



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 TAPAI KERING (PEUYEUM) PADA USAHA
PUTRI DI KENAGARIAN TOBOH KETEK KECAMATAN ENAM
LINGKUNG KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

SKRIPSI

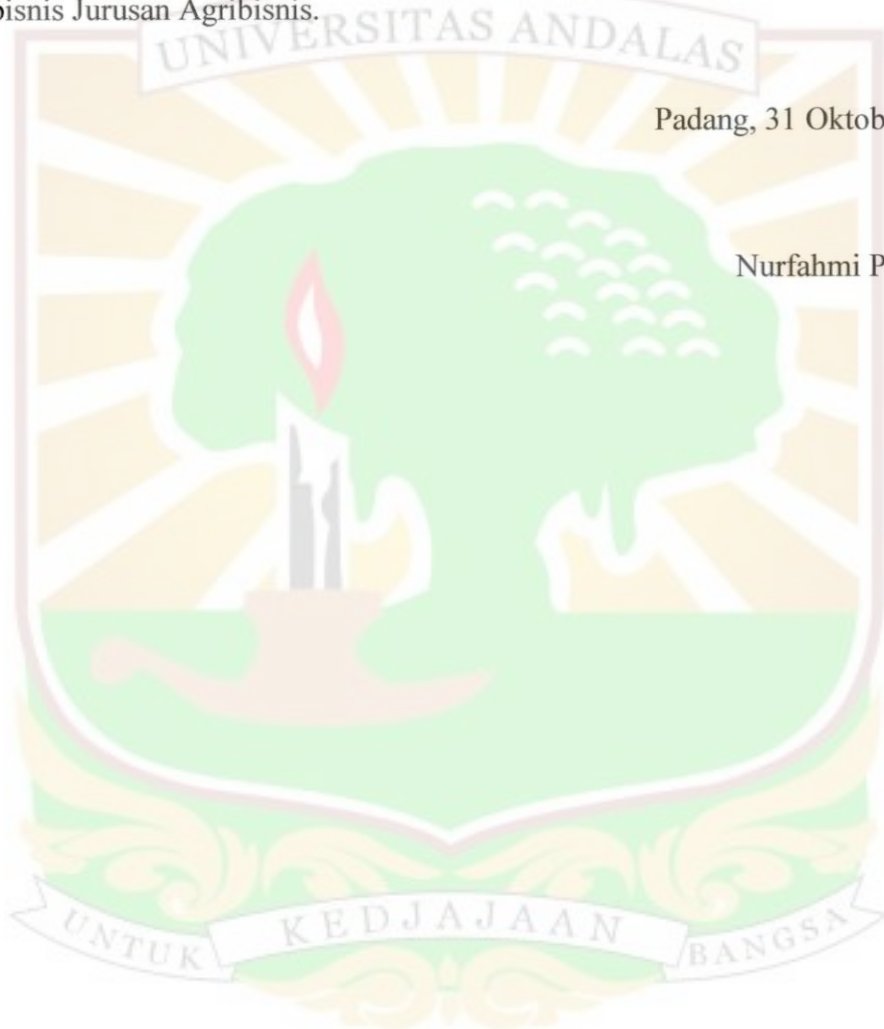


**NURFAHMI PATHONAH
0810221004**

**FAKULTAS PETANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2012**

BIODATA

Penulis dilahirkan di Simalungun, Sumatera Utara pada tanggal 16 Agustus 1988 sebagai anak keenam dari tujuh bersaudara, dari pasangan Legiman Sy, QIA dan Riyani. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 8 Palembang. Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) ditempuh di SMP Negeri 2 Medan, lulus pada tahun 2005. Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) ditempuh di SMA Harapan 3 Medan, lulus pada tahun 2008. Pada tahun 2008 penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis.



Padang, 31 Oktober 2012

Nurfahmi Pathonah

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahwata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada ummat-Nya, sehingga dengan izin-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Analisa Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri Di Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman"**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada Ibu Ir. Dwi Evaliza, M.Si dan Ibu Nur Afni Evalia, SP, MM sebagai dosen pembimbing yang telah banyak memberi petunjuk, saran dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ketua dan Sekretaris Program Studi Agribisnis, seluruh dosen dan karyawan Fakultas Pertanian yang telah memberi dorongan, semangat dan bantuan yang berharga selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang. Penghormatan dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang telah memberi semangat, dorongan, dan doa kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi. Demikian pula kepada Ibu Asmi selaku pimpinan usaha Tapai Kering Putri di Kabupaten Padang Pariaman yang telah bersedia meluangkan waktunya memberikan informasi-informasi yang penulis butuhkan untuk skripsi ini. Dan terimakasih untuk teman-teman Agribisnis angkatan 08 yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

Selayaknya karya manusia biasa, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan masukan, kritikan, dan saran dari semua pihak agar kekurangan tersebut dapat diperbaiki dimasa mendatang. Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat memenuhi fungsinya dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dengannya.

Padang, 31 Oktober 2012

N.P

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Gambaran Umum Ubi Kayu	8
2.2 Gambaran Umum Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>)	9
2.3 Industri Kecil	10
2.4 Manajemen Produksi	12
2.5 Bauran Pemasaran	13
2.6 Analisa Laba Rugi	20
2.7 Analisa Titik Impas	21
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
III. METODE PENELITIAN	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Variabel Penelitian	29
3.6 Analisa Data	33

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Profil Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	37
4.2 Manajemen Produksi Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	44
4.3 Bauran Pemasaran Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	52
4.4 Analisa Keuntungan Dan Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	69
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>	<u>Halaman</u>
1. Identitas Tenaga Kerja Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	42
2. Rincian Harga Jual Produk Tapai Kering Untuk Konsumen dan Pengecer Pada Usaha Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	61
3. Bauran Pemasaran Industri Tapai Kering Putri dan Tapai Kering Bu Mel.....	68
4. Rincian Pembelian Peralatan Dan Bahan Baku Sebagai Modal Awal Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri.....	70
5. Rincian Jumlah Produksi, Penjualan dan Sisa Produk Tapai Kering Pada Usaha Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	71
6. Rincian Penerimaan Penjualan Jika Dijual Secara Langsung Tanpa Melalui Pengecer Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	72
7. Rincian Penerimaan Penjualan Jika Dijual Secara Langsung Dan Tidak Langsung Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	73
8. Selisih Pendapatan Penjualan Jika Dijual Langsung dengan Penjualan Langsung dan Tidak Langsung Periode Juli 2011 – Juni 2012 Pada Usaha Putri.....	74
9. Total Penerimaan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	75
10. Struktur Biaya Total Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012 Sebelum dan Jika Kenaikan Biaya Bahan Baku.....	77
11. Keuntungan Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Pada Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	78
12. Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	80

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar</u>		<u>Halaman</u>
1.	Grafik Titik Impas (<i>Break Even Point</i>).....	23
2.	Struktur Organisasi Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri..	41
3.	Proses Produksi Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri.....	48
4.	Skema Saluran Distribusi Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juni 2011 – Juli 2012.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Halaman</u>
1. Komposisi Ubi Kayu (Per 100 Gram Bahan).....	88
2. Daftar Nama-Nama Industri Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Beserta Kapasitas Produksi di Kabupaten Padang Pariaman.....	89
3. Perkembangan Industri Kecil / Kerajinan di Padang Pariaman Tahun 2010.....	90
4. Kriteria Industri dan Perdagangan di Sumatera Barat Tahun 2010	91
5. Luas Panen, Produktivitas, dan Produksi Ubi Kayu Per Kabupaten 2010 di Sumatera Barat.....	92
6. Daftar Nama-Nama Pengecer Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Di Kabupaten Padang Pariaman.....	93
7. Matrik Data Set Penelitian	94
8. Volume Produksi dan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 s/d Juni 2012 Dalam Satuan Kilogram.....	97
9. Jumlah Produksi Dan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012 Dalam Jumlah Kemasan.....	98
10. Jumlah Kemasan Mini, Kemasan Plastik, dan Kemasan Kotak Yang Terjual Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012 Berdasarkan Saluran Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung.....	99
11. Rincian Pendapatan Penjualan Langsung Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	100
12. Rincian Pendapatan Penjualan Tidak Langsung Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	101
13. Total Penerimaan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	102

14.	Rincian Upah Tenaga Kerja Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	103
15.	Biaya Listrik dan Biaya Telepon Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	104
16.	Biaya Bahan Baku (Ubi Kayu) Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	105
17.	Biaya Bahan Penolong Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	106
18.	Biaya Bahan Bakar Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	107
19.	Biaya Transportasi Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	108
20.	Biaya Kemasan Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	109
21.	Biaya Kebutuhan Karton Buram dan Kardus Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	110
22.	Rincian Biaya Variabel Dalam Rupiah.....	111
23.	Biaya Abodemen Listrik Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012.....	112
24.	Rincian Biaya Pajak Kendaraan dan Biaya Pajak Bangunan Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	113
25.	Jenis Investasi dan Nilai Penyusutan alat.....	114
26.	Rincian Biaya Tetap Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	115
27.	Keuntungan Dan Rincian Biaya Yang Dikeluarkan Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012 (dalam rupiah).....	116
28.	Perhitungan Laba Rugi Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	117
29.	Perhitungan Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	118

30.	Grafik Titik Impas Untuk Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012.....	119
31.	Perhitungan Laba Yang Diharapkan Pada Usaha tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012...	120
32.	Tanggapan Konsumen Mengenai Produk Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Dibandingkan Pesaing.....	121
33.	Tanggapan Pedagang Pengecer Mengenai Produk Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri Dibandingkan Pesaing.....	122
34.	Surat Keterangan Usaha Putri Dari Wali Nagari Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman.....	124
35.	Dokumentasi Penelitian.....	125



**ANALISA USAHA TAPAI KERING (*PEUYEUM*)
PADA USAHA PUTRI DI KENAGARIAN TOBOH KETEK
KECAMATAN ENAM LINGKUNG
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Analisa Usaha tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri Di Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman” ini telah dilaksanakan selama dua bulan mulai bulan Juli sampai dengan Agustus 2012. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui profil usaha, manajemen produksi, menganalisis bauran pemasaran, dan menganalisis keuntungan serta titik impas pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, dimana pihak Usaha Putri dijadikan sebagai sumber data primer. Sedangkan data skunder diperoleh dari instansi-instansi terkait seperti Dinas Kesehatan Kota Pariaman serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan baik Provinsi Sumatera Barat maupun Kota Pariaman. Analisa kualitatif digunakan untuk menganalisis profil usaha, manajemen produksi dan bauran pemasaran sedangkan analisa kuantitatif digunakan untuk menganalisis keuntungan dan titik impas.

Usaha Putri ini memproduksi produk berupa tapai kering (*peuyeum*) yang berdiri di Kabupaten Padang Pariaman sejak tahun 2008. Latar belakang pendidikan dan dukungan dari keluarga merupakan motivasi pemilik usaha dalam berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis bauran pemasaran didapatkan produk yang dihasilkan oleh usaha Putri ini tergolong ke dalam produk konsumsi. Harga ditetapkan dengan metode *cost plus pricing*. Usaha Putri menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Promosi yang dilakukan adalah promosi penjualan melalui pameran dan *personal selling*.

Dari analisis keuntungan dan titik impas menunjukkan bahwa selama periode Juli 2011 sampai Juni 2012 keuntungan usaha Putri ini sebesar Rp 70.177.322 dan total penjualan sebesar Rp 159.485.000 dengan harga jual Rp 10.000/kg. Perusahaan sudah memproduksi diatas titik impas dimana tingkat produksi adalah 18.609 kg, impas penjualan Rp 28.234.942,29 dan impas kuantitas sebesar 2.823,49 kg.

Sehubungan dengan penelitian ini disarankan kepada pihak usaha Putri untuk mempekerjakan tenaga pemasaran, menambah kios baru dan memperbanyak jumlah pedagang pengecer. Untuk kemasan sebaiknya di lapiasi lagi dengan kardus berlabel dan mencantumkan komposisi serta masa kadaluarsa produk pada label. Pihak usaha juga disarankan untuk membuat papan nama usaha pada tokonya.

Keyword : analisa usaha, keuntungan, ubi kayu, *peuyeum*.

**ANALYSIS OF DRY TAPAI ENTERPRISE (*PEUYEUM*)
ON PUTRI COMPANY AT KENAGARIAN TOBOH KETEK
KECAMATAN ENAM LINGKUNG
KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

ABSTRACT

The research with title “Analysis of Dry Tapai Enterprise (*Peuyeum*) on Putri Company at Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman” is conducted in two month started in July until August 2012. The purposes of this research are to know the company profile, production management, marketing mix analysis, and profit analysis, and break even point of dry tapai (*peuyeum*) Putri Company.

This research is using case study for the methodology, where Putri Company as the primer data. While secondary data is get from related agencies such as Dinas Kesehatan Pariaman city and Dinas Perindustrian dan Perdagangan in West Sumatra province and Pariaman city. Quantitative analysis is used to analyze the profit and break even point while Qualitative analysis is used to analyze the enterprise profile, production management, and marketing mix.

This Putri Company produce a product which is form dry tapai (*peuyeum*) that stands in Kabupaten Padan Pariaman since 2008. Education background and endorsement from family is the motivation for the owner of this business in entrepreneurship. The result of this research shown that from marketing mix analysis, the product that produced by Putri company is include in consumption product. Price is set by using *cost plus pricing* method. Putri company using direct and indirect distribution channel. And promotion used exhibition and personal selling.

From the profit and break even point analysis in period of July 2011 until June 2012 shown that Putri company have profit with amount Rp. 70.177.322 and Sales Rp. 159.485.000 with price of product Rp. 10.000/kg. The company already passed break even point when the production reach 18.609kg, break even sales Rp. 28.234.942,29 and break even quantity as amount 2.823,49 kg.

Based on this research, we recommend to Putri company to hire marketing employee, added more new stalls and retailers. The packaging should be coated again with labeled cardboard and put composition and also expired date on the label. The company also recommended making a billboard on their store.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan industri dan perdagangan di Sumatera Barat, lebih diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis berskala kecil dan menengah. Agroindustri merupakan bidang industri yang erat kaitannya dengan sektor pertanian, karena itu agroindustri dipandang sebagai jembatan strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang antara sektor pertanian dan sektor industri, baik dari segi nilai tambah maupun segi penyerapan tenaga kerja (Diperindag Sumatera Barat, 2010).

Menurut Soekartawi (2003), agroindustri dapat diartikan menjadi dua hal, yaitu : 1) Agroindustri adalah industri yang mengolah bahan baku utama dari produk pertanian yang menekankan pada *food processing management* dalam suatu produk olahan, 2) Agroindustri juga dapat diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri. Industri kecil merupakan bagian integral dunia usaha yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional.

Program pembangunan industri di Sumatera Barat telah diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri berskala usaha kecil dan menengah. Salah satu caranya dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia didaerah sampai kepedesaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pembangunan program industri padat modal dan padat karya (Departemen Perindustrian dan Perdagangan, 2011).

Potensi yang dimiliki industri kecil cukup besar. Industri kecil sudah mampu memainkan peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Sumbangannya dalam berbagai sektor pembangunan tidak perlu disangsikan lagi, dalam penyerapan tenaga kerja dan perluasan lapangan usaha serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Disamping itu industri kecil mempunyai kelebihan yang

tidak dimiliki oleh usaha menengah atau besar seperti biaya organisasi yang rendah, kebebasan bergerak serta rendahnya biaya investasi (Susilobroto *cit* Miranti, 2008).

Menurut Said *cit* Suci (2010), bahwa kelemahan industri kecil adalah masyarakat belum melaksanakan perencanaan dengan baik, mengakibatkan produk kurang mampu bersaing, harga pokok tinggi akibat biaya produksi tinggi, belum memiliki cara-cara penyaluran produk dan pemilihan saluran distribusi produk yang lebih menguntungkan, kekurangan modal untuk membiayai usaha yang menyebabkan industri lambat dalam perkembangannya. Usaha kecil di Indonesia umumnya bergerak dibidang kerajinan, pengadaan sarana produksi (saprodi), dan pengolahan komoditi pertanian. Salah satu bentuk olahan komoditi pertanian adalah makanan tradisional dari lingkungan kita sendiri dan memiliki dua fungsi yaitu sebagai ketahanan pangan dan budaya.

Provinsi Sumatera Barat memiliki banyak industri kecil, salah satunya bergerak dibidang makanan tradisional seperti tapai singkong yang berbahan baku ubi kayu. Ubi kayu sangat diminati sebagai bahan pangan karena kandungan gizi umbinya cukup tinggi, terutama kandungan karbohidratnya (Lampiran 1).

Salah satu usaha pengolahan singkong menjadi tapai adalah usaha tapai kering (*peuyeum*) yang berada di Kabupaten Padang Pariaman. Tapai kering (*peuyeum*) adalah makanan khas masyarakat Bandung. Perbedaan antara tapai basah dengan tapai kering (*peuyeum*) adalah tapai kering (*peuyeum*) cenderung lebih kering dan legit, tidak seperti tapai basah yang lebih berair (basah) walaupun keduanya sama-sama berbahan dasar ubi kayu (Radiyah dan Agosto, 1990).

Jumlah usaha kecil yang mengolah tapai kering (*peuyeum*) di Kabupaten Padang Pariaman hanya dua industri, yaitu Usaha Putri dan Usaha Bu Mel (Lampiran 2). Usaha Putri adalah usaha yang pertama kali membuat tapai kering (*peuyeum*) di Kabupaten Padang Pariaman sejak tahun 2008 yang pemasarannya masih lokal. Diharapkan pemasarannya tidak hanya lokal saja tetapi sudah dipasarkan ke daerah-daerah lain dan usahanya berkembang lebih besar lagi.

Menurut Kotler dan Armstrong, (1997) dalam rangka pencapaian keuntungan bagi perusahaan, maka salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah menyangkut bauran pemasaran suatu produk yang terkait dalam empat hal yaitu : 1) produk, 2) harga, 3) distribusi dan 4) promosi. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba, dan besar kecilnya laba yang dicapai merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Olehkarena itu, manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar, yang dilihat dari laporan rugi laba (Munawir, 2001).

Menurut Mulyadi (2005), laba dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor yaitu harga jual, biaya produksi dan pemasaran serta volume penjualan. Dimana biaya menentukan harga jual, harga jual mempengaruhi volume penjualan sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya. Tiga faktor tersebut saling tergantung satu sama lainnya, sehingga perencanaan tingkat laba mempengaruhi pemilihan alternatif tindakan dan perumusan kebijaksanaan yang akan datang. Untuk itu, manajemen perusahaan memerlukan data untuk menilai berbagai macam kemungkinan yang berakibat laba dimasa yang akan datang yang dapat dilakukan melalui analisa usaha.

Analisis usaha dapat memberikan informasi lengkap tentang modal yang diperlukan, penggunaan modal, besar biaya yang diperlukan, lamanya modal kembali dan tingkat keuntungan yang diperoleh. Analisis usaha dilakukan untuk mengukur atau menghitung apakah usaha tersebut menguntungkan atau merugikan, serta memberi gambaran kepada seseorang untuk melakukan perencanaan usaha (Supriadi dalam Suriono, 2012). Olehkarena itu, penting dilakukan Analisa Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri untuk mengetahui bagaimana keadaan atau kondisi laba rugi pada usahanya.

1.2 Perumusan Masalah

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Pariaman (2011), industri kecil merupakan salah satu sektor andalan yang diharapkan dapat menompang perekonomian Kabupaten Padang Pariaman, namun jumlahnya

menurun dari tahun 2009 hingga 2010. Industri kecil pada bidang pertanian turun dari 479 industri menjadi 442 industri (Lampiran 3). Sebagian industri kecil tersebut mengolah produk pertanian menjadi produk makanan tradisional.

Di Kabupaten Padang Pariaman terdapat banyak industri kecil yang memproduksi berbagai macam tapai, salah satunya adalah industri tapai kering (*peuyeum*) pada usaha Putri. Industri tapai kering (*peuyeum*) Putri ini mulai memproduksi sejak tahun 2008 di Nagari Simpang Tigo Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung yang di prakarsai oleh Ibu Asmi sebagai pemilik usaha. Usaha tapai kering (*peuyeum*) milik Ibu Asmi mempekerjakan 5 orang tenaga kerja termasuk pemilik usaha. Mengacu pada statistik industri kecil dan rumah tangga Dinas Koperasi dan Perindustrian Provinsi Sumatera Barat (2010), industri ini tergolong dalam kategori industri kecil (Lampiran 4).

Bahan baku yang digunakan dalam usaha tapai kering (*peuyeum*) ini adalah ubi kayu. Untuk kegiatan produksi, industri tapai kering (*peuyeum*) Putri membutuhkan bahan baku ubi kayu rata-rata sebanyak 2.584,6 kg/bulan (Lampiran 16). Pembuatan tapai kering (*peuyeum*) masih dilakukan secara manual dan tradisional. Bahan baku mereka dapatkan langsung dari petani ubi kayu yang langsung di antar ke tempat usaha. Dalam memperoleh bahan baku tidak ada kesulitan karena Kabupaten Padang Pariaman merupakan salah satu sentra penghasil komoditi ubi kayu (Lampiran 5).

Berdasarkan survei pendahuluan, pada tahun 2011 diketahui bahwa produksi pada usaha ini mengalami fluktuasi. Produksi pada bulan Januari yaitu 1.800 kg, merupakan produksi paling tinggi dibandingkan bulan-bulan lainnya. Hal ini dikarenakan pada bulan Januari Kota Pariaman mengadakan acara tahunan "Tabuik" dan usaha Putri mengisi salah satu stan pameran makanan di acara tersebut, juga menerima pesanan dari instansi - instansi pemerintah sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap penjualan tapai kering (*peuyeum*) Putri. Selain itu, biasanya selama masa lebaran jumlah produksi usaha ini selalu meningkat, hal ini terlihat pada bulan Agustus 2011 hingga September 2011 (Lampiran 8).

Berdasarkan informasi dari pemilik usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri, jumlah produksi yang fluktuasi terjadi karena kenaikan harga bahan baku yaitu ubi kayu. Harga ubi kayu terus mengalami kenaikan hingga sekarang (Mei 2012) dan turun kembali pada bulan Juni 2012. Pada awal tahun 2008 harga ubi kayu Rp 25.000,- per karung yang beratnya 60 kg, artinya Rp 416,-/kg. Namun pada bulan Juli 2011 harga ubi kayu naik Rp 700,-/kg dan terus mengalami kenaikan hingga bulan Agustus 2011 harga ubi kayu mencapai Rp 1200,-/kg. Harga ubi kayu tersebut turun kembali pada bulan Juni 2012 yaitu seharga Rp 650,-/kg (Lampiran 16). Kenaikan harga ubi kayu di bulan Agustus disebabkan semakin banyaknya industri tapai basah (tapai singkong) yang mulai berkembang, selain itu mendekati bulan Ramadhan menyambut lebaran dibulan September yang biasanya kebutuhan tapai singkong semakin meningkat. Sehingga para petani menaikkan harga ubi kayunya karena banyaknya permintaan.

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri berproduksi sebanyak 4 kali dalam seminggu. Dimana 3 kali berproduksi sebanyak 60 kg/produksi dan sekali sebanyak 120 kg/produksi. Usaha Putri juga menerima pesanan pelanggan, sehingga jumlah produksi ini dapat meningkat sewaktu – waktu. Untuk itu usaha Putri akan menambah volume produksinya sesuai dengan pesanan pelanggan. Selain itu usaha tapai kering Putri juga sering mendapat produk sisa. Produk sisa ini disebabkan karena produk tersebut hampir rusak akibat masa kadaluarsa produk ataupun tidak habis terjual. Masa kadaluarsa yang dimiliki oleh tapai kering (*peuyeum*) putri ini terhitung 6 hari setelah produksi. Biasanya pedagang pengecer mengembalikan produk ke perusahaan setelah 3-4 hari mengingat masa kadaluarsa produk yang pendek.

Bagi perusahaan, awalnya produk sisa tersebut tidak di buang begitu saja, melainkan mendapatkan perlakuan lanjutan yaitu diolah menjadi kue tapai yang kemudian dijual kembali dengan harga Rp 1.000, namun biasanya lebih banyak untuk konsumsi sendiri. Pembuatan produk lanjutan ini (kue tapai) tentunya memerlukan biaya tambahan berupa bahan baku roti gabin dan biaya tenaga kerja. Setelah beberapa lama ternyata penjualan kue tapai ini tidak begitu laku di pasaran yang pada akhirnya terbuang. Olehkarena itu, sekarang ini produk sisa

dari penjualan tapai kering (*peuyeum*) biasanya dikonsumsi sendiri ataupun di buang begitu saja jika sudah kadaluarsa. Terdapatnya produk sisa dalam penjualan suatu industri kecil akan mengakibatkan kerugian bagi usaha tersebut.

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri memasarkan produknya di daerah Pariaman secara langsung dan melalui 17 pedagang pengecer (Lampiran 6). Pihak industri belum memaksimalkan bauran pemasaran pada usahanya. Hal ini terlihat dari sistem pendistribusian produk yang mana selama ini tapai kering (*peuyeum*) hanya didistribusikan di daerah sekitar lokasi usaha dan pasar Pariaman dan belum didistribusikan keluar kota Pariaman.

Dalam memenuhi permintaan konsumen usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri tidak sendiri. Terdapat satu pesaing dengan produk yang sama di daerah yang sama pula yaitu tapai kering (*peuyeum*) Bu Mel dan beberapa pesaing produk tapai singkong biasa, mengingat tapai kering (*peuyeum*) yang belum dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini akan menyebabkan persaingan dalam memperebutkan konsumen dan bahan baku. Dengan adanya persaingan tersebut akan mempengaruhi jumlah produksi dan penjualan yang selalu berubah, sehingga mempengaruhi pendapatan dan keuntungan yang akan diperoleh pihak usaha.

Untuk menentukan suatu usaha mengalami keuntungan atau kerugian maka diperlukan pencatatan keuangan yang baik, namun usaha tapai kering Putri belum melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan belum bisa menentukan sejauh mana perkembangan usaha yang telah dijalankan serta mengetahui pada tingkat penjualan berapa usaha ini dapat menutupi biaya yang dikeluarkan untuk menghindari kerugian. Maka dari itu muncullah pertanyaan bagaimana profil pengelolaan usaha, bagaimana sistem manajemen produksi yang telah dilakukan, dan kebijakan bauran pemasaran apa yang telah diterapkan selama ini, serta berapa besar produksi minimal yang harus dijual agar usaha tidak merugi.

Untuk menjawab persoalan tersebut maka perlu dilakukan penelitian tentang **“Analisa Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri di Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman”**.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan profil Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri.
2. Mendeskripsikan manajemen produksi pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri.
3. Mendeskripsikan bauran pemasaran Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri.
4. Menganalisis besarnya keuntungan yang diperoleh dan titik impas (*break event point*) pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri diharapkan dapat memberikan masukan informasi bagaimana cara melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran yang baik, sehingga besarnya keuntungan dan luasnya daerah pemasaran dapat terukur yang nantinya bermanfaat dalam hal pengambilan keputusan dan pengembangan usahanya dimasa yang akan datang.
2. Bagi masyarakat diharapkan dapat menjadi acuan dan informasi mengenai usaha tapai kering (*peuyeum*) sehingga masyarakat dapat membuat usaha tapai keringnya sendiri dan mengenal lebih jauh tentang tapai kering (*peuyeum*). Sehingga tapai kering (*peuyeum*) dikenal luas oleh masyarakat Sumatera Barat yang nantinya dapat dijadikan oleh-oleh khas daerah Pariaman.
3. Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai analisa usaha pada produk-produk olahan pertanian khususnya tapai kering (*peuyeum*).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum Ubi Kayu

Ubi kayu atau singkong (*Mannihotesculenta*) berasal dari Brazil, Amerika Selatan, menyebar ke Asia pada awal abad ke-17 dibawa oleh pedagang Spanyol dari Mexico ke Philipina. Kemudian menyebar ke Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Ubi kayu merupakan makanan pokok di beberapa negara Afrika. Di samping sebagai bahan makanan, ubi kayu juga dapat digunakan sebagai bahan baku industri dan pakan ternak. Umbinya mengandung air sekitar 60%, pati 25-35%, serta protein, mineral, serat, kalsium, dan fosfat. Ubi kayu merupakan sumber energi yang lebih tinggi dibanding padi, jagung, ubi jalar, dan sorgum (Purwati, 2006).

Menurut Purwati, (2006) Secara taksonomi ubi kayu dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Kerajaan : Plantae

Divisio : Magnoliophyta

Kelas : Magnoliopsida

Ordo : Malpighiales

Suku : Euphorbiaceae

Subsuku : Crotonoideae

Tribe : Manihoteae

Marga : Manihot

Spesies : *M. esculenta*

Ubi kayu (*Mannihotesculenta*) termasuk tumbuhan berbatang pohon lunak atau getas (mudah patah). Ubi kayu berbatang bulat dan bergerigi yang terjadi dari bekas pangkal tangkai daun, bagian tengahnya bergabus dan termasuk tumbuhan yang tinggi. Ubi kayu bisa mencapai ketinggian 1-4 meter. Pemeliharaannya mudah dan produktif. Ubi kayu dapat tumbuh subur di daerah yang berketinggian 1200 meter di atas permukaan air laut. Daun ubi kayu memiliki tangkai panjang dan helaian daunnya menyerupai telapak tangan, dan tiap tangkai mempunyai

daun sekitar 3-8 lembar. Tangkai daun tersebut berwarna kuning, hijau atau merah (Purwati, 2006).

