

Analysis Of Production Costs, Revenue, Efficiency And Value Added On Marketing In Trading Business

Analisis Biaya Produksi, Pendapatan, Efisiensi Dan Nilai Tambah Terhadap Pemasaran Pada Usaha Dagang

Hamsal¹ , Budi Hermanto²

Universitas Islam Riau^{1,2}

hamsal@uir.eco.ac.id¹ , budihermanto@uir.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to: 1) determine the characteristics of entrepreneurs and business profiles of Pika Sweet Potato Chips trading business; 2) Analyzing the production factors of the Pika Sweet Potato Chips trading business; 3) Knowing the use of production technology and production processes of Pika Sweet Potato Chips trading business; and 4) Analyzing production costs, revenues, efficiency and added value. This research was conducted in Kulim Village, Tenayan Raya District, Pekanbaru City which was carried out for eight (8) months from June 2021 to January 2022. The method used was a survey method. The data collected consists of secondary data and primary data. The results showed that. 1) The age of the Pika Potato Chips entrepreneur is 41-50 years old, the entrepreneur's education period is 9 years (SLTP), the experience of the Pika Potato Chips entrepreneur is 8 years on average. The business scale of Pika Sweet Potato Chips Trading Business includes a micro business scale, namely a household business. The use of raw materials for 300 kg of cassava to produce Pika Potato Chips as much as 200 kg/production process with the use of supporting materials: The technology used is semi-modern and simple. Gross income per Pika Sweet Potato Chips production process is IDR 3,000,000. Net income per Pika Sweet Potato Chips production process is Rp. 1,698,193/kg. The efficiency of the Pika Sweet Potato Chips trading business is 2.30% which indicates that the Pika Sweet Potato Chips trading business is feasible to run. The added value of Rp. 5,481 Rp/kg of Sweet Potato Chips and a margin of 60%, means that the Pika Potato Chips trading business is run by several residents of Kulim Village, Kec. Tenayan Raya Pekanbaru City is profitable.

Keywords : Production Costs, Revenues, Efficiency And Value Added

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui karakteristik pengusaha dan profil usaha usaha dagang Keripik Ubi Pika; 2) Menganalisis faktor-faktor produksi usaha usaha dagang Keripik Ubi Pika; 3) Mengetahui penggunaan teknologi produksi dan proses produksi usaha dagang Keripik Ubi Pika; dan 4) Menganalisis biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru yang dilaksanakan selama delapan (8) bulan dari bulan Juni 2021 sampai Januari 2022. Metode yang digunakan adalah metode survei. Data yang dikumpulkan terdiri dari data sekunder dan data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa. 1) Umur pengusaha Keripik Ubi Pika 41-50 tahun, lama pendidikan pengusaha 9 tahun (SLTP), pengalaman pelaku usaha keripik ubi Pika rata-rata selama 8 tahun. Skala usaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika termasuk skala usaha mikro yaitu usaha rumah tangga. Penggunaan bahan baku 300 kg ubi kayu untuk menghasilkan Keripik Ubi Pika sebanyak 200 kg/proses produksi dengan penggunaan bahan penunjang : Teknologi yang digunakan semi modern dan sederhana. Pendapatan kotor per proses produksi Keripik Ubi Pika senilai Rp 3.000.000. Pendapatan bersih per proses produksi Keripik Ubi Pika senilai Rp 1.698.193/kg. Efisiensi usaha dagang Keripik Ubi Pika adalah 2,30% yang menunjukkan bahwa usaha dagang Keripik Ubi Pika layak untuk diusahakan. Nilai tambah sebesar Rp 5.481 Rp/kg Keripik Ubi Pika dan margin 60%, artinya usaha dagang Keripik Ubi Pika yang dijalankan beberapa penduduk kelurahan Kulim Kec. Tenayan Raya Kota Pekanbaru adalah menguntungkan.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Pendapatan, Efisiensi Dan Nilai Tambah

1. Pendahuluan

Pertumbuhan dunia usaha di Indonesia sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dari segala sektor kehidupan, seperti bentuk usaha jasa, perdagangan dan industri yang mau mulai ataupun sedang tumbuh telah banyak memberikan kontribusi pada perekonomian masyarakat. Perkembangan teknologi merupakan indikator meningkatnya permintaan beragam dan inovasi baru. Hal tersebut memotivasi para wirausahawan untuk berkarya dan memulai usaha yang baru. Perkembangan dunia usaha sangat positif dampaknya bagi masyarakat dalam menciptakan perkembangan dunia usaha, kesempatan kerja, pendapatan juga tercipta pertumbuhan ekonomi. Semakin pesatnya perkembangan dunia usaha diharapkan terjadinya produk nasional untuk barang dan jasa hingga bisa mengurangi tingkat pengangguran. Dalam menghadapi era industri 4.0 pada saat ini sektor pertanian termasuk mempunyai peranan dalam perkembangan dunia usaha.

Maka salah satu yang penting sebagai pendukung dunia usaha ada pada sektor pertanian, sebagai penyedia bahan baku bagi sektor industri, selain itu sektor pertanian juga memiliki keterkaitan dengan sektor lainnya sehingga menjadi salah satu faktor penentu dalam pembangunan ekonomi. Perubahan struktur perekonomian dari perolehan sektor pertanian ke sektor industri memiliki kaitan yang kuat antara sektor pertanian dan sektor industri. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dari industri ini yang memiliki keunggulan komparatif berupa penggunaan bahan baku yang berasal dari sumberdaya alam sebagai bahan baku lokal atau dalam negeri, sehingga menciptakan ketahanan ekonomi (Suryani, 2006). Peningkatan produktivitas industri pengolahan hasil pertanian sebagai bahan baku untuk usaha dagang, telah terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja ekonomi makro, penyerapan tenaga kerja, redistribusi pendapatan, dan pengurangan kemiskinan.

Pengembangan industri dengan memanfaatkan sumber daya alam sebagai bahan baku untuk usaha dagang cukup strategis untuk dijadikan prioritas oleh pemerintah, maka kebijakan industri diarahkan pada industri pertanian atau agroindustri, diyakini akan dapat membangkitkan sektor ekonomi nasional dan pertumbuhan ekonomi tersebut akan ditransmisikan ke seluruh sektor perekonomian dan hal ini akan menjadi pendorong terbentuknya pertumbuhan perekonomian nasional yang cepat dan merata. Pengembangan sektor agroindustri juga dapat dipandang sebagai transmisi yang paling tepat dalam menjembatani proses transformasi ekonomi di Indonesia dari sektor pertanian ke sektor industri (Susilowati, 2007). Ini semua bisa sangat membantu petani sebab pada umumnya sumber daya hasil pertanian yang tidak tahan lama (*perishable*), mudah busuk (*bulky*), bersifat musiman dan tingkat teknologi yang masih sederhana.

Usaha dagang mempunyai peranan strategis dalam upaya pemenuhan kebutuhan pokok, perluasan kesempatan kerja, pemberdayaan produksi dalam negeri, perolehan devisa, pengembangan sektor ekonomi lainnya dan perbaikan perekonomian masyarakat. Perusahaan/organisasi dibuat bertujuan untuk mencapai suatu tujuan untuk mendapatkan laba sebanyak – banyaknya, serta dengan harapan agar perusahaan/organisasi tersebut dapat berjalan dengan lancar dan berkembang untuk lebih baik di masa akan datang. Namun, produktivitas tenaga kerja usaha dagang skala kecil relatif lebih kecil bila dibandingkan dengan produktivitas industri besar. Hal ini disebabkan berbagai faktor antara lain tingkat pendidikan dan keterampilan tenaga kerja yang relatif rendah dan tingkat teknologi yang masih sederhana. Dengan demikian, kegiatan industri kecil berbasis pertanian perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Dalam upaya peningkatan nilai tambah hasil pertanian perlu dilakukan usaha pengolahan hasil pertanian. Dengan adanya usaha dagang maka dapat memperpanjang umur simpan produk pertanian karena salah satu ciri produk pertanian adalah tidak tahan lama atau mudah rusak.

