kentang Rp. 10.000 / 100 gr.

Menurut Swastha dan Sukotjo (2007), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2002), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

B. Analisis Keuntungan

1. Pendapatan Penjualan / Penerimaan

Pendapatan penjualan adalah nilai rupiah yang diterima oleh pihak usaha keripik kentang WH8 dari hasil penjualan produknya. Besarnya pendapatan penjualan yang dapat dihitung dengan mengkalikan jumlah produk yang terjual dengan harga jual produk yang

telah ditetapkan. Jumlah pendapatan penjualan usaha selama periode 14 Juli-16 Agustus 2014 dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Pendapatan Penjualan Keripik Kentang Pada 14 Juli s/d 16 Agustus 2014

Juli s/d Agustus	Volume Produksi	volume Penjualan	Harga	Pendapatan
Tanggal	(kg)	(100gr)	Rp/Kg	
14 Juli	6	60	10,000	600,000.00
15 Juli	6	60	10,000	600,000.00
16 Juli	4	40	10,000	400,000.00
17 Juli	3	30	10,000	300,000.00
18 Juli	10	100	10,000	1,000,000.00
19 Juli	10	100	10,000	1,000,000.00
Total	39	390		3,900,000.00
Tanggal				
20 Juli	-	-	-	-
21 Juli	-	-	-	-
22 Juli	10	100	10,000	1,000,000.00
23 Juli	8	80	10,000	800,000.00
24 Juli	12	120	10,000	1,200,000.00
25 Juli	8	80	10,000	800,000.00
26 Juli	4	40	10,000	400,000.00
Total	42	420		4,200,000.00
Tanggal				
27 Juli-2 Agustus	-	-	-	-
Tanggal				
3 Agustus	-	-	-	-
4 Agustus	6	60	10,000	600,000.00
5 Agustus	8	80	10,000	800,000.00
6 Agustus	6	60	10,000	600,000.00
7 Agustus	8	80	10,000	800,000.00
8 Agustus				-
9 Agustus	8	80	10,000	800,000.00
Total	36	360		3,600,000.00
Tanggal				
10 Agustus				-

11 Agustus	7	70	10,000	700,000.00
12 Agustus	6	60	10,000	600,000.00
13 Agustus	8	80	10,000	800,000.00
14 Agustus	8	80	10,000	800,000.00
15 Agustus	7	70	10,000	700,000.00
16 Agustus	5	50	10,000	500,000.00
Total	41	410		4,100,000.00
	158.00	1,580.00		15,800,000.00

Sumber : Usaha Keripik Kentang WH8, 2014 (data diolah)

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa pendapatan penjualan yang diterima oleh usaha keripik kentang WH8 selama pertengahan bulan Juli sampai dengan Agustus 2014 adalah Rp 15,800,000.00

2. Biaya

Biaya yang dikeluarkan dalam menghitung laba bersih pada usaha keripik kentang WH8 yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Rincian biaya variabel yang dikeluarkan oleh usaha keripik Kentang WH8 dapat dilihat pada Tabel 4.

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa komponen biaya variabel terbesar yang dikeluarkan oleh usaha Rumah WH8 dalam proses produksi selama bulan Agustus 2014 adalah biaya pembelian bahan baku yaitu sebesar Rp. 8,075,000.00., selanjutnya biaya tenaga kerja yaitu Rp 1.800.000. Sedangkan komponen biaya variabel terkecil adalah pada pemakaian air yaitu sebesar Rp. 25,000

Tabel 5. Rincian Total Biaya Variabel Yang Dikeluarkan oleh Usaha Keripik Kentang Rumah WH8 Pada 14 Juli-16 Agustus 2014.