Di Indonesia, ketela pohon menjadi pangan pokok setelah beras dan jagung. Di beberapa tempat, tanaman ubi kayu dianggap sebagai cadangan pangan atau lumbung hidup. Daun ketela pohon berguna sebagai bahan sayuran atau sebagai bahan obat. Kayunya digunakan sebagai pagar kebun atau kayu bakar untuk memasak. Dengan perkembangan teknologi, ketela pohon dijadikan bahan dasar pada industry makanan dan bahan baku industry pakan. Ubi kayu dipanen pada umur 9-10 bulan jika digunakan untuk dikonsumsi, ubi kayu hanya tahan 1-2 hari setelah panen. Jika tidak segera diolah dalam 1-2 hari, umbinya akan rusak (Purwati, 2006).

2.2 Gambaran Umum Tapai Kering (*Peuyeum*)

Ubi kayu dalam keadaan segar tidak tahan lama untuk pemasaran yang memerlukan waktu lama, ubi kayu harus diolah dulu menjadi bentuk lain yang lebih awet, seperti gaplek, tapioka (tepung singkong), tapai, peuyeum, keripik singkong dan lain-lain. Tapai merupakan makanan fermentasi tradisional yang sudah tidak asing lagi dan merupakan makanan selingan yang cukup populer di Indonesia. Pada dasarnya ada dua tipe tapai yaitu tapai ketan dan tapai singkong. Tapai memiliki rasa manis dan sedikit alkohol dengan aroma yang menyenangkan, bertekstur lunak dan berair. Tapai sebagai produk makanan cepat rusak karena adanya fermentasi lanjut setelah kondisi optimum fermentasi tercapai, sehingga harus segera dikonsumsi. Namun demikian, jika disimpan dalam tempat yang dingin dapat bertahan 2 minggu (Anonim, 2012).

Tapai dari ubi kayu atau singkong yang berdaging kuning lebih enak dari pada yang berwarna putih, karena ubi kayu berwarna kuning dagingnya lebih halus tanpa ada serat – serat yang kasar. Pembuatan tapai melibatkan umbi singkong sebagai substrat dan ragi tapai (*Saccharomyces cerevisiae*) yang dibalurkan pada umbi yang telah dikupas kulitnya (Anonim, 2012).

Masyarakat Jawa Barat lebih mengenal tapai singkong dengan sebutan *peuyeum*. Makanan ini populer di Jawa dan dikenal di seluruh tempat, mulai dari Jawa Barat hingga Jawa Timur. Namun tapai *peuyeum* memiliki perbedaan dengan tapai singkong biasa, yaitu tapai *peuyeum* lebih kering dan legit. Tapai *peuyeum* juga dikenal dengan sebutan tapai kering. Tapai kering populer di daerah Priangan Utara (Purwakarta dan Subang), dan dikenal sebagai buah tangan khas dari daerah ini (dikenal sebagai *peuyeum gantung*, karena diperdagangkan dengan digantung (Anonim, 2012).

Peuyeum adalah sejenis tapai, hanya saja proses pembuatannya yang berbeda sehingga hasilnya lebih kering dari pada tapai singkong. Ada dua teknik pembuatan yang menghasilkan tapai biasa yang basah dan lunak, serta tapai kering yang lebih legit dan dapat digantung tanpa mengalami kerusakan. Pada proses pembuatan *peuyeum* singkong difermentasi dengan menggunakan ragi tapai. Ragi tapai atau ragi pasdar adalah inokulum campuran kapang, khamir dan bakteri. Mikroorganisme yang terdapat dalam ragi tapai antara lain kapang *Amylomycesrouxii*, *Mucor sp*, dan *Rhizopus sp* (Hieronymus, 1998).

Pembuatan tapai memerlukan kecermatan dan kebersihan yang tinggi agar ubi dapat menjadi lebih lunak karena proses fermentasi yang berlangsung dengan baik. Ragi adalah bibit jamur yang digunakan untuk membuat tapai. Agar pembuatan tapai berhasil dengan baik alat-alat dan bahan-bahan yang digunakan harus bersih, terutama dari lemak atau minyak. Alat-alat yang berminyak jika dipakai untuk mengolah bahan tapai bisa menyebabkan kegagalan fermentasi. Air yang digunakan juga harus bersih, menggunakan air hujan bisa mengakibatkan tapai tidak berhasil dibuat (Anonim, 2012).

2.3 Industri Kecil

Pembangunan agribisnis merupakan strategi pembangunan ekonomi yang membangun industri hulu, pertanian, industri hilir dan jasa-jasa penunjang secara simultan dan harmonis. Dalam kerangka pembangunan 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).

Menurut Soekartawi, (2003) Pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu : menarik dan mendorong lahirnya industri baru disektor pertanian, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan. Proses pembangunan ekonomi di suatu negara secara alamiah menimbulkan kesempatan yang sama besar bagi semua jenis kegiatan ekonomi, termasuk industri dari semua skala usaha. Besarnya suatu usaha tergantung dari sejumlah faktor, dua diantaranya yang sangat penting adalah pasar dan teknologi. Apabila pasar yang di layani kecil, yakni untuk jenis-jenis produk tertentu yang memang jumlah pembelinya terbatas atau sifatnya musiman, maka unit usaha yang cocok dalam arti walaupun omset kecil usaha tersebut tetap dapat menghasilkan margin keuntungan yang lumayan adalah usaha kecil. Besar kecilnya pasar itu sendiri ditentukan oleh tingkat pendapatan rill per kapita dan jumlah penduduk serta strukturnya atau jumlah pembeli aktual atau potensial (Tambunan, 1999).

Pemberdayaan ekonomi kerakyatan penting dalam rangka pembangunan ekonomi daerah, mengingat potensi sektor skala usaha kecil dan menengah cukup besar, yang termasuk didalamnya adalah usaha industri. Usaha industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku dan barang setengah jadi atau barang jadi atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk penggunaannya. Usaha industri tersebut terdiri dari empat skala usaha, yaitu industri besar, industri sedang, industri kecil dan industri rumah tangga (Departemen Perindustrian dan Perdagangan Sumbar, 2011).

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat (2011) Industri kecil adalah industri yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang jadi/ setengah jadi, barang setengah jadi menjadi barang jadi, atau dari yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dimana jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19

orang termasuk pengusaha. Sedangkan industri menengah adalah industri pengolahan yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 - 99 orang.

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 disektor pertanian, baik melalui sisi permintaan maupun penawaran. Dengan kata lain, keterkaitan produksi antara industri skala kecil dengan sektor pertanian lebih kuat volumenya lebih besar dari pada keterkaitan produksinya dengan industri menengah dan besar dan sektor-sektor ekonomi lainnya (Tambunan, 1999).

Di dalam mengembangkan usahanya industri kecil menjumpai berbagai hambatan terutama dibidang permodalan, pengembangan dan pemasaran. Disamping itu dirasakan pula keperluan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja agar mereka mampu mengikuti perkembangan permintaan pasar yang menghendaki disain dan mutu produk yang semakin baik dan semakin beranekaragam, yang berarti juga aspek produksinya harus diperhatikan (Mubyarto, 1994).

Usaha kecil pada umumnya masih menghadapi berbagai kompleksitas masalah baik internal maupun eksternal seperti penguasaan teknologi yang rendah, akses pasar yang terbatas, dan kelemahan dalam pengelolaan usaha. Pemasaran hasil produksi merupakan mata rantai paling ujung dari aktifitas kegiatan produksi. Maju mundurnya aktifitas kegiatan produksi tidak terlepas dari berhasil tidaknya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh usaha industri (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2011).

2.4 Manajemen Produksi

2.4.1 Aspek Bahan Baku

Menurut Assauri (1999), persediaan dapat dikelompokkan menurut jenis dan posisi barang dalam pengerjaan produk, salah satunya adalah persediaan bahan baku yaitu persediaan dari barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi, dimana barang dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun

dapat dibeli dari *supplier* atau perusahaan yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan yang menggunakannya.

Menurut Prawirosentono *cit* Fina (2011), tanpa persediaan bahan baku yang memadai mengakibatkan proses produksi terganggu. Implikasi dari mengadakan persediaan bahan adalah timbulnya biaya yang berkaitan dengan pengadaan bahan itu sendiri.

2.4.2 Aspek Sarana Produksi

Menurut Angipora (2002), sebuah produk dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan pemakaiannya oleh si pemakai yaitu menjadi barang konsumsi dan barang industri. Barang konsumsi adalah barang-barang yang dibeli untuk dikonsumsi. Jadi pembelinya adalah konsumen akhir bukan pemakai industri karena barang-barang tersebut tidak diproses lagi melainkan dipakai sendiri. Sedangkan barang industri adalah barang-barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri, baik secara langsung atau tidak langsung dipakai dalam proses produksi.

Barang industri dibuat melalui serangkaian proses produksi yang menggunakan peralatan produksi yang mencakup berbagai sarana yang digunakan dalam proses produksi. Proses produksi adalah serangkaian proses yang mengubah bahan baku menjadi barang setengah jadi ataupun barang siap konsumsi. Dalam proses produksi tidak terlepas dari penggunaan mesin dan jenis-jenis peralatan lainnya yang digunakan untuk melakukan pekerjaan. Mesin adalah suatu peralatan yang digerakkan oleh suatu kekuatan atau tenaga yang dipergunakan untuk membantu manusia dalam mengerjakan produk atau bagian-bagian produk tertentu (Assauri, 1999).

2.5 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (1997), bauran pemasaran adalah seperangkat variable pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran yang terdiri dari kombinasi 4 variabel atau kegiatan (4P) yang merupakan inti dari sistem

pemasaran perusahaan yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

2.5.1 Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 1997). Menurut Kotler (1997), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dan dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas. Keputusan mengenai produk mencakup ciri-ciri, sifat, gaya, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian.

Strategi produk adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumen dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar. Faktor-faktor yang terkandung di dalam suatu produk adalah mutu, kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis, macam, jaminan dan pelayanan. Bauran produk yaitu kombinasi dari semua produk yang ditawarkan / dijual kepada pembelinya meliputi kemasan produk, kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan (Assauri, 1999).

Menurut Angipora (2002), produk terdiri atas :

1. Variasi produk

Factor ini tidak hanya menyangkut jenis produk dan lini produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain produk, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama.

2. Kualitas produk

Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan harus diperbaiki secara terus-menerus sejalan dengan selalu berubahnya kebutuhan dan keinginan konsumen.

3. Desain produk

Merupakan salah satu factor yang harus diperhatikan karena desain adalah totalitas dari keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

4. Bentuk

Masalah bentuk sebenarnya sangat erat kaitannya dengan desain, karena bentuk yang dihasilkan merupakan hasil dari kegiatan desain. Untuk memilih dan menetapkan bentuk produk yang akan dihasilkan harus diawali dengan penelitian pasar untuk mengetahui bentuk produk sesungguhnya yang disukai konsumen.

5. Merek

Merupakan suatu nama, istilah, symbol, desain atau gabungan dari keempatnya yang mengidentifikasi produk penjual dan membedakannya dari produk pesaing.

6. Kemasan

Setiap produk yang dihasilkan harus memiliki kemasan tersendiri sebagai usaha membedakannya dengan produk pesaing. Fungsi dari kemasan adalah untuk memuat dan melindungi produk, mempromosikan produk, memudahkan penyimpanan dan penggunaan produk.

7. Ukuran

Perusahaan harus menetapkan secara jelas berbagai ukuran produk yang akan dihasilkannya.

8. Pelayanan

Diartikan sebagai suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik akan mampu menciptakan kesetiaan konsumen.

9. Jaminan

Semua jaminan-jaminan yang disediakan perusahaan dengan baik akan dapat menjadi bahan pertimbangan tersendiri untuk membeli atau tidaknya suatu produk.

10. Pengembalian

Kemampuan perusahaan untuk memberikan jaminan pengembalian atas produk yang telah dibeli konsumen bila mengalami kerusakan atau cacat merupakan usaha untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan dan bahkan menarik pelanggan baru.

Produk dapat dibedakan atas beberapa golongan. Penggolongan produk berdasarkan tingkat pemakaian dan kekongkritannya, terdiri dari : (1) produk tahan lama yaitu produk-produk yang secara normal dapat dipakai berkali-kali, (2) produk tidak tahan lama yaitu produk yang dikonsumsi satu atau beberapa kali pemakaian, dan (3) jasa yaitu kegiatan, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan penggolongan produk berdasarkan tujuan pemakaiannya, terdiri dari : (1) produk konsumsi yaitu produk-produk yang dibeli untuk dikonsumsi, (2) produk industri yaitu produk-produk yang dibeli untuk diproses lagi (Swasta dan Sukotjo, 1999).

2.5.2 Harga (*Price*)

Menurut Kotler (1997), harga dalam arti sempit adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk manfaat memiliki dan menggunakan produk atau jasa.

Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan semua elemen lain menimbulkan biaya. Keputusan dalam penetapan harga terkadang tidak ditangani dengan baik karena terlalu berorientasi pada besarnya biaya, penetapan harga yang kurang bersaing tidak direvisi untuk menangkap perubahan pasar, harga ditetapkan secara bebas dari bauran pemasaran yang lainnya bukan sebagai unsur intristik dari strategi

penentuan posisi pasar dan harga kurang cukup bervariasi untuk berbagai produk, segmen pasar dan kesempatan pembeli yang berbeda (Kotler, 1997).

Menurut Kotler dan Armstrong (1997), adapun factor-faktor yang harus diperhatikan dalam penetapan harga yaitu factor-faktor internal dan factor-faktor eksternal yang meliputi sasaran pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya, pertimbangan organisasi, pasar dan permintaan, biaya, harga dan tawaran pesaing serta kondisi ekonomi dan social masyarakat. Angipora (2002), membagi tujuan penetapan harga kedalam empat tujuan utama, yaitu : 1) mendapatkan laba maksimal, 2) mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih, 3) mencegah atau mengurangi persaingan, dan 4) mempertahankan atau memperbaiki market share.

Terdapat beberapa metode dasar dalam penetapan harga, yaitu :

- 1) Penetapan harga dengan biaya tambahan (*Cost Plus Pricing*), harga satu unit produk adalah senilai dengan biaya total untuk memproduksi satu unit produk ditambah dengan laba yang diinginkan dari satu unit tersebut,
- 2) Penetapan harga untuk sasaran laba (*Target Profit Pricing*), pada metode ini diutamakan dalam memaksimalkan laba, sebagai bahan acuan penetapan harga menggunakan analisa titik impas penjualan,
- 3) Penetapan harga berdasarkan keputusan kekuatan pasar (*Going Rate Pricing*), manajemen biasanya menetapkan harga berdasarkan harga saingan dalam pasar. Metode sangat berguna bila persaingan sangat ketat dan perbedaan antar sesama produk tidak begitu besar,
- 4) Penetapan harga menurut persepsi nilai (*Preceive Value Pricing*) metode ini memasukkan unsur bukan biaya dalam penetapan harga seperti nilai atau citra produk yang dirasakan konsumen. Perusahaan yang menggunakan metode ini umumnya menggunakan harga tinggi (Kotler, 1997).

Strategi tingkat harga, pada umumnya harga yang ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang selalu berubah, dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Harga jual mempunyai dampak langsung terhadap

besarnya laba perusahaan, volume penjualan, dan *share* pasar perusahaan. Harga menunjukkan gagasan mengenai mutu, dan citra konsumen terhadap para perantara yang menjual barang tersebut.

2.5.3 Tempat/Distribusi (*Place*)

Menurut David A. Revzan dalam Angipora (2002), saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Keputusan mengenai saluran distribusi ini dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu kebutuhan konsumen akan pelayanan, penetapan sasaran dan hambatan saluran, karakteristik produk dan karakteristik perusahaan. Keputusan mengenai distribusi ini meliputi saluran, liputan, lokasi, persediaan, dan transportasi (Kotler dan Amstrong, 1997).

Jenis-jenis saluran pada pasar konsumsi menurut Swasta dan Sukotjo (1999) adalah sebagai berikut :

- 1) Produsen → Konsumen
Saluran langsung (nol tingkat), yaitu produsen melakukan penjualan produknya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara.
- 2) Produsen → Pengecer → Konsumen
Saluran satu tingkat, yaitu produsen menggunakan perantara pengecer untuk menjual produknya.
- 3) Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
Saluran dua tingkat, yaitu produsen melakukan penjualan produknya dengan menggunakan dua perantara (Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer)
- 4) Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
Saluran tiga tingkat yaitu produsen melakukan penjualan produknya menggunakan tiga perantara (agen, pedagang besar dan pengecer).

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

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

2.5.4 Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Menurut Tjiptono (1997), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yang dimaksud adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dengan kegiatan promosi tentu saja lebih dari sekedar memberikan informasi kepada konsumen. Melalui promosi, harus mampu meyakinkan konsumen agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan tujuan promosi itu dilakukan, sehingga peningkatan dalam penjualan dapat tercapai demi peningkatan keuntungan yang sebesar-besarnya (Lam dan Daniel *cit* Suheini, 2001).

Terdapat 4 cara promosi dalam strategi bauran promosi menurut Mursid (2003), yaitu :

1. Periklanan (*advertising*) adalah segala bentuk penyajian dan promosi non-pribadi yang dibayar, baik mengenai gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi.
2. Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan sesuatu produk atau jasa dimana pembelian diharapkan dilakukan juga.
3. Hubungan masyarakat (*public relation*) adalah membangun hubungan yang baik dengan menghasilkan publisitas yang menyenangkan, menumbuhkembangkan status citra perusahaan yang baik, menangani atau melenyapkan cerita dan peristiwa yang tidak menyenangkan.
4. Penjualan perorangan (*personal selling*) adalah komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan membelinya.

Menurut Angipora (2002), tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

2.6 Analisa Laba Rugi

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba dan besar kecilnya laba yang dapat dicapai akan merupakan ukuran kesuksesan manajemen dalam mengelola perusahaannya. Olehkarena itu manajemen harus mampu merencanakan dan sekaligus mencapai laba yang besar agar dapat dikatakan sebagai manajemen yang sukses (Munawir, 2001).

Setiap perusahaan pada umumnya dan sekurang-kurangnya mempunyai tiga macam laporan finansial. Pertama, laporan neraca; kedua, laporan laba rugi dan ketiga, laporan arus tunai. Karena laporan rugi laba pada akhir hitungannya akan memberitahukan apakah perusahaan untung atau rugi. Ukuran yang sering kali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan

adalah dari laba yang diperoleh. Laba terutama dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu volume produk yang dijual, harga jual produk dan biaya. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya (Mulyadi, 2005).

Laporan laba rugi melaporkan seluruh hasil dan biaya untuk mendapatkan hasil dan laba (rugi) perusahaan selama suatu periode tertentu. Untuk menyusun laporan ini maka perlu dikatehui mana yang termasuk hasil dan mana yang termasuk biaya. Menurut Kadarsan (1995), kegunaan dari laporan laba rugi diantaranya adalah : 1) untuk menentukan pembayaran pajak, 2) untuk menganalisis kemungkinan perubahan luas usaha, 3) untuk mengevaluasi hasil kegiatan operasional perusahaan, 4) untuk mengukur daya bayar utang perusahaan.

Menurut Munawir (2001), laba adalah selisih antara pendapatan yang telah direalisasikan dengan biaya yang terjadi untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Apabila pendapatan lebih besar dari pada biaya maka dikatakan perusahaan memperoleh laba. Sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari biaya maka perusahaan mengalami kerugian.

Menurut Munawir (2001), untuk mencapai laba yang besar (dalam perencanaan maupun realisasinya) manajemen dapat melakukan beberapa langkah : (a) menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, (b) menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki, (c) meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin. Alat analisa untuk menyusun perencanaan produksi yang menyangkut aspek biaya, volume, laba, atau aspek kuantitas dari produk yang akan diproduksi adalah titik impas (*Break even analysis*) (Subanar, 1994).

2.7 Analisa Titik Impas

Titik impas menggambarkan keadaan suatu usaha yang tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi. Dengan kata lain, suatu usaha dikatakan impas jika

pendapatan (*revenues*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba hanya dapat digunakan untuk menutupi biaya tetap saja. Analisa titik impas adalah suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba (dengan kata lain laba sama dengan nol) (Mulyadi, 2005).

Secara garis besar ada 5 macam kegunaan analisis titik impas bagi manajemen didalam kebijaksanaanya, yaitu (1) sebagai alat bantu dalam perencanaan laba perusahaan, (2) sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan, (3) kegunaan dalam analisis keuangan, (4) sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan operasional yang sedang berjalan, (5) sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan harga jual (Munawir, 2001).

Menurut Sigit (1993), analisa titik impas dapat digunakan untuk membantu menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan. Kegunaan - kegunaan lain yaitu :

1. Sebagai dasar atau landasan merencanakan kegiatan operasional dalam usaha dalam mencapai laba tertentu, jadi dapat digunakan untuk merencanakan laba.
2. Sebagai dasar atau landasan untuk mengendalikan kegiatan yang sedang berjalan, yaitu sebagai alat pencocokan antara realisasi dengan angka-angka dalam perhitungan titik impas, jadi sebagai pengendali.
3. Sebagai alat pertimbangan dalam menentukan harga jual yaitu setelah diketahui hasil-hasil perhitungannya menurut analisis titik impas dan laba yang ditargetkan.
4. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang harus dilakukan seorang manajer.

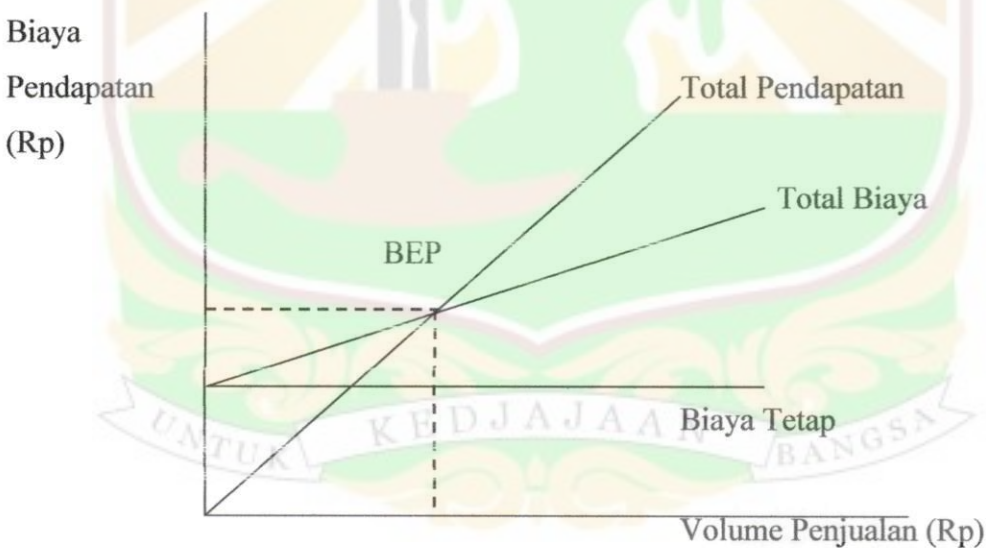
Menurut Adisaputro (2007), analisa ini juga mampu menunjukkan bagaimana jumlah keuntungan yang diperoleh akan berubah bilamana terjadi perubahan salah satu atau lebih dari faktor berikut :

1. Harga jual produk : Naik atau turunnya harga jual akan berpengaruh terhadap penghasilan dari penjual.

2. Jumlah unit yang terjual : Perubahan dari jumlah unit terjual akan secara langsung mempengaruhi panghasilan penjualan.
3. Biaya produksi : Ini akan mempengaruhi biaya keseluruhan yang harus diperhitungkan terhadap penjualan.

Dalam analisa titik impas, biaya dikelompokkan kedalam dua jenis yaitu biaya tetap (*fixed costing*) dan biaya variable (*variable costing*). Mulyadi (2005), mengklasifikasikan biaya berdasarkan perilaku biaya dan hubungannya dengan volume kegiatan yaitu :

1. Biaya tetap yaitu : jumlah biaya yang jumlahnya tetap pada kisaran volume tertentu. Seperti gaji pimpinan, penyusutan, pemeliharaan, sewa bangunan dan bunga modal.
2. Biaya variable yaitu : biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.



Gambar 1. Grafik Titik Impas (*Break Even Point*)

(Sigit, 1998).

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa titik impas terjadi pada perpotongan antara garis penerimaan dengan garis total biaya. Pada daerah di bawah titik impas, perusahaan mengalami kerugian karena penerimaan tidak dapat menutupi biaya total yang dikeluarkan oleh perusahaan. Sedangkan pada daerah diatas titik

impas, perusahaan mengalami keuntungan karena penerimaan lebih besar dari pada biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan (Sigit, 1998).

2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisa usaha telah dilakukan oleh Zulkhairi (2009) dengan judul *Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Emping Melinjo Pada Industri Kecil Seroja Di Kota Pariaman*. Dari hasil penelitian terlihat bahwa sebagai industri kecil, usaha ini telah menjadi sumber pendapatan bagi keluarga dan masyarakat sekitar lokasi industri. Industri ini mengalami masalah dalam hal persediaan bahan baku, karena industri ini tidak memiliki pemasok yang tetap dan kurangnya promosi produk. Usaha yang dijalankan oleh industri kecil Seroja ini periode Januari 2008 – Desember 2008 telah memerikan keuntungan sebesar Rp 98.355.800,-. Jumlah produksi emping melinjo Seroja pada periode penelitian yaitu sebanyak 9,020 kg dan total penjualan sebesar Rp 314.930.000,- dengan harga jual Rp 35.000/kg. Sedangkan titik impas dalam kuantitas (kg) adalah 1.585,20 kg dan titik impas dalam penjualan Rp 55.618.400,-. Dengan demikian usaha ini sudah berada jauh di atas titik impas.

Dan dari bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan dari emping melinjo Seroja ini termasuk produk konsumsi. Produk dikemas dalam kantong plastik dan tidak mencantumkan merek pada kemasannya sehingga tidak begitu dikenal oleh konsumen. Harga ditetapkan dengan metode penetapan harga biaya plus dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut dan dalam melakukan distribusi, industri ini menggunakan saluran distribusi langsung

Analisa usaha dan bauran pemasaran oleh Enchayani (2002), pada usaha kecil Bugar Fresh Milk di Kota Padang menyatakan bahwa pada tahun 2001 telah memperoleh keuntungan Rp 60.784.650, harga pokok untuk produk *nata de coco*, buah segar, rumput laut dan susu segar yang dikemas dalam gelas aqua adalah Rp 282, Rp 319, Rp 436, Rp 622 berturut-turut. Sedangkan produk yang dikemas dalam kemasan plastic adalah Rp 294, Rp 328, Rp 434, Rp 546 berturut-turut.

Dan dari bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan dari usaha burger fresh milk ini termasuk produk konsumsi. Produk dikemas dalam gelas aqua dan plastic berukuran 16 x 8.5 cm dengan merek Bugar Fresh Milk. Produk buah segar mutunya lebih rendah dari saingannya karena banyak atau agak banyak zat pengawet, namun harganya lebih rendah dari pesaing dan dijual dengan keadaan dingin dengan fasilitas kulkas dan freezer sehingga di pasaran cukup laku terjual. Harga disesuaikan dengan pasar. Promosi yang telah dilakukan adalah dengan mengikuti pameran-pameran dan dalam melakukan distribusi, industri ini masih dapat melakukan perluasan daerah pemasaran dengan menambah jumlah tenaga kerja bagian produksi dan pedagang keliling.

Analisa Usaha dan Buaran Pemasaran Jahe Instan Pada Usaha Adil di Kota Padang yang telah dilakukan oleh Miranti (2008) menyatakan bahwa keuntungan selama periode April - September 2007 sebesar Rp 19.810.499 dan total penjualan sebesar Rp 88.812.500. Analisa titik impas pada usaha jahe instan ini pada periode April - September 2007 diperoleh impas penjualan pada saat Rp 39.321.097,30 dan impas kuantitas pada saat 983,68 kg dengan harga jual Rp 40.000/kg. Pada saat ini usaha sudah berada diatas titik impas, berarti usaha sudah berada didaerah lama. Dan untuk analisa *payback period* didapatkan bahwa usaha ini dapat mengembalikan modalnya dalam jangka waktu 1 tahun 1 bulan.

Dan untuk bauran pemasaran diketahui bahwa produk yang dihasilkan tergolong kedalam produk konsumsi, dan langsung dikonsumsi tanpa diproses lagi. Harga ditentukan dengan metode *cost plus pricing* dengan harga yang berbeda untuk setiap saluran pemasaran. Distribusi yang dilakukan adalah distribusi langsung dan tidak langsung, sementara untuk mempromosikan produknya adalah lewat iklan radio dan cetak, promosi penjualan dan dari mulut ke mulut.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian telah dilakukan pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri yang berlokasi di Korong Simpang Tigo Nagari Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman. Di Padang Pariaman terdapat dua industri yang mengelola tapai kering (*peuyeum*) yaitu Usaha Putri dan Usaha Bu Mel. Usaha Putri berdiri sejak tahun 2008 sedangkan usaha Bu Mel berdiri sejak tahun 2011 dengan kapasitas produksi ± 2.000 kg/bulan dan ± 1.200 kg/bulan untuk masing – masingnya (Lampiran 2). Kedua usaha ini berada dalam satu kecamatan yang sama, yaitu kecamatan Enam Lingsung.

Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) didasarkan atas pertimbangan, bahwa usaha tapai kering (*peuyem*) Putri ini merupakan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang pertama kali memproduksi tapai kering (*peuyeum*) di Kabupaten Padang Pariaman. Selain itu usaha Putri juga telah terdaftar di Depkes P-IRT dengan Nomor 206130602152 dan telah memiliki Surat Keterangan Usaha dari Wali Nagari Toboh Ketek (Lampiran 34). Pertimbangan lainnya karena ada respon positif dari pemilik usaha. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, yaitu mulai bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2012.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Metode studi kasus adalah penelitian tentang status penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter – karakter yang khas dari kasus (Nazir, 2003). Dengan metode ini memungkinkan untuk mendapat informasi atau gambaran yang luas mengenai subjek yang diteliti, yaitu dengan meneliti pada fokus penelitian dan mendapatkan informasi yang lebih mendetail mengenai topik yang sedang diteliti. Studi kasus lebih menekankan dan mengkaji variabel yang cukup banyak pada jumlah unit yang kecil.