Bahan baku ubi kayu adalah ubi kayu yang diproses untuk menghasilkan produk usaha dagang keripik ubi. Keripik ubi merupakan makanan khas tradisional Indonesia yaitu merupakan makanan ringan atau camilan berupa irisan tipis yang sangat populer di kalangan masyarakat karena sifatnya yang renyah, gurih, tidak terlalu mengenyangkan dan tersedia dalam aneka rasa seperti asin, pedas dan manis. Keripik sangat praktis karena kering, sehingga lebih awet dan mudah disajikan kapanpun (Afiyah, Sarbini, & Daroini, 2019). Tujuan pengolahan ubi kayu adalah untuk meningkatkan keawetan ubi kayu sehingga layak untuk dikonsumsi dan memanfaatkan ubi kayu untuk memperoleh nilai jual yang tinggi di pasaran (Henakin, Ferdinandus K O, 2018).

(Ajid Hajiji, 2021, p. 6) Tenayan Raya merupakan kecamatan dengan wilayah tertinggi yakni mencapai 43 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah 171,27 km², serta tenayan raya merupakan kecamatan yang memiliki 74 industri mikro/kecil. Salah satu usaha kecil berskala rumah tangga di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru adalah mayoritas usaha Keripik Ubi Pika yang dijalankan oleh ibu Desmawati. Industri rumah tangga yang dijalankan yaitu mengolah hasil pertanian ubi kayu menjadi Keripik Ubi Pika yang bisa, Meningkatkan nilai tambah, Meningkatkan kualitas hasil, Meningkatkan penyerapan tenaga kerja, Meningkatkan ketrampilan pengusaha dan Meningkatkan pendapatan pengusaha.

Usaha dagang Desmawati adalah perusahaan/organisasi yang bergerak dibidang Usaha Keripik Ubi Pika telah berdiri sejak tahun 2012 dan sampai sekarang. Produksi yang dihasilkan pada lima tahun pertama tidak mengalami penurunan ataupun peningkatan produksi, namun pada dua tahun terakhir mengalami penurunan dengan jumlah produksi dari 400 kg menurun menjadi 200 kg. Lebih jelasnya disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah Produksi Keripik Ubi Pika

Jumlah per proses produksi 400 kg, kemudian adanya penurunan produksi mulai tahun 2019-2021 menjadi 300 kg hingga 200 kg per proses yang dilakukan sebanyak dua kali proses produksi dalam satu minggu. Ibu Desmawati menyatakan bahwa penurunan produksi terjadi karena kurangnya modal usaha untuk mengembangkan usaha Keripik Ubi Pika. Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang di atas, adanya masalah dari turunnya jumlah produksi akan berdampak pada jumlah biaya dan pendapatan yang diperoleh pengusaha, dengan demikian perlu dilakukan analisis usaha dagang agar dapat dilihat bagaimana usaha usaha dagang Keripik Ubi Pika setelah mengalami penurunan produksi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis cara meningkatkan volume penjualan dan faktor yang dominan mempengaruhi pemasaran Keripik Ubi Pika Di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

2. Tinjauan Pustaka

Didalam organisasi bisnis bertujuan untuk memperoleh profit atau keuntungan oleh sebab itu pelaku bisnis akan berusaha menjalin kerja sama dengan baik didalam organisasi maupun diluar organisasi menjalin kerja sama dengan kelompok berbeda atau orang – orang yang berbeda agar dapat menguasai berbagai sumberdaya seperti sumber daya manusia, sumber daya alam dan sumber daya dana, namun semua itu akan tercapai sangat diperlukan peran manajemen.

Dalam sebuah perusahaan/organisasi manajemen memegang peranan sangat penting karena tidak mungkin sebuah perusahaan/organisasi akan dapat mencapai tujuan dan sasarannya tanpa menjalankan fungsi-fungsi manajemen dengan baik. Dengan demikian berarti manajemen adalah hal yang harus ada dalam perusahaan/organisasi, Sedangkan pendapat lain manajemen adalah Seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. (Ernie & Kurniawan, 2005)

Manajemen dikatakan berjalan dengan baik jika bisa dapat menerapkan fungsi manajemen secara maksimal apabila tercapainya tujuan yang telah ditetapkan dan sebaliknya apabila penerapan fungsi manajemen tidak berjalan secara efektif dan efisien maka tidak tercapainya tujuan yang telah ditetapkan secara maksimal dan dapat mengakibatkan terbuangnya waktu, pemborosan tenaga, pikiran, biaya dan sebagainya. (Kurniawati, 2019)

Manajemen pemasaran yakni kegiatan pertukaran produk yang dilakukan dalam aktifitas dari bauran pemasaran Seperti Produk, Price, Promotion dan Place dan pemasaran adalah segala kegiatan yang menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Makmur, 2015) .

Berdasarkan pendapat para ahli diatas manajemen adalah sangat penting serta menunjukkan keseriusan dalam melakukan usaha dalam sebuah perusahaan/organisasi adalah kunci dalam mempertahankan pelanggan atau konsumen serta dapat membuka peluang agar usaha yang didirikan dapat berkembang. Selanjutnya di usaha dagang Keripik Ubi Pika, manajemen masih belum terstruktur dengan rapi dalam kebutuhan yang wajib seperti melaksanakan fungsi manajemen yakni perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), pengarahan (Actuating) dan pengendalian (Controlling) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya manajemen pemasaran sebagai konsep umum.

Usaha industri atau usaha dagang disini adalah usaha yang menghasilkan barang baru yang meningkatkan nilai guna suatu barang dan kata usaha dagang berasal dari dua kata, yaitu *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil produksi pertanian sebagai bahan baku utamanya. Usaha dagang dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil komoditas pertanian sebagai bahan baku yang dapat diolah menjadi produk bernilai tambah serta mempunyai manfaat lebih dari hasil komoditi pertanian sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha dagang merupakan sebuah revolusi dari pengolahan hasil pertanian dengan memberikan nilai tambah untuk menyukseskan pertanian. Usaha dagang merupakan sektor pertanian yang luas dari industri hulu sampai dengan industri hilir. Industri hulu adalah industri yang memproduksi hasil komoditi pertanian serta alat-alat mesin pertanian dan industri sarana produksi yang digunakan dalam proses budidaya pertanian. Industri hilir merupakan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap dikonsumsi yang memiliki nilai tambah atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian.

(Hidup Marsudi, 2013) Mengatakan Sektor pertanian memberi kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi suatu negara ini disebabkan oleh empat hal : Sektor pertanian merupakan sektor yang menyediakan bahan makanan dan bahan mentah bagi sebagian industri suatu negara, Sektor pertanian dapat menyediakan faktor-faktor yang dibutuhkan untuk eksporasi sektor-sektor yang lain yaitu sektor industri, Sektor pertanian merupakan basis dari hubungan-hubungan pasar yang penting yang dapat menciptakan spread effect dalam proses pembangunan dan Sektor pertanian merupakan sumber foreign exchange yang di perlukan untuk input pembangunan dan sumber pekerjaan dan pendapatan dari masyarakat.

