

**ANALISIS PENGEMBANGAN DAN KEUNTUNGAN  
PRODUSEN DODOL DI PASAR BENGKEL**

**(Studi Kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**TRI NOVIANTA YOHANA SIHOMBING**

**148220031**



**PROGRAM STUDI AGRBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/12/20

Access From (repository.uma.ac.id)28/12/20

**ANALISIS PENGEMBANGAN DAN KEUNTUNGAN  
PRODUSEN DODOL DI PASAR BENGKEL  
(Studi Kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**TRI NOVIANTA YOHANA SIHOMBING**

**14 822 0031**

*Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Studi S1 di Fakultas Pertanian  
Universitas Medan Area*

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2020**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/12/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

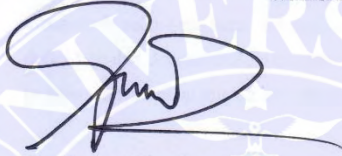
Access From (repository.uma.ac.id)28/12/20

**LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul** : Analisis Pengembangan dan Keuntungan Produsen  
Dodol di Pasar Bengkel (Studi Kasus : Desa Bengkel,  
Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)  
**Nama** : Tri Novianta Yohana Sihombing  
**NPM** : 14.822.0031  
**Fakultas** : Pertanian

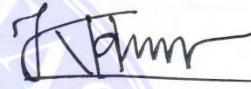
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Ir. Gustami Harahap, MP)

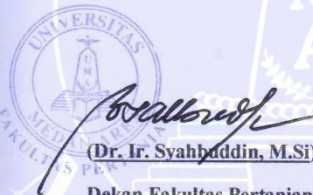
Pembimbing I



(Drs. Khairul Saleh, M.MA)

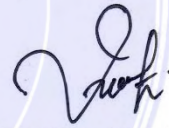
Pembimbing II

Di Ketahui oleh :



(Dr. Ir. Syahbuddin, M.Si)

Dekan Fakultas Pertanian



(Virda Zikria, S.P., M.Sc)

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 17 September 2020

### LEMBARAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah ditulis sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

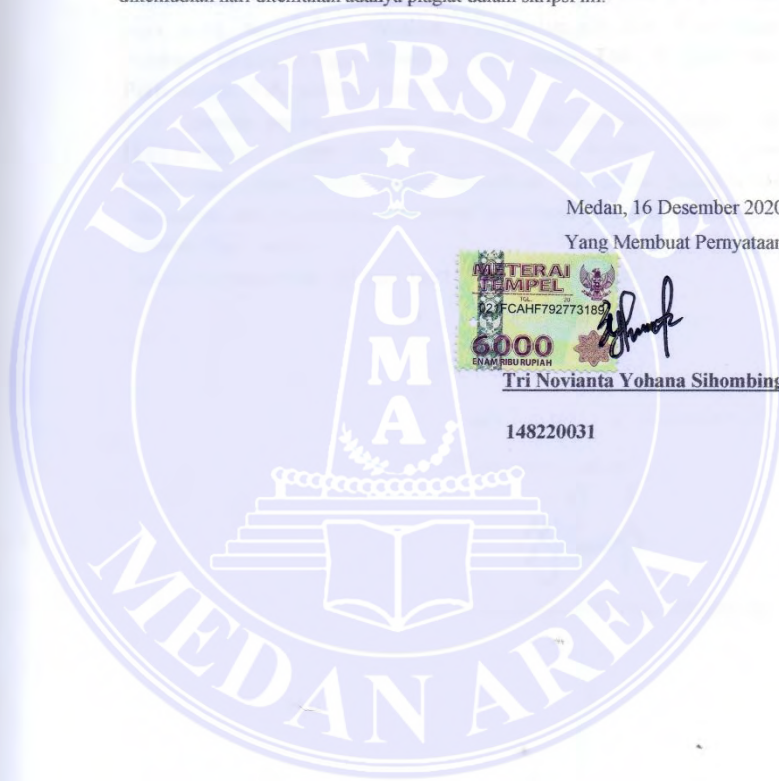
Medan, 16 Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan



Tri Novianta Yohana Sihombing

148220031



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Tri Novianta Yohana Sihombing  
NPM : 14 822 0031  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-Exclusive Royalty-Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Analisis Pengembangan dan Keuntungan Produsen Dodol di Pasar Bengkel, Studi Kasus: Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai”.