Uraian	Jumlah
Biaya Bahan Baku	8,075,000
Biaya Bahan Penolong	1,189,500
Biaya Air	25,000
Biaya Kemasan	640,000
Biaya transportasi	60,000
Pemakaian Pulsa	75,000
Biaya bahan bakar	202,000
Total Biaya Variabel	10,266,500

Sumber : usaha keripik kentang "Rumah WH8" 2014 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa total biaya variabel yaitu sebesar Rp, 10,266,500,-. Adapun komponen biaya terbesar adalah pada biaya tenaga kerja yaitu sebesar, Rp 1,800,000 - dan komponen biaya terkecil adalah biaya pemakaian air yaitu sebesar Rp 25.000,-. Rata-rata biaya bahan baku, biaya bahan penolong, Biaya air, kemasan, transportasi, pemakaian pulsa, dan biaya bahan bakar pada usaha WH8 sebesar Rp 8,075,000, Rp. 1,189,500 Rp 25,000, Rp 640,000, Rp 60,000, Rp 75,000, Rp. 202,000. Dapat dilihat pada Lampiran 7.

Tabel 6. Biaya Tetap Usaha Rumah WH8 yang dikeluarkan pada Bulan Agustus 2014

Biaya Tetap	
Uraian	Jumlah
Gaji Pimpinan	2,000,000
Biaya Tenaga Kerja	1,800,000
Konsumsi Karyawan	900,000
biaya penyusutan bangunan	60,000
Biaya Penyusutan Investasi	72,823
Pajak Kendaraan	13,000
Total Biaya Tetap	4,845,823

Sumber : usaha keripik kentang 2014 (data diolah)

Selain biaya variabel, pihak usaha keripik kentang WH8 juga mengeluarkan biaya tetap, yaitu gaji pimpinan, pajak kendaraan, biaya penyusutan alat mesin dan serta juga untuk konsumsi tenaga kerja. Untuk gaji pimpinan ditetapkan sebesar Rp 2.000.000/bulan. Pajak kendaraan termasuk juga kedalam biaya tetap yang dikeluarkan pihak usaha karena untuk pajak kendaran dibayarkan setiap bulannya sebesar Rp 13.000 didapatkan dari hasil

bagi dari total pajak yang dibayarkan setiap tahunnya sebesar Rp. 156.000. Besarnya pajak kendaraan tidak dipengaruhi oleh jumlah produk keripik kentang yang dihasilkan. Rincian untuk biaya tetap yang dikeluarkan usaha keripik kentang setiap bulannya dapat dilihat pada Lampiran 8.

3. Analisis Biaya Bersama

Perhitungan biaya bersama untuk usaha WH8 ini meliputi biaya pemakaian air dan bangunan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha untuk pemakaian air, diambil persentase 10% dari pencucian bahan baku kentang yaitu Rp 25.000. dan bangunan di ambil persentase 20%.

Biaya bersama adalah biaya untuk memproduksi dua atau lebih produk yang terpisah dengan fasilitas yang sama pada saat yang bersamaan (Mulyadi, 2009). Metode biaya bersama yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode satuan fisik, yaitu menentukan harga pokok produk bersama bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir pemisahan biaya bersama antara pemakaian usaha dan pemakaian pribadi.

4. Keuntungan (Laba Bersih)

Laba bersih dapat dihitung dari selisih pendapatan penjualan dikurangi seluruh biaya. Besarnya tingkat keuntungan yang diperoleh usaha keripik kentang Rumah WH8 dapat dilihat pada Tabel 7. Dapat dilihat pendapatan penjualan keripik kentang pada 14 Juli-16 Agustus 2014 adalah sebesar Rp. 15,800,000 dan keuntungan yang di peroleh usaha keripik kentang Rumah WH8 pada periode tersebut adalah sebesar Rp. 687,677.

Tabel 7. Tabel Analisis Laba Rugi pada Usaha Keripik Kentang WH8 Pada Bulan Agustus 2014

Uraian	Nilai
Pendapatan Penjualan	15,800,000
Return penjualan	0-
Penjualan bersih	15,800,000
Biaya variabel :	
Biaya produksi variabel :	
Biaya bahan baku	8,075,000
Biaya bahan penolong	1,189,500
Biaya overhead pabrik variabel	
Biaya kemasan	640,000
Biaya bahan bakar	202,000
Biaya air	25,000
Biaya transportasi	60,000
Biaya pemakaian pulsa	75,000 +
Total biaya variabel	10,266,500 -
Laba kontribusi	5,533,500
Biaya tetap :	
Biaya overhead pabrik tetap :	
Biaya penyusutan bangunan	60,000
Biaya tenaga kerja	1,800,000
Konsumsi karyawan	900,000
Biaya penyusutan investasi	72,823
Biaya administrasi dan Umum :	
Gaji pimpinan	2,000,000
Pajak kendaraan	13,000 +
Total biaya tetap	4,845,823-
Laba bersih	687,677