Perkembangan suatu perekonomian adalah sumber alam atau tanah. Tanah sebagaimana dipergunakan dalam ilmu ekonomi mencakup sumber alam seperti kesuburan tanah, letak dan susunannya, kekayaan hutan, mineral, iklim, sumber air, sumber lautan, dan sebagainya. Dalam dan bagi pertumbuhan ekonomi, tersedianya sumber alam secara melimpah merupakan hal yang penting. Suatu negara yang kekurangan sumber alam tidak akan dapat membangun dengan cepat (Surya, 2013) pelaku dagang yang bergerak di agribisnis khususnya bisa menambah pendapatan masyarakat pada umumnya, karna mampu menyerap tenaga kerja, Mampu meningkatkan devisa negara dan Mampu menumbuhkan industri lain, khususnya industri pedesaan.

Usaha Dagang Keripik Ubi

Menurut (Surya, 2013) Ubi kayu (*Manihot Esculenta*) adalah bahan baku dimanfaatkan Usaha Dagang keripik ubi atau disebut juga keripik singkong sebagai hasil dari dari olahan, Tanaman ubi kayu merupakan salah satu hasil komoditi pertanian di Indonesia yang biasanya dipakai sebagai bahan makanan. Seiring dengan perkembangan teknologi, maka ubi kayu ini bukan hanya dipakai sebagai bahan makanan pengganti misalnya saja keripik singkong, pembuatan keripik singkong ini merupakan salah satu cara pengolahan ubi kayu untuk menghasilkan suatu produk yang relatif awet dengan tujuan untuk menambah jenis produk yang dihasilkan. Ubi kayu atau ketela pohon atau cassva sudah lama dikenal dan ditanam oleh penduduk dunia ubi kayu mempunyai banyak nama daerah diantaranya adalah ketela pohon, singkong, ubi jenderal, ubi inggris, telo puhung, kasape, bodin, telo jenderal (Jawa), dan ubi prancis (Padang). Dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan, kedudukan tanaman ubi kayu diklasifikasi sebagai berikut :

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermatophyta*
Subdivisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledoneae*
Ordu : *Euphorbiales*
Famili : *Euphorbiaceae*
Genus : *Manihot*
Species : *Manihot Esculenta Grantz sin. Utilisima Phol*

Ubi kayu segar memiliki beberapa kelemahan, antara lain adalah mudah mengalami penurunan kualitas (rusak) apabila tidak segera dijual atau diolah setelah pemanenan. Peningkatan nilai ekonomi ubi kayu dapat dilakukan dengan mengolah ubi kayu tersebut menjadi berbagai macam produk olahan baik dalam bentuk basah maupun kering. Beberapa macam produk olahan ubi kayu antara lain adalah tepung ubi kayu, patilo, kuekaca, tape, kue bolu pelangi, dan kue cantik manis. Seruan untuk memproduksi barang dan jasa yang didasarkan pada asas kesejahteraan ekonomi yang bertujuan memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup manusia, Allah telah menganugerahkan sumber-sumber daya yang produktif. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah 2:29.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya :

Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.

Dari surat tersebut pada bidang ekonomi, produksi di pandang sebagai suatu hal yang penting. Al-Qur'an dan Sunnah Nabi menekankan arti pentingnya kegiatan ekonomi ini sebagai

usaha untuk memperoleh karunia Allah. Menurut Ismail Nawawi dalam bukunya *“Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam”* sebuah hadist Nabi, meriwayatkan bahwa hendaknya setiap orang tetap mengolah ladangnya meskipun besok akan terjadi kiyamat.

Biaya Produksi

Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya (Hidayat & Halim, 2013). Untuk memproleh tujuan akhir yaitu akan mendapatkan laba, jadi dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan kas atau nilai yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang dan keuntungan yang diharapkan dapat berguna untuk memberikan manfaat dalam peningkatan laba masa mendatang.

(Sandi, 2001) Biaya pengembangan produk dengan volume penjualan terdapat hubungan yang sangat erat, dimana semakin tinggi biaya pengembangan produk yang dikeluarkan, maka akan mengakibatkan tingginya volume penjualan. Kata lain meningkatkan biaya produksi bisa mengurangi pendapatan serta potensi pertumbuhan jangka panjang. Untuk itu biaya di klasifikasikan menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*), yakni biaya tetap adalah biaya yang secara tetap dibayar atau dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha dan besarnya tidak dipengaruhi oleh tingkat output, Biaya produksi adalah kategori biaya yang relatif tetap (konstan) dan tidak tergantung pada volume produksi, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang berubah sesuai dengan besarnya produksi, Sedangkan Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha sebagai akibat penggunaan faktor produksi yang bersifat variabel, sehingga biaya ini besarnya berubah-ubah dengan berubahnya jumlah barang yang dihasilkan dalam jangka pendek, yang termasuk biaya variabel adalah biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku (Yulia, Sribudiani, & Yoza, 2015).

Pendapatan

Pendapatan adalah selisih lebih pendapatan atau beban yang merupakan kenaikan bersih setelah dikurangi biaya bunga dan pajak yang berasal dari aktivitas usaha selama periode tertentu (Suhaemi, 2021), berdasarkan definisi ini Pendapatan merupakan kemasukan yang didapat dari jasa yang diberi dan penjualan produk kepada konsumen atau pelanggan untuk meningkatkan nilai aset menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa. Untuk mencapai laba maksimal berusaha memenuhi kepuasan konsumen dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik sehingga konsumen merasa tidak kecewa dan kembali membeli produk tersebut (Suhaemi, 2021). Oleh karena itu istilah rasio profitabilitas merujuk pada beberapa indikator atau rasio yang berbeda yang bisa digunakan untuk menentukan profitabilitas dan prestasi kerja perusahaan. Bagi perusahaan pada umumnya masalah profitabilitas lebih penting dari pada masalah laba, karena masalah laba yang besar saja belum lah merupakan ukuran bahwa perusahaan itu telah dapat bekerja dengan efisien. Dengan demikian yang harus diperhatikan oleh perusahaan tidak hanya bagaimana memperbesar laba tetapi yang lebih penting adalah usaha untuk mempertinggi profitabilitasnya. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Nur, 2018).

Efisiensi

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan nilai input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Selanjutnya munculnya teknologi bisa memperbaiki proses produksi baik dari segi efisiensi maupun dari segi model sulit diduga untuk mengatasi hal ini pengusaha harus mencoba

menggunakan teknologi baru yang lebih cepat dari saingannya (Dayat, 2019). efisiensi merupakan perbandingan output dan input berhubungan dengan tercapainya output maksimum dengan sejumlah input, hal ini mengimplikasikan jika rasio output-input besar, maka efisiensi dikatakan semakin tinggi (Aumora, Bakce, & Dewi, 2016).

Pendapatan yang tinggi tidak selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan pendapatan yang besar tersebut diperoleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi per satuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah dicapai untuk memperbesar produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan, kalau semakin tinggi biaya pengembangan produk yang dikeluarkan, maka akan mengakibatkan tingginya volume penjualan (Sandi, 2001).