Metode studi kasus dalam hal ini adalah untuk menggali informasi tentang gambaran usaha secara sistematis dan fakta-fakta yang terjadi pada usaha tersebut, sistem manajemen produksi yang telah dilakukan, system pemasaran yang telah dijalankan dan sistem pencatatan keuangan yang telah diterapkan. Melalui metode ini juga dilakukan perhitungan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tapai kering (*peuyeum*) sehingga dapat diketahui tingkat keuntungan dan titik impas dari usaha tersebut.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan responden yang merupakan pihak internal dan eksternal. Adapun yang akan dijadikan sebagai responden adalah sebagai berikut :

- a. Pihak internal industri tapai kering (*peuyeum*) Putri yang terdiri dari pimpinan industri (1 orang), tenaga kerja bagian produksi (1 orang) dan tenaga kerja bagian pemasaran (1 orang) yang dilakukan dengan wawancara menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner).
- b. Pihak eksternal industri tapai kering (*peuyeum*) Putri
 1. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer yang dimintai keterangan terdiri atas lapau dan toko yang mendistribusikan tapai kering (*peuyeum*) Putri yang dipilih secara sengaja (*purposive*). Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, usaha ini memiliki 17 pedagang pengecer (Lampiran 6). Pedagang pengecer yang dimintai keterangan berjumlah 6 pengecer yang terdiri dari 2 toko dan 4 kedai dengan pertimbangan bahwa pengecer tersebut selain menjual produk tapai kering (*peuyeum*) Putri juga menjual produk tapai kering (*peuyeum*) milik Bu Mel sebagai satu-satunya pesaing di Padang Pariaman. Sampel pedagang pengecer tersebut adalah Toko Izal, Toko Sumber Maju, Kedai Juragan, Kedai Sikoni, Kedai Inen, dan Kedai Nyai.

2. Konsumen Akhir

Kosumen akhir adalah konsumen yang membeli produk untuk langsung dikonsumsi. Dalam pengambilan sampel metode yang akan digunakan adalah

Accidental Sampling. Metode ini digunakan dengan mengambil sampel berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Hermawan, 2006). Populasi konsumen akhir adalah konsumen yang membeli tapai kering (*peuyeum*) Putri di kedai, toko dan mini market dimana pemilik meletakkan produknya yang menjual tapai kering (*peuyeum*) Putri. Untuk sampel diambil dengan asumsi bahwa konsumen yang membeli produk tersebut berganti setiap harinya, dengan kriteria konsumen telah berumur 17 tahun ke atas, dan konsumen pernah mencicipi produk tapai kering (*peuyeum*) Putri dan tapai kering (*peuyeum*) milik Bu Mel sebagai pesaing yang ditemui di toko dan kedai yang telah ditentukan. Berdasarkan survei pendahuluan secara umum pembeli diperkirakan setiap harinya adalah 5 orang konsumen. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, digunakan rumus yang dikembangkan Sarwono (2012), yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat ketepatan (presisi) 5% (0,05)

Dengan kondisi diatas, berarti jumlah dalam hal ini konsumen per minggunya adalah 5 orang x 7 hari = 35 orang. Dengan rumus menurut Sarwono (2012), maka didapat jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{35}{1 + 35(0,05)^2} = 12,72 = 12$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah 12 orang konsumen. Dua belas orang konsumen tersebut akan diambil dari

6 pedagang pengecer yang telah ditentukan sebagai sampel. Olehkarena itu untuk setiap pedagang pengecer akan diambil 2 orang konsumen akhir sebagai sampel.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum kita sebut sebagai narasumber sementara data skunder adalah data yang sudah diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan (Sarwono, 2012).

Data primer dikumpulkan dari pimpinan perusahaan, tenaga kerja bagian produksi, tenaga kerja bagian pemasaran, pedagang pengecer dan konsumen dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dengan melakukan wawancara menggunakan daftar pertanyaan (*kuisisioner*) dan pengamatan langsung ke lapangan. Sementara data sekunder diperoleh melalui instansi terkait serta informasi yang diperoleh dari tempat usaha tapai *peuyeum* Putri seperti dokumen-dokumen yang menunjukkan informasi terkait usaha tersebut.

3.5 Variabel Penelitian

Untuk tujuan pertama yaitu mendeskripsikan profil usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, maka variabel yang diamati adalah :

- a. Gambaran umum usaha, meliputi : profil pemilik usaha, latar belakang dan sejarah pendirian usaha, lokasi usaha, badan hukum, struktur organisasi, dan modal usaha.
- b. Aspek Sumber Daya, meliputi : jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, pengalaman kerja, lama bekerja, pembagian kerja, sistem gaji, dan keterampilan.

Untuk tujuan kedua yaitu mendeskripsikan manajemen produksi pada usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, variabel yang diamati adalah :

- a. Bahan baku dan bahan penolong, meliputi : harga bahan baku dan bahan penolong, kualitas dan kuantitas bahan baku dan bahan penolong, serta frekuensi pembelian bahan baku dan bahan penolong.

- b. Peralatan yang digunakan, meliputi : jenis peralatan, jumlah peralatan, teknologi yang digunakan, harga beli peralatan, dan umur ekonomis peralatan
- c. Kegiatan Produksi, meliputi : jumlah produksi, proses produksi, kapasitas produksi , jumlah produk yang dihasilkan

Untuk tujuan ketiga yaitu menganalisa bauran pemasaran yang dilakukan oleh industri tapai kering (*peuyeum*) Putri, maka variabel yang diamati adalah :

- a. Produk (*Product*)
Meliputi nama/label dan jenis produk, mutu produk (rasa, aroma, warna, daya tahan dan batas kadaluarsa produk), penampilan produk, ukuran dan bentuk kemasan, klasifikasi produk dan pendapat pedagang pengecer serta konsumen tentang produk tapai kering (*peuyeum*) Putri.
- b. Harga (*Price*)
Meliputi metode penetapan harga, alasan menggunakan metode tersebut, harga yang ditetapkan perusahaan untuk pedagang pengecer dan konsumen akhir, sistem pembayaran, pemberian potongan, waktu pembayaran, dan pendapat pedagang pengecer serta konsumen mengenai harga produk tapai kering (*peuyeum*) Putri.
- c. Distribusi (*Place*)
Meliputi saluran distribusi yang digunakan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri, lokasi sasaran distribusi, dan saluran distribusi ditingkat pedagang pengecer, dan pendapat pedagang pengecer mengenai distribusi yang dilakukan oleh pihak industri serta pendapat konsumen tentang distribusi produk tapai kering (*peuyeum*) Putri.
- d. Promosi (*Promotion*)
Meliputi kebijakan yang dilakukan oleh industri dalam memperkenalkan produknya, media yang digunakan, jenis promosi yang dilakukan oleh industri, dan pendapat pedagang pengecer tentang promosi yang dilakukan oleh pihak industri serta pendapat konsumen tentang promosi produk tapai kering (*peuyeum*) Putri.

Untuk tujuan keempat yaitu menganalisis besarnya keuntungan yang diperoleh dan titik impas pada usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, maka variabel yang diamati adalah :

1. Analisa Keuntungan, variabel yang diamati :

- a. Pendapatan Penjualan adalah penerimaan industri yang diperoleh dari usaha pokok industri. Pendapatan penjualan dapat diperoleh dari penjualan total dari bulan Juli 2011 sampai dengan bulan Juni 2012.
- b. Biaya adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh industri tapai kering (*peuyeum*) Putri meliputi :
 - Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu (Mulyadi, 2005). Yang termasuk dalam biaya tetap ini adalah :
 - a) Biaya overhead pabrik tetap, merupakan biaya yang dalam hubungannya dengan produk yang jumlahnya tetap tidak berubah dalam kisaran volume tertentu, yaitu biaya penyusutan dan abodemen listrik.
 - b) Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk, yaitu gaji pimpinan dan gaji tenaga pemasaran.
 - Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan (Mulyadi, 2005). Yang termasuk dalam biaya variabel adalah :
 - a) Biaya bahan baku merupakan biaya untuk bahan-bahan yang dapat dengan mudah dan langsung dapat diidentifikasi dengan barang jadi yaitu ubi kayu. Harga ubi kayu yang digunakan ditanyakan langsung kepada pemilik usaha. Banyaknya kebutuhan ubi kayu dalam pembuatan tapai kering juga ditanyakan langsung kepada pemilik usaha.
 - b) Upah tenaga kerja langsung, merupakan upah tenaga kerja yang ikut berperan langsung dalam proses produksi mulai dari pengupasan, pengikiran, pencucian, perebusan, penirisan, dan pengemasan.

- c) Biaya overhead pabrik variabel, merupakan biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk yang jumlahnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan yaitu biaya bahan penolong, biaya kemasan plastik, biaya label, biaya listrik usaha dan biaya pemakaian telepon.
- d) Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk yang jumlahnya berubah dalam kisaran volume produksi yaitu biaya transportasi dan biaya promosi.

2. **Analisa titik impas**, variabel yang diamati :

- a. Biaya tetap yaitu biaya overhead pabrik tetap dan biaya administrasi.
- b. Biaya variabel yaitu biaya bahan baku (ubi kayu), biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel dan biaya pemasaran.
- c. Harga jual yaitu jumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu kesatuan benda tertentu.
- d. Pendapatan penjualan yaitu harga jual per kilogram produk dikalikan dengan jumlah produk yang dijual.

Untuk menghitung biaya-biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel diatas, digunakan standar perhitungan yang didasarkan atas keterangan dari pemilik usaha mengenai harga, jumlah, kebutuhan dan kuantitas dari masing-masing atribut yang diperlukan.

3.6 Analisa Data

1. Deskripsi Profil Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Analisa yang digunakan untuk mendeskripsikan profil usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri adalah analisa deskriptif. Menurut Umar (2002), metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan untuk memeriksa gejala – gejala yang ada. Adapun yang akan diamati pada analisa deskriptif ini adalah profil usaha meliputi gambaran umum usaha, aspek sumber daya dan tenaga kerja pada usaha Putri.

2. Deskripsi Manajemen Produksi Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Analisa yang digunakan untuk mendeskripsikan manajemen produksi pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri adalah analisa deskriptif kualitatif. Hal ini ditujukan untuk mendeskripsikan manajemen produksi usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dengan cara bertanya langsung kepada pemilik usaha, tenaga kerja bagian produksi dan tenaga kerja bagian pemasaran yang saat ini dipegang langsung oleh pemilik usaha juga menggunakan data-data pencatatan yang ada pada pihak industri dan menganalisa tata cara yang dilakukan dalam perolehan bahan baku dan bahan penolong, peralatan produksi yang digunakan serta proses pembuatan tapai kering (*peuyeum*) yang dianalisis berdasarkan pengamatan langsung dilapangan kemudian dibandingkan dengan teori-teori yang relevan.

3. Deskripsi Bauran Pemasaran Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Untuk mendeskripsikan bauran pemasaran pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri digunakan analisa deskriptif kualitatif. Analisis yang dilakukan yaitu terhadap variabel-variabel bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi) yang dianalisis berdasarkan pengamatan dilapangan dengan cara bertanya langsung kepada pemilik usaha kemudian dibandingkan dengan teori-teori bauran pemasaran. Untuk tanggapan konsumen dan pedagang pengecer mengenai produk, harga, distribusi dan promosi dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dianalisa dengan cara deskriptif yang dipaparkan dengan persentase.

4. Analisa Keuntungan dan Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Untuk menganalisa tingkat keuntungan dan titik impas dari Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri ini digunakan analisa kuantitatif. Data yang digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan dan titik impas dari usaha ini adalah data produksi selama satu tahun yaitu periode Juli 2011 – Juni 2012.

1) Perhitungan Biaya Penyusutan

Penyusutan adalah biaya penurunan dari nilai mesin dan peralatan sebagai akibat dari penggunaan mesin dan peralatan untuk menghasilkan barang atau jasa.

Penyusutan merupakan pengeluaran sehingga perlu diperhitungkan sebagai biaya (Subanar, 1994).

Besarnya biaya penyusutan peralatan dihitung dengan menggunakan metoda garis lurus yaitu :

$$D = \frac{P - S}{N}$$

Dimana :

- D : Besarnya penyusutan (Rp/Th)
- P : Harga beli/ Nilai investasi (Rp)
- S : Nilai sisa (Rp)
- N : Umur ekonomis (tahun)

2) Analisa Keuntungan (Laba/Rugi) Usaha

Keuntungan dapat diketahui dengan melakukan penghitungan laba rugi. Perhitungan laba rugi merupakan perhitungan yang menggambarkan hasil-hasil yang dicapai oleh industri selama periode tertentu (Subanar, 1994). Dalam penelitian ini periode yang dilihat adalah periode selama setahun yaitu dari bulan Juli 2011 sampai dengan bulan Juni 2012.

Alat analisa yang digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan usaha ini adalah dengan menggunakan pendekatan metode *variable costing*. Menurut Samryn (2011), pendekatan *variable costing* merupakan suatu format laporan laba atau rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan kategori biaya tetap dan biaya variabel. Dalam pendekatan ini, hanya biaya-biaya produksi yang berubah sejalan dengan perubahan output yang diberlakukan sebagai elemen harga pokok produksi.

Bentuk format perhitungan laba rugi dengan metode *variable costing* (Mulyadi, 2005) adalah sebagai berikut :

Pendapatan Penjualan (jumlah penjualan x harga jual)	xxx
Biaya variabel :	
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja variabel	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	
Biaya bahan penolong	xxx
Biaya kemasan plastik	xxx
Biaya stiker merek	xxx
Biaya listrik usaha	xxx
Biaya pemakaian telepon	xxx
Biaya pemasaran variabel	xxx
Biaya transportasi	xxx
Biaya promosi	xxx
Total biaya variabel	<u>xxx</u>
Laba kontribusi	xxx
Biaya tetap :	
Biaya overhead pabrik tetap	
Biaya penyusutan investasi	xxx
Biaya abodemen listrik usaha	xxx
Biaya pajak kendaraan usaha	xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx
Gaji Pimpinan	xxx
Total biaya tetap	<u>xxx</u>
Laba bersih	xxx

3) Analisa Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisa titik impas (*break even point*) adalah titik pulang pokok dimana *total revenue* sama dengan *total cost*, dimana perusahaan tidak mendapatkan laba

atau tidak memperoleh kerugian (Ibrahim, 2003). Secara matematis titik impas bisa dicari dengan menggunakan rumus :

Perhitungan titik impas dalam satuan produk yang dijual adalah :

$$\text{BEP (kg)} = \frac{\text{Biaya tetap Total}}{\text{Harga Jual/kg} - \text{Biaya Variabel/kg}}$$

Perhitungan titik impas dalam rupiah penjualan adalah :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel / kg}}{\text{Harga Jual/kg}}}$$



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Industri Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

4.1.1 Gambaran Umum Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri didirikan sejak tahun 2008 oleh Ibu Asmi yang memiliki pendidikan formal sebagai Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Padang. Usaha yang digolongkan pada usaha pengolahan hasil pertanian ini berlokasi di Nagari Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman. Jiwa wirausaha beliau dimulai sejak tahun 2008. Beliau memulai usaha dengan membuat tapai kering (*peuyeum*). Usaha ini dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat nagari Toboh Ketek yang kesulitan dalam memasarkan produk pertaniannya yaitu ubi kayu. Saat itu pemilik usaha masih menjabat sebagai sekretaris desa di Nagari Toboh Ketek. Dengan kondisi tersebut hati pemilik usaha merasa bertanggung jawab untuk membantu masyarakat nagarinya memasarkan produk-produk pertanian mereka yang kebanyakan berusahatani ubi kayu. Hal ini dilakukan pemilik usaha untuk menaikkan dan membantu perekonomian masyarakat Nagari Toboh Ketek. Olehkarena itu pemilik usaha mengambil tindakan untuk membeli ubi kayu mereka dan mengolahnya menjadi produk yang memiliki nilai tambah, yaitu tapai kering (*peuyeum*) yang kebetulan juga belum pernah ada di Kabupaten Padang Pariaman.

Dalam perkembangannya, usaha tapai kering (*peuyeum*) ini mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar nagari dan luar nagari. Dengan adanya respon tersebut pemilik usaha menaikkan volume produksinya dan menambah perluasan pasar dengan melakukan kerja sama dengan beberapa pedagang pengecer yang ada di Kabupaten Padang Pariaman. Sementara untuk memasarkan produk ke luar Kabupaten pemilik usaha mengalami kesulitan, yaitu kurangnya tenaga pemasaran untuk usahanya tersebut. Untuk menambah tenaga pemasaran pemilik usaha mengaku masih kekurangan modal usaha. Sampai saat ini sebagian besar masyarakat Nagari Toboh Ketek selalu menjual ubi kayunya kepada Bu Asmi sebagai pemilik usaha. Keadaan inilah yang membuat pemilik usaha tidak pernah kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan tidak pernah membeli bahan

baku dari pasar tradisional hingga sekarang (September 2012). Disamping itu latar belakang sebagai Sarjana Ekonomi sangat membantu serta dukungan yang diperoleh dari suami beliau dalam mengembangkan jiwa wirausaha beliau. Menurut Buchari (2004), ada 3 faktor yang mendukung dalam memulai usaha yaitu : 1) faktor personal, 2) faktor environmental yaitu faktor yang menyangkut hubungan dengan lingkungan dan 3) faktor sosiologi, menyangkut hubungan dengan keluarga yaitu adanya dorongan dari keluarga untuk membuka usaha yang dapat menjadi motivasi yang kuat untuk maju. Ketiga faktor ini sudah terdapat pada diri pemilik usaha.

Seiring berjalannya waktu usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri semakin berkembang dengan baik dan pemilik berusaha menambah volume produksinya. Disamping itu, pemilik juga melihat bahwa, Kota Pariaman memiliki objek wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, khususnya wisatawan lokal. Dari sini Bu Asmi sebagai pemilik usaha berfikir bahwa ini adalah sebuah peluang yang baik untuk memperkenalkan produk tapai keringnya yang bisa dibidang merupakan makanan yang baru bagi masyarakat Sumatera Barat, khususnya masyarakat Kabupaten Padang Pariaman. Untuk itu Ibu Asmi semakin semangat untuk terus memproduksi dan mempromosikan produk barunya, yaitu tapai kering (*peuyeum*).

Dalam upaya meningkatkan keterampilan dalam usahanya, pemilik usaha tapai kering (*Peuyeum*) Putri telah mengikuti berbagai pelatihan. Menurut pemilik, selain ilmu dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan tersebut, relasi juga bertambah. Adapun pelatihan-pelatihan yang pernah diikuti antara lain

1. Mengikuti seminar seleksi calon UKM dengan tema gerakan terpadu pengembangan UMKM di Plan B Hotel Jl Hayam Wuruk No 28 Padang oleh Unand (dalam program incubator bisnis), tahun 2012.
2. PMA pelatihan membuat sanjai dan kerupuk cancang, tahun 2007.
3. Mengikuti penyuluhan dari BLK Pariaman, tahun 2006.

Pada awalnya usaha ini diberi nama “Sanjai Putri” karena pemilik usaha memiliki impian untuk jadi pengusaha sanjai. Namun kenyataannya usaha tapai kering yang lebih dahulu di jalankan dan merupakan produk utama dari usaha ini. Pemilik berfikir untuk jangka panjang bahwa produk yang akan dihasilkan tidak

hanya tapai kering saja sehingga beliau mengganti dengan nama PUTRI yang nantinya diharapkan menjadi merek dari beberapa produk yang dihasilkan oleh usaha ini. Nama PUTRI sendiri diambil dari nama satu-satunya anak perempuan dari pemilik usaha

Pada saat ini usaha Putri telah menghasilkan beberapa produk tambahan yaitu sanjai ubi, keripik pisang, dakak-dakak, dan karak kaliang. Usaha Putri lebih memprioritaskan pada produksi tapai kering dibandingkan produk lainnya. Karena sanjai, keripik pisang, dakak-dakak dan karak kaliang merupakan produk baru pada usaha Putri yang baru diproduksi awal Februari 2012. Produksi produk tambahan ini (sanjai, keripik pisang, dakak-dakak, dan karak kaliang) tidak termasuk ke dalam objek penelitian karena kegiatan produksi produk tambahan ini tidak termasuk kedalam periode penelitian (Juli 2011 – Juni 2012).

Produk yang di buat oleh usaha Putri ini adalah tapai kering atau lebih di kenal dengan sebutan *peuyeum*. Tapai kering (*peuyeum*) adalah makanan khas tradisional Indonesia berupa makanan olahan fermentasi yang berbahan dasar ubi kayu. Tapai kering (*peuyeum*) hampir sama dengan tapai singkong biasa (tapai basah). Namun perbedaanya dengan tapai singkong biasa adalah tapai kering (*peuyeum*) lebih kering, legit, manis dan diproduksi dalam bentuk yang besar mengikuti bentuk bahan bakunya. Jadi tidak di potong-potong seperti tapai singkong (tapai basah) pada umumnya. Tapai kering (*peuyeum*) dijual dalam bentuk yang berbeda – beda untuk ukuran produknya. Ukuran dan bentuk produk sesuai dengan bentuk dan ukuran bahan bakunya.

Atas respon yang baik dari pembeli maka pemilik berusaha meningkatkan kualitas produknya dengan mendaftarkan produknya ke Departemen Kesehatan Kota Pariaman. Produk tapai kering (*peuyeum*) ini telah layak secara klinis dengan nomor izin : P-IRT dengan Nomor 206130602152. Saat ini produk tapai kering (*peuyeum*) Putri telah memasuki beberapa toko, kedai dan mini market di dalam dan luar nagari Toboh Ketek, yaitu kedai sebanyak 13 buah, toko sebanyak 2 buah dan mini market sebanyak 2 buah (lampiran 6).

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri belum menggunakan papan nama usaha pada tokonya. Padahal usaha ini telah memiliki merek dagang yaitu “Putri”. Pembuatan papan nama usaha pada lokasi usaha dapat memberikan dampak positif, karena pemasangan papan nama usaha tersebut, merupakan salah satu bentuk promosi yang bisa dikatakan tergolong iklan. Dengan adanya papan nama usaha masyarakat lebih mudah mencari dan mengetahui lokasi usaha.

4.1.1.1 Struktur Organisasi Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Usaha tapai kering (*peuyeum*) ini merupakan usaha perorangan dan hanya memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana. Usaha tapai kering Putri di pimpin oleh seorang pimpinan yang bertanggung jawab terhadap kegiatan usaha dan merangkap sebagai tenaga pemasaran yang bertugas untuk memasarkan produknya. Pemilik usaha di bantu oleh bagian produksi sebanyak 4 orang yang bertanggung jawab dalam memproses bahan baku ubi kayu menjadi tapai kering (*peuyeum*), mengemas dan memberikan label sehingga produk siap untuk di pasarkan. Bagian keuangan pada usaha ini dipegang langsung oleh Ibu Asmi sebagai pemilik. Namun, pada usaha Putri ini pencatatan keuangan masih dilakukan dengan sederhana dan berdasarkan ingatan pemilik serta catatan-catatan kecil yang ada.

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri tidak memiliki struktur organisasi yang tertulis. Pemilik merangkap sebagai pimpinan usaha yang berwenang memberi perintah, mengontrol dan bertanggung jawab atas kegiatan usaha. Adapun penjelasan mengenai tugas masing-masing bagian sebagai berikut :

1. Pimpinan usaha bertugas dan bertanggung jawab mengatur, mengawasi dan mengambil keputusan atas kegiatan usaha serta memegang tugas untuk memasarkan produk di pondok.
2. Bagian produksi bertugas dan bertanggung jawab dalam memproses bahan baku menjadi produk yang siap di pasarkan. Pada bagian ini pemilik ikut terlibat dalam proses produksi.

3. Bagian pemasaran, bagian ini bertugas dalam mengantar produk dari tempat produksi ke toko, kedai dan mini market (pedagang pengecer) yang dipegang langsung oleh pimpinan usaha.
4. Bagian keuangan, bagian ini bertugas mencatat semua transaksi yang dipegang langsung oleh pimpinan usaha.

Struktur usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini dapat digambarkan seperti

Gambar 2 :



Gambar 2. Struktur Organisasi Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012

Dalam menjalankan usahanya, pimpinan usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini merangkap langsung sebagai tenaga pemasaran. Hal ini dapat menyebabkan ketidak efisienan karena pimpinan harus memberikan separuh tenaga dan waktunya untuk memasarkan produk. Ini dapat diatasi dengan cara mempekerjakan tenaga pemasaran yang bertugas memasarkan/mengantarkan produk ke toko, kedai dan mini market yang menjadi tempat distribusi produk tapai kering (*peuyeum*) Putri.

4.1.2 Aspek Sumber Daya

Pada awal berdiri usaha ini hanya mempekerjakan 1 orang di bagian produksi yaitu adik pemilik usaha dan pimpinan usaha sebagai tenaga pemasaran. Seiring dengan meningkatnya permintaan yang mempengaruhi peningkatan jumlah produksi maka usaha membutuhkan tambahan tenaga kerja dibidang produksi yang saat ini berjumlah 4 orang. Dari 4 orang tenaga kerja yang

digunakan, 1 diantaranya merupakan tenaga kerja sampingan. Artinya dia bekerja jika pihak usaha memerlukan tambahan tenaga kerja, seperti saat terjadi kenaikan jumlah produksi pada *event-event* tertentu. Sedangkan untuk bagian pemasaran masih dipegang langsung oleh pemilik usaha. Tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi tidak memerlukan keahlian khusus, hanya melalui pelatihan singkat atau dengan melihat cara kerja. Dilihat dari segi tenaga kerja, usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri tergolong pada industri kecil karena usaha ini memiliki 5 orang tenaga kerja (BPS, 2011).

Pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini pembagian tugas sudah jelas, khususnya tenaga kerja bagian produksi. Mulai dari pengupasan kulit ubi kayu, pengikiran, pencucian, perebusan, penirisan, dan pengemasan. Semuanya dilakukan oleh tenaga kerja itu sendiri. Mengenai identitas tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Identitas Tenaga Kerja Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Jenis kegiatan	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Lama Bekerja
Pimpinan merangkap tenaga pemasaran	Ibu Asmi	Perempuan	35	S1 Ekonomi	4,5 tahun
Bagian produksi	Rahman	Perempuan	26	SMA	3,5 tahun
	Fitmawati	Perempuan	21	SMA	3,5 tahun
	Mela	Perempuan	20	SMA	2 tahun
	Sari	Perempuan	24	SMA	2 tahun

Sumber : Industri Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012

Dari Tabel 1 diatas terlihat bahwa usia tenaga kerja berkisar antara 20-35 tahun, ini memperlihatkan bahwa semua tenaga kerja pada industri tapai kering (*peuyeum*) Putri tergolong pada usia produktif. Tenaga kerja pada usia produktif mempunyai motivasi dan kemampuan kerja yang lebih tinggi karena berada pada usia yang relatif muda. Tenaga kerja pada bagian produksi semuanya berasal dari lingkungan sekitar usaha sehingga pihak usaha tidak perlu lagi mengeluarkan biaya transportasi.

Untuk tenaga kerja bagian produksi yang berasal dari pihak keluarga yaitu Ibu Asmi sendiri sebagai pemilik usaha yang bertanggung jawab dalam mengawasi kualitas produk, meracik ramuan (peragian) dan keamanan produk digaji sebesar Rp 1.200.000/bulan karena selain membantu bagian produksi juga bertanggung jawab terhadap pengawasan produk dari awal sampai produk siap dipasarkan dan merangkap sebagai tenaga pemasaran. Tenaga kerja produksi lainnya juga diberi upah yang jika diakumulasikan dalam sebulan sebesar Rp 500.000 yang bertugas sebagai tenaga kerja pelaksana dalam proses bahan baku menjadi tapai kering tidak ikut meramu (peragian) tapai kering. Tenaga kerja tersebut juga bertanggung jawab dalam mengemas produk dan pempresan kemasan. Untuk tiap kali proses produksi minimal menghasilkan 60 kg dan setiap hari Jumat minimal menghasilkan 120 kg tapai kering (*peuyeum*). Upah ini dibayarkan setiap melakukan proses produksi (*straight salary*) yaitu metode upah yang dibayarkan kepada karyawan diwujudkan dalam bentuk sejumlah uang atas dasar satuan waktu tertentu harian, mingguan, bulanan bahkan tahunan diluar upah lembur (Swastha dan Sukotjo, 1999).

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri melakukan kegiatan produksi 4 kali dalam seminggu. Untuk memproduksi tapai kering dibutuhkan waktu selama \pm 1,5 hari, dimana jumlah waktu tenaga kerja yang dibutuhkan adalah \pm 8 jam (1 hari kerja). Hal ini dikarenakan pada saat proses pemeraman tidak dibutuhkan tenaga kerja. Proses pemeraman tersebut terjadi selama \pm 24 jam. Besarnya upah yang diterima oleh tenaga kerja pada usaha Putri dalam satu bulan adalah sebesar Rp 500.000 dimana mereka bekerja selama 16 hari dalam waktu satu bulan. Jika upah tersebut dihitung berdasarkan upah harian, maka besarnya upah yang diterima adalah lebih kurang Rp 31.000,-/hari. Berdasarkan tingkat upah minimum regional Sumatera Barat 2012, upah tenaga kerja usaha Putri untuk tenaga kerja bagian produksi masih dibawah UMR Sumatera Barat karena dengan lama jam kerja 8 jam hanya mendapatkan upah sebesar Rp 500.000/bulan. Menurut Direktorat Jendral Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja Indonesia, upah minimum regional Sumatera Barat tahun 2012 adalah sebesar Rp 1.150.000/bulan. Sedangkan untuk pimpinan usaha dan bagian

produksi yang berasal dari dalam keluarga telah berada diatas upah minimum regional karena dengan lama jam kerja 8 jam mendapatkan upah diatas UMR (Rp1.150.000/bulan) yaitu Rp 1.200.000/bulan.