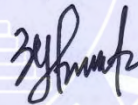
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat penulisan pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 16 Desember 2020

Yang menyatakan



Tri Novianta Yohana Sihombing

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha dodol dan berapa keuntungan produsen dodol di Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari 2019. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan cara *simple random sampling*, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 30 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha dodol yang tinggal di Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai.

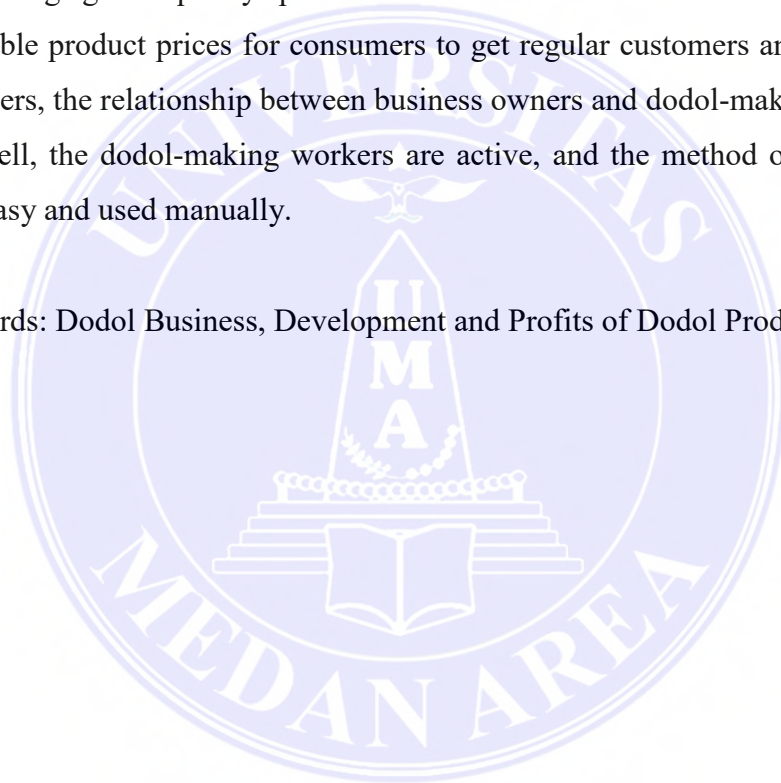
Berdasarkan dari hasil penelitian untuk mengetahui strategi progresif pada usaha dodol yaitu dengan cara mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol, mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru, hubungan pemilik usaha dengan pekerja pembuatan dodol berjalan dengan baik, para pekerja pembuatan dodol giat bekerja, dan cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual.

Kata Kunci: Usaha Dodol, Pengembangan dan Keuntungan Produsen Dodol

## ABSTRACT

This study aims to determine the development of dodol business and how much profit dodol producers in Village Bengkel, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. This research was conducted from January 2019. This study used the sampling method by simple random sampling, in this study the sample used was 30 respondents. The sample in this study were dodol entrepreneurs living in Village Bengkel, Perbaungan District, Serdang Bedagai Regency. Based on the results of research to find out progressive strategies in the dodol business, to maintaining good quality products to increase dodol demand, maintaining affordable product prices for consumers to get regular customers and adding new customers, the relationship between business owners and dodol-making workers is runs well, the dodol-making workers are active, and the method of making it is quite easy and used manually.

Keywords: Dodol Business, Development and Profits of Dodol Producers



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Huta Padang Kecamatan Bandar Pasir Mandoge Kabupaten Asahan Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 25 Agustus 1996. Anak ketiga dari empat bersaudara yang merupakan putri dari Bapak S.Sihombing dan Ibu N.Purba. Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis dimulai pada tahun 2002 di SD Negeri 017124 Sei Nadoras dan lulus pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Kisaran dan lulus pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Swasta METHODIST-2 Kisaran dan lulus pada tahun 2014. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi dengan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti Praktek Kerja Lapangan di PTPN III Kebun Silau Dunia Sumatera Utara dari bulan Agustus sampai dengan September pada tahun 2017. Dan pada bulan Januari melaksanakan penelitian skripsi pada produsen dodol di Pasar Bengkel dengan judul “Analisis Pengembangan dan Keuntungan Produsen Usaha Dodol di Pasar Bengkel (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)”.