Nilai Tambah

Nilai tambah adalah selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan margin adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja (RI, 2012), dan disebut juga pertambahan nilai suatu komoditas karena komoditas tersebut telah menjalani proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam proses produksi. Nilai tambah ini merupakan balas jasa terhadap faktor produksi yang digunakan seperti modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan yang dinikmati oleh produsen maupun penjual. Dilanjutkan dengan (mutmaini hamidah & Sutdrajat, 2015) yaitu nilai tambah dihitung menggunakan analisis nilai tambah dengan pendekatan struktur produksi. maka nilai tambah yang dihasilkan dari suatu pengolahan pada barang dan jasa, merupakan selisih antara nilai akhir suatu produk (nilai output) dengan nilai bahan baku dan input lainnya. Nilai tambah bukan hanya dilihat dari besarnya nilai tambah didapatkan, akan tetapi dengan distribusi terhadap produksi yang digunakan. Sebagian dari nilai tambah merupakan balas jasa (imbalan) bagi tenaga kerja, dan sebagian lainnya merupakan laba pengolah. Menurut (Arif Budiman, Jum'atri Yusri, 2014) Metode analisis nilai tambah pada umumnya digunakan untuk menganalisis nilai tambah pada subsistem pengolahan, serta manfaat dari analisis nilai tambah dengan menggunakan metode sebagai berikut : dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas, dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi, prinsip nilai tambah menurut hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran. Pendapat (Mahdalena & Roliani, 2018) Nilai tambah (added value) yang diberikan selain mempertahankan dan menambah kualitas hasil pertanian juga dapat menambah nilai ekonomisnya dengan pengolahannya menjadi sebuah produk, Seperti diketahui bahwa nilai tambah hasil pertanian berada pada aktivitas hilir yaitu pengolahan, distribusi dan pemasaran.

Pemasaran

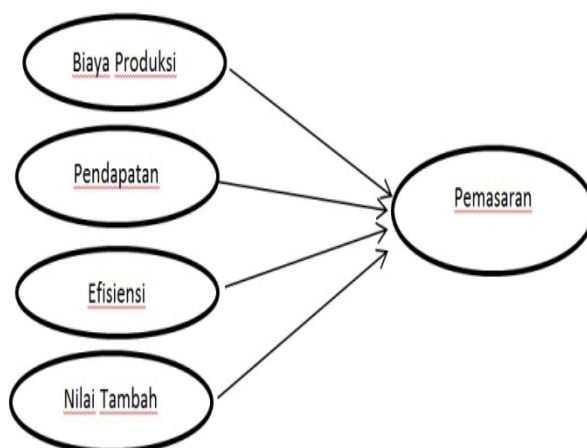
Pemasaran secara umum disebut tempat proses usaha menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir menurut (Sudaryono, 2015) pemasaran proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi atas ide barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran agar terpuasnya pelanggan yang membutuhkan. Hakikatnya Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan manusia dan keinginan melalui proses pertukaran (Azlina, 2020).

Hal ini didukung oleh pengertian Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran atau pasar tujuan (Azmi, 2015). Bauran pemasaran juga merupakan variabel-variabel yang dapat dikendalikan manajemen pemasaran hingga tidak dapat berbuat banyak sehingga

dalam pengambilan keputusan, bauran pemasaran harus berpegang teguh pada prinsip ekonomi yaitu "agar tingkat keberhasilan tertentu diusahakan pengeluaran modal seminimal mungkin, lain dengan pengorbanan tertentu boleh mamaksimalkan pengeluaran.

Dalam pemasaran diperlukan Strategi meliputi semua organisasi sekarang bisa membuat perubahan dari tahun ketahun hingga manajemen tahu bagai mana risiko dan hasil apa yang didapatkan , menurut (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003) peran manajemen strategi penekanan pada pengambilan keputusan strategis, strategi pemasaran berdasarkan pendapat (kotler, 2008) bahwa strategi pemasaran itu ada tiga tahap yakni strategi pemasaran tahap pengenalan, tahap pertumbuhan dan yang terakhir strategi pemasaran tahap kedewasaan pada tahap kedewasaan biasanya merupakan tantangan berat bagi manajemen pemasaran dikarenakan pertumbuhan akan melambat serta memasuki kedewasaan relatif karan pelanggan akan beralih ke produk lain. untuk menetapkan dan pengembangan strategi sangat menentukan bagi kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang. Manajemen strategi dapat diartikan sebagai salah satu usaha manajer agar tumbuh dan berkembang kekuatan perusahaan, peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan misi yang telah ditentukan serta tindakan yang mengarah pada penyusunan dan strategi yang efektif

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Keripik Ubi Pika adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. Keripik Ubi Pika sangat banyak digemari masyarakat. Oleh karena itu pelaku usaha Keripik Ubi Pika masih meneruskan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Dengan demikian perlu kita ketahui bagaimana perkembangan usaha Keripik Ubi Pika.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui (karakteristik pengusaha: umur pengusaha, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga), (profil pengusaha: sejarah usaha, skala usaha, modal usaha, jumlah tenaga kerja), analisis penggunaan faktor produksi, teknologi produksi dan proses produksi. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah.

Apabila sudah dilakukan analisis terhadap variabel-variabel yang diukur maka akan di dapatkan kesimpulan bahwa Usaha Dagang Keripik Ubi Pika menguntungkan atau tidak dan kebijakan apa yang harus diambil untuk kemajuan usaha.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini untuk Menganalisis Biaya Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Terhadap Pemasaran Pada Usaha Dagang Keripik Ubi Pika Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Waktu penelitian mulai pada bulan Desember 2021 sampai dengan selesai. Serta penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara datang langsung pada Usaha Keripik Ubi di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru dengan pertimbangan bahwa Keripik Ubi Pika merupakan usaha pengolahan keripik ubi yang menjadi sumber lapangan pekerjaan dan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat.

Analisis Data

Agar tercapainya tujuan penelitian, data primer yang sudah dikumpulkan dilanjutkan dengan tabulasi data dan disajikan dalam bentuk tabel, serta dilakukan analisis dengan menggunakan perhitungan penggunaan faktor-fakto produksi seperti bahan baku, bahan penunjang serta penggunaan jumlah tenaga kerja Usaha Dagang keripik Ubi Fika selain itu dilihat dari teknologi dan proses produksi deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan kumpulan data seperti pengelompokkan data, serta pembuatan grafik agar bisa diketahui tahapan pengolahan ubi kayu sampai menjadi keripik. Selanjutnya menganalisis biaya produksi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel serta analisis pendapatan, Efisiensi, nilai tambah dari usaha dagang kerifik ubi fika. Perhitungan nilai tambah bisa didapat dari keterangan Ouput, Input, tenaga kerja lansung HOK, faktor konfersi setiap satu kilo gram (Kg) bahan baku digunakan, kemampuan tenaga kerja menghasilkan (HOK/Kg), sehingga dapat dianalisis pengaruh baik langsung maupun tidak langsung antar variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan jenis dan sumber data primer maupun dari sumber-sumber alamiah lainnya peneliti akan mengumpulkan data dengan cara observasi langsung ke lapangan pada pelaku Usaha dagang Keripik Ubi Pika.

4. Hasil Dan Pembahasan

Kelurahan Kulim merupakan suatu wilayah yang berada di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, yang memiliki luas wilayah sekitar 51,50 km² atau 51.500 ha, terdiri dari 9 RT/4 RW dan memiliki ketinggian wilayah 74 m di atas permukaan laut. Kelurahan kulim mempunyai jarak tempuh ke ibu kota pekanbaru 5 km Kecamatan Tenayan Raya Dalam Angka, 2021. Berdasarkan Perda Nomor 03 Tahun 2003 dan Keputusan Walikota Pekanbaru Nomor 578 Tahun 2003, Kelurahan Kulim memiliki batas:

- a) Sebelah Timur berbatas dengan Kabupaten Pelalawan / Siak
- b) Sebelah Barat berbatas dengan Sungai Sail Kecamatan Bukit Raya
- c) Sebelah Selatan berbatas dengan Sungai Sail / Kabupaten Kampar
- d) Sebelah Utara berbatas dengan Kelurahan Tangkerang Timur, Kelurahan Sail Kecamatan Tenayan Raya.