Besarnya upah yang diterima oleh tenaga kerja usaha Putri jika diukur berdasarkan upah minimum regional Sumatera Barat tergolong kecil. Namun selain upah yang diberikan oleh pemilik usaha kepada tenaga kerja, tenaga kerja tersebut juga memiliki tambahan keahlian, keterampilan dan pengetahuan dalam pembuatan tapai kering yang tentunya diperoleh dari pengalaman mereka saat bekerja pada usaha tapai kering Putri. Hal ini tentunya bermanfaat untuk mereka jika suatu saat ingin membuat usaha tapai keringnya sendiri yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Untuk melihat rincian upah tenaga kerja bagian produksi dan pemasaran dapat dilihat pada Lampiran 14, dimana biaya gaji pimpinan termasuk kedalam biaya tetap dan untuk bagian produksi termasuk ke dalam biaya variabel.

4.2 Manajemen Produksi Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

4.2.1 Bahan Baku

Dalam menjalankan usahanya, usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri membeli bahan baku ubi kayu dari tetangga sekitar rumahnya yang berusahatani ubi kayu. Usaha Putri tidak pernah kesulitan dalam memperoleh bahan baku ubi kayu. Padang pariaman sendiri merupakan sentra penghasil ubi kayu di Sumatera Barat (Lampiran 5). Ubi kayu tersebut oleh petani diantar langsung ke rumah pemilik usaha. Biasanya pembayaran dilakukan pada saat barang telah diantarkan ke tempat usaha. Pemilik usaha selalu mengandalkan pembelian ubi kayu yang berasal dari petani ubi kayu yang ada di Kecamatan Enam Lingkung dan belum pernah membeli ubi kayu di pasar tradisional hingga sekarang (September 2012). Pemilik usaha tidak melakukan mitra atau kerjasama dengan para petani ubi kayu tersebut. Pemilik usaha menerima ubi kayu dari setiap petani yang ingin menjual ubi kayunya, tentunya dengan kriteria ubi kayu yang telah ditentukan. Hal ini tentunya akan menjadi masalah untuk beberapa tahun kedepan. Karena apabila petani di Kecamatan Enam Lingkung sudah kehabisan ubi kayu maka pemilik

usaha tidak memiliki pasokan ubi kayu lagi. Masalah selanjutnya adalah, apabila para petani tidak lagi menjual ubi kayunya kepada ibu Asmi sebagai pemilik usaha dan lebih memilih menjualnya kepada pihak lain. Mengingat tidak adanya kerjasama antara pemilik usaha dengan para petani ubi kayu. Untuk itu pemilik usaha sebaiknya juga membeli bahan baku ubi kayu tidak dari para petani di Kecamatan Enam Lingkung saja melainkan di beberapa tempat lain seperti pasar tradisional. Serta melakukan kerjasama dengan para petani, sehingga kualitas ubi kayu yang didapatkan dapat terjamin dan dengan harga yang telah disepakati.

Harga ubi kayu yang diterima pemilik usaha dari petani untuk bulan Juni 2012 sebesar Rp 40.000/karung. Dimana berat ubi kayu per karung sekitar 55 – 60 kg, artinya harga ubi kayu Rp 600 – Rp 700 per kilogram. Menurut pemilik usaha, frekuensi pembelian ubi kayu sebagai bahan baku utama pembuatan tapai kering (*peuyeum*) yaitu setiap 3 hari sekali. Hal ini karena pihak industri selalu menginginkan bahan baku yang masih segar. Ubi kayu jika tidak segera diolah dalam 1-2 hari, umbinya akan rusak. Biasanya untuk sekali pembelian ubi kayu sebanyak 5 karung, atau sekitar \pm 275 kg. Ubi kayu yang dibeli tidak sembarangan, lebih diutamakan yang berjenis daging kuning. Namun karena ubi kayu yang berjenis daging kuning sulit di temukan di Kecamatan Enam Lingkung, biasanya ubi kayu dengan jenis putih pun digunakan sebagai bahan baku oleh usaha Putri. Ubi kayu tersebut harus yang berumur 9-10 bulan. Sampai saat ini usaha Putri belum pernah mengalami kesulitan dalam pengadaan bahan baku. Menurut Harsojuwono (2011), ubi kayu yang bagus untuk dibuat tapai adalah yang berumur 6 bulan hingga 1 tahun. Tapai dari ubi kayu yang berdaging kuning lebih enak dari pada yang berwarna putih, karena ubi kayu berwarna kuning dagingnya lebih halus tanpa ada serat-serat yang kasar.

Walaupun bahan baku yang digunakan oleh usaha Putri kebanyakan jenis putih, tetapi setelah menjadi tapai akan berubah warna agak kekuningan, tidak putih bersih lagi. Hal ini disebabkan adanya proses fermentasi oleh ragi sebagai biang. Menurut Harsojuwono (2011), tingginya kandungan vitamin A pada tapai singkong dapat diketahui jika tapai yang dihasilkan melalui proses fermentasi itu

berwarna kuning. Jika tapai berwarna putih, berarti kandungan vitamin A nya lebih sedikit.

Sementara untuk ragi sebagai bahan penolong, pemilik usaha menggunakan ragi dari Jambi yang di beli dari toko khusus atau agen yang ada di pasar Sicincin. Harga ragi Rp 4.000,-/bungkus. Tiap bungkus ragi berisi 40 butir ragi (1 ons). Untuk pembuatan 20 kg tapai kering (*peuyeum*) dibutuhkan 1 bungkus ragi atau sekitar 40 butir ragi. Pembelian dilakukan dengan cara menelepon agen tersebut jika persediaan ragi akan habis dan menyebutkan jumlah yang akan dibeli kembali. Kemudian agen tersebut akan mempersiapkannya dan usaha Putri menjemput langsung ke Pasar Sicincin tempat agen tersebut berjualan. Kerjasama hanya dilakukan dengan kepercayaan saja, dimana pemilik usaha telah memberikan kepercayaan mengenai kualitas ragi yang sudah dipesan kepada agen tanpa melakukan sortasi terlebih dahulu.

4.2.2. Peralatan

Selain tenaga kerja dan bahan baku, komponen lain yang dibutuhkan dalam berproduksi adalah tersedianya tempat melakukan usaha dan juga peralatan-peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri memiliki tempat usaha diatas tanah milik sendiri yang tergabung dengan tempat tinggal pemilik. Jenis investasi dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi beserta fungsinya adalah sebagai berikut :

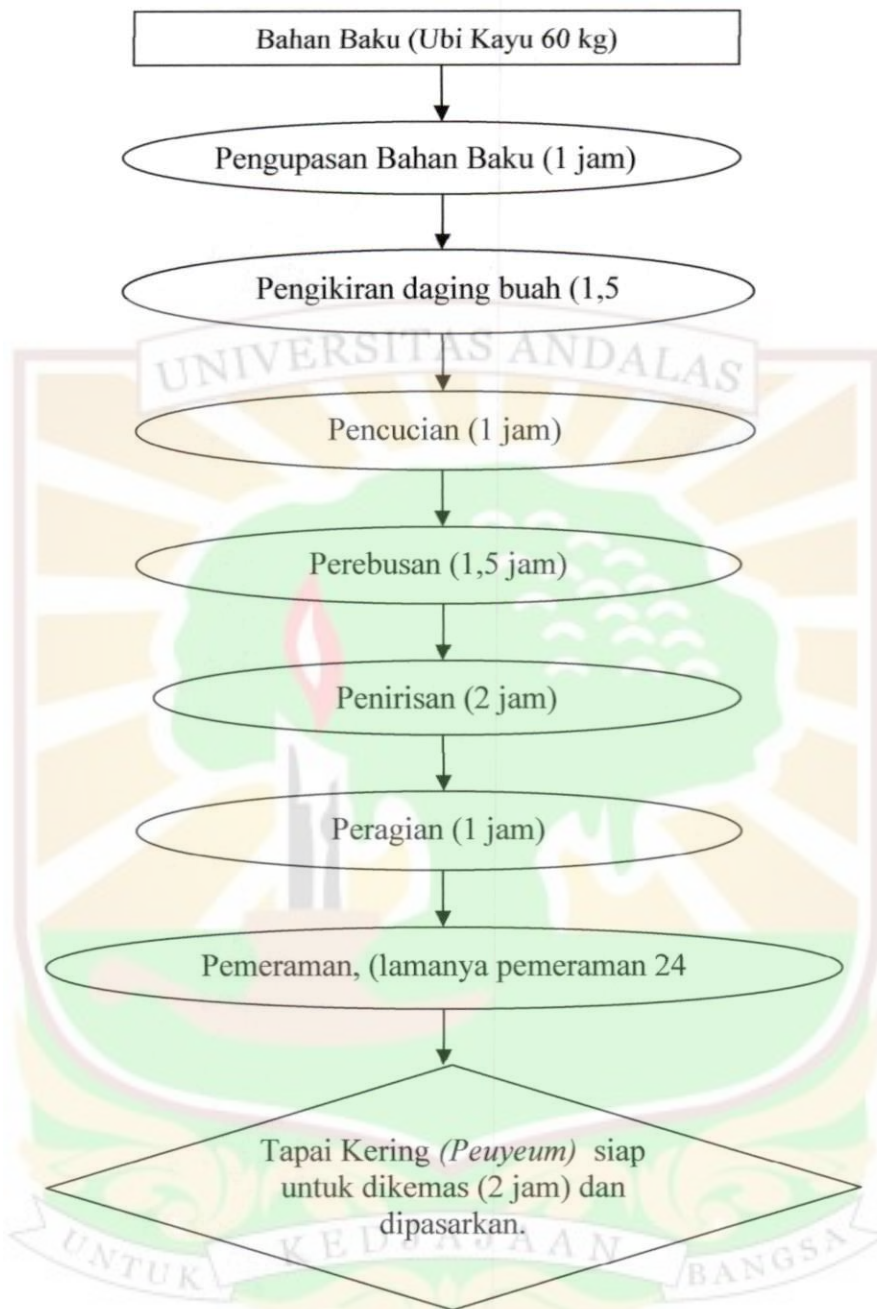
1. Kompor tungku, digunakan untuk merebus ubi kayu.
2. Dandang, digunakan sebagai wadah saat merebus ubi kayu.
3. Sendok kayu, digunakan untuk mengaduk ubi kayu saat proses perebusan dan mengangkat ubi kayu dari dandang saat proses perebusan selesai.
4. Saringan, digunakan untuk mengayak/menyaring ragi saat proses peragian.
5. Pisau, digunakan untuk memotong, mengupas dan mengkikir ubi kayu.
6. Ember, digunakan untuk mencuci ubi kayu dan sebagai wadah untuk ubi yang telah dikupas kulitnya.
7. Baskom digunakan sebagai wadah tapai kering (*peuyeum*) sebelum dikemas.

8. Timbangan, digunakan untuk menimbang berat tapai kering (*peuyeum*) sebelum dikemas.
9. Mesin Press plastik, digunakan untuk menutup rapat kemasan plastik tapai kering (*peuyeum*).
10. Etalase, digunakan sebagai tempat tapai kering (*peuyeum*) yang sudah dikemas dan siap di pasarkan.
11. Bangunan, digunakan sebagai tempat kegiatan produksi dan pemasaran serta tempat tinggal pemilik.
12. Kendaraan, digunakan untuk mengantar tapai kering (*peuyeum*) ke tempat pelanggan.

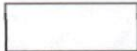

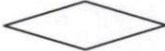
Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri selalu memperhatikan kebersihan seluruh peralatannya, terutama yang berhubungan langsung dengan proses produksi. Peralatan dan bahan yang digunakan harus bersih, terutama dari lemak atau minyak. Karena peralatan yang berminyak jika dipakai untuk mengolah bahan tapai bisa menyebabkan kegagalan fermentasi. Air yang digunakan juga harus bersih, menggunakan air hujan bisa mengakibatkan tapai tidak berhasil dibuat. Untuk biaya penyusutan dari masing-masing peralatan diatas dapat dilihat pada Lampiran 25.

4.2.3 Proses Produksi

Proses pembuatan tapai kering (*peuyeum*) sangatlah sederhana, secara umum pembuatan tapai kering (*peuyeum*) ini melewati beberapa tahap yaitu pengupasan kulit buah ubi kayu, pengkikiran, pencucian, perebusan, penirisan, peragian, pemeraman dan pengemasan. Adapun skema pembuatan tapai kering (*peuyeum*) pada usaha Putri dapat dilihat pada Gambar 3.



Keterangan :

-  = input
-  = proses
-  = output

Gambar 3. Proses Produksi Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012.

Dari skema produksi secara garis besar dapat dijelaskan tahap-tahap produksi tapai kering sebagai berikut :

1. Pengupasan

Pengupasan buah ini bertujuan untuk melepaskan daging buah dari kulit, sehingga didapatkan daging buah sesungguhnya sebagai bahan baku tapai kering (*peuyeum*). Ubi kayu yang masih berumur 9-10 bulan dikupas kulit buahnya dengan menggunakan pisau, yaitu dengan membuat sayatan berupa garis lurus, kemudian menarik kulit buah sepanjang baluran daging buah.

2. Pengikiran

Pengikiran bertujuan untuk membuang lendir-lendir yang berada di permukaan daging buah. Adapun caranya dengan mengerok/mengikis seluruh permukaan daging buah ubi kayu dengan menggunakan pisau. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan tapai kering yang berkualitas, sehingga diperoleh hasil tapai kering (*peuyeum*) yang kering dan tidak berlendir.

3. Pencucian

Tahap selanjutnya adalah pencucian. Setelah seluruh daging buah di kikis permukaannya, daging buah tersebut di cuci bersih untuk menghilangkan semua kotoran yang ada dan menghilangkan bekas kikisan yang tertinggal.

4. Perebusan

Ubi kayu yang sudah di cuci bersih selanjutnya di rebus hingga setengah masak dengan menggunakan dandang. Perebusan sengaja dilakukan setengah masak saja, karena pematangan daging buah ubi kayu akan dilanjutkan pada saat proses fermentasi dengan menggunakan ragi sebagai biang. Air yang digunakan untuk merebus ubi kayu juga diperhatikan. Air harus bersih dan tidak boleh berasal dari air hujan, karena bisa mengakibatkan tapai tidak berhasil dibuat.

5. Penirisan

Setelah daging buah ubi kayu direbus tahap selanjutnya adalah penirisan. Penirisan bertujuan untuk membuang semua air yang ada dari sisa proses perebusan, sehingga daging buah benar-benar kering dan tidak ada lagi air

yang tersisa. Proses penirisan selesai dilakukan jika ubi kayu yang direbus telah benar-benar dingin (tidak ada uap panas dari sisa perebusan). Proses penirisan ini memerlukan waktu ± 2 jam.

6. Peragian

Ragi terlebih dahulu di haluskan. Daging buah yang telah direbus dan ditiriskan dimasukkan ke dalam kotak kardus yang sebelumnya telah di alasi dengan kertas karton buram. Selanjutnya di taburi dengan ragi. Kemudian sisa daging buah yang telah direbus diletakkan diatas daging buah yang telah diragi tersebut, kemudian taburi ragi lagi, begitu terus selanjutnya hingga bahan habis. Saat penaburan ragi digunakan ayakan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa ragi yang di tabur benar-benar bersih dan terhindar dari pasir atau kotoran lain yang mungkin ada, selain itu juga untuk mempermudah dalam meratakan proses penaburan.

7. Pemeraman

Media pemeraman yang digunakan adalah kardus dan kertas karton buram. Proses pemeraman dilakukan di dalam kardus. Pada saat proses pemeraman kardus terlebih dahulu dialasi dengan 3 lembar kertas karton buram kemudian ubi kayu yang siap peram dimasukkan ke dalam kardus tersebut. Setelah semua bahan dimasukkan, tutup bagian atas kardus dengan 3 lembar kertas karton buram lagi, setelah itu tutup permukaan kardus dengan penutup kardus. Maka pemeraman dapat dilakukan. Lamanya waktu pemeraman adalah 24 jam. Pada saat pemberian alas kertas buram, pastikan bahwa semua dinding kardus tertutup kertas karton buram dan penutupan harus di pastikan benar-benar rapat. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan proses fermentasi. Pemeraman dengan kardus dan kertas karton tersebut dapat menyerap uap air yang kemungkinan keluar dari proses fermentasi yang terjadi, sehingga media pemeraman dapat terjaga kekeringannya. Setelah proses pemeraman berlangsung selama 21 jam, maka daging buah dikeluarkan dari media pemeraman (kardus). Pemeraman dilanjutkan dengan media terbuka. Yaitu daging buah diletakkan dan disusun diatas media yang datar yang sebelumnya telah

dialasi kertas karton buram. Penyusunan tidak boleh ditimpah. Tujuannya adalah agar semua daging buah mendapatkan udara. Karena proses fermentasi lanjutan ini adalah merupakan proses pengeringan dengan menggunakan udara (diangin-anginkan), bukan terik matahari. Proses fermentasi lanjutan ini berlangsung selama 3 jam. Pemeraman menggunakan kardus dan kertas karton dapat memberikan hasil tapai yang lebih kering dari pada diperam menggunakan daun ataupun plastik.

8. Pengemasan

Setelah diperam selama 24 jam, maka akan diperoleh tapai kering (*peuyeum*). Kemudian seluruh tapai kering dikemas dengan beberapa ukuran, yaitu berat 100 gram dan berat 500 gram dengan 3 bentuk kemasan. Kemasan tersebut adalah kemasan mini (100 gram), kemasan plastik (500 gram) dan kemasan kotak (500 gram). Kemudian ujung plastik tersebut dipress dengan mesin press yang tujuannya untuk menutup rapat kemasan yang kemudian siap untuk dipasarkan.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), fungsi produksi adalah menciptakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu, harga dan jumlah yang tepat. Menurut pemilik usaha perencanaan produksi merupakan hal yang penting untuk dilaksanakan, seperti jumlah barang yang akan dibuat, cara pembuatan dan penggunaan peralatan yang dipakai. Keputusan tentang jumlah barang yang akan dibuat dipengaruhi oleh perkiraan penjualan atau pola permintaan baik dari pedagang pengecer maupun konsumen akhir yang langsung membeli ke tempat usaha. Sehingga keputusan ini juga tentunya berpengaruh terhadap ketersediaan ubi kayu sebagai bahan baku.

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri berproduksi sebanyak 4 kali dalam seminggu. Dimana 3 kali berproduksi sebanyak 60 kg/produksi dan satu kali sebanyak 120 kg/produksi. Ini merupakan standar produksi normal diluar pesanan pelanggan. Usaha Putri juga menerima pesanan pelanggan, sehingga jumlah produksi ini dapat meningkat sewaktu – waktu. Untuk itu usaha Putri akan menambah volume produksinya sesuai dengan pesanan pelanggan. Dalam satu

minggu terdapat 1 kali produksi sebanyak 120 kg/produksi yang biasanya dilakukan pada hari Jumat. Hal ini disebabkan karena setiap hari jum'at usaha Putri berhasil menjual produk tapai keringnya dalam jumlah yang banyak jika dibandingkan hari – hari lainnya. Pada hari jum'at penjualan tapai kering di toko-toko pengecer mengalami kenaikan, karena tingginya permintaan dari konsumen yang ada di kantor-kantor dinas dan instansi lainnya terhadap tapai kering Putri. Biasanya konsumen ini memesan langsung ke tempat usaha dan melalui pengecer yaitu Toko Sumber Maju. Oleh konsumen produk tapai kering tersebut akan dibawa pulang ke kampung mereka sebagai oleh-oleh atau buah tangan.

4.3 Bauran Pemasaran Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Pada saat ini kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Dalam hal ini pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi, ini berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara kedua factor tersebut. Dalam kondisi perekonomian seperti sekarang ini, tanpa adanya pemasaran orang sulit mencapai tujuan konsumsi yang memuaskan. Penjual berada di pihak yang menjalankan kegiatan pemasaran (juga kegiatan produksi) dan pembeli berada pada titik konsumsi (Swastha dan Sukotjo,1999).

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Konsep pemasaran tidak terlepas dari *marketing mix*. *Marketing mix* adalah perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran (target market). Konsep *marketing mix* merupakan segala usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya. *Marketing mix ini* terdiri atas 4 variabel atau biasa yang disebut dengan 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) (Angipora, 2002). Pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri, didapatkan informasi mengenai keempat unsur bauran pemasaran yang telah diterapkan selama ini, yaitu sebagai berikut :

4.3.1 Produk (*Product*)

Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan (Assauri, 2004). Sebagai salah satu unsur dari bauran pemasaran perusahaan secara keseluruhan, maka bauran produk juga memiliki unsur-unsur yang terkait dari keseluruhan aspek produk yang dihasilkan. Unsur-unsur ini diantaranya adalah klasifikasi produk, tampilan produk (rasa, aroma, warna, daya tahan/batas kadaluarsa produk), kemasan, pelabelan dan merek. Untuk lebih jelasnya karakteristik produk tapai kering (*peuyeum*) Putri dapat dilihat pada penjelasan berikut ini :

a. *Klasifikasi Produk*

Berdasarkan penggolongan produk menurut tujuan pemakaiannya maka tapai kering (*peuyeum*) Putri ini termasuk kedalam produk konsumsi, karena pembelinya adalah konsumen akhir bukan pemakai industri. Barang tersebut (tapai kering) tidak diproses lagi melainkan dipakai sendiri . Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), penggolongan barang menurut tujuan pemakaian oleh konsumen dibagi menjadi 2 yaitu ; 1) barang konsumsi yaitu barang yang dibeli untuk dikonsumsi dan 2) barang industri yaitu barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri baik secara langsung maupun tidak langsung dipakai proses produksi. Barang konsumsi dapat dibedakan menjadi : 1) barang konvenien yaitu barang yang mudah dipakai, pembelinya dapat disembarang tempat, dan pada setiap waktu, 2) barang *shopping* yaitu barang yang harus dibeli dengan mencari dan di dalam pembelinya harus dipertimbangkan masak-masak, 3) barang spesial yaitu barang yang mempunyai ciri khas dan hanya dapat dibeli di tempat tertentu saja. Maka berdasarkan pembagian barang konsumsi, produk tapai kering (*peuyeum*) Putri ini termasuk ke dalam barang konvenien karena dapat diperoleh dengan mudah dan dapat digunakan dengan mudah karena konsumen dapat langsung mengkonsumsi produk setelah membuka kemasan produk. Artinya produk ini dapat dikonsumsi langsung oleh konsumen dan tidak diproses lagi.

b. Tampilan Produk

Tampilan produk adalah sasaran yang kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Menjadi produsen pertama yang memperkenalkan tampilan baru yang di butuhkan dan bagus adalah salah satu cara yang efektif untuk bersaing (Kotler dan Amstrong, 1997). Tapai singkong pada umumnya dijual dalam bentuk kecil dan dipotong-potong. Berbeda dengan tapai kering Putri yang dijual dengan ukuran yang besar dan bulat mengikuti bentuk bahan bakunya dan tidak dipotong-potong kecil. Dari segi tampilan fisik, tapai kering (*peuyeum*) Putri ini berwarna putih susu sedikit kekuningan dan terasa lunak. Menurut Harsojuwono (2010), tingginya kandungan vitamin A pada tapai singkong dapat diketahui jika tapai yang dihasilkan melalui proses fermentasi itu berwarna kuning. Jika tapai berwarna putih, berarti kandungan vitamin A nya lebih sedikit.

Usaha Putri sangat memperhatikan kualitas dari tapai kering yang dihasilkan. Kualitas dari tapai kering tergantung dari cara dan tempat pada saat pemeraman. Tapai kering harus diperam ditempat yang benar-benar kering misalnya menggunakan media kardus. Jika hal tersebut tidak dilakukan, tapai kering beresiko gagal dibuat seperti terjadinya gagal fermentasi, dan rasa tapai yang hambar. Kualitas tapai kering yang dihasilkan juga tergantung dari lamanya proses penirisan yaitu ubi kayu yang telah direbus harus dipastikan benar-benar telah dingin, artinya bebas dari uap panas dan air. Perebusan dan pengkikiran juga mempengaruhi kualitas dari tapai kering yang diproduksi. Perebusan hanya dilakukan setengah masak saja serta pengkikiran juga harus dilakukan secara teliti agar semua lendir yang menempel pada permukaan daging buah terbuang. Sehingga dihasilkan kualitas tapai yang benar-benar kering.

Dari hasil penelitian, diperoleh pendapat dari konsumen yang membeli tapai kering yang langsung membeli ke tempat usaha dan membeli di pedagang pengecer. Informasi yang didapat dari konsumen tersebut diketahui bahwa kualitas tapai kering yang dihasilkan sudah baik (Lampiran 32). Menurut pendapat konsumen tersebut tapai kering Putri lebih baik dibandingkan dengan tapai kering

yang dihasilkan oleh Bu Mel sebagai pesaing. Ini dinilai dari cita rasa yang lebih gurih, manis, dan legit serta aroma yang khas dari tapai kering Putri.

Menurut Konsumen ketika plastik kemasan di buka, maka akan langsung tercium aroma sedap menyerupai aroma vanili dari produk tapai kering (*peuyeum*) Putri. Padahal usaha Putri tidak menggunakan vanili dalam campuran bahan pembuatan tapai kering. Hal ini di karenakan usaha Putri menggunakan jenis ragi pilihan, yaitu ragi Jambi yang dibeli pada agen di pasar Sicincin. Konsumen yang menyatakan aroma dari tapai kering Putri ini sedap adalah sebanyak 83,3% (Lampiran 32).

Untuk rasa, 83,3% konsumen menyatakan rasa dari tapai kering (*peuyeum*) Putri ini enak (Lampiran 32). Menurut konsumen rasa dari tapai kering Putri ini memiliki rasa dan tekstur yang khas, yaitu lebih gurih, manis dan legit. Hal tersebut merupakan salah satu alasan mereka untuk tetap membeli produk tapai kering (*peuyeum*) Putri. Dan dari hasil wawancara dengan pedagang pengecer didapatkan bahwa ada perbedaan pendapat mengenai rasa (Lampiran 33). Mengenai rasa, menurut Toko izal, Toko Sumber Maju, Kedai Juragan, Kedai Sikoni, dan Kedai Nyai rasa dari tapai kering Putri Lebih enak dari pesaing, namun menurut Kedai Inen rasa dari tapai kering (*peuyeum*) Putri sama dengan pesaing. Menurut Kedai Inen, hal ini disebabkan rasa manis yang di timbulkan oleh kedua tapai kering ini sama – sama manis, walaupun tapai kering Putri lebih terasa legit. Menurutnya rasa manis adalah hal utama dari sebuah tapai, jadi jika sebuah tapai sudah terasa manis maka dapat dikatakan tapai tersebut enak. Rasa merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk.

c. Kemasan

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk (Kotler dan Amstrong, 2001). Pada usaha Putri, tapai kering (*peuyeum*) dijual per kilogram. Dalam menjual produk tapai keringnya usaha Putri menyediakan dalam 3 jenis kemasan. Ketiga jenis kemasan tersebut antara lain : 1) kemasan dengan berat isi 100 gram dan dikemas menggunakan

plastik, selanjutnya disebut dengan “kemasan mini”, 2) kemasan dengan berat isi 500 gram dan dikemas dengan menggunakan plastik, selanjutnya disebut dengan “kemasan plastik”, dan 3) kemasan dengan berat isi 500 gram dan dikemas dengan kotak plastik, selanjutnya disebut dengan “kemasan kotak”.

Pada awal memasarkan produknya, usaha tapai kering Putri hanya mengemas produknya dengan plastik saja, dengan beriringnya waktu dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini mulai memikirkan tampilan produknya. Dan pada bulan April 2012, tapai kering (*peuyeum*) Putri menambahkan jenis kemasan produknya berupa kemasan kotak plastik.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), kemasan pada produk baru dapat menonjolkan kepraktisan atau bahkan sebagai alat promosi. Perusahaan dapat merasakan manfaat pengemasan dengan promosi ini terutama apabila konsumen memilih sendiri produk yang akan dibeli. Menurut Kotler dan Amstrong (1997), kemasan terdiri dari tiga tingkatan bahan yaitu :

1. Kemasan dasar (*Primary package*) yaitu bungkus langsung dari suatu produk.
2. Kemasan tambahan (*Secondary package*) yaitu bahan yang melindungi kemasan dasar dan dibuang bila produk tersebut akan digunakan.
3. Kemasan pengiriman (*Shipping package*) yaitu setiap kemasan yang diperlukan waktu penyimpanan, pengangkutan dan identifikasi.

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini menggunakan plastik dan kotak plastik sebagai kemasannya. Kemasan ini langsung membungkus produk tanpa dilapisi oleh pembungkus/kemasan lainnya. Olehkarena itu kemasan tapai kering Putri ini termasuk kedalam kemasan dasar (*Primary package*).

Dari wawancara yang dilakukan saat penelitian 66,7% dari konsumen mengatakan bahwa kemasan tapai kering (*peuyeum*) Putri kurang menarik (Lampiran 32). Hal ini dikarenakan bahan kemasan hanya menggunakan plastik putih biasa. Selain itu pada kemasan terdapat label yang hanya menampilkan beberapa informasi saja tanpa adanya informasi mengenai masa kadaluarsa dan komposisi pembuatan yang merupakan informasi utama dan terpenting bagi kesehatan konsumen. Menurut konsumen, pada bagian bawah kemasan

hendaknya dilapisi karton ataupun menggunakan kotak sepenuhnya, agar mudah dibawa jika perjalanan jauh. Sehingga tidak merusak bentuk produk jika di tumpuk dalam jumlah yang banyak. Menurut Kotler dan Amstrong (1997), kemasan menjadi alat pemasaran yang penting karena dapat menarik perhatian, menguraikan produk dan melakukan tugas penjualan serta kemasan dapat mempengaruhi konsumen mengenal merek dengan cepat.