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Analisis Pengembangan dan Keuntungan Produsen Usaha Dodol di Pasar Bengkel (Studi kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan strata satu pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Dr. Ir Syahbuddin, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sekaligus Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
2. Virda Zikria, S.P, M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
3. Ir. Gustami Harahap, MP. selaku Komisi Pembimbing I yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan dan masukan kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Khairul Saleh, M.MA. Selaku Komisi Pembimbing II yang telah banyak membimbing dan memberi arahan dan masukkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Fastabiqul Khairad, SP, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sekaligus Sekretaris Ujian Skripsi yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

6. Ayahanda S.Sihombing dan Ibunda N.Purba tercinta yang selalu menjadi motivasi dan memberikan doanya, bahkan segala materi yang ada dengan penuh ikhlas.
7. Kakak saya Maulina Sihombing A.Md.Keb dan Riah Irawati S.Pd serta adek saya Zainal Agusti Nanda Sihombing yang tidak pernah bosan memberikan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai.
10. Pengusaha dodok di Desa Bengkel bersedia memberikan waktu dan informasi.
11. Teman saya Kamelia, Yesika, Putri, Tia, Ummu, Rasta yang telah membantu, memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis.
12. Kepada teman Agribisnis stambuk 2014 yang telah membantu, dan memotivasi kepada penulis. Semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis

(Tri Novianta Yohana Sihombing)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Hasil dan Penelitian .....	10
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Bisnis atau Usaha .....	12
2.2 Perkembangan Usaha .....	13
2.3 Sejarah Dodol.....	15
2.4 Konsep Biaya .....	17
2.5 Penerimaan.....	19
2.6 Keuntungan .....	21
2.7 Perumusan Strategi.....	23
2.7.1 Analisis Lingkungan Internal-Eksternal .....	24
2.7.1.1 Analisis Lingkungan Internal .....	24

2.7.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	26
2.7.2 Analisis SWOT .....	29
2.7.3 Matriks SWOT .....	33
2.8 Penelitian Terdahulu .....	39

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Lokasi dan Tempat Penelitian .....	45
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.4 Metode Analisis Data .....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	51

### **BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

4.1 Deskripsi Daerah Penelitian .....	54
4.2 Aspek Geografi dan Demografi .....	54
4.2.1 Deskripsi Desa Bengkel .....	55
4.2.2 Penduduk Menurut Kelompok Umur .....	55
4.2.3 Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan .....	56
4.2.4 Sarana .....	56

### **BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Pendidikan .....	59
5.1.1 Karakteristik Responden Pemilik Usaha Mengenai Kondisi Sosial Ekonominya .....	59
5.2 Analisis SWOT .....	61
5.2.1 Matriks IFE .....	62
5.2.2 Matriks EFE .....	64

5.2.3	Matriks IE .....	66
5.2.4	Matriks SWOT .....	68
5.2.4.1	Strategi SO .....	69
5.2.4.2	strategi WO .....	70
5.2.4.3	Strategi ST.....	70
5.2.4.4	Strategi WT .....	71
5.2.5	Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT.....	71
5.3	Analisis Usaha Dodol .....	75
5.3.1	Biaya Tetap/ Biaya Penyusutan (FC).....	75
5.3.2	Biaya Variabel (VC) .....	76
5.3.3	Penerimaan (TR) .....	77
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
6.1	Kesimpulan .....	89
6.2	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Jenis-Jenis Produk Industri di Kabupaten Serdang Bedagai.....	7
2.	Pengusaha Industri Dodol di Kecamatan Perbaungan pada Tahun 2017 .....	7
3.	Data Runtun Waktu Penjualan Dodol di Kecamatan Perbaungan Pada Tahun 2013-2017 .....	8
4.	Matris Eksternal Faktor Evaluation (EFE).....	37
5.	Matris Internal Faktor Evaluation (IFE) .....	37
6.	Matriks IFE Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman .....	38
7.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Dusun 2018 .....	55
8.	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Desa Bengkel (jiwa) 2018.....	56
9.	Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan Desa Bengkel Kabupaten Deli Serdang 2018.....	56
10.	Distribusi Sarana dan Prasarana di Desa Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2018 .....	57
11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	60
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	60
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	61
15.	Matriks IFE hasil kuesioner analisa faktor kekuatan dan kelemahan .....	62
16.	Matriks EFE hasil kuesioner analisa faktor peluang dan ancaman.....	65
17.	Matriks SWOT .....	68
18.	Rata-Rata Biaya tetap Usaha Dodol.....	76
19.	Rata-Rata Biaya Variabel Usaha Dodol.....	76
20.	Rata – Rata Total Biaya Usaha Dodol .....	77
21.	Penerimaan Rata-Rata Per Minggu Usaha Dodol.....	77
22.	Rincian Rata-Rata Biaya Keseluruhan Penerimaan dan Keuntungan Usaha dodol.....	78