Penduduk merupakan modal dasar dalam suatu pelaksanaan pembangunan nasional, karena selain sebagai objek, penduduk juga merupakan subjek dalam pembangunan. Oleh karena itu perannya akan dapat menentukan perkembangan pembangunan dalam skala nasional. Penduduk merupakan sumber daya utama untuk menggerakkan dan melaksanakan pembangunan serta perekonomian, karena penduduk merupakan sumber tenaga kerja dan pengelola sumber-sumber yang tersedia untuk dimanfaatkan demi pembangunan diberbagai sektor terutama sektor pertanian dan jasa. Kelurahan Kulim mempunyai jumlah penduduk sebanyak 2.095 jiwa yaitu Laki-laki sebanyak 1.101 jiwa dan Perempuan sebanyak 994 jiwa dengan rasio jenis kelamin 111. Jumlah rumah tangga sebanyak 871 dengan rata-rata

banyaknya anggota rumah tangga (ART) adalah 2,31 (Kecamatan Tenayan Raya Dalam Angka, 2021)

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru

No	Jumlah Rumah tangga	Jenis kel laki-laki	Jenis kel perempuan	Jumlah penduduk	Jumlah RT	Jumlah RW	ART
1	871	1.101	994	2.095	9	4	2,31

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), Kecamatan Tenayan Raya Dalam Angka, 2019

Selanjutnya Sebelum mengemukakan hasil penelitian, ada baiknya penulis terlebih dahulu menerangkan dan menjelaskan identitas dan kriteria dari responden yang di jadikan sample. Responden yang menjadi smple penelitian ini perlu di berikan batasan-batasan tertentu demi keakuratan dan kelengkapan data-data untuk pembahasan penelitian. Dalam hal ini batasan-batasan yang ditekankan merupakan suatu kriteria tertentu yang dapat menerangkan identitas dari responden yakni menyangkut tingkat umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Demografi	Kategori	Frekuensi	(%)
Jenis kelamin	Laki-laki	12	27,27
	Perempuan	32	72,73
Usia	30-40	9	20,45
	41-50	31	70,45
	50>	4	9,09
Pendidikan	Sarjana	4	9,09
	Diploma	0	0,0
	SLTA	11	25,00
	SLTP	29	65,91

Pada tabel 2 dapat disimpulkan 27,27 % responden jenis kelamin laki-laki 72,73% jenis kelamin wanita, Jenis kelamin memberikan dampak yang sangat berpengaruh dalam pelaksanaan aktivitas sehari-hari maupun pola pikir seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Berikut menampilkan 20,49 % dari responden berusia 30-40 tahun. 70,45% berusia 41-50 tahun, dan 9,09% 50 tahun keatas. Ini menunjukkan jumlah responden terbanyak pada kelompok usia 41-50 tahun dapat memberikan tanggapan yang maksimal. Mencerminkan pengalaman dan semangat pikiran dapat mempengaruhi kemampuan kreatifitas kenerja, inovasi dan motivasi kemampuan mengembangkan hal-hal yang baru dan semangat ingin tahu yang kuat mendukung produktivitas dan pengambilan keputusan. Sekarang dari 44 reponden dapat dijelaskan 9,09% tingkat pendidikan sarjana, tingkat pendidikan diploma tidak ssedang kan tingkat pendidikan SLTA 25,00% dan tingkat pendidikan SLTP 65,91%, disini terlihat peran pendidikan sangat penting untuk mengetahui pola pikir seseorang dan mengepresikan potensi diri serta mengetahui kemampuan menganalisa masalah dan membuat kebijakan penyelesaian masalah.

Berdasarkan keterangan diatas dapat di ketahui bahwa umur pelaku Usaha Dagang Keripik Ubi Pika berada pada kelompok umur 41-50 tahun dengan katagori produktif bekerja. Kondisi ini akan berdampak pada keberlanjutan dan perkembangan usaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika di masa yang akan datang. Diketahui bahwa pelaku memperkerjakan tenaga kerja termasuk dalam kategori umur produktif yakni dengan rata-rata umur 38 tahun rata-rata Pendidikan pekerja adalah Sekolah Dasar.

Usaha Keripik Ubi Pika mulai ramai digeluti pada tahun 2012 hingga saat ini, usaha tersebut rata-rata sudah mempunyai sertifikat penyuluhan keamanan pangan Nomor:1466/147/13 yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru pada tanggal 1 Oktober 2013. Dalam pengolahannya Keripik Ubi Pika masih menggunakan teknologi sederhana dengan tingkat teknologi berada pada skala menengah karena sudah menggunakan mesin dalam proses memotong ubi kayu namun belum canggih/modern. Hal tersebut dikarenakan masih terdapat beberapa tahapan pekerjaan yang dikerjakan secara manual yaitu tahap pengupasan kulit ubi, pencucian, perendaman, penggorengan dan pengemasan.

Pelaku Usaha Dagang pengolahan Keripik Ubi Pika ada dibantu modalnya yang bersumber dari Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), Besarnya biaya untuk produksi yang digunakan untuk Usaha Dagang Keripik Ubi Pika yaitu Rp. 4.500.000. Oleh karena itu usaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika tergolong dalam skala usaha mikro. Penggolongan tersebut sesuai dengan UU RI No.20 tahun 2008 yang menyatakan bahwa perusahaan skala mikro yaitu perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300 juta.

Tabel 3. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Usaha Dagang Keripik Ubi Pika.

No	Bahan Baku dan Bahan Penunjang	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Nilai (Rp)
1	Bahan Baku			
	Ubi kayu (Kg)	300	2.000	600.000
2	Bahan Penunjang			
1.	Minyak Goreng (Kg)	28	9.000	252.000
2.	Bumbu royco (Kg)	1	40.000	40.000
3.	Kantong plastik 60x100cm (Kg)	0,5	36.000	18.000
4.	Karet Gelang	0,25	21.000	5.250
5.	Kayu Bakar (pick up)	0,5	250.000	125.000
6.	Minyak Tanah (Liter)	0,5	11.000	5.500
7.	Listrik (Kwh)	13,79	1.354,86	18.684
	Nilai Bahan Penunjang	344,54	368.354,9	464.434

Pada tabel ini memperlihatkan bahan baku untuk pembuatan Keripik Ubi Pika adalah ubi kayu, pengusaha memperoleh bahan baku ubi kayu di daerah yang sama yaitu dari kelurahan kulim, karena sudah berlangganan maka bahan baku ubi kayu dapat dipesan melalui handphone dan diantar langsung oleh penjualnya ke tempat usaha Ibu Desmawati. Bahan baku Keripik Ubi Pika yang digunakan setiap proses produksi sebanyak 300 kg dengan harga beli adalah Rp 2000/kg maka nilai yang dikeluarkan untuk membeli ubi kayu adalah Rp 600.000.

Bahan penunjang yang digunakan adalah minyak goreng, bumbu royco, kantong plastik, karet gelang, kayu bakar, minyak tanah dan listrik. Bahan penunjang tersebut diperoleh dengan dibeli langsung di pasar atau di warung terdekat sesuai dengan kebutuhan pengusaha, penggunaan bahan penunjang per proses produksi senilai: minyak goreng Rp 252.000, bumbu royco Rp 40.000, kantong plastik Rp 18.000, karet gelang Rp 5.250, kayu bakar Rp 125.000, minyak tanah 5.500 kemudian listrik Rp 18.683, maka total nilai bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi Keripik Ubi Pika adalah Rp 464,434.