Sementara mengenai kemasan, menurut pedagang pengecer yaitu Kedai Juragan dan Kedai Sikoni kemasan tapai kering Putri sama dengan pesaing (Lampiran 33). Hal ini dikarenakan, kemasan tapai kering Putri dan kemasan tapai kering Bu Mel sama-sama menggunakan plastik putih transparan sebagai pembungkus, walaupun usaha Bu Mel tidak mencantumkan merek dagangnya pada kemasan dan tidak memiliki kemasan kotak plastik. Sedangkan menurut Toko Izal, Toko Sumber Maju, Kedai Inen dan Kedai Nyai, kemasan dari tapai kering Putri lebih baik dari pesaing (Lampiran 33). Kemasan tapai kering Putri masih bisa dikatakan lebih unggul, karena pada ujung kemasan tapai kering Putri di tutup dengan menggunakan mesin pemresan, sedangkan pada kemasan tapai kering Bu Mel masi dilakukan secara tradisional yaitu menggunakan bantuan panas api lilin yang kemudian di tarik pada ujungnya menggunakan tangan untuk merekatkan kemasan sehingga tertutup rapat. Penutupan kemasan dengan menggunakan mesin pemresan akan menimbulkan kesan rapi dan lebih terlihat bagus.

Kemasan yang baik dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Penekanan wujud fisik dari produk seperti warna, ukuran dan pengemasan maka pembeli dapat membedakan produk dengan produk saingan sejenis sehingga menarik motivasi konsumen atau pola pembeliannya. Wujud fisik dari produk sangat penting dalam pengemasan, maka perlu diusahakan agar produk mempunyai penampilan, gaya, warna dan kemasan yang baik dibandingkan kemasan pesaing sehingga dapat memberikan kesan bahwa produk tersebut mutu dan kualitasnya baik.

d. Pelabelan

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri telah menggunakan label. Pada bagian label tercantum antara lain : merek dagang usaha, nama produk, harga produk, logo Kabupaten Padang Pariaman, alamat usaha, nomor telepon usaha, logo FEATI, serta nomor izin departemen kesehatan. Merek dagang usaha, nomor izin Departemen Kesehatan, alamat dan nomor telepon usaha pada label terletak di bagian tengah. Logo Kabupaten Padang Pariaman pada label terletak di pojok kanan atas. Sementara untuk logo FEATI pada label terletak di pojok kiri atas (Lampiran 35). Farmer Empowerment Through Agricultural Technology And Information Project (FEATI) adalah program pemberdayaan petani melalui teknologi dan informasi pertanian. Tujuannya adalah memberdayakan petani dan organisasi petani dalam meningkatkan produktifitas pendapatan dan kesejahteraan petani melalui peningkatan aksesibilitas terhadap informasi teknologi, modal dan sarana produksi.

Pelabelan yang telah dilakukan oleh usaha Putri masih memiliki beberapa kekurangan. Kekurangan tersebut antara lain, belum dicantumkannya masa kadaluarsa produk, komposisi pembuatan, dan kandungan gizi atau manfaat dari produk tapai kering ini. Informasi ini tentunya memiliki peranan dan manfaat yang penting bagi konsumen, yaitu agar konsumen dapat lebih merasa aman pada saat mengkonsumsi produk tapai kering tersebut. Karena konsumen tidak mengetahui lamanya produk di tangan pengecer, mengingat masa kadaluarsa produk yang hanya 6 hari.

Ciri-ciri produk tapai kering yang hampir kadaluarsa menurut pemilik usaha adalah : 1) bentuk fisik produk semakin kekuningan, 2) produk terlihat sangat benyek dan berair, 3) terdapat buih pada produk, 4) aroma dari tapai terasa asam, 5) rasa tapai tidak lagi manis melainkan asam.

e. Merek

Usaha tapai kering Putri memasarkan produknya dengan menggunakan merek "PUTRI". Hal ini dilakukan agar produknya dapat dibedakan dengan produk sejenis lainnya, dan konsumen dapat mengenali produk tapai kering ini.

Selain itu dengan memberikan merek terhadap produk dapat menambah nilai dari suatu produk. Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), merek adalah suatu nama, simbol, istilah atau disain (rancangan) atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk memberikan tanda pengenal barang atau jasa dari seorang penjual dan untuk membedakan barang-barang yang dihasilkan oleh pesaing.

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), kualitas yang diinginkan untuk sebuah nama merek meliputi : 1) nama merek harus menyampaikan sesuatu mengenai manfaat untuk kualitas produk 2) mudah diucapkan, dikenal dan diingat, 3) harus lain dari yang lain, 4) harus mudah diterjemahkan secara mudah kedalam bahasa asing dan 5) harus terdaftar dan memiliki perlindungan hukum. Pemilik usaha memberi nama "Putri" selain nama tersebut merupakan nama dari anak pemilik usaha, nama "Putri" ini juga cukup singkat dan dapat dengan mudah diingat oleh konsumen. Selain itu pemilik juga telah mendaftarkan merek tersebut ke Departemen Perindustrian dan Perdagangan Padang Pariaman dan Departemen Kesehatan sehingga memiliki izin Depkes P-IRT dengan Nomor 206130602152 dan telah memiliki Surat Keterangan Usaha dari Wali Nagari Toboh Ketek (Lampiran 34).

Dengan demikian usaha Putri sudah memiliki atribut produk yang lebih unggul dibanding Bu Mel sebagai pesaing. Usaha Putri telah memiliki label, memiliki merek dagang, memiliki variasi kemasan yang lebih banyak dan memiliki tampilan produk yang lebih baik. Sehingga tampilan produk dari tapai kering Putri lebih menarik. Hal ini tentunya dapat menarik minat konsumen untuk membeli tapai kering Putri. Di keenam pedagang pengecer, penjualan produk terbanyak atau produk yang paling laku di pasaran adalah produk dari tapai kering Putri (Lampiran 33).

4.3.2 Harga

Dalam menetapkan harga jual produk dilakukan sendiri oleh pemilik usaha. Pemilik usaha memberikan harga jual sebesar Rp 10.000,-/kg tapai kering. Menurut pemilik usaha, harga tersebut ditetapkan berdasarkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tapai kering yang kemudian di tambah

dengan keuntungan yang diinginkan oleh pemilik usaha. Harga jual yang ditetapkan pemilik usaha adalah sebesar Rp 10.000,-/kg tapai kering.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), ada beberapa dasar dalam menetapkan harga yaitu : 1) penetapan biaya *cost plus pricing*, menentukan harga jual per unit dengan menghitung jumlah biaya per unit ditambah dengan jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (disebut margin), 2) Penentuan harga *mark up*, menentukan harga jual setelah menambahkan harga beli dengan sejumlah *mark up*. *Mark up* ini merupakan kelebihan harga jual diatas harga beli, 3) penetapan harga *break even point*, penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya, 4) penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar, penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

Dalam menentukan harga jual per kilogram pemilik usaha menentukan seluruh biaya lalu ditambahkan jumlah tertentu untuk memenuhi laba yang dikehendaki. Berdasarkan teori yang ada, maka cara penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik usaha tersebut disebut dengan metode *cost plus pricing*. Harga jual sebesar Rp 10.000,-/kg tapai kering yang di tetapkan oleh pemilik usaha sudah merupakan harga jual diatas harga pokok produksi. Harga pokok produksi tapai kering Putri adalah Rp 4.799,-/kg. Artinya persentase laba yang diharapkan oleh pihak industri adalah sebesar 108% (Lampiran 31).

Harga jual produk tapai kering (*peuyeum*) Putri adalah sebagai berikut : 1) kemasan mini sebesar Rp 1,000 jika dijual langsung kepada konsumen, dan Rp 800 jika dijual melalui pedagang pengecer, 2) kemasan plastik dan kemasan kotak dijual dengan harga Rp 5,000 jika dijual langsung kepada konsumen dan 4,000 jika melalui pedagang pengecer. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian Harga Jual Produk Tapai Kering Untuk Konsumen dan Pengecer Pada Usaha Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Jenis Kemasan	Harga Konsumen (Rp)	Harga Pengecer (Rp)
1	Kemasan Mini	1.000	800
2	Kemasan Plastik	5.000	4.000
3	Kemasan Kotak	5.000	4.000

Sumber : Usaha Tapai Kering Putri, 2012.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), dalam menetapkan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu : 1) kondisi perekonomian, 2) penawaran dan permintaan, 3) elastisitas permintaan, 4) Persaingan, 5) biaya, 6) tujuan manajer dan 7) pengawasan pemerintah. Dalam hal ini usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dalam menetapkan harga jual mempertimbangkan pada biaya yang telah dikeluarkan yaitu biaya tetap dan biaya variabel tanpa melihat harga dari pesaing produk sejenis. Sebaiknya pemilik mempertimbangkan harga dari pesaing sehingga dapat bersaing dari segi harga. Peranan penetapan harga sangat penting terutama pada saat bersaing untuk menjaga dan meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Harga jual usaha berlaku kepada konsumen yang membeli langsung ke tempat usaha sementara untuk pedagang pengecer bukan merupakan harga jual usaha. Dari pengecer harga jual kepada konsumen akhir tergantung pada pedagang pengecer tersebut. Pihak usaha memberikan harga Rp 4.000,-/bungkus untuk kemasan plastik dan kotak kepada pengecer dan Rp 800,-/bungkus untuk kemasan mini, selanjutnya pihak pengecer akan menyalurkannya kepada konsumen dengan harga yang mereka kehendaki. Berdasarkan survei yang telah dilakukan pada saat penelitian, para pengecer dari usaha tapai kering Putri ini menjual produk tapai kering tersebut dengan harga Rp 5.000,-/bungkus untuk kemasan plastik dan kemasan kotak dan Rp 1.000,-/bungkus untuk kemasan mini. Harga yang diberikan pengecer ini sama dengan harga jual yang telah ditentukan oleh pemilik usaha. Menurut pengecer mereka menentukan harga yang sama dengan pemilik usaha karena produk tapai kering tergolong produk baru sehingga masih mencari pasarnya. Selain itu usaha Putri memiliki banyak pengecer, sehingga mereka diantara sesama pengecer juga harus bersaing. Olekarena itu

harga jual yang mereka tetapkan adalah sama dengan harga jual yang telah ditetapkan oleh pihak usaha.

Pada label pihak usaha tapai kering Putri mencantumkan harga jual produknya. Sehingga dapat memberikan informasi kepada konsumen akhir mengenai harga sesungguhnya. Secara tidak langsung ini akan berpengaruh terhadap penetapan harga di pedagang pengecer yang berkeinginan menaikkan harga diatas harga usaha tersebut. Berdasarkan survei saat penelitian pihak pengecer tidak merasa keberatan dengan dicantumkannya harga produk pada label usaha Putri tersebut. Karena menurut mereka harga jual yang mereka berikan kepada konsumen akhir juga sama dengan yang telah ditentukan oleh pihak usaha, dan jika ingin menaikkan harga diatas harga standar usaha pihak pengecer berpendapat bahwa itu adalah hal yang wajar dan konsumen akan mengerti sehingga tidak ada yang perlu dikhawatirkan. Jadi adanya informasi harga pada label usaha Putri, tidak menjadi masalah dan kendala bagi para pedagang pengecer. Karena pihak pengecer sendiri tidak mengeluarkan biaya transportasi untuk mengambil produk tapai kering tersebut. Pengecer hanya tenaga penjual saja. Pengecer dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.000 untuk tiap bungkus kemasan plastik dan kemasan kotak, dan Rp 200/bungkus untuk kemasan mini.

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer dengan sistem antar, pembayaran dilakukan dengan sistem konsinyasi atau pembayaran dilakukan setelah barang terjual dengan sistem bayar tunai. Penagihan pembayaran dilakukan pada saat pengiriman atau pengambilan produk untuk periode berikutnya. Untuk pedagang pengecer yang dijemput langsung dan produk yang diambil langsung oleh konsumen akhir ke tempat usaha pembayaran dilakukan secara tunai.

Menurut konsumen (66,7%) menyatakan harga dari tapai kering (*peuyeum*) Putri ini sedang, artinya tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah (Lampiran 32). Menurut konsumen ukuran tapai kering yang dikemas dengan berat isi 500 gram dan diberi harga Rp 5.000/bungkus terbilang tidak mahal dan tidak pula murah, artinya dengan harga yang demikian masih dapat di konsumsi

oleh semua kalangan kelas ekonomi, mulai dari ekonomi bawah hingga atas. Konsumen juga dapat menikmati tapai kering (*peuyeum*) Putri dengan harga Rp 1000/bungkus untuk berat isi 100 gram untuk kemasan mini. Secara umum harga yang lebih tinggi kurang mempunyai kemungkinan untuk dibeli oleh konsumen. Namun konsumen memiliki ekspektasi atas hubungan harga dan kualitas. Dalam rentang harga tertentu untuk suatu produk, konsumen memiliki ekspektasi bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kualitas yang lebih baik (Setiadi, 2003).

Untuk harga jual, di keenam pedagang pengecer harga produk tapai kering Putri sama dengan harga jual produk tapai kering pesaing (Lampiran 33). Usaha Putri dan Usaha Bu Mel sama-sama memberikan harga Rp 4.000/bungkus untuk kemasan 500 gram dan Rp 800 untuk kemasan 100 gram. Harga jual tapai kering Putri dan tapai kering Bu Mel yang diberikan pengecer untuk konsumen juga sama, yaitu Rp 5.000 untuk kemasan 500 gram dan Rp 1.000 untuk kemasan 100 gram. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan bersaing yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar. Selain itu meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan mempengaruhi konsumen.

4.3.3 Distribusi

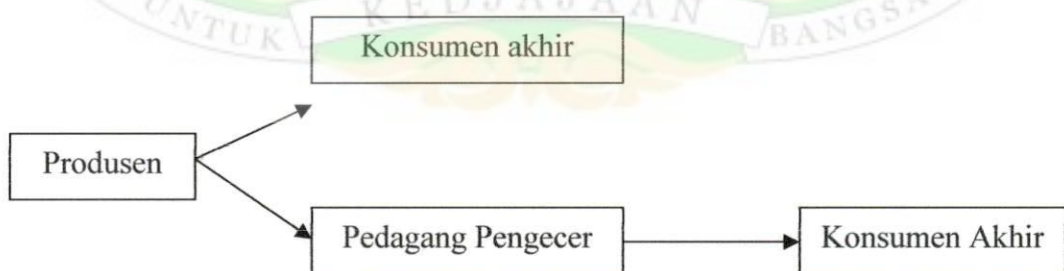
Pada awalnya produk tapai kering (*peuyeum*) Putri ini hanya dipasarkan di toko milik sendiri yang berada di samping rumah pemilik usaha. Karena mendapatkan respon yang baik pemilik mulai memperluas daerah pemasaran walaupun masih dalam lingkup yang kecil. Pada saat ini produk tapai kering Putri telah didistribusikan ke beberapa kedai, toko dan mini market yang ada di Pariaman (Lampiran 6). Untuk distribusi dilakukan sendiri oleh pimpinan usaha tanpa dibantu oleh tenaga pemasaran. Kegiatan distribusi ini dilakukan 3 kali dalam seminggu. Sebagian besar produk di pasarkan melalui pedagang pengecer dan pesanan lewat telepon. Biasanya penjualan terbanyak pada hari Jum'at. Hal ini disebabkan karena setiap hari Jum'at usaha Putri menerima banyak pesanan

tapai kering (*peuyeum*) dari kantor-kantor dinas yang dijadikan sebagai oleh-oleh untuk pulang kampung.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), dalam memasarkan produknya produsen dapat menentukan saluran distribusi yang akan dipakai. Dalam hal ini ada 3 alternatif yaitu :

- 1) Distribusi intensif, yaitu suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan sebanyak mungkin penyalur (terutama pengecer) untuk mencapai konsumen agar kebutuhan mereka cepat terpenuhi dan biasanya produk konsumsi.
- 2) Distribusi selektif, yaitu suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan dengan menggunakan sejumlah pedagang besar dan atau pengecer yang terbatas daerah geografis tertentu. Digunakan untuk barang baru, barang *shopping* dan barang spesial.
- 3) Distribusi eksklusif, yaitu suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan hanya menggunakan satu pedagang besar atau pengecer di daerah pasar tertentu. Hal ini digunakan untuk barang konsumsi jenis spesial dan barang industri jenis instalasi.

Dalam hal ini, usaha Putri menggunakan distribusi intensif dengan menggunakan/melalui pedagang pengecer dengan tujuan memperluas pasar dan lebih mudah menjangkau konsumen. Usaha Putri dalam menjalankan usahanya menggunakan 2 saluran distribusi. Saluran distribusi produk tapai kering (*peuyeum*) Putri dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Skema Saluran Distribusi Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juni 2011 - Juli 2012.

Dari Gambar 4 dapat dilihat bahwa distribusi yang dilakukan oleh usaha tapai kering Putri dilakukan secara langsung dimana usaha berhubungan langsung

dengan konsumen dan distribusi tidak langsung yaitu melalui pengecer. Menurut Kotler (1997), saluran pemasaran langsung adalah saluran yang terdiri dari perusahaan manufaktur yang langsung menjual kepada konsumen akhir, sedangkan distribusi tidak langsung adalah saluran pemasaran yang terdiri dari satu tingkat perantara atau lebih.

Untuk saluran pertama, konsumen langsung membeli tapai kering (*peuyeum*) dari tempat produksi. Biasanya konsumen akhir pada saluran ini adalah konsumen yang berada di lingkungan, rekan-rekan pemilik usaha, pesanan pelanggan, serta konsumen yang membeli ketika usaha Putri mengikuti pameran. Untuk saluran kedua, pemilik sebagai tenaga pemasaran mengantar produk tapai kering ke para pedagang pengecer. Dalam pemasaran, pengecer mempunyai peranan yang penting karena berhubungan secara langsung dengan konsumen akhir. Menurut keterangan dari pemilik usaha, pemasaran produk tapai kering (*peuyeum*) Putri lebih banyak disalurkan melalui pedagang pengecer dari pada menjual sendiri melalui toko yang ada di rumah. Hal ini dikarenakan apabila dijual langsung di toko produk tapai kering banyak tidak terjual, karena minimnya jangkauan konsumen. Sementara jika melalui pengecer pemilik usaha berpendapat bahwa jumlah penjualan akan meningkat, walaupun harus mengurangi harga jualnya di tingkat pengecer. Dengan banyaknya jumlah yang terjual maka akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh oleh pemilik usaha. Pemilik usaha selalu mendahulukan memenuhi permintaan dari para pengecer dan pesanan langsung, sisanya untuk *stok* di toko sebagai penjualan langsung apabila ada konsumen yang langsung membeli ke tempat usaha. Pemilik usaha berharap, dengan adanya pengecer tersebut pemasaran tapai kering akan semakin berkembang.

Menurut pedagang pengecer distribusi yang dilakukan oleh usaha Putri sudah lebih baik dari pesaing (Lampiran 33). Karena usaha Putri sangat lancar dalam mengantarkan produknya ke para pengecer sesuai waktu dan sesuai dengan jumlah permintaan. Sementara usaha Bu Mel tidak menentu frekuensi pengantaran produknya. Pemesanan produk tapai kering dengan usaha Putri dapat dikatakan pasti, yaitu pengecer mengirimkan pesan singkat melalui handpone

seluler dengan menyebutkan jumlah yang diinginkan. Sementara usaha bu Mel mengantarkan produk tapai keringnya sesuai dengan keinginan pemilik usaha saja dan itu dengan jumlah yang relative sedikit jika dibandingkan dengan usaha Putri.

4.3.4 Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi dapat dikatakan sebagai arus informasi atau persuasif satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Sukotjo, 1999).

Tapai kering ini dapat dikatakan produk baru di Padang Pariaman khususnya dan Sumatera Barat umumnya. Hal ini terlihat dari sedikitnya usaha yang mengelola atau mengusahakan produk ini, yaitu hanya terdapat 2 pengelola saja (Lampiran 2). Karena produk ini merupakan produk baru maka promosi sangat diperlukan untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen. Usaha yang dilakukan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat adalah dengan promosi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*). Artinya tapai kering hanya diperkenalkan lewat pembicaraan dari satu orang ke orang lainnya. Sehingga lama kelamaan tapai kering Putri banyak dikenal masyarakat. Menurut literatur, jenis promosi ini lebih tepatnya disebut *personal selling*. Selain itu usaha Putri juga sering mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diikuti di dalam maupun luar kota Pariaman yang diharapkan dapat mengenalkan produk tapai kering (*peuyeum*) Putri ini kepada masyarakat. Menurut literatur, jenis promosi ini lebih tepatnya disebut promosi penjualan.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), menyatakan bahwa kegiatan yang ada dalam promosi pada umumnya ada 4 yaitu ;

- 1) Periklanan adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) *Personal selling* adalah interaksi antar individu saling bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki dan menguasai atau

mempertahankan hubungan 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 dan contoh barang.
- 4) Publisitas merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media. Namun informasi yang tercantum tidak berupa iklan tetapi berupa berita.

Diantara promosi yang telah dilakukan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri, maka promosi melalui pameran (promosi penjualan) dinilai sangat efektif untuk memperkenalkan produk tapai kering (*peuyeum*) Putri ini kepada konsumen. Pada saat penelitian sebanyak 66,7% konsumen menyatakan bahwa, promosi personal selling dan promosi penjualan yang telah dilakukan oleh usaha tapai kering Putri dinilai sudah baik (Lampiran 32). Menurut konsumen, untuk makanan sejenis tapai yang merupakan makanan tradisional dan berhasil mengikuti promosi penjualan melalui kegiatan pameran dinilai sudah sangat baik, mengingat selama ini tapai hanya dipandang sebelah mata sebagai produk konsumsi.

Promosi yang telah dilakukan oleh usaha Putri menurut pengecer juga sudah lebih baik dari pesaing (Lampiran 33). Menurut pengecer, masyarakat di sekitar Kecamatan Enam Lingkung lebih mengenal produk tapai kering Putri dibanding tapai kering milik Bu Mel. Ini terlihat saat konsumen yang berbelanja di toko dan kedai mereka yang langsung menanyakan persediaan tapai kering Putri di toko dan kedai mereka. Dari sini para pengecer berpendapat bahwa tapai kering Putri lebih dikenal masyarakat artinya, informasi mengenai tapai kering Putri sudah menyebar di kalangan masyarakat khususnya di Kecamatan Enam Lingkung.

Untuk itu bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri sudah lebih baik. Usaha tapai kering Putri memiliki keunggulan produk dibandingkan usaha tapai kering Bu Mel. Usaha Bu Mel belum memiliki

label dan merek yang merupakan identitas perusahaan. Dari segi kemasan, usaha Putri juga lebih unggul dibandingkan usaha Bu Mel. Usaha Putri memiliki 3 jenis kemasan sedangkan usaha Bu Mel hanya 2 jenis kemasan saja dan tidak memiliki kemasan kotak plastik. Untuk harga usaha Putri dan usaha Bu Mel memiliki harga jual yang sama, baik di tingkat konsumen maupun di tingkat pedagang pengecer. Untuk distribusi usaha Putri memiliki 17 pedagang pengecer dan 1 toko pribadi, sementara usaha Bu Mel memiliki 8 pengecer dan tidak memiliki toko pribadi. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi pendapatan penjualan usaha dan besarnya laba rugi usaha. Usaha Putri juga sering mengikuti beberapa pameran baik didalam maupun diluar kota Pariaman yang secara tidak langsung merupakan ajang promosi perusahaan agar produknya lebih dikenal dimasyarakat. Sementara usaha Bu Mel belum pernah mengikuti pameran. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Bauran Pemasaran Industri Tapai Kering Putri dan Tapai Kering Bu Mel Sebagai Pesaing

No	Atribut Bauran Pemasaran	Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Putri	Usaha Tapai Kering (<i>Peuyeum</i>) Bu Mel
1	Produk a. Kemasan b. Label c. Merek d. Mutu / Daya Tahan	a. Plastik dan Kotak Plastik b. Ada c. PUTRI d. 6 hari	a. Plastik b. Tidak ada c. Tidak ada d. 4-5 hari
2	Harga a. Kemasan Mini (100 gr) b. Kemasan Plastik (500gr) c. Kemasan Kotak (500 gr)	a. Rp 1,000 untuk konsumen dan Rp 800 untuk pengecer b. Rp 5000 untuk konsumen dan Rp 4000 untuk pengecer c. Rp 5000 untuk konsumen dan Rp 4000 untuk pengecer	a. Rp 1,000 untuk konsumen dan Rp 800 untuk pengecer b. Rp 5000 untuk konsumen dan Rp 4000 untuk pengecer c. Tidak memiliki kemasan kotak
3	Distribusi a. Langsung b. Tidak Langsung	a. Ya Langsung b. Ya Tidak Langsung (memiliki 17 pedagang pengecer)	a. Ya Langsung b. Tidak Langsung (memiliki 8 pedagang pengecer)
4	Promosi a. <i>Personal selling</i> b. Pameran c. Brosur	<i>Personal Selling</i> dan Pameran	<i>Personal Selling</i>

Pemasaran termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada (Swastha dan Sukotjo,1999).

4.4 Analisa Keuntungan Dan Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering Putri

4.4.1 Analisa Keuntungan

Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dalam mendirikan usahanya menggunakan modal sendiri dan belum pernah mendapatkan bantuan dana dari bank ataupun pihak lain. Hal ini disebabkan dalam menjalankan usahanya usaha Putri tidak membutuhkan modal (investasi) yang besar, dimana modal awalnya adalah sebesar Rp 800.000 dan terus berkembang hingga sekarang.

Menurut Swastha dan Sukotjo (1999), sumber dana dalam perusahaan ada dua yaitu yang dipinjamkan (modal asing) dan dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Masing-masing sumber dana tersebut memiliki keunggulan dan kelemahan yaitu 1) dana dari perusahaan memiliki keunggulan yaitu dapat digunakan sewaktu-waktu, tidak ada kewajiban membayar bunga serta tidak ada kewajiban mengembalikan sedangkan kelemahannya adalah jumlah dana sangat terbatas dan perusahaan dihadapkan pada pilihan untuk digunakan sendiri atau digunakan untuk hal lain yang lebih menguntungkan. 2) dana yang berasal dari luar perusahaan memiliki keunggulan seperti jumlah dana yang tidak terbatas, dapat diperoleh dari beberapa sumber dan bersifat fleksibel serta memiliki kelemahan, perusahaan dikenakan beban (bunga untuk utang, deviden untuk saham) dan ada kewajiban untuk mengembalikan uang.

Modal awal yang dimiliki oleh pemilik usaha digunakan untuk membeli ubi kayu sebagai bahan baku utama sebanyak 2 karung (100 kg) dengan harga Rp 80.000, ragi dan sari manis sebagai bahan penolong sebesar Rp 50.000, serta membeli peralatan – peralatan yang dibutuhkan seperti 1 buah dandang seharga Rp 85.000, 1 buah mesin press plastik seharga Rp 250.000, 1 buah timbangan

seharga Rp 50.000, 1 buah tungku masak seharga Rp 125.000, 2 buah pisau seharga Rp 20.000, serta saringan, ember, baskom dan sendok kayu seharga Rp 100.000. Dan sisanya dibelikan plastik bening sebagai kemasan dari produk tapai kering tersebut. Selain itu usaha ini hanya memiliki pembukuan secara sederhana saja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rincian Pembelian Peralatan dan Bahan Baku Sebagai Modal Awal Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

NO	Atribut	Kuantitas	Rupiah (Rp)
1	Modal awal		800.000
2	Pembelian :		
	a. Ubi Kayu	100 kg	80.000
	b. Ragi dan Sari Manis		50.000
	c. Dandang	1 unit	85.000
	d. Mesin Press Plastik	1 unit	250.000
	e. Timbangan	1 unit	50.000
	f. Tungku Masak	1 unit	125.000
	g. Pisau	2 buah	20.000
	h. Saringan, ember dan baskom		100.000
	i. Plastik Kemasan		40.000

Sumber : Usaha Tapai Kering Putri, 2012

4.4.1.1 Pendapatan Penjualan

Pendapatan penjualan adalah nilai rupiah yang diperoleh dari penjualan hasil produksi. Dalam hal ini usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri hanya memperoleh pendapatan dari hasil penjualan tapai kering (*peuyeum*) saja. Besarnya pendapatan diperoleh dengan mengalikan jumlah produk yang terjual dengan harga jual produk.

Jumlah produk tapai kering (*peuyeum*) yang dihasilkan oleh usaha Putri selama periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sebanyak 18.609 kg. Dari jumlah produksi tersebut, tapai kering (*peuyeum*) yang berhasil terjual adalah sebanyak 18.561 kg. Sehingga perusahaan memiliki produk sisa sebanyak 48 kg (Lampiran 8). Terdapatnya produk sisa dalam penjualan tapai kering (*peuyeum*) tentunya sangat berpengaruh terhadap pendapatan penjualan.