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	11
2. Diagram Analisis SWOT .....	32
3. Matriks SWOT .....	34
4. Matrik Internal Eksternal .....	49
5. Matriks SWOT .....	51
6. Diagram model untuk strategi korporat .....	67



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Soekartawi, 2005), karena merupakan sektor yang memberikan lapangan kerja yang luas bagi rakyat, sehingga sektor pertanian ini dapat disebut sebagai penunjang ekonomi kerakyatan. Hal ini dibuktikan pada sejarah dunia industri di Indonesia yang pernah mengalami krisis ekonomi. Strategi pengembangan industri yang hanya mengandalkan industri manufaktur saja ternyata sangat rapuh. Sebaliknya sektor pertanian menunjukkan daya tahannya dalam menghadapi gelombang krisis (Sinaga dan Sri, 2008).

Menurut Soekartawi (2009) menjelaskan bahwa paling tidak, ada empat strategi sektor pertanian mampu berkontribusi menghadapi krisis finansial global yang lalu yaitu: (a) Mampu berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, seperti meningkatkan produksi pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan dan kehutanan, di samping menggerakkan pasar domestik, dan tetap melakukan ekspor. (b) Mampu berkontribusi mengurangi pengangguran di pedesaan, yaitu dengan tetap menggerakkan sektor pertanian dan sektor riil seperti agroindustri. (c) Mampu berkontribusi mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan pendapatan, (d) Mampu berkontribusi menciptakan kegiatan produktif agar menarik investor di bidang pertanian atau industri berbasis pertanian (agro-industri).

Dengan mengembangkan agroindustri secara tidak langsung telah membantu meningkatkan perekonomian para petani sebagai penyedia bahan baku untuk industri. Bangsa Indonesia adalah bangsa agraris karena sebagian besar



penduduknya berprofesi sebagai petani, untuk itu industri yang paling potensial dikembangkan adalah industri yang berbahan baku produk pertanian karena mencakup hidup banyak masyarakat Indonesia itu sendiri bukan industri lain yang sebagian besar bahan bakunya diimpor dari luar negeri. Sebagai negara agraris tentunya Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan agroindustri. Hal itu karena selain dapat meningkatkan kontribusi sektor pertanian di tengah krisis juga karena sumberdaya alam yang dimiliki Indonesia sangat mendukung pengembangan agroindustri tersebut.

Menurut Manguwidjaja dan Illah (dalam Pariang Simanjuntak 2014), Sumber daya pertanian di Indonesia merupakan salah satu keunggulan yang secara sadar telah dijadikan salah satu pilar pembangunan dalam bentuk agroindustri, baik pada orde baru, reformasi dan saat ini. Pertanian akan mampu menjadi penyelamat bila dilihat sebagai sebuah sistem yang terkait dengan industri dan jasa. Jika pertanian hanya berhenti sebagai aktivitas budidaya (*on farm agribusiness*) nilai tambahnya kecil. Nilai tambah pertanian dapat ditingkatkan melalui kegiatan hilir (*off farm agribusiness*), berupa agroindustri dan jasa berbasis pertanian.

Saat ini, pembangunan pertanian tidak lagi berorientasi semata-mata pada peningkatan produksi tetapi kepada peningkatan produktivitas dan nilai tambah karenanya efisiensi usaha haruslah dipertimbangkan. Petani diharapkan tidak hanya bekerja di lahan pertaniannya saja tetapi diarahkan dan dituntut bagaimana menumbuh-kembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan serta dapat mengolah produk yang dihasilkan menjadi produk setengah jadi. Hal ini penting karena

tujuan pembangunan pertanian adalah meningkatkan kesejahteraan petani beserta keluarganya (Hafsah, 2003).