Tabel 4. Tahapan Pekerjaan Per Proses Produksi Usaha Dagang Keripik Ubi Pika, Tahun 2021

No	Tahapan Kerja	Penggunaan Tenaga Kerja/Proses Produksi		Persentase (%)
		TKDK (HOK)	Jumlah HOK	
1	Pengupasan Ubi Kayu	2	0,333	8,403
2	Mencuci Ubi Kayu	1	0,167	4,202
3	Merendam Ubi Kayu	1	2,333	58,823
4	Merajang Ubi Kayu Bentuk Bulat	1	0,167	4,202
5	Menggoreng Ubi Kayu dan pemberian bumbu	2	0,667	16,807
6	Sortir	2	0,167	4,202
7	Pengemasan	2	0,117	2,941
8	Penimbangan	1	0,017	0,420
	Jumlah	12	3,966	100

Tenaga kerja adalah salah satu faktor produksi yang sangat menentukan dalam proses produksi dan peningkatan pendapatan keluarga pada usaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika, karena tenaga kerja merupakan pelaku utama dalam proses produksi. Tenaga kerja yang digunakan dalam proses Usaha Dagang Keripik Ubi Pika adalah tenaga kerja dalam keluarga. Ibu Desmawati sebagai pengusaha dan termasuk kedalam tenaga kerja karena ikut bekerja mengolah Keripik Ubi Pika.

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah penggunaan tenaga kerja pada Usaha Dagang Keripik Ubi Pika adalah sebesar 3,966 HOK berdasarkan tahapan pekerjaan per proses produksi. Tahapan kerja a Usaha Dagang Keripik Ubi Pika adalah sebagai berikut: 1) Pengupasan ubi kayu, 2) memncuci ubi kayu, 3) merendam ubi kayu, 4) penipisan ubi kayu bentuk bulat, 5) menggoreng, 6) Sortir, 7) Pengemasan dan 8) Penimbangan.

Teknologi Produksi

Teknologi dalam proses Usaha Dagang Keripik Ubi Pika digunakan teknologi semi mekanis yaitu menggunakan tenaga manusia (manual) dan mesin sederhana. Peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan Keripik Ubi Pika adalah sebagai berikut:

1. Mesin Perajang berfungsi sebagai alat untuk merajang ubi kayu menjadi potongan yang ketebalannya bisa diatur. Hasil rajangan mesin ini nantinya bisa diolah menjadi Keripik Ubi Pika sehingga proses produksi yang lakukan bisa lebih berkualitas dan lebih cepat, bisa memberikan hasil rajangan yang konsisten untuk ketebalan dan jumlahnya.
2. Kualiti Besar berfungsi sebagai alat untuk menggoreng ubi kayu yang sudah di rajang menggunakan mesin perajang. Proses penggorengan yaitu dengan suhu yang 180-185 derajat untuk menghasilkan kematangan yang rata.
3. Serokan Gorengan Besar digunakan untuk meniriskan hasil gorengan ubi kayu dengan minyak.
4. Saringan Rotan Besar digunakan untuk tempat hasil rajangan ubi kayu.
5. Saringan Rotan Kecil digunakan untuk meletakkan Keripik Ubi yang sudah ditiriskan agar dapat menjernihkan minyak yang tersisa.
6. Dandang digunakan untuk tempat jatuhnya sisa tirsan minyak goreng.
7. Baskom Sedang digunakan untuk meletakkan ubi kayu yang sudah dikupas kulitnya dan sudah dibersihkan.
8. Tikar digunakan untuk alas mesin.
9. Koran digunakan untuk tempat alas keripik yang sudah digoreng dan sudah tiris minyaknya.

10. Blower Api atau tungku api berfungsi sebagai alat pemanasan.
11. Timbangan Kecil digunakan untuk menimbang berat Keripik Ubi Pika (Kg)
12. Timbangan Besar digunakan untuk menimbang Keripik Ubi Pika menggunakan kantong pelastik yang berukuran 60x10cm dalam satuang Kg.
13. Pisau Sedang digunakan untuk
14. Peret Ubi Kayu digunakan untuk membuka kulit ubi kayu.

Tabel 5. Distribusi Penggunaan Alat Usaha Dagang Keripik Ubi Pika, Tahun 2021

Jenis Alat	Jumlah (Unit)	Umur Ekonomis (Tahun)	Jumlah Biaya (Rp)	Nilai (Rp/Proses Produksi)	Penyusutan
Mesin Perajang	1	5	2.000.000	3.077	
Kuali Besar	1	2	400.000	1.538	
Serokan Gorengan Besar	1	0,25	35.000	1.077	
Saringan Rotan Besar	2	0,33	50.000	1.166	
Saringan Rotan Kecil	1	0,33	20.000	466	
Dandang	2	0,16	300.000	14.423	
Baskom Sedang	3	0,25	60.000	1.846	
Tikar	1	0,25	35.000	1.077	
Koran	2	0,16	60.000	2.885	
Blower Api	1	2	350.000	1.346	
Timbangan Kecil	1	7	150.000	165	
Timbangan Besar	1	9	450.000	385	
Pisau Sedang	2	1	40.000	308	
Peeler Ubi Kayu	10	0,08	100.000	9.615	
Total	29	27,81	4.050.000	39.373	

Menunjukkan bahwa Usaha Dagang Keripik Ubi Pika memiliki 14 alat dalam menunjang kegiatan usahanya. Dimana masing-masing alat memiliki umur ekonomis yang berbeda-beda, umur ekonomis tertinggi adalah timbangan besar yaitu 9 tahun dan umur ekonomis alat yang terendah adalah 0,08 tahun yaitu peeler ubi kayu.

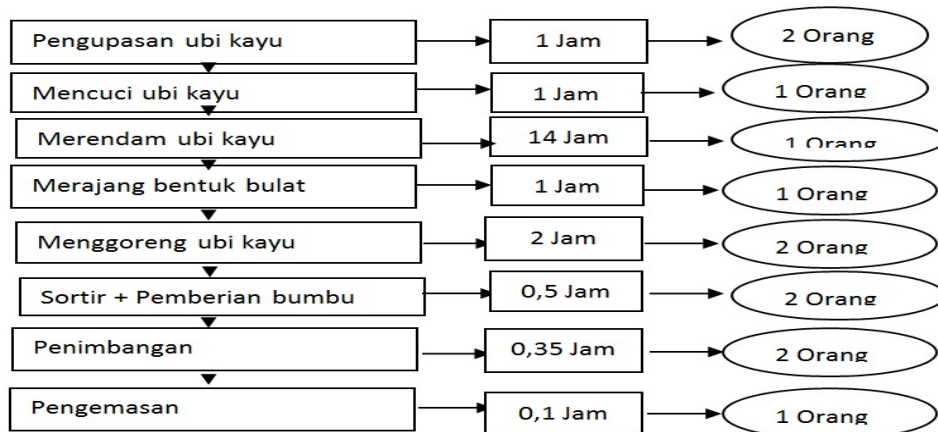
Biaya penyusutan alat yang digunakan dalam Usaha Dagang Keripik Ubi Pika perproses produksi adalah sebesar Rp 39.373 besarnya jumlah biaya ini dipengaruhi oleh jumlah alat yang digunakan serta harga per unit dan jangka waktu usia alat tersebut. Total nilai yang dikeluarkan pengusaha Keripik Ubi Pika untuk menunjang kegiatan produksi adalah sebesar Rp 4.050.000.