Tabel 5. Rincian Jumlah Produksi, Penjualan dan Sisa Produk Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

Atribut	Berat Isi (gr)	Produksi		Penjualan		Produk Sisa	
		Bks	Kg	Bks	Kg	Bks	Kg
Kemasan Mini	100	21.830	2.183	21.715	2.171,5	115	11,5
Kemasan Plastik	500	29.935	14.967,5	29.866	14.933	69	34,5
kemasan Kotak	500	2.917	1.458,5	2.913	1.456,5	4	2
Jumlah			18.609		18.561		48

Dari Tabel 5 diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh usaha Putri untuk periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sebanyak 18.609 kg. Dari 18.609 kg produk tapai kering dihasilkan dalam 3 jenis kemasan. Kemasan tersebut adalah kemasan mini sebanyak 21.830 bungkus, kemasan plastik sebanyak 29.935 bungkus dan kemasan kotak sebanyak 2.917 bungkus. Dimana untuk kemasan mini memiliki berat isi 100 gram sementara kemasan plastik dan kemasan kotak memiliki berat isi 500 gram. Kemasan mini yang berhasil terjual sebanyak 21.715 bungkus, dan kemasan plastik yang berhasil terjual sebanyak 29.866 bungkus, sedangkan kemasan kotak yang berhasil terjual adalah sebanyak 2.913 bungkus. Perincian jumlah kemasan yang diproduksi, terjual dan produk sisa dapat dilihat pada Lampiran 9 dan 10.

Penjualan produk tapai kering dilakukan dalam 2 saluran distribusi pemasaran, yaitu langsung dan tidak langsung. Penjualan langsung artinya, konsumen yang membeli produk untuk langsung di konsumsi dengan membeli secara langsung tapai kering ke tempat usaha. Sedangkan penjualan tidak langsung adalah penjualan melalui pedagang pengecer yang selanjutnya akan disalurkan kembali kepada konsumen akhir. Harga yang diberikan oleh pemilik usaha kepada pedagang pengecer berbeda dengan harga yang diberikan pemilik usaha kepada konsumen yang langsung membeli ke tempat usaha. Selain terdapatnya produk sisa, perbedaan harga jual terhadap 2 jenis saluran pemasaran tersebut tentunya juga mempengaruhi pendapatan penjualan yang diterima oleh perusahaan.

Pada Tabel 6 Terlihat bahwa, jika produk tapai kering yang dihasilkan oleh usaha Putri berhasil terjual tanpa adanya sisa penjualan, maka pendapatan penjualan yang akan diterima adalah sebesar Rp 186.090.000. Pendapatan penjualan sebesar Rp 186.090.000 tersebut jika dijual secara langsung tanpa melalui pedagang pengecer, artinya harga jual yang diberikan adalah harga jual yang sesungguhnya yaitu Rp 10.000/kg atau sebesar Rp 1000,-/bungkus untuk kemasan mini dan Rp 5.000,-/bungkus untuk kemasan plastik dan kemasan kotak. Dari 18.609 kg produk yang dihasilkan oleh usaha Putri, 18.561 kg yang berhasil terjual. Pendapatan penjualan dari produk yang berhasil terjual tersebut jika dijual secara langsung tanpa melalui pedagang pengecer adalah sebesar Rp 185.610.000. Sehingga terdapat selisih pendapatan penjualan sebesar Rp 480.000 yang disebabkan adanya produk sisa.

Tabel 6. Rincian Penerimaan Penjualan Jika Dijual Secara Langsung Tanpa Melalui Pengecer Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

Atribut	Harga/kg (Rp)	Penerimaan Penjualan (Rp)
Produksi 18.609 kg	10.000	186.090.000
Penjualan 18.561 kg	10.000	185.610.000
Produk sisa 48 kg	10.000	480.000

Usaha Putri menjual produk tapai keringnya melalui penjualan langsung dan tidak langsung, sehingga mempengaruhi besarnya pendapatan penjualan yang diterima perusahaan. Penerimaan penjualan yang diterima oleh Usaha Putri untuk periode Juli 2011 hingga Juni 2012 melalui penjualan langsung dan tidak langsung adalah sebesar Rp 159.485.000. Sedangkan jika sepenuhnya melalui penjualan langsung tanpa adanya perantara (pengecer) penerimaan penjualan perusahaan adalah sebesar Rp 185.610.000. Artinya terdapat perbedaan penerimaan penjualan jika produk tapai kering dipasarkan sepenuhnya langsung ke konsumen tanpa perantara (pedagang pengecer) dibandingkan dengan penjualan langsung dan melalui pedagang pengecer. Perbedaan tersebut diakibatkan oleh adanya perbedaan harga yang diberikan perusahaan untuk konsumen dan pedagang pengecer.

Table 7. Rincian Penerimaan Penjualan Jika Dijual Secara Langsung Dan Tidak Langsung Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Atribut	Harga (Rp)	Penerimaan Penjualan (Rp)
1	Produksi 18.609 kg	10.000/kg	186.090.000
2	Penjualan 18.561 kg		
	a. Langsung	a. 1000/bks dan	a. 54.985.000
	b. Tidak Langsung	5000/bks	b. 104.500.000
		b. 800/bks dan	159.485.000
		4000/bks	
3	Produk sisa 48 kg	10.000/kg	480.000

Dari Tabel 7 terlihat bahwa penjualan melalui pedagang pengecer mampu memberikan pendapatan penjualan lebih besar terhadap perusahaan jika dibandingkan dengan penjualan langsung ke konsumen. Pendapatan penjualan melalui pedagang pengecer adalah sebesar Rp 104.500.000 sementara pendapatan penjualan langsung ke konsumen sebesar Rp 54.985.000. Pendapatan penjualan melalui pengecer memiliki nilai yang lebih besar karena usaha Putri memiliki 17 pedagang pengecer yang terletak di dalam dan luar nagari Toboh Ketek. Sementara penjualan secara langsung memiliki nilai pendapatan penjualan yang kecil. Hal ini dikarenakan usaha Putri hanya memiliki satu kios di rumah pemilik usaha sebagai tempat penjualan langsung ke konsumen. Selain itu pihak usaha Putri tidak memiliki tenaga penjual untuk memasarkan produknya. Tenaga penjualan pada usaha Putri dipegang langsung oleh pemilik usaha, sehingga tenaga yang diberikan tidak maksimal dan dapat berpengaruh terhadap besarnya pendapatan penjualan usaha.

Dari Tabel 8 dapat diketahui, penerimaan penjualan yang diterima oleh Usaha Putri jika langsung di pasarkan ke konsumen tanpa melalui pedagang pengecer adalah sebesar Rp 185.610.000. Sementara penerimaan penjualan jika dijual secara langsung dan melalui pedagang pengecer adalah sebesar Rp 159.485.000. Perbedaan selisih penerimaan penjualan tersebut adalah sebesar Rp 26.125.000 dengan jumlah produk yang terjual sebanyak 18.561 kg. Artinya jika di rata-ratakan per bulannya untuk periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sekitar Rp

2.177.083,-/bulan. Perbedaan selisih jumlah penerimaan penjualan tersebut disebabkan karena pihak Usaha Putri dalam menjual produknya memberikan harga yang berbeda untuk pengecer dan konsumen yang langsung membeli ke tempat usaha. Jika pihak usaha lebih banyak menjual secara langsung maka pendapatan penjualan yang diterima usaha juga akan semakin besar, karena harga yang diberikan adalah harga sesungguhnya, yaitu Rp 1000 untuk kemasan mini dan Rp 5000 untuk kemasan kotak dan kemasan plastik.

Tabel 8. Selisih Pendapatan Penjualan Jika Dijual Langsung dengan Penjualan Langsung dan Tidak Langsung Periode Juli 2011 – Juni 2012 Pada Usaha Putri

Atribut	Jumlah Produk	Pendapatan Penjualan (Rp)	Selisih Pendapatan Penjualan
*) Penjualan langsung	18.561 kg	185.610.000	26.125.000
**Penjualan Langsung dan Tidak Langsung	18.561 kg	159.485.000	

Keterangan :

- *) Penjualan langsung, artinya konsumen yang langsung membeli produk tapai kering ke tempat usaha.
- ** Penjualan langsung dan tidak langsung, artinya konsumen yang langsung membeli produk tapai kering ke tempat usaha dan pengecer yang mengambil produk tapai kering untuk dijual kembali kepada konsumen.

Dana sebesar Rp 2.177.083,-/bulan lebih efisien jika digunakan oleh pemilik usaha untuk menambah 1 unit kios guna menambah tempat pemasaran secara langsung ataupun dapat digunakan untuk menambah tenaga pemasaran. Sehingga pemilik usaha tidak perlu lagi merangkap sebagai pemilik usaha sekaligus tenaga pemasaran. Pemilik usaha dapat lebih fokus terhadap usahanya. Dengan demikian penjualan secara langsung dapat ditingkatkan, mengingat jika dijual melalui pengecer perusahaan kehilangan penerimaan penjualan sebesar Rp 200 untuk tiap bungkus kemasan mini dan Rp 1000 untuk tiap bungkus kemasan plastik dan kemasan kotak.

Jumlah penerimaan pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri tiap bulannya dapat dilihat pada Tabel 9. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa penerimaan industri tapai kering (*peuyeum*) Putri tiap bulannya

selama periode Juli 2011 – Juni 2012 selalu bervariasi. Terlihat penerimaan terbesar terjadi pada bulan Januari yaitu sebesar Rp 15.409.000. Hal ini dikarenakan pada bulan Januari Kota Pariaman mengadakan acara tahunan “Tabuik” yang diramaikan pengunjung dan Usaha Putri mengisi stand pameran makanan pada acara tersebut, sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap besarnya penjualan tapai kering (*peuyeum*) Putri. Selain itu pada bulan Januari terdapat perayaan tahun baru, dan usaha Putri menerima banyak pesanan pelanggan.

Tabel 9. Total Penerimaan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Penjualan		Total Penerimaan
		*Langsung	**Tidak Langsung	
1	Juli 2011	3.600.000	8.608.000	12.208.000
2	Agustus	6.000.000	6.624.000	12.624.000
3	September	6.600.000	8.280.000	14.880.000
4	Oktober	4.300.000	8.040.000	12.340.000
5	November	4.475.000	7.884.000	12.359.000
6	Desember	5.500.000	7.104.000	12.604.000
7	Januari 2012	5.125.000	10.284.000	15.409.000
8	Februari	5.150.000	8.720.000	13.870.000
9	Maret	3.800.000	9.568.000	13.368.000
10	April	3.600.000	9.880.000	13.480.000
11	Mei	3.650.000	9.200.000	12.850.000
12	Juni	3.185.000	10.308.000	13.493.000
TOTAL		54.985.000	104.500.000	159.485.000

Keterangan :

- *) Langsung yaitu konsumen akhir langsung membeli tapai kering (*peuyeum*) ke tempat produksi.
- *) Tidak Langsung yaitu pemilik mengantar tapai kering (*peuyeum*) kepada pedagang pengecer yang bertanggung jawab memasarkan kepada konsumen akhir.

Penerimaan terendah terjadi pada bulan Juli 2011 yaitu sebesar Rp 12.208.000. Menurut pemilik usaha, yang ditemui saat melakukan penelitian hal ini disebabkan karena adanya musim buah di Kabupaten Pariaman. Jika musim buah terjadi maka penjualan tapai kering pun menurun. Sedangkan untuk sisa

tapai kering yang tidak terjual, pihak industri tidak memberikan perlakuan tambahan untuk menambah penerimaan, melainkan dikonsumsi sendiri ataupun dibuang begitu saja. Mengingat masa kadaluarsa produk yang pendek, yaitu 6 hari setelah proses produksi. Data penjualan dapat dilihat pada Lampiran 12, 13, dan 14.

4.4.1.2 Biaya-Biaya

Biaya-biaya yang dikeluarkan meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan alat, abodemen listrik, pajak kendaraan, pajak bangunan dan biaya gaji pimpinan. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik meliputi : biaya listrik, biaya pulsa HP, biaya kemasan, biaya bahan bakar, dan biaya pemasaran variabel yaitu biaya transportasi.

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa, komponen biaya variabel tertinggi adalah biaya bahan baku yaitu sebesar Rp 34.542.350. Bahan baku adalah bahan-bahan yang dipakai dalam proses produksi yang dapat dengan mudah dan langsung di definisikan dengan barang jadi yang di hasilkan. Sedangkan biaya variabel yang terendah adalah biaya telepon sebesar Rp 135.000. Biaya telepon yang di gunakan adalah biaya pemakaian pulsa handphone. Pada Usaha Putri komunikasi hanya dilakukan via SMS (pesan singkat) saja. Karena sudah adanya kerjasama dan kepercayaan antara pemilik usaha dengan pedagang pengecer. Biasanya pedagang pengecer akan mengirimkan pesan singkat berapa jumlah produk yang di inginkan, kemudian pihak industri akan mengirimkan balasan dan mengantarkan produk tersebut. Komponen biaya tetap yang terbesar adalah gaji pimpinan yang merangkap sebagai tenaga pemasaran sebesar Rp 14.400.000 dan komponen terkecil adalah abodemen listrik usaha yaitu sebesar Rp 55.680. Untuk biaya listrik usaha diambil 20% dari biaya listrik total per bulannya. Hal ini berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha. Rincian dapat dilihat pada Lampiran 22 dan Lampiran 23.

Tabel 10. Struktur Biaya Total Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

Biaya Variabel		Biaya Tetap	
Keterangan	Jumlah (Rp)	Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Baku	34.542.350	Biaya Penyusutan Alat	2.591.748
Biaya Tk Produksi	18.600.000	Biaya Abodmen Listrik	55.680
Biaya Listrik	342.120	Biaya Pajak kendaraan	154.352
Biaya Telepon	135.000	Biaya Pajak Bangunan	76.000
Biaya Kemasan	7.553.778	Gaji Pimpinan	14.400.000
Biaya Bahan Bakar	2.575.000		
Biaya Bahan Penolong	6.543.000		
Biaya Transportasi	1.025.000		
Biaya Kardus dan Karton	713.650		
Total	72.029.898	Total	17.277.780
Biaya Total			89.307.678

Dalam sebuah usaha, biasanya kebutuhan bahan baku akan selalu fluktuatif tergantung dengan banyaknya jumlah produksi. Selain itu harga dari bahan baku itu sendiri juga tidak bisa dipastikan tetap melainkan fluktuatif, yaitu terkadang naik dan terkadang turun. Untuk itu jika biaya bahan baku Rp 34.542.350 dinaikkan sebesar 25% dari biaya tersebut maka dapat mempengaruhi keuntungan usaha yang diperoleh.

4.4.1.3 Keuntungan

Keuntungan adalah selisih antara seluruh pendapatan dengan seluruh biaya. Dimana biaya yang dikeluarkan untuk menghitung keuntungan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan naik turun sebanding dengan hasil produksi atau volume kegiatan tetapi untuk setiap satuan produksi akan tetap. Biaya variabel pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya listrik, biaya telepon, biaya kemasan, biaya bahan bakar, biaya bahan penolong dan biaya transportasi. Sedangkan untuk biaya tetap terdiri dari biaya abodemen listrik, biaya pajak kendaraan, biaya pajak bangunan, biaya penyusutan alat dan gaji pimpinan. Rincian mengenai keuntungan dan struktur biaya dapat dilihat pada Lampiran 27.

Pendapatan adalah penjualan tapai kering oleh industri tapai kering (*peuyeum*) Putri. Sedangkan seluruh biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap dan biaya variabel. Dari hasil analisa dapat dilihat bahwa pendapatan dan keuntungan usaha yang diperoleh dari bulan Juli 2011 – Juni 2012 cenderung mengalami fluktuasi dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Keuntungan Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Pada Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Penerimaan (Rp)	Biaya (Rp)	Keuntungan (Rp)
1	Juli 2011	12.208.000	6.032.941	6.175.059
2	Agustus	12.624.000	7.421.365	5.202.635
3	September	14.880.000	8.145.178	6.734.822
4	Oktober	12.340.000	7.233.460	5.106.540
5	November	12.359.000	7.167.636	5.191.364
6	Desember	12.604.000	7.233.740	5.370.260
7	Januari 2012	15.409.000	8.514.034	6.894.966
8	Februari	13.870.000	7.727.348	6.142.652
9	Maret	13.368.000	7.654.415	5.713.585
10	April	13.480.000	7.943.846	5.536.154
11	Mei	12.850.000	7.721.037	5.128.963
12	Juni	13.493.000	6.512.678	6.980.322
Jumlah		159.485.000	89.307.678	70.177.322

Penerimaan terbesar terdapat pada bulan Januari (2012) sebesar Rp 15.409.000. Hal ini dikarenakan pada bulan Januari Kota Pariaman mengadakan acara tahunan “Tabuik” dan usaha Putri mengisi salah satu stan pameran makanan di acara tersebut, juga menerima pesanan dari instansi - instansi pemerintah untuk menyambut tahun baru sehingga berpengaruh terhadap pendapatan penjualan tapai kering (*peuyeum*) Putri.

Pada bulan Juni merupakan keuntungan yang paling besar yaitu sebesar Rp 6.980.322. Keuntungan terbesar di bulan Juni 2012 disebabkan karena sejak bulan April 2012 usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri membuat kemasan baru yaitu berupa kemasan kotak dengan harga jual Rp 5.000,-/bungkus dengan berat isi 500 gram. Sejak bulan April 2012 usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri juga menambah perluasan distribusinya yaitu 2 buah Minimarket CS Mart. Tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan dan keuntungan yang diperoleh usaha tapai

kering (*peuyeum*) Putri. Keuntungan terbesar di bulan Juni juga dipengaruhi oleh menurunnya harga ubi kayu sebagai bahan baku utama yaitu sebesar Rp 650/kg dari harga sebelumnya yang mencapai Rp 1.200/kg. Total pendapatan yang diperoleh selama periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sebesar Rp 159.485.000 dengan total keuntungan sebesar Rp 70.177.322. Keuntungan tersebut diperoleh karena harga jual yang ditetapkan oleh pemilik usaha cukup tinggi, yaitu Rp 10.000,-/kg. Harga tersebut 108% dari harga pokok produksi. Harga pokok produksi tapai kering Putri sebesar Rp 4.799,-/kg (Lampiran 31). Keuntungan yang diperoleh digunakan pemilik untuk pengembangan usaha, namun karena kurangnya manajemen pemilik usaha sehingga pemanfaatan keuntungan untuk kebutuhan pengembangan usaha belum terlaksana dengan baik.

Keuntungan usaha yang diperoleh selama periode Juli 2011 – Juni 2012 dapat berubah seiring dengan perubahan besarnya jumlah penjualan dan besarnya biaya variabel. Salah satu biaya variabel yang sangat berpengaruh adalah biaya bahan baku (ubi kayu). Jika bahan baku dinaikkan sebesar 25% dari besarnya biaya bahan baku yang ada (Rp 34.542.350), maka akan mempengaruhi besarnya biaya variabel yang tentunya juga akan mempengaruhi besarnya keuntungan yang diperoleh oleh usaha Putri, yaitu sebesar Rp 8.635.587.

Dengan demikian Peranan bahan baku sangat mempengaruhi laba rugi sebuah usaha. Untuk itu pemilik usaha sebaiknya lebih selektif dalam memilih jenis bahan baku, harga bahan baku, kualitas bahan baku, cara perolehan bahan baku dan tempat pembelian bahan baku.

4.4.2 Analisa Titik Impas (*Break Event Point*)

Dalam memproduksi suatu produk tidak hanya aspek kuantitas saja yang perlu diperhatikan, namun perlu juga dicermati tentang aspek biaya, volume, laba atau aspek kuantitas dari produk yang akan diproduksi. Alat analisa untuk menyusun perencanaan produksi yang menyangkut aspek kuantitasnya adalah analisa titik impas (*break event analysis*) (Subanar, 1994).

Impas adalah suatu keadaan usaha yang tidak memperoleh laba maupun tidak menderita kerugian. Atau suatu keadaan dimana jumlah penerimaan sama dengan total biaya atau laba sama dengan nol. Analisa titik impas merupakan metode yang dapat digunakan untuk melihat pada tingkat penjualan berapa industri tapai kering (*peuyeum*) Putri tidak mengalami kerugian dan tidak pula memperoleh laba dalam usahanya. Impas ini dapat dibedakan menjadi impas kuantitas dan impas dalam satuan rupiah.

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 ini dapat dilihat pada Lampiran 22 dan 26. Titik impas dalam kuantitas dan impas penjualan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012

No	Keterangan	Nilai (Rp)
1	Jumlah produksi rata-rata (Kg)	18.561
2	Biaya Tetap Total (Rp)	17.277.780,00
3	Biaya Variabel Total (Rp)	72.029.898,00
4	Biaya variable /Kg (Rp/Kg)	3.880,71
5	Harga Jual/Kg (Rp)	10.000,00
6	Penjualan (Rp)	159.485.000,00
7	Impas Kuantitas (Kg)	2.823,49
8	Impas Penjualan (Rp)	28.234.942,29

Dari perhitungan titik impas, dengan harga jual per kilogramnya sebesar Rp 10.000 dengan biaya variabel per kilogram sebesar Rp 3.880,71 dan jumlah biaya tetap sebesar Rp 17.277.780 maka diperoleh impas kuantitas sebesar 2.823,49 dan impas penjualan sebesar Rp 28.234.942,29. Dari Tabel 12 dapat dilihat bahwa usaha tapai kering Putri tidak akan memperoleh laba dan tidak akan mengalami kerugian pada tingkat produksi 2.823,49 kilogram atau dengan nilai penjualan sebesar Rp 28.234.942,29. Jika produk yang dijual pada usaha ini dibawah nilai tersebut maka usaha akan mengalami kerugian, sedangkan jika penjualan perusahaan diatas titik impas maka usaha akan memperoleh keuntungan.

Dari data yang didapatkan menyatakan bahwa usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dalam menjalankan usahanya selama periode Juli 2011 – Juni 2012 telah berproduksi di atas titik impas dengan penjualan sebesar Rp 159.485.000, sedangkan impas penjualan telah tercapai saat penjualan sebesar Rp 28.234.942,29. Dengan demikian usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini sudah mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukannya. Adanya keuntungan yang diperoleh dari usaha ini menunjukkan bahwa usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri telah berhasil dalam menjalankan usahanya. Dengan laba sebesar Rp 70.177.322 yang diperoleh, maka usaha tapai kering Putri memiliki kemungkinan untuk menambah perluasan usahanya di masa yang akan datang. Perhitungan dan grafik mengenai titik impas (*break even point*) dari usaha dapat dilihat pada Lampiran 29 dan Lampiran 30.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisa Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri di Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Usaha Putri ini memproduksi produk berupa tapai kering (*peuyeum*) yang berdiri di Kabupaten Padang Pariaman sejak tahun 2008. Latar belakang pendidikan dan dukungan dari keluarga merupakan motivasi pemilik usaha dalam berwirausaha.
2. Untuk manajemen produksi yang dilakukan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri didapatkan :
 - a. Bahan Baku yang di gunakan adalah ubi kayu. Frekuensi pembelian ubi kayu adalah 3 hari sekali. Bahan Penolong yang digunakan adalah ragi dari Jambi yang di beli dari pasar Sicincin.
 - b. Peralatan - peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan tapai kering adalah kompor tungku, dandang, sendok kayu, saringan, pisau, ember, baskom, timbangan, mesin press plastik, etalase, bangunan, dan kendaraan.
 - c. Proses pembuatan tapai kering (*peuyeum*) Putri melewati beberapa tahap yaitu pengupasan kulit buah ubi kayu, pengkikiran, pencucian, perebusan, penirisan, peragian, pemeraman, produk jadi (tapai kering), dan pengemasan.
3. Untuk elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi didapatkan :
 - a. Produk (*product*) dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini tergolong ke dalam produk konsumsi dimana produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk di konsumsi langsung tanpa diproses lagi.

- b. Harga (*price*), usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri menetapkan harga jual sebesar Rp 10.000/kg. Cara penetapan harga yang digunakan adalah metode *cost plus pricing*.
 - c. Distribusi (*place*) yang dilakukan adalah distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Usaha Putri sudah lancar dalam mendistribusikan produknya ke para pengecer.
 - d. Promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh usaha Putri untuk memperkenalkan produk tapai keringnya adalah *personal selling* dan promosi penjualan melalui kegiatan pameran-pameran yang diikuti di dalam maupun luar kota Pariaman.
4. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dari penjualan tapai kering selama periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sebesar Rp 70.177.322. Jumlah produksi tapai kering Putri pada periode penelitian yaitu sebanyak 18.609 kg dan jumlah penjualan sebanyak 18.561 kg. Usaha Putri memperoleh total penjualan sebesar Rp 159.485.000 dengan harga jual Rp 10.000/kg. Analisa titik impas pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini pada periode Juli 2011 – Juni 2012 mendapatkan titik impas penjualan pada saat Rp 28.234.942,29 dan impas kuantitas pada saat 2.823,49 kg. Dengan demikian, usaha ini sudah berada diatas titik impas. Berarti usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri pada periode Juli 2011 – Juni 2012 sudah memproduksi jauh di atas titik impas. Adanya keuntungan yang diperoleh dari usaha ini menunjukkan bahwa usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri telah berhasil dalam menjalankan usahanya dan memiliki kemungkinan untuk menambah perluasan usahanya di masa yang akan datang.

5.2 Saran

1. Sebaiknya usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri mencantumkan komposisi dan masa kadaluarsa produk pada label, sehingga konsumen memperoleh informasi dan merasa lebih aman saat mengkonsumsinya.
2. Untuk produk sebaiknya tidak hanya dikemas dengan plastik saja melainkan di lapiasi lagi dengan kardus berlabel, sehingga lebih menarik dan

memberikan nilai tambah produk yang di harapkan dapat menarik minat konsumen. Selain itu untuk mempermudah penyimpanan dan pembawaan saat produk tapai kering ini di jadikan oleh-oleh.

3. Disarankan kepada pihak usaha untuk mempekerjakan tenaga pemasaran (*sales promotion*) dan menambah kios penjualan. Sehingga dapat memberikan pendapatan penjualan yang lebih besar lagi.
4. Selain itu perusahaan juga disarankan agar memperluas daerah pemasaran, tidak hanya di Kabupaten Padang Pariman saja. Salah satu caranya yaitu dengan memperbanyak jumlah pedagang pengecer.
5. Disarankan kepada pihak industri untuk membuat papan nama usaha pada tokonya sehingga masyarakat dapat lebih mudah mencari dan mengetahui lokasi usaha.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisa Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri di Kenagarian Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Usaha Putri ini memproduksi produk berupa tapai kering (*peuyeum*) yang berdiri di Kabupaten Padang Pariaman sejak tahun 2008. Latar belakang pendidikan dan dukungan dari keluarga merupakan motivasi pemilik usaha dalam berwirausaha.
2. Untuk manajemen produksi yang dilakukan oleh usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri didapatkan :
 - a. Bahan Baku yang di gunakan adalah ubi kayu. Frekuensi pembelian ubi kayu adalah 3 hari sekali. Bahan Penolong yang digunakan adalah ragi dari Jambi yang di beli dari pasar Sicincin.
 - b. Peralatan - peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan tapai kering adalah kompor tungku, dandang, sendok kayu, saringan, pisau, ember, baskom, timbangan, mesin press plastik, etalase, bangunan, dan kendaraan.
 - c. Proses pembuatan tapai kering (*peuyeum*) Putri melewati beberapa tahap yaitu pengupasan kulit buah ubi kayu, pengkikiran, pencucian, perebusan, penirisan, peragian, pemeraman, produk jadi (tapai kering), dan pengemasan.
3. Untuk elemen bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi didapatkan :
 - a. Produk (*product*) dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini tergolong ke dalam produk konsumsi dimana produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk di konsumsi langsung tanpa diproses lagi.

- b. Harga (*price*), usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri menetapkan harga jual sebesar Rp 10.000/kg. Cara penetapan harga yang digunakan adalah metode *cost plus pricing*.
 - c. Distribusi (*place*) yang dilakukan adalah distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Usaha Putri sudah lancar dalam mendistribusikan produknya ke para pengecer.
 - d. Promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh usaha Putri untuk memperkenalkan produk tapai keringnya adalah *personal selling* dan promosi penjualan melalui kegiatan pameran-pameran yang diikuti di dalam maupun luar kota Pariaman.
4. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri dari penjualan tapai kering selama periode Juli 2011 – Juni 2012 adalah sebesar Rp 70.177.322. Jumlah produksi tapai kering Putri pada periode penelitian yaitu sebanyak 18.609 kg dan jumlah penjualan sebanyak 18.561 kg. Usaha Putri memperoleh total penjualan sebesar Rp 159.485.000 dengan harga jual Rp 10.000/kg. Analisa titik impas pada usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri ini pada periode Juli 2011 – Juni 2012 mendapatkan titik impas penjualan pada saat Rp 28.234.942,29 dan impas kuantitas pada saat 2.823,49 kg. Dengan demikian, usaha ini sudah berada diatas titik impas. Berarti usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri pada periode Juli 2011 – Juni 2012 sudah berproduksi jauh di atas titik impas. Adanya keuntungan yang diperoleh dari usaha ini menunjukkan bahwa usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri telah berhasil dalam menjalankan usahanya dan memiliki kemungkinan untuk menambah perluasan usahanya di masa yang akan datang.

5.2 Saran

1. Sebaiknya usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri mencantumkan komposisi dan masa kadaluarsa produk pada label, sehingga konsumen memperoleh informasi dan merasa lebih aman saat mengkonsumsinya.
2. Untuk produk sebaiknya tidak hanya dikemas dengan plastik saja melainkan di lapiasi lagi dengan kardus berlabel, sehingga lebih menarik dan

memberikan nilai tambah produk yang di harapkan dapat menarik minat konsumen. Selain itu untuk mempermudah penyimpanan dan pembawaan saat produk tapai kering ini di jadikan oleh-oleh.