Usaha kecil dan Menengah (UKM) yang produktif yang mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya usaha-usaha kecil menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu UKM juga mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktifitas maupun daya saing. UKM juga dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa yang baru, pendukung pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar (Lupiyodi 2014).

Skala Usaha Kecil dan Mandiri (UMKM) juga memiliki peran yang penting dalam menunjang perekonomian nasional. Hal ini dapat kita lihat pada saat krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008. Banyak negara-negara maju mendapatkan imbas yang cukup besar dan menyebabkan banyak perusahaan mengalami kebangkrutan. Namun Indonesia tidak mendapatkan imbas yang cukup besar dan menyebabkan banyak perusahaan mengalami kebangkrutan. Namun Indonesia tidak mendapatkan imbas yang begitu besar, dikarenakan Indonesia mempunyai pengalaman dalam menghadapi krisis ekonomi tahun 1997 yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun tersebut. Namun, Skala Usaha Kecil dan Mandiri (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulihan perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. UMKM masih memegang peranan penting dalam

perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi sejumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto. Keberadaan usaha kecil harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat terutama masyarakat pedesaan (dalam Limbong, 2016).

Hal tersebut diperjelas oleh Kuncoro (2007), bahwa usaha kecil dan menengah akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah angkatan kerja, pengangguran, jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi pedesaan. Jelas bahwa usaha kecil perlu dikembangkan dan mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, tetapi juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan. Semakin sulitnya mendapat pekerjaan, karena terbatasnya lapangan pekerjaan dan terbatasnya kemampuan dan wawasan, mendorong orang untuk membuka usaha sendiri.

Ada banyak beragam usaha-usaha baru yang, seperti usaha kecil. Mereka beranggapan bahwa usaha yang dilakukan mereka dapat membantu kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin sangat sulit. Sebagian besar masyarakat berpendapat bahwa kegiatan UKM tersebut hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja. Kenyataannya UKM sangat bermanfaat bagi pengusaha yang dimana mereka dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya. Dalam menjalankan suatu usahanya, pengusaha juga harus memiliki strategi. Strategi yang perlu dilakukan oleh pengusaha pangan adalah dengan memberikan suatu produk yang berkualitas. Kompetisi semakin ketat dan banyaknya inovasi yang melahirkan

produk-produk berkualitas yang membanjiri pasar sehingga menjadi pilihan pelanggan semakin banyak. Kualitas juga penting bagi strategi, karena tanpa kualitas produk yang baik produk tersebut bisa disebut produk rata-rata atau sama. Sebagai pelaku bisnis pangan harus menyiapkan berbagai rencana pemasaran yang meliputi keputusan mengenai pasar sasaran, ragam, pengolahan produk, dan suasana tokoh agar pelanggan dapat tertarik.

Tidak dapat kita pungkiri bahwa usaha kecil di Indonesia dapat memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada akhirnya akan meningkatkan dan memperlancar perekonomian negara. Banyak sekali Pengusaha yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan income keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Peluang kerja yang tersedia untuk membuka usaha sangat besar, dapat dikatakan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor yang berpotensi memberi peluang kerja untuk mendapatkan sumber penghasilan.

Dodol adalah pangan manis dari Indonesia. Proses pembuatan dodol bermutu tinggi memerlukan waktu yang lama dan membutuhkan keahlian khusus. Bahan baku utama dalam membuat dodol adalah santan kelapa, tepung ketan, gula pasir, gula merah dan garam.

Keunggulan dodol merupakan makanan tradisional yang cukup populer di beberapa daerah Indonesia dan memiliki rasa yang khas dan enak. Perkembangan industri dodol dimasa yang akan datang akan meningkatkan pertumbuhan penjualan untuk memperbesar keuntungan. Keuntungan di hitung dari besarnya penerimaan dikurangi dengan harga pokok produksi, beban, dan pajak penghasilan sehingga memperoleh keuntungan.