C. Analisis Titik Impas (*Break Event Point*)

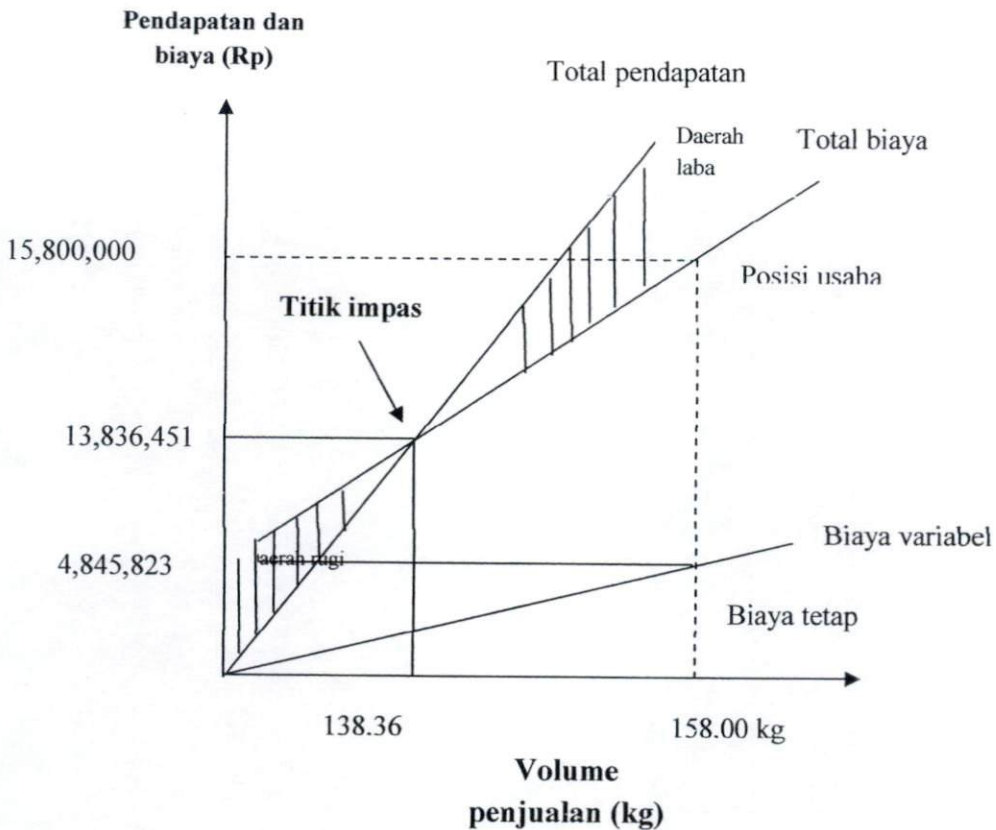
Analisis titik impas merupakan metode yang digunakan untuk melihat pada tingkat berapa usaha WH8 tidak mengalami kerugian dan tidak pula memperoleh keuntungan dalam usahanya. Dalam analisis titik impas semua biaya dikelompokkan kedalam biaya variabel dan biaya tetap. Adapun unsur-unsur yang diperlukan dalam perhitungan impas adalah biaya tetap total, biaya variabel total, biaya variabel per unit, volume produksi selama periode tertentu dan harga jual.