3. Disarankan kepada pihak usaha untuk mempekerjakan tenaga pemasaran (*sales promotion*) dan menambah kios penjualan. Sehingga dapat memberikan pendapatan penjualan yang lebih besar lagi.
4. Selain itu perusahaan juga disarankan agar memperluas daerah pemasaran, tidak hanya di Kabupaten Padang Pariman saja. Salah satu caranya yaitu dengan memperbanyak jumlah pedagang pengecer.
5. Disarankan kepada pihak industri untuk membuat papan nama usaha pada tokonya sehingga masyarakat dapat lebih mudah mencari dan mengetahui lokasi usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2007. *Anggaran Perusahaan 2*. BBPFE. Yogyakarta.
- Angipora, M.P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Anonim. 2012. *Peuyeum Gantung*. http://id.wikipedia.org/Tapai_singkong.
- Assauri, Sofyan. 1999. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. 2011. *Input dan Output Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Padang Pariaman dalam Angka. Padang.
- Badan Pusat Statistik Padang Pariaman. 2011. *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga*. Padang Pariaman dalam Angka. Padang Pariaman.
- Buchari, Alma. 2004. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat. 2011. *Industri Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang.
- _____. 2010. *Strategi Pengembangan Industri dan Perdagangan*. Padang.
- Encahyani, Camelia Kiki. 2002. *Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Industri Kecil Bugar Fresh Milk*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Harsojuwono, Bambang Admadi. 2010. *Kandungan Gizi Dalam Tapai*. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Udayana.
- Hermawan, Asep. 2006. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Grasindo. Jakarta.
- Ibrahim, M. Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Usaha*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kadarsan, W. Halimah, 1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. Gramedia. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Miranti. 2008. *Analisa Usaha dan Bauran Pemasaran Jahe Instan Usaha Kecil Adil*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat dan Rekayasa) Edisi II*. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta.
- Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Purwati, Ani. 2006. *Singkong Berpotensi Jadi Bahan Baku Energi*. <http://www.beritabumi.or.id/>
- Radiyah, Tri dan Agosto, W.M. 1990. *Pendayagunaan Ubi Kayu*. Subang : BPTTG Puslitbang Fisika Terapan – LIPI.
- Riovika, Fina. 2011. *Analisa Usaha Keripik Buah Pada Usaha Kecil Berkah Di Kelurahan Ngalau Kecamatan Padang Panjang Timur Kota Padang Panjang*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Samryn. 2001. *Akuntansi Manajerial, Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 1999. *Pembangunan Agribisnis Merupakan Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah dan Kerakyatan*. Seminar Nasional Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sigit, Soehardi. 1993. *Analisa Break Event Rancangan Linier Secara Ringkas dan Praktis*. BPF. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2003. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Subanar, Harimurti. 1994. *Manajemen Usaha Kecil*. BPF. Yogyakarta.
- Suci, M. 2010. *Strategi Pemasaran Kipang Pada Usaha Kipang MK Di Pakan Salasa Kabupaten Solok Selatan*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Suheini. 2010. *Strategi Pemasaran Kipang Sisera di Kabupaten Mandailing Natal*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Suriono. 2012. *Jurnal Analisa Usaha Substitusi Dedak Padi Dengan Kulit Buah Kakao Yang Difermentasi Aspergillus niger Dalam Ransum Itik Raja Umur 0-7 Minggu*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Swastha, Bashu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.

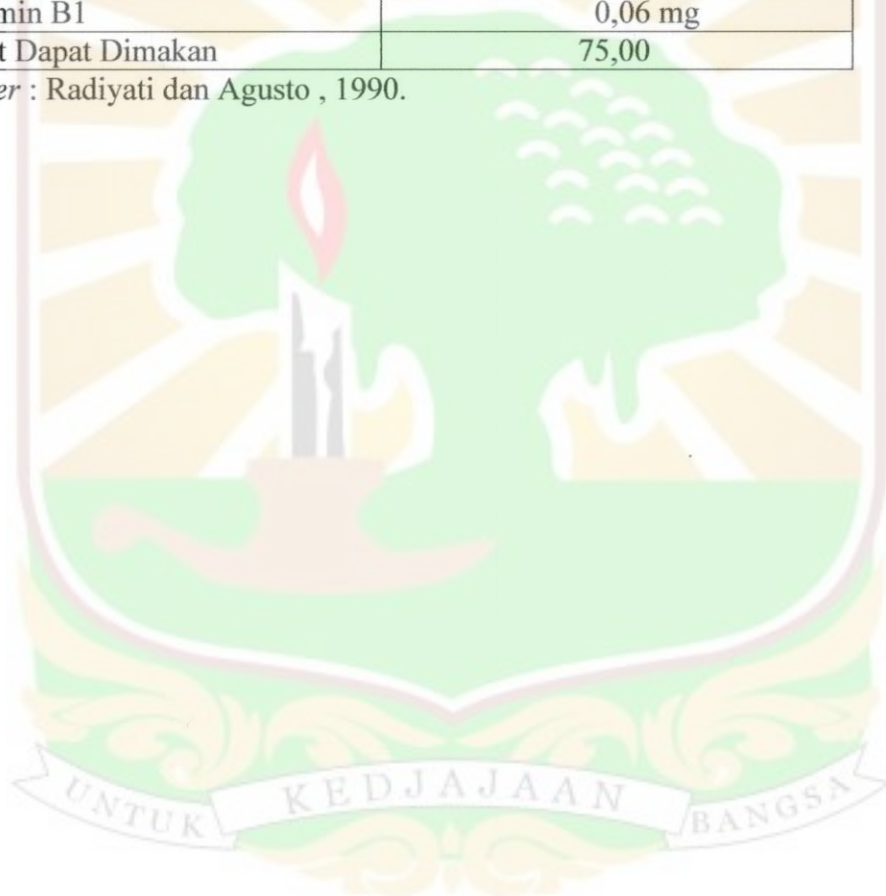
- Tambunan, Tulus. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil Indonesia*. Mutiara Sumber Widya. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zulkhairi. 2009. *Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Emping Melinjo Pada Industri Kecil Seroja Di Kota Pariaman*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.



Lampiran 1. Komposisi Ubi Kayu (Per 100 Gram Bahan)

Komponen	Kadar
Kalori	146,00 kal
Air	62,50 gram
Phosphor	40,00 mg
Karbohidrat	34,00 gram
Kalsium	33,00 mg
Vitamin C	30,00 mg
Protein	1,20 gram
Besi	0,70 mg
Lemak	0,30 gram
Vitamin B1	0,06 mg
Berat Dapat Dimakan	75,00

Sumber : Radiyati dan Agosto , 1990.



Lampiran 2. Daftar Nama-Nama Industri Tapai Kering (*Peuyeum*) Beserta Kapasitas Produksi (dalam Kg) Kabupaten Padang Pariaman

No	Nama Industri Tapai	Kapasitas Produksi (Kg/bulan)	Jenis Produk	Tahun Berdiri
1	Putri	± 2.000	Tapai Kering	2008
2	Ibu Mel	± 1.200	Tapai Kering	2011

Sumber : Survei Lapangan, 2012.



Lampiran 3. Perkembangan Industri Kecil /Kerajinan di Padang Pariaman Tahun 2010

No	Jenis Industri	2009				2010			
		Unit Usaha		Tenaga Kerja		Unit Usaha		Tenaga Kerja	
		Formal	Non Formal	Formal	Non Formal	Formal	Non Formal	Formal	Non Formal
1	Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan	115	591	602	1507	101	341	724	955
2	Industri Aneka	150	159	1349	865	147	144	1359	487
3	Industri Logam, Mesin dan Kimia	39	285	331	733	32	247	203	909

Sumber : BPS Kabupaten Padang Pariaman, 2011.

Lampiran 4. Kriteria Industri dan Perdagangan di Sumatera Barat Tahun 2010

No	Jenis Industri	Jumlah tenaga Kerja
1	Industri Besar	>100 orang
2	Industri Menengah	20 – 99 orang
3	Industri Kecil	5 – 19 Orang
4	Industri Mikro	1 – 4 Orang

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2011.



Lampiran 5. Luas Panen, Produktivitas dan Produksi Ubi Kayu Per Kabupaten 2010 di Sumatera Barat

Kabupaten	Luas Panen (Ha)	Produktivitas (Kg/Ha)	Produksi (Ton)
1. Kepulauan Mentawai	108	22880	2.471
2. Pesisir Selatan	400	56703	22.681
3. Solok	434	20320	8.819
4. Sijunjung	50	50600	2.530
5. Tanah Datar	518	40934	21.204
6. Padang Pariaman	614	42990	26.396
7. Agam	743	34466	25.608
8. Lima Puluh Kota	1.178	43898	51.712
9. Pasaman	205	28995	5.944
10. Solok Selatan	114	20316	2.316
11. Dhamasraya	116	23336	2.707
12. Pasaman Barat	284	21785	6.187

Sumber : Padang Pariaman Dalam Angka, 2011.



Lampairan 6. Daftar Nama-Nama Pengecer Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Di Kabupaten Padang Pariaman

Jenis Pengecer (Lapau/Toko)	Alamat	Lama Berlangganan	Pesaing
1. Juragan (K)	Nagai Koto Tinggi	3,5 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
2. Sikoni (K)	Simpang Pondok Jambek	3,5 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
3. Iyen (K)	Korong Girai	3,5 tahun	Tapai Basah
4. Desi (K)	Korong Girai	3,5 tahun	Tapai Basah
5. Labai Ijun (K)	Nagari Tanjung Baringin	3,5 tahun	Tapai Basah
6. Heni Marlina (K)	Simpang Lubuk Tanah	3,5 tahun	Tapai Basah
7. Leni Marlina (K)	Simpang Lubuk Tanah	3,5 tahun	Tapai Basah
8. Inen (K)	Simpang Gadur	2 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
9. Dodi (K)	Simpang Pauk Kambak	2 tahun	Tapai Basah
10. Uni Er (K)	Simpang Pauh Kambak	2 tahun	Tapai Basah
11. Nyai (K)	Kampung Jambak	2 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
12. Iyen (K)	Toboh Ketek	2 tahun	Tapai Basah
13. Simar (K)	Korong Pari Pontong	2 tahun	Tapai Basah
14. Izal (T)	Sungai Sariak	3,5 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
15. Sumber Maju (T)	Kota Pariaman	3,5 tahun	Tapai Kering Bu Mel, Tapai Basah
16. CS Mart (MM)	Toboh Gadang	3 bulan	Tidak Ada
17. CS Mart (MM)	Kota Pariaman	3 bulan	Tidak Ada

Keterangan :

K = Kedai MM = Mini Market T = Toko

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012.

Lampiran 7. Matrik Data Set Penelitian

Tujuan	Data Yang Dibutuhkan	Sumber Data	Analisa
<p>1. Mengetahui Profil Usaha</p>	<p>1. Gambaran Umum Usaha</p> <ul style="list-style-type: none"> - Latar belakang dan sejarah pendirian usaha - Lokasi usaha - Badan hukum - Struktur organisasi - Modal usaha - Sumber Modal <p>2. Aspek Sumber Daya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah tenaga kerja - Tingkat pendidikan - Umur - Lama bekerja - Sistem upah - Besarnya upah 	<p>Data Primer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemilik Usaha - Tenaga Kerja 	<p>Deskriptif</p>
<p>2. Mendeskripsikan Manajemen Produksi</p>	<p>1. Bahan Baku</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jenis ubi kayu dan bahan penolong - Kualitas dan kuantitas ubi kayu dan bahan penolong - Harga beli ubi kayu dan bahan baku - Cara perolehan ubi kayu dan bahan penolong 	<p>Data Primer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemilik Usaha - Tenaga Kerja 	<p>Deskriptif Kualitatif</p>

Lampiran 7 (Lanjutan)

Tujuan	Data Yang Dibutuhkan	Sumber Data	Analisa
	<p>2. Peralatan Yang Digunakan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jenis mesin dan peralatan - Umur ekonomis - Harga beli <p>3. Proses Produksi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah produksi - Proses produksi - Kapasitas produksi - Jumlah produk yang dihasilkan 		
<p>3. Mendeskripsikan Bauran Pemasaran</p>	<p>1. Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klasifikasi Produk - Mutu Produk - Tampilan Produk - Penggunaan Merek Pada Kemasan - Pelabelan - Cara Pengemasan <p>2. Harga</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penetapan Harga - Alasan Penetapan Harga <p>3. Distribusi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saluran Distribusi - Tempat yang menjadi sasaran distribusi 	<p>Data Primer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemilik Usaha - Pedagang - Pengecer - Konsumen 	<p>Deskriptif Kualitatif</p>

Lampiran 7 (Lanjutan)

Tujuan	Data Yang Dibutuhkan	Sumber Data	Analisa
<p>4. Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan promosi yang dilakukan oleh usaha <p>1. Penghasilan</p> <p>2. Harga Jual</p> <p>3. Volume Produksi</p> <p>4. Biaya</p> <p>5. Laba : Penjualan - Biaya Total</p>	<p>4. Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan promosi yang dilakukan oleh usaha <p>1. Penghasilan</p> <p>2. Harga Jual</p> <p>3. Volume Produksi</p> <p>4. Biaya</p> <p>5. Laba : Penjualan - Biaya Total</p>	<p>Data Primer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pemilik Usaha - Tenaga Kerja 	<p>Kuantitatif</p> <p>Untuk Keuntungan :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Laba bersih : pendapatan penjualan – biaya total b. Pendapatan Penjualan : Jumlah Produk yang dijual x harga jual per kilogram c. Biaya Total : Biaya variable + biaya variable <p>Untuk titik impas :</p> <p>Penjualan impas (dalam Rp penjualan)</p> $= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel / kg}}{\text{Harga Jual/kg}}}$ <p>Penjualan impas (dalam kilogram)</p> $= \frac{\text{Biaya tetap Total}}{\text{Harga Jual/kg} - \text{Biaya Variabel/kg}}$

Lampiran 8. Volume Produksi dan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012 Dalam Satuan Kilogram

NO	Bulan	Produksi (kg)	Penjualan (kg)	Produk Sisa (kg)
1	Juli 2011	1.440	1.436	4
2	Agustus	1.432	1.428	4
3	September	1.700	1.695	5
4	Oktober	1.440	1.435	5
5	November	1.435	1.433	2
6	Desember	1.440	1.438	2
7	Januari 2012	1.800	1.798	2
8	Februari	1.610	1.605	5
9	Maret	1.582	1.576	6
10	April	1.600	1.595	5
11	Mei	1.520	1.515	5
12	Juni	1.610	1.607	3
	Total	18.609	18.561	48
	Rata-Rata	1550,75	1546,75	4

Sumber : Industri Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012.



Lampiran 9. Jumlah Produksi Dan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012 Dalam Jumlah Kemasan

NO	Bulan	PRODUKSI (BUNGKUS)		PENJUALAN (BUNGKUS)		PRODUK SISA (BUNGKUS)				
		*K. Mini	*K. Plastik	*K. Kotak	*K. Mini	*K. Plastik	*K. Kotak	*K. Mini	*K. Plastik	*K. Kotak
1	Juli 2011	1.830	2.514	0	1.820	2.508	0	10	6	0
2	Agustus	1.820	2.500	0	1.815	2.493	0	5	7	0
3	September	1.815	3.037	0	1.800	3.030	0	15	7	0
4	Oktober	1.825	2.515	0	1.815	2.507	0	10	8	0
5	November	1.805	2.509	0	1.800	2.506	0	5	3	0
6	Desember	1.825	2.515	0	1.820	2.512	0	5	3	0
7	Januari 2012	1.810	3.238	0	1.805	3.235	0	5	3	0
8	Februari	1.815	2.857	0	1.800	2.850	0	15	7	0
9	Maret	1.820	2.800	0	1.810	2.790	0	10	10	0
10	April	1.830	1.865	969	1.820	1.858	968	10	7	1
11	Mei	1.820	1.713	963	1.810	1.708	960	10	5	3
12	Juni	1.815	1.872	985	1.800	1.869	985	15	3	0
Jumlah (bungkus)		21.830	29.935	2.917	21.715	29.866	2913	115	69	4
Jumlah (gram)		2.183.000	14.967.500	1.458.500	2.171.500	14.933.000	1456500	11.500	34.500	2.000
Jumlah (kg)		2.183	14.967,5	1.458,5	2.171,5	14.933	1456,5	11,5	34,5	2
		18.609		18561		48				

Keterangan :

*K = Kemasan

Sumber : Industri Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).

Lampiran 10. Jumlah Kemasan Mini, Kemasan Plastik, dan Kemasan Kotak Yang Terjual Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012 Berdasarkan Saluran Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung

NO	BULAN	KEMASAN MINI (BUNGKUS)		TOTAL KEMASAN	KEMASAN PLASTIK (BUNGKUS)		TOTAL KEMASAN	KEMASAN KOTAK (BUNGKUS)		TOTAL KEMASAN
		Langsung	Tidak Langsung		Langsung	Tidak Langsung		Langsung	Tidak Langsung	
1	Juli 2011	0	1.820	1.820	720	1.788	2.508	0	0	0
2	Agustus	0	1.815	1.815	1.200	1.293	2.493	0	0	0
3	September	0	1.800	1.800	1.320	1.710	3.030	0	0	0
4	Oktober	0	1.815	1.815	860	1.647	2.507	0	0	0
5	November	0	1.800	1.800	895	1.611	2.506	0	0	0
6	Desember	0	1.820	1.820	1.100	1.412	2.512	0	0	0
7	Januari 2012	0	1.805	1.805	1.025	2.210	3.235	0	0	0
8	Februari	0	1.800	1.800	1.030	1.820	2.850	0	0	0
9	Maret	0	1.810	1.810	760	2.030	2.790	0	0	0
10	April	0	1.820	1.820	720	1.138	1.858	0	968	968
11	Mei	0	1.810	1.810	710	998	1.708	20	940	960
12	Juni	0	1.800	1.800	612	1.257	1.869	25	960	985
JUMLAH (BKS)		0	21.715	21.715	10.952	18.914	29.866	45	2.868	2.913
JUMLAH (KG)			2.171,5	2.171,5	5.476	9.457	14.933	22,5	1.434	1.456,5

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012.

Lampiran 11. Rincian Pendapatan Penjualan Langsung Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012

No	Bulan	Kemasan Plastik		Kemasan Kotak			Total Penerimaan (a) + (b)	
		Jumlah Bungkus	Harga Jual	Penerimaan (a)	Jumlah Bungkus	Harga Jual		Penerimaan (b)
1	Juli 2011	720	5.000	3.600.000	0	5.000	0	3.600.000
2	Agustus	1.200	5.000	6.000.000	0	5.000	0	6.000.000
3	September	1.320	5.000	6.600.000	0	5.000	0	6.600.000
4	Oktober	860	5.000	4.300.000	0	5.000	0	4.300.000
5	November	895	5.000	4.475.000	0	5.000	0	4.475.000
6	Desember	1.100	5.000	5.500.000	0	5.000	0	5.500.000
7	Januari 2012	1.025	5.000	5.125.000	0	5.000	0	5.125.000
8	Februari	1.030	5.000	5.150.000	0	5.000	0	5.150.000
9	Maret	760	5.000	3.800.000	0	5.000	0	3.800.000
10	April	720	5.000	3.600.000	0	5.000	0	3.600.000
11	Mei	710	5.000	3.550.000	20	5.000	100.000	3.650.000
12	Juni	612	5.000	3.060.000	25	5.000	125.000	3.185.000
TOTAL		10952		54.760.000	45		225.000	54.985.000

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).

Lampiran 12. Rincian Pendapatan Penjualan Tidak Langsung Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012

No	Bulan	Kemasan Mini			Kemasan Plastik			Kemasan Kotak			Total Penerimaan (a) + (b) + (c)
		Jumlah Bungkus	Harga Jual	Penerimaan (a)	Jumlah Bungkus	Harga Jual	Penerimaan (b)	Jumlah Bungkus	Harga Jual	Penerimaan (c)	
1	Juli 2011	1.820	800	1.456.000	1.788	4.000	7.152.000	0	4.000	0	8.608.000
2	Agustus	1.815	800	1.452.000	1.293	4.000	5.172.000	0	4.000	0	6.624.000
3	September	1.800	800	1.440.000	1.710	4.000	6.840.000	0	4.000	0	8.280.000
4	Oktober	1.815	800	1.452.000	1.647	4.000	6.588.000	0	4.000	0	8.040.000
5	November	1.800	800	1.440.000	1.611	4.000	6.444.000	0	4.000	0	7.884.000
6	Desember	1.820	800	1.456.000	1.412	4.000	5.648.000	0	4.000	0	7.104.000
7	Januari 2012	1.805	800	1.444.000	2.210	4.000	8.840.000	0	4.000	0	10.284.000
8	Februari	1.800	800	1.440.000	1.820	4.000	7.280.000	0	4.000	0	8.720.000
9	Maret	1.810	800	1.448.000	2.030	4.000	8.120.000	0	4.000	0	9.568.000
10	April	1.820	800	1.456.000	1.138	4.000	4.552.000	968	4.000	3.872.000	9.880.000
11	Mei	1.810	800	1.448.000	998	4.000	3.992.000	940	4.000	3.760.000	9.200.000
12	Juni	1.800	800	1.440.000	1.257	4.000	5.028.000	960	4.000	3.840.000	10.308.000
TOTAL		21.715		17.372.000	18.914		75.656.000	2.868		11.472.000	104.500.000

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).

Lampiran 13. Total Penerimaan Penjualan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Penjualan		Total Penerimaan (Rp)
		Langsung (Rp)	Tidak Langsung (Rp)	
1	Juli 2011	3.600.000	8.608.000	12.208.000
2	Agustus	6.000.000	6.624.000	12.624.000
3	September	6.600.000	8.280.000	14.880.000
4	Oktober	4.300.000	8.040.000	12.340.000
5	November	4.475.000	7.884.000	12.359.000
6	Desember	5.500.000	7.104.000	12.604.000
7	Januari 2012	5.125.000	10.284.000	15.409.000
8	Februari	5.150.000	8.720.000	13.870.000
9	Maret	3.800.000	9.568.000	13.368.000
10	April	3.600.000	9.880.000	13.480.000
11	Mei	3.650.000	9.200.000	12.850.000
12	Juni	3.185.000	10.308.000	13.493.000
TOTAL		54.985.000	104.500.000	159.485.000



Lampiran 14. Rincian Upah Tenaga Kerja Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012

No	Status	Pemilik Usaha	TK. Produksi				Total Biaya TK. Langsung (a) x (b) + (c) + (d)
			Upah (a)	Jmlh TK (b)	TK. Pengemasan (c)	TK. Pengupasan & Pencucian (d)	
1	Juli 2011	1.200.000	500.000	3			1.500.000
2	Agustus	1.200.000	500.000	3	100.000	100.000	1.700.000
3	September	1.200.000	500.000	3	80.000	80.000	1.660.000
4	Oktober	1.200.000	500.000	3			1.500.000
5	November	1.200.000	500.000	3			1.500.000
6	Desember	1.200.000	500.000	3			1.500.000
7	Januari 2012	1.200.000	500.000	3	140.000	100.000	1.740.000
8	Februari	1.200.000	500.000	3			1.500.000
9	Maret	1.200.000	500.000	3			1.500.000
10	April	1.200.000	500.000	3			1.500.000
11	Mei	1.200.000	500.000	3			1.500.000
12	Juni	1.200.000	500.000	3			1.500.000
Total		14.400.000					18.600.000

Keterangan :

TK = Tenaga Kerja

Pada bulan Agustus, September dan Januari 2012, pemilik usaha melakukan penambahan tenaga kerja untuk mengupas dan mencuci ubi kayu serta pengemasan akibat kenaikan produksi dari pesanan pelanggan.

Sumber : Usaha Tapai Kering Putri, 2012 (data diolah)

Lampiran 15. Biaya Listrik dan Biaya Telepon Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

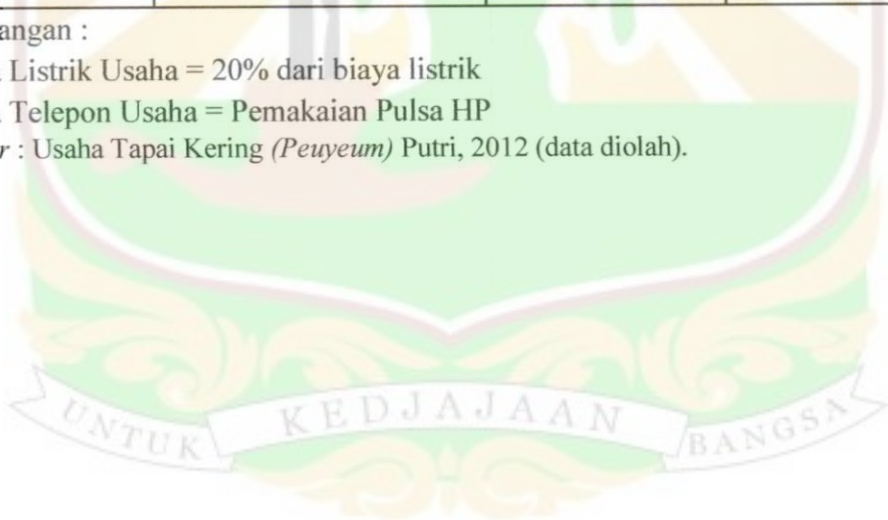
Bulan	Biaya Pulsa HP Usaha (Rp)	Biaya Listrik (Rp)	Biaya Listrik Usaha (Rp)
Juli 2011	10.000	143.500	28.700
Agustus	25.000	150.100	30.020
September	10.000	138.900	27.780
Oktober	10.000	146.300	29.260
November	10.000	141.700	28.340
Desember	10.000	147.700	29.540
Januari 2012	10.000	136.100	27.220
Februari	10.000	141.600	28.320
Maret	10.000	138.100	27.620
April	10.000	130.200	26.040
Mei	10.000	149.700	29.940
Juni	10.000	146.700	29.340
Total	135.000	1.710.600	342.120

Keterangan :

Biaya Listrik Usaha = 20% dari biaya listrik

Biaya Telepon Usaha = Pemakaian Pulsa HP

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).



Lampiran 16. Biaya Bahan Baku (Ubi Kayu) Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Jumlah Produksi Tape Kering	Kebutuhan Ubi Kayu (Kg)	Harga Per Kg Ubi Kayu (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Juli 2011	1.440	2.400	700	1.680.000
2	Agustus	1.432	2.387	1.200	2.864.400
3	September	1.700	2.833	1.200	3.399.600
4	Oktober	1.440	2.400	1.200	2.880.000
5	November	1.435	2.392	1.200	2.870.400
6	Desember	1.440	2.400	1.200	2.880.000
7	Januari 2012	1.800	3.000	1.200	3.600.000
8	Februari	1.610	2.683	1.200	3.219.600
9	Maret	1.582	2.637	1.200	3.164.400
10	April	1.600	2.667	1.200	3.200.400
11	Mei	1.520	2.533	1.200	3.039.600
12	Juni	1.610	2.683	650	1.743.950
Total		18.609	31.015	13.350	34.542.350
Rata-Rata		1.550,75	2.584,6	1.112,5	2.878.529,167

Keterangan :

Dalam 10 kg Ubi Kayu dapat menghasilkan 6 kg tapai kering (*peuyeum*).

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).



Lampiran 17. Biaya Bahan Penolong Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Kebutuhan Ubi Kayu (Kg)	Ragi		Sari Manis		Total Biaya (a) + (b)		
			Jumlah (bungkus)	Harga Per Bungkus	Biaya (a)	Jumlah (bungkus)		Harga Per Bungkus	Biaya (b)
1	Juli 2011	2.400	120	4.000	480.000	30	1.000	30.000	510.000
2	Agustus	2.387	119	4.000	476.000	30	1.000	30.000	506.000
3	September	2.833	142	4.000	568.000	35	1.000	35.000	603.000
4	Oktober	2.400	120	4.000	480.000	30	1.000	30.000	510.000
5	November	2.392	108	4.000	432.000	30	1.000	30.000	462.000
6	Desember	2.400	120	4.000	480.000	30	1.000	30.000	510.000
7	Januari 2012	3.000	150	4.000	600.000	37	1.000	37.000	637.000
8	Februari	2.683	134	4.000	536.000	34	1.000	34.000	570.000
9	Maret	2.637	132	4.000	528.000	33	1.000	33.000	561.000
10	April	2.667	133	4.000	532.000	33	1.000	33.000	565.000
11	Mei	2.533	127	4.000	508.000	32	1.000	32.000	540.000
12	Juni	2.683	134	4.000	536.000	33	1.000	33.000	569.000
	Total	31.015	1.539		6.156.000	387		387.000	6.543.000

Keterangan :

Dalam 20 kg ubi kayu dibutuhkan ragi sebanyak 1 bungkus (40 butir ragi)

Harga 1 bungkus ragi Rp 4.000 dimana berisi 40 butir ragi (berat 1 bks ragi = 1 ons)

1 bungkus sari manis digunakan untuk 80 kg ubi kayu, harga 1 bungkus sari manis Rp 1.000

Lampiran 18. Biaya Bahan Bakar Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

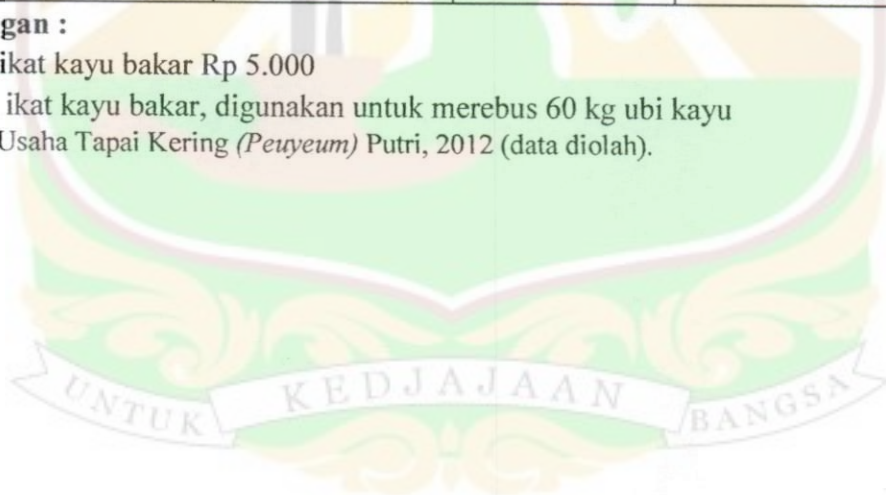
No	Bulan	Kayu Bakar		
		Jumlah (Ikat)	Harga (Rp)	Biaya (Rp)
1	Juli 2011	40	5.000	200.000
2	Agustus	39	5.000	195.000
3	September	47	5.000	235.000
4	Oktober	40	5.000	200.000
5	November	39	5.000	195.000
6	Desember	40	5.000	200.000
7	Januari 2012	50	5.000	250.000
8	Februari	45	5.000	225.000
9	Maret	44	5.000	220.000
10	April	44	5.000	220.000
11	Mei	42	5.000	210.000
12	Juni	45	5.000	225.000
Total		515		2.575.000

Keterangan :

Harga 1 ikat kayu bakar Rp 5.000

Dalam 1 ikat kayu bakar, digunakan untuk merebus 60 kg ubi kayu

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).