Pasar Bengkel merupakan sebuah pusat jajanan atau Pusat Oleh-oleh yang ada di kabupaten Serdang Bedagai bisa dikatakan sebagai Wisata Kuliner khas Serdang Bedagai. Pasar Bengkel berada di kawasan Jalan Lintas Sumatera (Jalinsum). Ada puluhan kios yang berjualan di Pasar Bengkel ini, sesuatu yang dijual pun hampir sama semua seperti dodol, keripik, minuman, serta makanan lainnya. Namun, kios-kios tersebut tetap saja ada pembelinya. Apalagi musim liburan seperti Lebaran, pengunjung pasar Bengkel akan semakin ramai, karena Jalan Lintas Sumatera akan dilalui banyak kendaraan seperti Bus yang membawa pemudik ataupun kendaraan pribadi yang mudik maupun liburan ke luar kota. Biasanya bus-bus akan berhenti di Pasar bengkel ini untuk beristirahat sejenak karena letih menempuh perjalanan jauh, dan secara otomatis memberikan kesempatan para penumpang untuk berbelanja oleh-oleh khas Serdang Bedagai ini, tepatnya di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Pasar Bengkel juga terkenal dengan sebutan Pasar Dodol, karena banyak yang menjual Dodol yang khas dari serdang bedagai ini. Ada beberapa pilihan rasa dodol yang ditawarkan seperti Rasa Durian, Vanila, pandan, dan Original. Dodol di Pasar bengkel memang terkenal khas dan Enak tentunya. sehingga banyak orang yang membeli dodol di pasar bengkel untuk dimakan sendiri maupun dijadikan oleh-oleh untuk saudara maupun teman.

Pasar bengkel memiliki potensi usaha dodol yang cukup bagus. Dodol telah menjadi ciri khas daerah ini sehingga permintaannya akan tetap ada. Penjualan dodol yang setiap tahunnya meningkat membuat makanan ini memiliki prospek yang cerah untuk di kembangkan karena bahan baku untuk pembuatannya tersedia secara lokal. Pasar bengkel tidak hanya menjual dodol

saja, tetapi para pengusaha juga menghiasi tokonya dengan jajanan yang beraneka ragam dan minuman botol yang membuat suasana toko menarik untuk dilihat.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2017 dari 17 kecamatan yang berada di kabupaten Serdang Bedagai terdapat satu kecamatan yang memiliki usaha industri dodol secara lengkap dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. Jenis - Jenis Produk Industri di Kabupaten Serdang Bedagai

Produk	Jumlah Unit Usaha	Alamat
<b>Dodol</b>	<b>86</b>	<b>Kecamatan Perbaungan</b>
Opak/ Kerupuk Ubi	40	Kecamatan Pegajahan
Keripik/ Kerupuk	17	Kecamatan Sei Rampah
Keripik/Kerupuk/Tepung	12	Kecamatan Perbaungan
Keripik/ Kerupuk	8	Kecamatan sipispis
Tempe	12	Kecamatan Sei Rampah
Tempe	5	Kecamatan Dolok Masihul
Tahu	14	Kecamatan Dolok Masihul
Tahu/ Tempe	5	Kecamatan sipispis

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa salah satu jenis produk industri di Kabupaten Serdang Bedagai yaitu produk dodol sebanyak 86 pengusaha di Kecamatan Perbaungan.

Tabel 2. Pengusaha Industri Dodol di Kecamatan Perbaungan pada Tahun 2017

Desa	Jumlah Produsen
<b>Bengkel</b>	<b>76</b>
Sei Sijenggi	5
Sei Buluh	2
Kota Galuh	2
Fortuna	1
Jumlah	86

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa salah satu desa yang mengusaha industri dodol yang terbanyak yaitu terdapat di desa Bengkel sebanyak 76 produsen dodol.

Tabel 3. Data Runtun Waktu Penjualan Dodol di Kecamatan Perbaungan Pada Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Produsen
2013	93
2014	90
2015	90
2016	86
2017	86