Jumlah biaya variabel dan biaya tetap yang dikeluarkan untuk perhitungan titik impas usaha WH8 dapat dilihat pada Lampiran 9. Perhitungan titik impas pada usaha WH8 dilakukan pada Bulan Agustus 2014. Titik impas dalam kuantitas dan impas dalam penjualan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Titik Impas dalam Kuantitas dan Rupiah Penjualan pada Bulan Agustus 2014

Keterangan	Jumlah
Biaya Tetap (Rp)	4,899,223
Biaya Variabel (Rp)	10,266,500
Biaya Variabel/unit (Rp/kg)	64,978
Harga Jual	100,000
Volume Produksi (Kg)	158.00
Penjualan (Rp)	15,800,000
Impas Kuantitas (Kg)	139.89
Impas Penjualan (Rp)	13,988,926.25

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa titik impas terjadi pada tingkat penjualan sebesar Rp. 13,988,926 atau penjualan kuantitas dengan jumlah 139.89 kg. angka ini menunjukkan bahwa pada kondisi tersebut perusahaan belum mendapatkan keuntungan tapi juga tidak mengalami kerugian. Pada saat sekarang perusahaan telah mampu melakukan penjualan senilai Rp. 15,800,000 dengan volume produksi sebesar 158.00 kg, berarti perusahaan sudah berada di atas titik impas. Grafik titik impas dapat dilihat pada gambar 5 berikut :



Gambar 5. Grafik Titik Impas Penjualan Usaha Keripik Kentang Rumah WH8 Pada Bulan Agustus 2014.

Berdasarkan grafik diatas apabila suatu usaha telah berada diatas titik impas usahanya tersebut, maka usaha tersebut telah mengalami keuntungan. Dari perhitungan keuntungan dan analisis titik impas yang diperoleh usaha keripik kentang WH8, maka usaha ini telah memperoleh keuntungan dalam berusaha dan berpendapatan diatas titik impasnya. Usaha ini menetapkan harga jual produknya sebesar Rp10.000/ons. Hal ini merupakan salah satu hal untuk meningkatkan keuntungan lebih pada usaha keripik kentang tersebut. Sehingga dapat membantu usaha ini dalam memperoleh keuntungan yang tinggi, dan usaha ini dapat berpendapatan diatas titik impasnya. Jadi, dapat diketahui yang membedakan keripik kentang dari pesaingnya adalah dari segi produk, keripik kentang WH8 memiliki cita rasa bumbu yang pedas, Keju, dan gurih.

Pada pemasaran, konsumen datang langsung membeli ditempat produksi. Selain itu keripik kentang WH8 dipasarkan ke toko-toko yang ada di Kota Padang . Dilihat dari segi promosi usaha WH8 melakukan promosi dari konsumen satu ke konsumen lain (*personal selling*). Pemilik usaha juga mengikuti pameran dan beberapa pelatihan yang di adakan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang, serta usaha ini dibawah naungan Barisan Industri Padang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Usaha keripik kentang WH8 merupakan usaha kecil yang didirikan oleh Bapak Zulfadhli beserta istrinya yang berdiri sejak tahun 2010 dan mendapatkan izin usaha pada tahun 2013 dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang. Usaha ini salah satu produk pertanian yaitu kentang menjadi olahan keripik kentang cabe dan keju, beranggotakan 3 orang bagian produksi termasuk pemilik usaha. Pemilik usaha merangkap sebagai pimpinan serta tenaga kerja bagian produksi, keuangan dan juga bagian pemasaran. Usaha belum memiliki peraturan tertulis mengenai tugas, wewenang dan tanggung jawab tenaga kerja, masih melakukan pencatatan keuangan secara manual dan belum menerapkan pencatatan akuntansi secara baik dan benar. Usaha ini tidak memiliki laporan keuangan yang menjelaskan berapa laba bersih yang diterima per bulannya. Pemasaran keripik kentang WH8 ini belum optimal dan belum menjangkau semua kawasan, pemasaran dilakukan ke toko-toko di Kota Padang, sisanya konsumen langsung memesan ditempat produksi.
2. Total keuntungan usaha keripik kentang WH8 pada Bulan Agustus 2014 diperoleh sebesar Rp. 687,677 ,-. Berdasarkan perhitungan titik impas yang dilakukan, diketahui bahwa pada Bulan Agustus usaha keripik kentang WH8 telah berproduksi sebanyak 158 kg di atas titik impas kuantitasnya yaitu sebanyak 139 kg. Untuk penjualan selama periode tersebut telah didapatkan pendapatan penjualan sebesar Rp15.800.000,- diatas titik impas penjualan yaitu sebesar Rp. 13,988,926 yang artinya usaha ini telah mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukannya.