Proses produksi Keripik Ubi Pika melalui beberapa tahap mulai dari pengupasan bahan baku sampai penimbangan. Tahapan-tahapan dalam proses dari pengolahan ubi kayu menjadi Keripik Ubi Pika adalah sebagai berikut:

1. Pengupasan kulit ubi kayu dikerjakan oleh 2 orang dan membutuhkan waktu 1 jam mulai pukul 16.00 WIB sampai 17.00 WIB.
2. Mencuci ubi kayu dikerjakan oleh 1 orang dan membutuhkan waktu 1 jam mulai pukul 17.00 WIB sampai 18.00 WIB.
3. Merendam ubi kayu yang sudah dicuci menghabiskan waktu 14 jam yaitu dari jam 6 sore sampai jam 8 pagi dilakukan oleh 1 orang pekerja.
4. Merajang ubi kayu bentuk bulat menggunakan alat mesin selama 1 jam dengan 1 orang pekerja yang mengendalikan mesin perajang ubi kayu.
5. Menggoreng ubi kayu menjadi keripik ubi menghabiskan waktu 2 jam yang dilakukan oleh 2 orang pekerja. Dipenggorengan minyak gorengnya harus benar-benar sudah panas ($\pm 160-200^{\circ}$). Penggorengan dilakukan sampai irisan ubi kayu berwarna kuning atau selama

8 menit. Keripik ubi sebelum diangkat dari penggorengan terlebih dahulu diberi bumbu royco. Minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil keripik ubi yang bermutu baik dan tahan lama disimpan. Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak bisa digunakan lagi.

6. Selanjutnya adalah sortir yaitu memilih kualitas keripik ubi dengan cara memisahkan keripik dengan kriteria: bentuk, tekstur dan warna yang bagus.
7. Sebelum dikemas Keripik Ubi Pika diangin-angin kan sampai dingin, lalu dimasukan kedalam kantong plastik ukuran 60x100cm. Kemudian ditimbang dengan berat 10 kg/plastik, kemasan plastik tersebut tidak dicantumkan lebel. Keripik Ubi Pika yang sudah dikemas kantong plastik dapat bertahan sampai 3 minggu



Gambar 2. Proses Pengolahan Keripik Ubi Pika

Biaya Produksi

Biaya produksi USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk kegiatan memproduksi Keripik Ubi Pika. Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses USAHA DAGANG akan mempengaruhi biaya yang akan dikeluarkan, begitupun dengan penerimaan yang akan diperoleh pengusaha. Selanjutnya, biaya produksi USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika terdiri dari biaya sarana produksi seperti: biaya bahan baku, bahan penunjang, biaya penyusutan alat dan biaya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi.

Tabel 6. Analisis Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Dagang Keripik Ubi Pika Per Proses Produksi, Tahun 2021

Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/Unit)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
Biaya Variabel				
1. Bahan Baku				
Ubi Kayu (kg)	300	2000	600.000	46
2. Bahan Penunjang				
a. Minyak Goreng (kg)	28	9.000	252.000	19
b. Bumbu royco (kg)	1	40.000	40.000	3
c. Kantong Plastik 60x100cm (kg)	0,5	36.000	18.000	1
d. Karet Gelang	0,25	21.000	5.250	0
e. Kayu Bakar (Pick Up)	0,5	250.000	125.000	10
f. Minyak Tanah (Liter)	0,5	11.000	5.500	0
g. Listrik (kwh)	13,79	1.354,86	18.684	1
3. Tklk (HOK)	3,96	50.000	198.000	15
Jumlah			1.262.434	97
Biaya Tetap				
1. Penyusutan Alat			39.373	3
Jumlah			39.373	3
Total Biaya			1.301.807	100
Produksi Keripik Ubi Pika (kg)	200	15.000	3.000.000	
Pendapatan				
a. Pendapatan Bersih			1.698.193	
b. Pendapatan Kotor			3.000.000	
RCR			2,30	

Tabel ini menunjukkan bahwa total biaya produksi per proses produksi dalam pengolahan Keripik Ubi Pika adalah Rp 1.301.807. Bahan penunjang merupakan biaya tertinggi yang dikeluarkan mencapai Rp 1.262.434 dari total biaya. Sedangkan penggunaan karet gelang merupakan biaya terkecil yang dikeluarkan yakni Rp 5.250 dari total biaya yang digunakan. Dapat disimpulkan bahwa naik turunnya biaya produksi sangat dipengaruhi oleh biaya penunjang, karena bahan penunjang merupakan bahan yang sangat diperlukan untuk proses pembuatan ubi kayu menjadi Keripik Ubi Pika.

Pendapatan

Menghitung pendapatan merupakan salah satu cara untuk melihat imbalan yang diperoleh pengusaha dari penggunaan faktor produksi dalam proses produksi. Ada dua bentuk pendapatan yang di analisis dalam penelitian ini yaitu pendapatan kotor dan bersih. Berdasarkan Tabel 9, untuk satu kali proses produksi Keripik Ubi Pika, pengusaha dapat memproduksi Keripik Ubi Pika sebanyak 200 Kg dengan harga jual Rp 15.000/kg. Sehingga pendapatan kotor yang diterima sebesar Rp 3.000.000 dan pendapatan bersih per proses produksi adalah sebesar Rp 1.698.193.

Efisiensi

Efisiensi usaha USAHA DAGANG pengolahan Keripik Ubi Pika di ketahui dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang di peroleh dengan biaya produksi yang di dikeluarkan pada proses produksi USAHA DAGANG pengolahan Keripik Ubi Pika. Dengan kata lain yaitu

melihat rasio penerimaan atas biaya produksi yang di keluarkan. Hasil penelitian Tabel 9. bahwa nilai RCR (*Return Cost Ratio*) yang diperoleh pada USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika sebesar Rp. 2,30. Artinya setiap pengusaha mengeluarkan biaya Rp.1 dengan mendapatkan pendapatan kotor Rp. 3000.000 dan pendapatan bersih Rp. 1.698.193. Dengan demikian usaha USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika layak untuk diusahakan karena nilai efisiensi yang diperoleh lebih besar dari 1.

Nilai Tambah

Tujuan utama dari pengolahan hasil produk pertanian adalah menghasilkan nilai tambah. Nilai tambah yang di terima tersebut merupakan imbalan jasa dan alokasi tenaga kerja serta keuntungan perusahaan, untuk itu perlu dilakukan analisis nilai tambah pada pengusaha Keripik Ubi Pika supaya diketahui dengan jelas keuntungan yang diperoleh pada usaha tersebut.

Tabel 7. Analisis Nilai Tambah USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika, Tahun 2019

Variabel	Nilai
I. Output, Input dan Harga	
1. Output (kg)	200
2. Input (kg)	300
3. Tenaga Kerja (HOK)	3,96
4. Faktor Konversi	0,667
5. Koefisien Tenga Kerja (HOK/kg)	0,0132
6. Harga Ouput (Rp/kg)	15.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	50.000
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga bahan baku (Rp/kg)	2.000
9. Biaya input lain (Rp/kg)	2.519
10. Nilai output (Rp/kg)	10.000
11. a. Nilai tambah (Rp/kg)	5.481
b. Rasio nilai tambah (%)	55
12. a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	660
b. Pangsa tenaga kerja (%)	12,042
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	4.821
b. Tingkat keuntungan (%)	48
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/kg)	8.000
a. Pendapatan tenaga kerja (%)	8
b. Sumbangan input lain (%)	31
c. Keuntungan pengusaha (%)	60

Pada tabel 7 jumlah output yang di hasilkan sebesar 200 kg per proses produksi, dengan mengolah bahan baku ubi kayu sebanyak 300 kg, sehingga faktor konversi yang didapat adalah 0,667. Tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan produksi adalah 3,96 HOK, sehingga koefisien tenaga kerjanya sebesar 0,0132 HOK dengan harga output Rp 15.000/kg.

USAHA DAGANG Keripik Ubi Pika yang dilakukan oleh Ibu Desmawati dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya dan keluarganya yaitu anak dan menantunya, hal ini dapat dilihat dari nilai tambah yang di peroleh sebesar Rp 5.481/kg dengan pendapatan tenaga kerja sebesar Rp 660/kg dengan pangsa tenaga kerja sebesar 12,042%, selanjutnya untuk faktor produksi yaitu pendapatan tenaga kerja sebesar 8% dan sumbangan input lain 31% serta keuntungan pengusaha yang diperoleh mencapai 60%.