Lampiran 19. Biaya Transportasi Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Pembelian Bensin		
		Liter	Harga (Rp)	Biaya (Rp)
1	Juli 2011	16	5.000	80.000
2	Agustus	16	5.000	80.000
3	September	16	5.000	80.000
4	Oktober	16	5.000	80.000
5	November	16	5.000	80.000
6	Desember	16	5.000	80.000
7	Januari 2012	16	5.000	80.000
8	Februari	16	5.000	80.000
9	Maret	16	5.000	88.000
10	April	18	5.000	99.000
11	Mei	18	5.000	99.000
12	Juni	18	5.000	99.000
Total		198		1.025.000

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).



Lampiran 20. Biaya Kemasan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Kemasan Mini			Total Biaya (a)			Kemasan Plastik			Total Biaya (b)			Kemasan Kotak			Total Biaya (c)	Total Seluruh Biaya (a) + (b) + (c)
		Jumlah (bungkus)	Biaya Plastik Kemasan	Biaya Label	Jumlah (bungkus)	Biaya Plastik Kemasan	Biaya Label	Jumlah (bungkus)	Biaya Plastik Kemasan	Biaya Label	Jumlah (bungkus)	Biaya Plastik Kemasan	Biaya Label	Jumlah (bungkus)	Biaya Plastik Kemasan	Biaya Label		
1	Juli 2011	1.830	44	0	80.520	54	125	2.514	54	125	450.006	0	300	125	0	530.526		
2	Agustus	1.820	44	0	80.080	54	125	2.500	54	125	447.500	0	300	125	0	527.580		
3	September	1.815	44	0	79.860	54	125	3.037	54	125	543.623	0	300	125	0	623.483		
4	Oktober	1.825	44	0	80.300	54	125	2.515	54	125	450.185	0	300	125	0	530.485		
5	November	1.805	44	0	79.420	54	125	2.509	54	125	449.111	0	300	125	0	528.531		
6	Desember	1.825	44	0	80.300	54	125	2.515	54	125	450.185	0	300	125	0	530.485		
7	Januari 2012	1.815	44	0	79.860	54	125	3.241	54	125	580.139	0	300	125	0	659.999		
8	Februari	1.815	44	0	79.860	54	125	2.857	54	125	511.403	0	300	125	0	591.263		
9	Maret	1.820	44	0	80.080	54	125	2.800	54	125	501.200	0	300	125	0	581.280		
10	April	1.825	44	0	80.300	54	125	1.854	54	125	331.866	961	300	125	408.425	820.591		
11	Mei	1.820	44	0	80.080	54	125	1.713	54	125	306.627	963	300	125	409.275	795.982		
12	Juni	1.815	44	0	79.860	54	125	1.872	54	125	335.088	985	300	125	418.625	833.573		
Total		21.830	0		960.520	648		29.927	648		5.356.933	2.909	3.600		1.236.325	7.553.778		

Keterangan :

Harga kemasan kotak Rp 30.000 (isi 100); artinya Rp 300/kotak. Kemasan kotak mulai diproduksi sejak bulan April 2012.

Harga kemasan plastik besar Rp 28.000/kg (isi 520 lembar); artinya Rp 54/lembar. Harga kemasan plastik kecil Rp 28.000/kg (isi 640 lembar); artinya Rp 44/lembar.

Harga label Rp 1.000/lembar (isi 8 label); artinya Rp 125/lembar label.

Dalam Pengemasannya, kemasan mini tidak menggunakan label.

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).

Lampiran 21. Biaya Kebutuhan Karton Buram dan Kardus Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

No	Bulan	Kebutuhan Ubi Kayu (Kg)	Kebutuhan Karton Buram	Harga Per lembar	Biaya (a)	Kebutuhan Kardus	Harga per Kardus	Biaya (b)	Total Biaya (a) + (b)
1	Juli 2011	2.400	144	350	50.400	1	3.500	3.500	53.900
2	Agustus	2.387	143	350	50.050	1	3.500	3.500	53.550
3	September	2.833	170	350	59.500	2	3.500	7.000	66.500
4	Oktober	2.400	144	350	50.400	1	3.500	3.500	53.900
5	November	2.392	143	350	50.050	1	3.500	3.500	53.550
6	Desember	2.400	144	350	50.400	1	3.500	3.500	53.900
7	Januari 2012	3.000	180	350	63.000	2	3.500	7.000	70.000
8	Februari	2.683	161	350	56.350	2	3.500	7.000	63.350
9	Maret	2.637	158	350	55.300	2	3.500	7.000	62.300
10	April	2.667	160	350	56.000	2	3.500	7.000	63.000
11	Mei	2.533	152	350	53.200	1	3.500	3.500	56.700
12	Juni	2.683	160	350	56.000	2	3.500	7.000	63.000
Jumlah		31.015	1.859		650.650	18		63.000	713.650

Keterangan :

Dalam 1 bulan dibutuhkan 1-2 buah kardus, 1 buah kardus kapasitas 100 kg ubi kayu

Untuk pemeraman 100 kg ubi kayu dalam 1 kardus dibutuhkan 6 lembar karton buram

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012 (data diolah).

Lampiran 22. Rincian Biaya Variabel Dalam Rupiah

No	Bulan	Biaya Listrik	Biaya Telepon	Biaya Bahan Baku	Biaya Bahan Penolong	Biaya Bahan Bakar	Biaya Transportasi	Biaya Kemasan	Biaya Kardus dan Karton
1	Juli 2011	28.700	10.000	1.680.000	510.000	200.000	80.000	530.526	53.900
2	Agustus	30.020	25.000	2.864.400	506.000	195.000	80.000	527.580	53.550
3	September	27.780	10.000	3.399.600	603.000	235.000	80.000	623.483	66.500
4	Oktober	29.260	10.000	2.880.000	510.000	200.000	80.000	530.485	53.900
5	November	28.340	10.000	2.870.400	462.000	195.000	80.000	528.531	53.550
6	Desember	29.540	10.000	2.880.000	510.000	200.000	80.000	530.485	53.900
7	Januari 2012	27.220	10.000	3.600.000	637.000	250.000	80.000	659.999	70.000
8	Februari	28.320	10.000	3.219.600	570.000	225.000	80.000	591.263	63.350
9	Maret	27.620	10.000	3.164.400	561.000	220.000	88.000	581.280	62.300
10	April	26.040	10.000	3.200.400	565.000	220.000	99.000	820.591	63.000
11	Mei	29.940	10.000	3.039.600	540.000	210.000	99.000	795.982	56.700
12	Juni	29.340	10.000	1.743.950	569.000	225.000	99.000	833.573	63.000
Total		342.120	135.000	34.542.350	6.543.000	2.575.000	1.025.000	7.553.778	713.650

Lampiran 23. Biaya Abodemen Listrik Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juli 2012

Bulan	Abodemen Listrik (Rp)	Abodemen Listrik Usaha (Rp)
Juli 2011	23.200	4.640
Agustus	23.200	4.640
September	23.200	4.640
Oktober	23.200	4.640
November	23.200	4.640
Desember	23.200	4.640
Januari 2012	23.200	4.640
Februari	23.200	4.640
Maret	23.200	4.640
April	23.200	4.640
Mei	23.200	4.640
Juni	23.200	4.640
Total	278.400	55.680

Biaya Abodemen Listrik Usaha = 20% abodemen Listrik

Sumber : Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri, 2012.



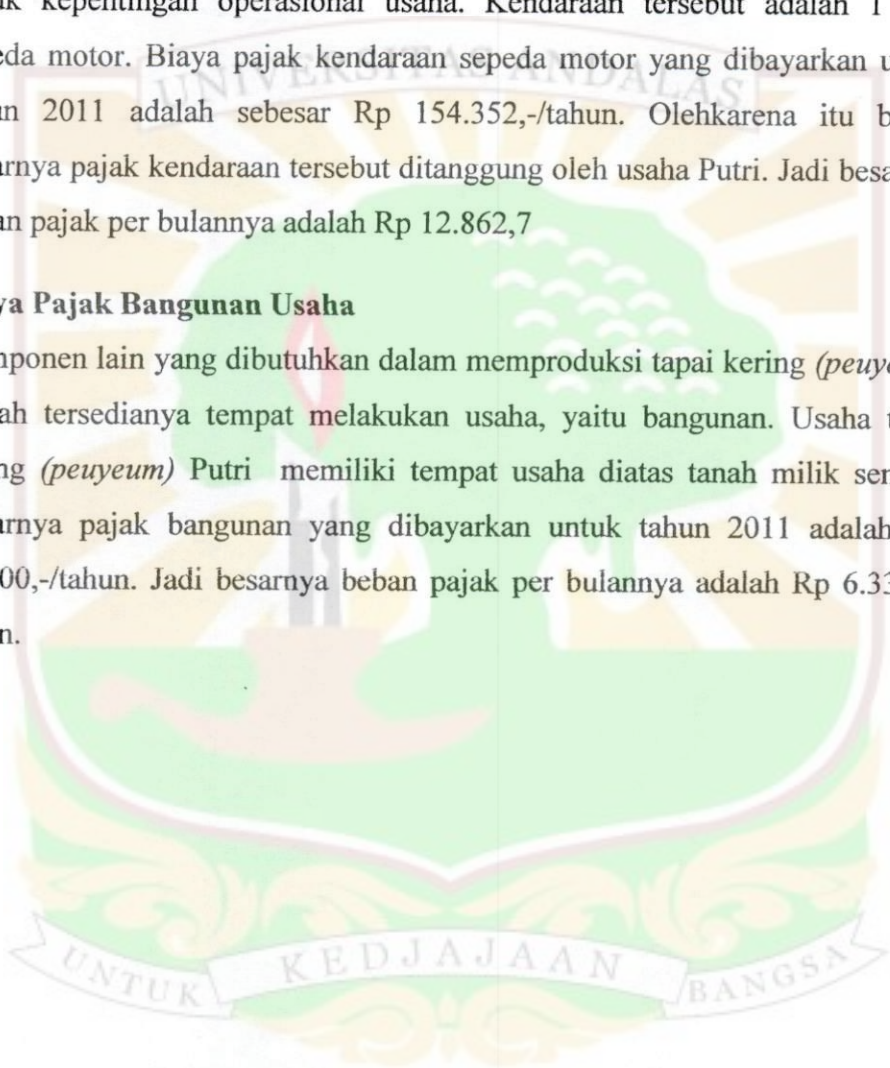
Lampiran 24. Rincian Biaya Pajak Kendaraan Sepeda Motor dan Biaya Pajak Bangunan Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juli 2012

a. Biaya Pajak Kendaraan Sepeda Motor Usaha

Dalam menjalankan usaha tapai kering, usaha Putri membutuhkan kendaraan untuk kepentingan operasional usaha. Kendaraan tersebut adalah 1 unit sepeda motor. Biaya pajak kendaraan sepeda motor yang dibayarkan untuk tahun 2011 adalah sebesar Rp 154.352,-/tahun. Olehkarena itu beban besarnya pajak kendaraan tersebut ditanggung oleh usaha Putri. Jadi besarnya beban pajak per bulannya adalah Rp 12.862,7

b. Biaya Pajak Bangunan Usaha

Komponen lain yang dibutuhkan dalam memproduksi tapai kering (*peuyeum*) adalah tersedianya tempat melakukan usaha, yaitu bangunan. Usaha tapai kering (*peuyeum*) Putri memiliki tempat usaha diatas tanah milik sendiri. Besarnya pajak bangunan yang dibayarkan untuk tahun 2011 adalah Rp 76.000,-/tahun. Jadi besarnya beban pajak per bulannya adalah Rp 6.333,3/ bulan.



Lampiran 25. Jenis Investasi dan Nilai Penyusutan Alat

No	Jenis Investasi	Jumlah (Unit)	Harga Beli/Unit (Rp)	Harga Pembelian (Rp)	UE (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Peny/th (Rp)	Peny/bln (Rp)
1	Bangunan	1	30.000.000	30.000.000	30	3.000.000	900.000	75.000
2	Sepeda Motor	1	8.000.000	8.000.000	5	800.000	1.440.000	120.000
3	Etalase	1	750.000	750.000	5	75.000	135.000	11.250
4	Mesin Press Plastik	1	250.000	250.000	5	50.000	40.000	3.333,33
5	Kuali/dandang	1	85.000	85.000	4	0	21.250	1.770,83
6	Timbangan	1	50.000	50.000	5	15.000	7.000	583
7	Baskom	2	40.000	80.000	2	0	20.000	625
8	Ember	8	20.000	160.000	2	0	10.000	833,333
9	Sendok Kayu	2	10.000	20.000	2	0	5.000	416,667
10	Pisau	4	8.000	32.000	2	0	4.000	333,333
11	Saringan	1	5.000	5.000	1	0	5.000	416,667
12	Tungku masak	1	125.000	125.000	5	40.000	17.000	1.416,67
Jumlah				39.557.000			2.604.250	215.979

Lampiran 26. Rincian Biaya Tetap Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juli 2012

No	Bulan	Biaya Abodemen Listrik (Rp)	Biaya Pajak Kendaraan (Rp)	Biaya Pajak Bangunan (Rp)	Biaya Penyusutan Alat (Rp)
1	Juli 2011	4.640	1.839,40	906,7	215.979
2	Agustus	4.640	1.839,40	906,7	215.979
3	September	4.640	1.839,40	906,7	215.979
4	Oktober	4.640	1.839,40	906,7	215.979
5	November	4.640	1.839,40	906,7	215.979
6	Desember	4.640	1.839,40	906,7	215.979
7	Januari 2012	4.640	1.839,40	906,7	215.979
8	Februari	4.640	1.839,40	906,7	215.979
9	Maret	4.640	1.839,40	906,7	215.979
10	April	4.640	1.839,40	906,7	215.979
11	Mei	4.640	1.839,40	906,7	215.979
12	Juni	4.640	1.839,40	906,7	215.979
Jumlah		55.680	22.072,80	10.868,4	2.591.748

Lampiran 27. Keuntungan Dan Rincian Biaya yang Dikeluarkan Usaha Tapai Kering (Peuyeum) Putri Periode Juli 2011 - Juni 2012 (dalam rupiah)

Keterangan	Juli 2011	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Jan - 2012	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Total
Hasil Penjualan	12.208.000	12.624.000	14.880.000	12.340.000	12.359.000	12.604.000	15.409.000	13.870.000	13.368.000	13.480.000	12.850.000	13.493.000	159.485.000
Biaya Variabel													
1. Biaya Bahan Baku	1680.000	2.864.400	3.399.600	2.880.000	2.870.400	2.880.000	3.600.000	3.219.600	3.164.400	3.200.400	3.039.600	1.743.950	34.542.350
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.500.000	1.700.000	1.660.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.740.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	18.600.000
3. BOP Variabel													
a. Listrik	28.700	30.020	27.780	29.260	28.340	29.540	27.220	28.320	27.620	26.040	29.940	29.340	342.120
b. Telepon	10.000	25.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	135.000
c. Kemasan	530.526	527.580	623.483	530.485	528.531	530.485	659.999	591.263	581.280	820.591	795.982	833.573	7.553.778
d. Bahan bakar	200.000	195.000	235.000	200.000	195.000	200.000	250.000	225.000	220.000	220.000	210.000	225.000	2.575.000
e. Biaya Karton Buram dan Kardus	53.900	53.550	66.500	53.900	53.550	53.900	70.000	63.350	62.300	63.000	56.700	63.000	713.650
4. Biaya bahan Penolong	510.000	506.000	603.000	510.000	462.000	510.000	637.000	570.000	561.000	565.000	540.000	569.000	6.543.000
5. Biaya Pemasaran variabel													
a. Biaya Transportasi	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	88.000	99.000	99.000	99.000	1.025.000
Total Biaya Variabel	4.593.126	5.981.550	6.705.363	5.793.645	5.727.821	5.793.925	7.074.219	6.287.533	6.214.600	6.504.031	6.281.222	5.072.863	72.029.898
Marjin Kontribusi	7.614.874	6.642.450	8.174.637	6.546.355	6.631.179	6.810.075	8.334.781	7.582.467	7.153.400	6.975.969	6.568.778	8.420.137	87.455.102
Biaya Tetap													
1. BOP													
a. Biaya Penyusutan Alat	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	215.979	2.591.748
b. Biaya Abodemen Listrik	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	4.640	55.680
c. Biaya Pajak Kendaraan	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	12.863	154.352
d. Biaya Pajak Bangunan	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	6.333	76.000
2. Biaya Adm dan Umum													
a. Gaji Pimpinan	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	14.400.000
Total Biaya Tetap	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	1.439.815	17.277.780
Total Biaya	6.032.941	7.421.365	8.145.178	7.233.460	7.167.636	7.233.740	8.514.034	7.727.348	7.654.415	7.943.846	7.721.037	6.512.678	89.307.678
Jumlah Bersih	6.175.059	5.202.635	6.734.822	5.106.540	5.191.364	5.370.260	6.894.966	6.142.652	5.713.585	5.536.154	5.128.963	6.980.322	70.177.322

Lampiran 28. Perhitungan Laba Rugi Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri
Periode Juli 2011 – Juni 2012

Pendapatan Penjualan (jumlah penjualan x harga jual)

Penjualan Langsung	54.985.000
Penjualan Tidak Langsung	<u>104.500.000</u>
	159.485.000

Biaya variabel :

Biaya bahan baku	34.542.350
Biaya tenaga kerja	18.600.000
Biaya overhead pabrik variabel	
Biaya bahan penolong	6.543.000
Biaya kemasan	7.553.778
Biaya Bahan Bakar	2.575.000
Biaya listrik usaha	342.120
Biaya pemakaian pulsa hp seluler	135.000
Biaya Kardus dan karton Buram	713.650
Biaya pemasaran variabel	
Biaya transportasi	1.025.000
Total biaya variabel	<u>72.029.898</u>
Laba kontribusi	87.455.102
Biaya tetap :	
Biaya overhead pabrik tetap	
Biaya penyusutan investasi	2.591.748
Biaya abodemen listrik usaha	55.680
Biaya pajak kendaraan	154.352
Biaya pajak bangunan	76.000
Biaya administrasi dan umum	
Gaji Pimpinan	14.400.000
Total biaya tetap	<u>17.277.780</u>
Laba bersih	70.177.322

Lampiran 29. Perhitungan Titik Impas Pada Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri
Periode Juli 2011 – Juni 2012

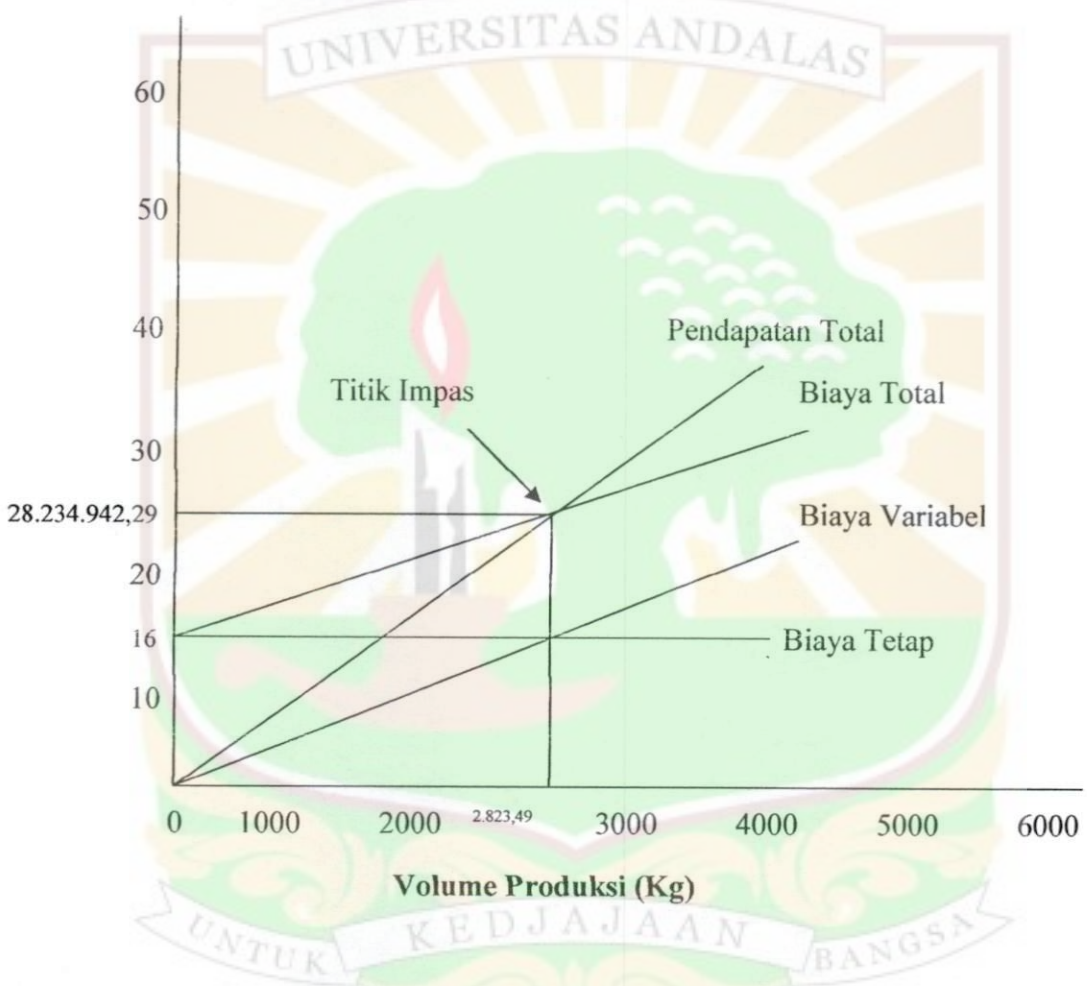
$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Penjualan (kg)} &= 18.561 \text{ kg} \\
 \text{Jumlah Biaya Tetap} &= \text{Rp } 17.277.780 \\
 \text{Jumlah Biaya Variabel} &= \text{Rp } 72.029.898 \\
 \text{Harga Jual / kg} &= \text{Rp } 10.000 \\
 \\
 \text{Jumlah Biaya Variabel/kg} &= \frac{\text{Rp } 72.029.898}{18.561} = \text{Rp } 3.880,71
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Impas Kuantitas (kg)} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{\text{Harga Jual/Kg} - \text{Biaya Variabel/Kg}} \\
 &= \frac{17.277.780}{10.000 - 3.880,71} \\
 &= 2.823,49
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Impas Penjualan (Rp)} &= \frac{\text{Biaya Tetap Total}}{1 - \frac{\text{Biaya Variabel Rata-Rata/Kg}}{\text{Harga Jual/Kg}}} \\
 &= \frac{17.277.780}{1 - \frac{3.880,71}{10.000}} \\
 &= 28.234.942,29
 \end{aligned}$$

Lampiran 30. Grafik Titik Impas Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

Pendapatan dan Biaya (Dalam Juta Rupiah)



Lampiran 31. Perhitungan Laba Yang Diharapkan Pada Usaha Tapai Kering
(*Peuyeum*) Putri Periode Juli 2011 – Juni 2012

Biaya Variabel = Rp 72.029.898

Biaya Tetap = Rp 17.277.780

Jumlah Produksi = Rp 18.609

Harga Jual/kg = Rp 10.000

$$\begin{aligned} \text{Biaya total/unit} &= \frac{\text{Biaya variabel} + \text{Biaya tetap}}{\text{Jumlah Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 72.029.898 + \text{Rp } 17.277.780}{18.609} \end{aligned}$$

Harga pokok produksi (HPP) = Rp 4.799,17 atau Rp 4.799

$$\begin{aligned} \text{Persentase laba yang diharapkan} &= \frac{\text{Harga jual sekarang} - \text{HPP}}{\text{HPP}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 10.000 - \text{Rp } 4.799}{\text{Rp } 4.799} \times 100\% \\ &= 108\% \end{aligned}$$

Lampiran 32. Tanggapan Konsumen Mengenai Tapai Kering (*Peuyeum*) Pada Usaha Putri Periode Juli 2011 – Juli 2012

No	Atribut	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Produk		
	Rasa		
	a. Enak	10	83,3
	b. Kurang Enak	2	16,7
	c. Sangat Enak	-	-
	Kemasan		
	a. Menarik	3	25
	b. Sangat Menarik	1	8,3
	c. Kurang Menarik	8	66,7
	Kualitas		
	a. Kurang Baik	1	8,3
	b. Baik	11	91,7
c. Sangat Baik	-	-	
Aroma			
a. Sedap	10	83,3	
b. Kurang Sedap	2	16,7	
Merek			
a. Jelas	10	83,3	
b. Cukup Jelas	2	16,7	
c. Tidak Jelas	-	-	
2	Harga		
	a. Murah	4	33,3
	b. Sedang	8	66,7
	c. Mahal	-	-
3	Distribusi (langsung dan tidak langsung)		
	a. Baik	10	83,3
	b. Cukup Baik	2	16,7
	c. Kurang Baik	-	-
4	Promosi (personal selling dan pameran)		
	a. Baik	8	66,7
	b. Cukup Baik	4	33,3
	c. Kurang baik	-	-

Lampiran 33. Tanggapan Pedagang Pengecer Mengenai Tapai Kering (*Peyyeum*) Putri Dibandingkan Pesaing

No	Bauran Pemasaran	T. Izal	T. Sumbre Maju	K. Juragan	K. Sikoni	K. Inen	K. Nyai
1	Produk Rasa a. Sama dengan pesaing b. Lebih enak dari pesaing c. Kurang Enak dibandingkan pesaing Kemasan a. Lebih baik dari pesaing b. Kurang dari pesaing c. Sama dengan pesaing	Lebih enak dari pesaing	Lebih enak dari pesaing	Lebih enak dari pesaing	Lebih enak dari pesaing	Sama dengan pesaing	Lebih enak dari pesaing
2	Harga a. Sama dengan pesaing b. Lebih mahal dari pesaing c. Lebih Murah dari pesaing	Sama dengan pesaing	Sama dengan pesaing	Sama dengan pesaing	Sama dengan pesaing	Sama dengan pesaing	Sama dengan pesaing
3	Distribusi a. Lebih Baik dari Pesaing b. Kurang baik dibanding pesaing c. Sama baiknya dengan pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing

Lampiran 33 (Lanjutan)

No	Bauran Pemasaran	T. Izal	T. Sumbang Maju	K. Juragan	K. Sikoni	K. Inen	K. Nyai
4	Promosi a. Lebih Baik dari Pesaing b. Kurang baik dibanding pesaing c. Sama baiknya dengan pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing	Lebih Baik dari Pesaing
5	Penjualan Produk Paling Banyak a. Tapai Kering Putri b. Tapai Kering Bu Mel	Tapai Kering Putri	Tapai Kering Putri	Tapai Kering Putri	Tapai Kering Putri	Tapai Kering Putri	Tapai Kering Putri

Lampiran 34. Surat Keterangan Usaha Putri Dari Wali Nagari Toboh Ketek
Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman.



PEMERINTAH KABUPATEN PADANG PARIAMAN
KECAMATAN ENAM LINGKUNG
NAGARI TOBOH KETEK

Jln. Simp. Tigo Toboh Ketek Telp. (0751) 675505 Kode Pos 25584

SURAT KETERANGAN USAHA

Nomor: 140/LA/SKU/WN-TBK/III/2012

Yang bertandatangan dibawah ini Wali Nagari Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung
Kabupaten Padang Pariaman menerangkan bahwa:

N a m a : ASMI
Tempat/Tanggal Lahir : Toboh Ketek/ 22 September 1964
A g a m a : I s l a m
Status Perkawinan : Kawin
Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga
A l a m a t : Korong Simpang Tigo Nagari Toboh Ketek
Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman

Menerangkan bahwa nama yang tersebut di atas benar mempunyai Usaha " **Produksi Makanan Ringan** " di Korong Simpang Tigo Nagari Toboh Ketek Kecamatan Enam Lingkung Kabupaten Padang Pariaman.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Toboh Ketek, 07 Maret 2012

Wali Nagari Toboh Ketek

AFDINAR

Lampiran 23. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1 : Produk Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri



Gambar 2 : Kemasan Kotak Plastik



Gambar 3 : Tampilan Label Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri



Gambar 4 : Tenaga Kerja Usaha Tapai Kering (*Peuyeum*) Putri

Gambar 5 : Peralatan Produksi



Gambar 5a : Timbangan



Gambar 5b : Pisau dan Sendok Pengaduk

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA



Gambar 5c : Mesin Press Kemasan



Gambar 5d : Karton Buram Saat Pemeraman



Gambar 6. Proses Pemeraman Tapai Kering (*Peuyeum*)



Gambar 6 : Hasil Pemeraman