B. Saran

1. Berdasarkan perhitungan keuntungan yang dilakukan, disarankan kepada pihak usaha untuk membuat catatan keuangan dengan lebih lengkap agar dapat dilakukan perhitungan laba rugi setiap tahunnya sesuai dengan akuntansi yang baik dan benar, sehingga dapat dilihat laba atau rugi yang diterima oleh pihak usaha serta perkembangan untuk usaha buat kedepannya.
2. Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian lanjutan mengenai analisis usaha keripik kentang Rumah WH8.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, Anton. 2005. *Arah Kebijakan Pembangunan Pertanian Kabinet Indonesia Bersatu*. Makalah dalam dialog nasional dan muswil DPW I Popmasepti Gedung E. Universitas Andalas Padang
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Statistik Industri Kecil*. Padang.
- _____. 2005. *Survey Rumah Tangga Usaha Holtikultura*. Sumatera Barat.
- Depertemen Pertanian. 1999. *Petunjuk Teknis Bina Intensifikasi Tanaman Pangan dan Pengembangan Penangkar Benih Padi*. Padang
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2010. *Data Base Industri Kecil*. Padang
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen, Edisi 2*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Study Kelayakan Usaha*. Rineka Cipta Jakarta. 249 Hal
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Aditya Media. Yogyakarta
- _____, 2009. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Prawirosentono (2002) *Pengantar Bisnis Modern Study Kasus Indonesia dan Analisa Kuantitatif*. Jakarta. Bumi Aksara
- Samadi, B. 2007. *Kentang dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sandra, B. 2002. *Memberdayakan Industri Kecil Beebasis Agroindustri di Pedesaan*. Makalah Pengantar Falsafah Sains. IPB. Bogor.

- Saragih, Bungaran. 1999. *Pengembangan Agribisnis Merupakan Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah dan Kerakyatan*. Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang.
- Soekartawi, 2005. *Pengantar Teori Agroindustri*. PT. Rajan Grafindo Persada. Jakarta.
- Subanar, Harimurti. 1994. *Manajemen Usaha Kecil*. BPFE. Yogyakarta.
- Swatha, Bashu dan Soekotjo, Ibnu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Sunarjono, H 2007. *Petunjuk Praktis Buudidaya Kentang*. PT. Agromedia Pustaka.
- Samryn. 2001. *Akuntansi manajerial, Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Swatha, Bashu. 1993. *Asas-asas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Tantri, Francis. 2009. *Pengantar Bisnis*. PT Raja Gafindo Persada. Jakarta.
- Tambunan. 1999. *Perkembangan Industri kecil di Indonesia*. PT. Mukhtiar Widia. Jakarta.
- Umar, Husen. 2005. *Study Kelayakan Bisnis Edisi 3*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wirakartakusumah, M. A. 1997. *Telaah Perkembangan industry Pangan Di Indonesia*. Jurnal Pangan. Vol. VIII No. 1. Penerbit Bulog. Jakarta.

Lampiran 1. Daftar Perusahaan Keripik Kentang Di Kota Padang

No	Nama Perusahaan	Alamat	Harga Produksi/ Kg
1.	Kripik Kentang Mahkota	Jl. Hidayat No.21 Kel. Dadok Raya Tunggul Hitam	Rp. 120.000
2.	Kripik Kentang Christine Hakim	Jl Nipah No. 38A	Rp. 120.000
3.	Kripik Kentang Shirley	Jl. Gereja No 36	Rp. 120.000
4.	Kripik Kentang Rohana Kudus	Jl. Dobi No. 36	Rp. 120.000
5.	Kripik Kentang Lado Mudo Rizky Alke	Jl. Simp.Perumnas No. 62	Rp. 108.000
6.	Kripik Kentang Sutan Pangeran	Jl. Veteran No. 75F Padang	Rp. 120.000
7.	Keripik Kentang Pasar Pagi	Jl.Dokter Juanda Padang	Rp.108.000
8.	Keripik Kentang Rumah WH 8	Jl. Raden Saleh/Cimpago No. 17 Padang	Rp.100.000

Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi Kota
Padang, 2014

Lampiran 2. Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Digunakan

No.	Klasifikasi	Jumlah tenaga kerja
1.	Industri Rumah Tangga	1-4 orang
2.	Industri Kecil	5-19 orang
3.	Industri Sedang	20-99 orang
4.	Industri Besar	Diatas 100 orang

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2013

Lampiran 3. Kandungan Zat Gizi Kentang per 100 gram

Komposisi	Jumlah
Vitamin B1	0,11 mg
Vitamin B2	40 IU
Vitamin C	25 mg
Fosfor	56 mg
Besi	1 mg
Kalsium	11 mg
Lemak	0,1 gr
Karbohidrat	19,1 gr
Protein	2 gr

Sumber : Direktorat gizi, Depkes (2010)

Lampiran 4 : Pemasaran Keripik Kentang Pada Usaha Kecil Rumah WH 8 Periode Agustus 2014

No.	Nama Toko	Alamat
1	Christine Hakim	Padang
2	Mahkota	Padang
3	Toko Arjuna	Padang
4	Toko Wahyu	Padang
5	Toko Nando	Padang
6	Toko Dilla	Padang
7	Toko Nela cake Padang Baru	Padang
8	Toko Rilly	Padang
9	Adek Swalayan	Padang
10	Koperasi BTN	Padang
11	Kandep Dikbud Provinsi	Padang
12	Swalayan X-mart	Padang
13	Toko Deri Cake	Padang
14	Hendra Swalayan	Padang
15	Toko Rohana Kudus	Padang
16	Toko Ayu	Padang
17	Toko Risky	Padang
18	Café UNP	Padang
19	Minimarket Lubuk Minturun	Padang
20	Toko Silungkang Abu Nawas	Padang
21	Toko Silungkang Sudirman	Padang
22	Toko Buk roy Siteba	Padang
23	Toko Rona	Padang
24	Gor	Padang
25	Toko Nela Cake Nipah	Padang

Sumber : Usaha Keripik Kentang Rumah WH 8, 2014

Lampiran 5. Kriteria Industri dan Perdagangan berdasarkan Jumlah Tenaga kerja dan Omset Penjualan Tahun 2009

No.	Klasifikasi	Jumlah tenaga kerja	Omset Penjualan
1.	Industri Rumah Tangga	1-4 orang	1 M kebawah
2.	Industri Kecil	5-19 orang	1 M kebawah
3.	Industri Sedang	20-99 orang	1-50 M
4.	Industri Besar	Diatas 100 orang	Diatas 50 M

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatra Barat, 2009

Lampiran 6. Jenis Investasi dan Peralatan dan Nilai Penyusutan pada Usaha Keripik Kentang "Rumah WH8" pada Bulan Agustus 2014

<p>1. Pisau</p> <p>Harga beli = Rp 10.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{10.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 2000/tahun = Rp 166,66/bulan</p>	<p>2. Blender</p> <p>Harga beli = 150.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{150.000 - 0}{5}$ <p>= 30.000/tahun = 2500/bulan</p>
<p>3. Parutan</p> <p>Harga beli = Rp 50.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{250.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 50.000/tahun = Rp 4166,66/bulan</p>	<p>4. Toples Plastik</p> <p>Harga beli = Rp 15.000 Umur ekonomis = 10 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{15.000 - 0}{10}$ <p>= Rp 1500/tahun = Rp 125/bulan</p>
<p>5. Baskom</p> <p>Harga beli = Rp 20.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{20.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 4000/tahun = Rp 333,33/bulan</p>	<p>6. Penggoreng</p> <p>Harga beli = Rp 400.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{400.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 80.000/tahun = Rp 6,666/bulan</p>

<p>7. Timbangan</p> <p>Harga beli = Rp300.000 Umur ekonomis = 10 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{300.000 - 0}{10}$ <p>= Rp 30.000/tahun = Rp 2500/bulan</p>	<p>8. Sendok penggorengan</p> <p>Harga beli = Rp 80.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{80.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 16.000/tahun = Rp 1333/bulan</p>
<p>9. Keranjang</p> <p>Harga beli = Rp 200.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{200.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 40.000/tahun = Rp 3333/bulan</p>	<p>10. Kompor gas</p> <p>Harga beli = Rp 800.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{800.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 160.000/tahun = Rp 13,333/bulan</p>