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah produsen menurun, seperti pada tahun 2013 sebanyak 93 produsen dan pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 86 produsen dodol. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pengusaha yang ada di pasar bengkel, hasil penjualan dodol mencapai 20 kg hingga 30 kg perharinya. Harga dodol Rp 25.000/bungkus dengan ukuran 500 gram. Sedangkan penjualan dodol menjelang hari besar seperti lebaran dan tahun baru bisa dua sampai tiga kali lipat mencapai 40 kg hingga 60 kg dodol perharinya. Permintaan dodol yang semakin meningkat membuat usaha tersebut bertahan hingga saat ini, tetapi usaha tersebut belum dapat dikatakan berkembang karena sumber daya manusia mereka hanya memfokuskan untuk berjualan dan hasilnya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Semakin berkembangnya teknologi dan tuntutan masyarakat dalam meningkatkan usaha kreatif, maka alat pengaduk/pembuat dodol telah mengalami berbagai modifikasi. Hal ini dilakukan untuk mengatasi kekurangan-kekurangan alat-alat sebelumnya. Disamping itu, efektifitas kerja alat juga merupakan salah indikator dalam rangka pengembangan alat tersebut. Alhasil, telah dibuat berbagai model dan tipe alat pengaduk dodol otomatis. Alat/mesin ini diharapkan mampu menggantikan peran manusia dalam pengadukan saat membuat dodol. Dengan

demikian, alat/mesin tersebut dapat menunjang produksi dodol yang berkualitas, baik dari segi kematangan, aroma, dan citra rasa. Pembuatan dodol dengan pengadukan menggunakan mesin (otomatis) memiliki waktu yang lebih cepat dibandingkan pengadukan secara manual. Implementasi pengadukan dodol dengan teknologi mesin menghasilkan reduksi waktu tanak dodol 2 jam yaitu dari 4 jam secara manual menjadi 2 jam dengan teknologi mesin (Napid, dkk., 2014).

Tujuan perkembangan usaha pada prinsipnya memiliki dua sasaran pokok yaitu menaikkan produksi dan meningkatkan laba. Hal ini sejalan dengan upaya memperbaiki taraf hidup pengusaha dan meningkatkan produksi usaha dodol yang secara langsung ataupun tidak langsung

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik penelitian terhadap “Analisis Pengembangan Usaha Dodol dan Keuntungan Produsen Dodol di Desa Bengkel kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengembangan usaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai?
2. Berapa keuntungan produsen dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini yaitu :

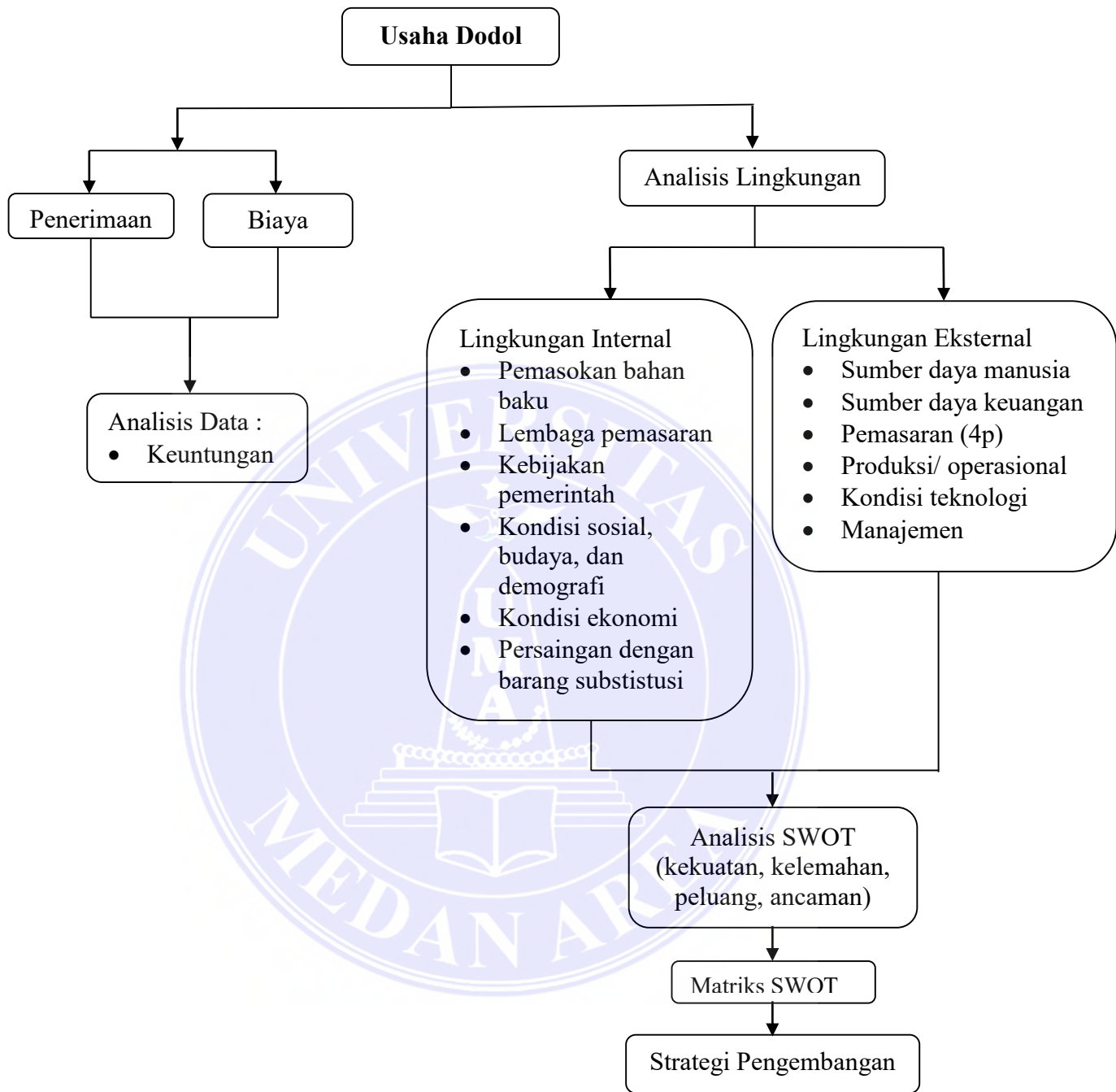
1. Untuk mengetahui pengembangan usaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Untuk mengetahui berapa keuntungan produsen dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan terutama yang berkaitan dengan topik penelitian.
2. Mengetahui perkembangan usaha dodol yang ada di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Bagi Pemerintah Daerah, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama dalam pengembangan agroindustri.