5. Penutup

Kesimpulan

1. Pengusaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika berada pada kelompok umur produktif yaitu 40-50 tahun, dan umur tenaga kerja yang digunakan termasuk umur yang produktif, dengan rata-rata 38 tahun. Lama pendidikan pengusaha 9 tahun (SLTP), dan tenaga kerja berada pada rata-rata 8 tahun. Pengalaman pengusaha dalam berusaha 8 tahun dan tenaga kerja rata-rata 7 tahun. Tanggungan keluarga pengusaha 5 jiwa dan tenaga kerja rata-rata 3 jiwa. Profil usaha Usaha Dagang Keripik Ubi Pika berdiri tahun 2012 hingga saat ini. Skala usaha yang dilakukan adalah skala usaha mikro. Jumlah tenaga kerja yang digunakan sebanyak 3 orang. Modal usaha yang digunakan berasal dari hasil pinjaman Koperasi, kemudian diberikan oleh Baznas dan dari keluarga pengusaha.
2. Penggunaan bahan baku ubi kayu yang digunakan dalam sekali proses produksi adalah sebanyak 300 kg senilai Rp 600.000. Biaya penggunaan bahan penunjang per proses adalah Rp 464.434.
3. Teknologi yang digunakan pada Usaha Dagang Keripik Ubi Pika adalah semi modern yaitu sebagian alat menggunakan alat tradisional dan ada alat yang sudah menggunakan mesin modern seperti mesin perajang untuk merajang ubi kayu. Proses produksi Keripik Ubi Pika adalah proses pengolahan ubi kayu menjadi Keripik Ubi Pika yang dikerjakan dengan 3 orang tenaga kerja selama 19,95 jam.
4. Total biaya produksi dalam Usaha Dagang Keripik Ubi Pika adalah sebesar Rp 1.301.807. Produk yang dihasilkan adalah 200 kg Keripik Ubi Pika dengan harga jual Rp 15.000/kg. Pendapatan kotor per proses produksi yang diterima pengusaha adalah sebesar Rp3.000.000 dan pendapatan bersih yang diterima adalah sebesar Rp 1.698.193 per proses produksi. Efisiensi usaha (RCR) sebesar 2,30 yang artinya layak untuk dikembangkan. Nilai tambah yang diperoleh adalah Rp 5.481/kg dengan rasio nilai tambah adalah 55%.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Usaha Keripik Ubi Pika menghasilkan 200 kg keripik ubi pika, Sebaiknya untuk kedepannya harus memproduksi lebih dari 200 kg perproses supaya bisa meningkatkan hasil penjualan.
2. Pada Usaha keripik ubi pika Kelurahan Kulim kedepannya diharapkan bisa menggunakan beberapa rasa untuk pilihan rasa yang akan dijual sehingga bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli lebih banyak.
3. Teknologi yang digunakan pengusaha masih banyak yang manual sehingga disarankan untuk lebih meningkatkan usahanya dengan beralih ke teknologi yang modern seperti menggunakan alat mengupas, mencuci, menggoreng dan pengemasan.
4. Kepada Pemerintah disarankan agar memberikan bantuan kepada pengusaha Keripik Ubi Pika baik dalam bentuk modal maupun peralatan dan mesin, serta membuat kebijakan mengenai saluran pemasaran yang lebih luas lagi ke berbagai daerah.

Daftar Pustaka

- Afiyah, D. N., Sarbini, R. N., & Daroini, A. (2019). Pendampingan Pembuatan Keripik Jenang Dumbleg Berbahan Dasar Jenang Dumbleg di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Universitas Islam Kadiiri*, 3(1), 20–29. Retrieved from <https://doi.org/10.29407/ja.v3i1.13488>
- Ajid Hajiji. (2021). BPS Kota Pekanbaru, 1–362.
- Arif Budiman, Jum'atri Yusri, E. T. (2014). Analisis Efisiensi Dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau*, 1(1), 1–

12.

- Aumora, N. S., Bakce, D., & Dewi, N. (2016). Analisis Efisiensi Produksi Usahatani Kelapa di Kecamatan Pulau Burung Kabupaten Indragiri Hilir. *Sorot*, 11(1), 47. <https://doi.org/10.31258/sorot.11.1.3870>
- Azlina, N. (2020). Terhadap Jumlah Nasabah Pt . Bank Syari ' Ah Mandiri Kcp Nur Azlina *. *Tinggi, Sekolah Islam, Agama Bengkalis, Negeri*, 1(1), 22–35. Retrieved from nurazlina280@gmail.com
- Azmi, M. F. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Brawijaya*, 28(1), 175–184. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Dayat@yudharta.Ac.Id*, 1, 299–318. Retrieved from <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/muallim>
- Henakin, Ferdinandus K O, W. T. (2018). Analisis Nilai Tambah Singkong Sebagai Bahan Baku Produk Keripik di Kelompok Usaha Bersama Sehati Desa Batnes Kecamatan Musi. *Fakultas Pertanian, Universitas Timor, Kefamenanu, TTU – NTT, Indonesia.*, 3(2502), 23–26.
- Hidayat, L., & Halim, S. (2013). Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>
- Hidup Marsudi. (2013). Kajian Agroindustri Berbasis Masyarakat Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, 4(7), 21–44.
- Kurniawati, H. (2019). Mplementasi Fungsi Manajemendalam Meningkatkan Kinerja Perusahaanpada Pt. Pegadaian (Persero) Syariah Kantor Cabang Simpang Skip Kota Bengkulu. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 126(1), 1–76.
- Mahdalena, & Roliani, S. (2018). Analisis Nilai Tambah Usaha Rumah Tangga Asinan Cempedak Di Desa Riwa Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan. *Ziraa'ah*, 43(1), 40–51.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran Dalammeningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*, 3(1), 41–56.
- mutmaini hamidah, abdul H. A. Y., & Sutdrajat, J. (2015). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kripik Ubi Di Kota Pontianak. *Universitas Tanjungpura Pontianak*, 31(2), 259–264.
- Nur, T. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dengan Firm Size sebagai Pemoderasi (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Esensi*, 21(2), 1–15.
- RI, K. K. (2012). Kajian nilai tambah produk pertanian. *Kebijakan, Pusat Makro, Ekonomi*, 1–61.
- Sandi, E. N. (2001). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dan Keputusan Pembelian Pada Ud. Prima Tulungagung Erlyha. *STIE Kesuma Negara Blitar Abstrak:*, 31–47.
- Suhaemi, U. & N. H. (2021). Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 35. <https://doi.org/10.31000/competitive.v5i2.4166>
- Surya, A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembangunan Sektor Pertanian dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Petani di Provinsi Lampung . Oleh : Andi Surya (Alumni Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Borobudur). *Journal Economy*, 89–141.
- Suryani, E. (2006). Peranan , Peluang Dan Kendala Pengembangan Agroindustri Di Indonesia. *Pusat Analisis Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 24(70), 92–106.
- Susilowati, bonar m. sinaga sri hery. (2007). Dampak Kebijakan Ekonomi Di Sektor Agroindustri Terhadap Distribusi Pendapatan Sektoral, Tenaga Kerja Dan Rumahtangga Di Indonesia: Analisis Sistem Neraca Sosial Ekonomi. *1Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor*, 7(2), 1–19.

- Yulia, I., Sribudiani, E., & Yoza, D. (2015). Analisis Biaya Produksi Hasil Kerajinan Rotan Pada Industri Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kecamatan Rumbai, Pekanbaru (Studi Kasus Ud. Dona Rotan Furniture). *Jom Faperta*, 2(2), 1–11.