Lanjutan, lampiran 6. Jenis Investasi dan Peralatan dan Nilai Penyusutan pada Usaha Keripik Kentang "Rumah WH8" pada Bulan Agustus 2014

Jenis Investasi	Jumlah	Penyusutan (Rp/bulan)	Total
Bangunan	1	60.000	60.000
Pisau	5	166	830
Blender	1	2,500	2,500
Parutan	2	4,166	8,332
Kotak Kecil	2	125	250
Baskom	4	333	1,332
Penggorengan	2	6,666	13,332
Timbangan	2	2,500	5,000
Sendok penggorengan	3	1,333	3,999
Keranjang	5	3,333	16,665
Kompor Gas	1	13,333	13,333
Saringan Minyak	2	625	1,250
Ember	2	500	1,000
Box Besar	5	1,000	5,000
Jumlah		36.580	72.823

<p>11. Saringan minyak</p> <p>Harga beli = Rp 75.000 Umur ekonomis = 10 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{75.000 - 0}{10}$ <p>= Rp 7500/tahun = Rp 625/bulan</p>	<p>12. Ember</p> <p>Harga beli = 30.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{30.000 - 0}{5}$ <p>= Rp 6000/tahun = Rp 500/bulan</p>
<p>13. Box besar</p> <p>Harga beli = Rp 60.000 Umur ekonomis = 5 tahun Nilai sisa = 0 Penyusutan pertahun</p> $= \frac{60.000 - 0}{5}$ <p>= Rp $\frac{12.000}{\text{tahun}}$ = Rp 1000/bulan</p>	<p>14. Bangunan</p> <p>Harga Beli = Rp. 100.000.000 Umur Ekonomis = 25 tahun Nilai sisa = 10.000.000 Penyusutan pertahun =</p> $\frac{100.000.000 - 10.000.000}{25} = Rp \frac{3.600.000}{12} = Rp$ $Rp \frac{300.000}{5} = Rp. 60.000$

Lampiran 7 : Rincian Total Biaya Variabel dan Yang Dikeluarkan oleh Usaha Keripik Kentang Rumah WH8 Pada Bulan Agustus 2014.

1. Biaya Bahan Baku

Juli	Jumlah/Kg	Harga	Biaya Bahan Baku
Minggu 1/Tgl			
14 Juli	30	10,000	300,000.00
15 Juli	30	10,000	300,000.00
16 Juli	20	10,000	200,000.00
17 Juli	15	10,000	150,000.00
18 Juli	50	10,000	500,000.00
19 Juli	50	10,000	500,000.00
Total	195	60,000	1,950,000.00
20 Juli	-	-	-
21 Juli	-	-	-
22 Juli	50	10,000	500,000.00
23 Juli	40	10,000	400,000.00
24 Juli	60	10,000	600,000.00
25 Juli	40	10,500	420,000.00
26 Juli	20	10,500	210,000.00
Total	210	51,000	2,130,000.00
27 Juli-2 Agustus	-	-	-
3 Agustus	-	-	-
4 Agustus	30	10,000	300,000.00
5 Agustus	40	10,000	400,000.00
6 Agustus	30	10,000	300,000.00
7 Agustus	40	11,000	440,000.00
8 Agustus	-	-	-
9 Agustus	40	11,000	440,000.00
Total	180	52,000	1,880,000.00
10 Agustus	-	-	-
11 Agustus	35	11,000	385,000.00
12 Agustus	30	11,000	330,000.00
13 Agustus	40	10,000	400,000.00
14 Agustus	40	10,000	400,000.00
15 Agustus	35	10,000	350,000.00
16 Agustus	25	10,000	250,000.00
Total	205	62,000	2,115,000.00
Biaya bahan baku 14Juli s/d 16Agst			8,075,000.00

2. Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong	Jumlah (kg)	Harga	Nilai
1. minyak goreng	33	21,500	709,500.00
2.keju	6	70,000	420,000.00
3.cabe	3	20,000	60,000.00
Total			1,189,500.00

3. Biaya Air,Biaya Transportasi,Biaya Pulsa, bahan bakar dan Biaya Kemasan.

Agustus	Biaya transportasi	Biaya pemakaian Pulsa	Biaya pemakaian air
	60,000	75,000	25,000

Agustus	Biaya Gas Elpiji		
	Jumlah /gas(12Kg)	Harga	Nilai
	2	101,000	202,000

Agustus	Biaya Kemasan		
Harga Plastik (Rp)	Plastik yang dibutuhkan/Kg	Biaya Plastik (Rp)	
40,000.00	16	640,000.00	

Lampiran 8 : Biaya Tetap Usaha Rumah WH8 yang dikeluarkan pada Bulan Agustus 2014

Biaya Tetap	
Uraian	Jumlah
Gaji Pimpinan	2,000,000
Biaya Tenaga Kerja	1,800,000
Konsumsi Karyawan	900,000
biaya penyusutan bangunan	60.000
Biaya Penyusutan Investasi	72.823
Pajak Kendaraan	13,000
Total Biaya Tetap	4,845,823

Lampiran 9. Perhitungan Titik Impas pada Usah Kecil “Keripik Kentang Rumah WH8” pada Bulan Agustus 2014.

$$\text{Volume Produksi} = 158.00 \text{ Kg}$$

$$\text{Total Biaya Tetap} = \text{Rp. } 4,845,823$$

$$\text{Total Biaya Variabel} = \text{Rp. } 10,266,500$$

$$\text{Harga Jual/ Kg} = \text{Rp. } 100,000$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Variabel/Kg} &= \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Volume Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 10,266,500}{158 \text{ kg}} = \text{Rp. } 64,978 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Impas Kuantitas} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual/Kg} - \text{Biaya Variabel/Kg}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 4,845,823}{\text{Rp. } 100,000 - \text{Rp. } 64,978} = \text{Rp. } 138,36 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Impas Penjualan} &= \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel/Kg}}{\text{Harga Jual/Kg}}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 4,845,823}{1 - \frac{\text{Rp. } 64,978}{\text{Rp. } 100,000}} = \text{Rp. } 13,836,451 \end{aligned}$$

Lampiran 10. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Kentang Rumah WH8



Proses pencucian kentang sebelum dikupas



Pengupasan Kulit Kentang



Setelah dikupas dari kulitnya, kentang dicuci lagi



Proses Pamarutan kentang



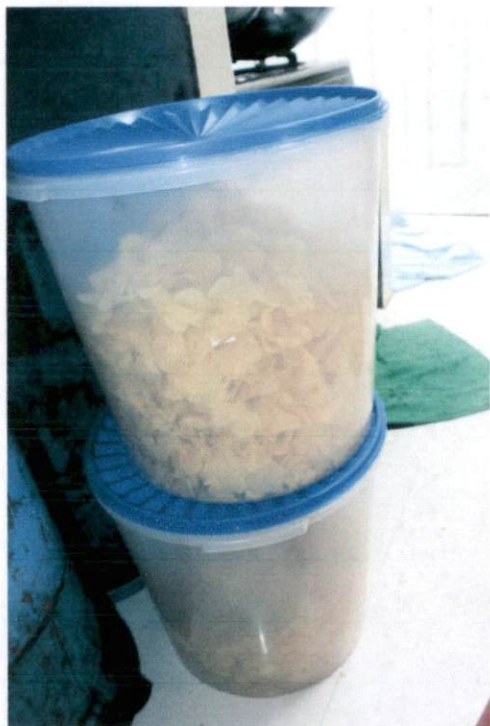
Setelah diparut, kentang ditiriskan sebelum digoreng



Kentang siap digoreng menjadi keripik.



Setelah digoreng, dikeringkan dari minyaknya.



Setelah dingin, gorengan keripik dimasukkan ke dalam box besar



Proses penyortiran keripik



Pembuatan bubuk cabe



Proses pemasukan keripik ke dalam kemasan



Proses penimbangan keripik kentang sebelum dikemas



Produk siap dikemas