## 1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Bisnis atau Usaha

Bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari kata Inggris *business*, dan dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (wikipedia bisnis).

Bisnis atau usaha dapat dilihat secara keseluruhan sebagai kata kunci bagi kehidupan manusia, sebab dengan berusaha manusia dapat hidup dan kemudian mencari nafkah untuk mencari penghasilan demi kelangsungan hidupnya (Kushadianto, 2006).

Sebagian besar dunia bisnis adalah bisnis kecil dan menengah meskipun banyak bisnis dengan perusahaan-perusahaan. Hal yang terjadi di Indonesia bisnis kecil dan menengah mendominasi dan telah banyak tersebar di negara ini. Sebagai contoh adalah usaha dodol yang menjadi usaha di daerah desa Bengkel yang jumlahnya terus berkembang dari waktu ke waktu dan menjadi industri sentra di wilayah tersebut hal ini sejalan dengan yang dijelaskan Azhari (1985) dan Rochman (2005) yaitu menurut eksistensinya industri rumah tangga dibedakan menjadi tiga kelompok, diantaranya yaitu : industri lokal, industri sentra, industri mandiri.

- a) Industri Lokal adalah kelompok industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada pasar setempat yang terbatas dan relatif

tersebar di satu lokasi saja. Skala industri sangat kecil dan mencerminkan pola industri yang bersifat sub bagian.

- b) Industri Sentra adalah industri berskala kecil dengan membentuk kelompok atau kawasan produksi yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis. Target pemasaran umumnya menjangkau pasar yang lebih luas dari industri lokal, sehingga peranan perantara menonjol.
- c) Industri Mandiri adalah sejenis industri yang memiliki sifat-sifat industri rumah tangga tetapi telah memberi sarana yang canggih. Pemasaran hasil produksinya tidak tergantung pada pedagang perantara.

## 2.2 Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar tidak mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi (Fitrianingsih, 2014).

Menurut Mahmud Mach Foeds (dalam Winda Wulandari Limbong, 2016) perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Brown dan Petrello (dalam Winda Wulandari Limbong, 2016) perkembangan usaha adalah suatu usaha yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka usaha

bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

Pemberdayaan usaha kecil dan menengah merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Perkembangan peran usaha kecil dan menengah yang besar ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan nasional, dan penyediaan lapangan kerja. Perkembangan usaha kecil dan menengah yang meningkat dari segi kuantitas belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas usaha kecil dan menengah.

Menurut Storey (dalam Winda Wulandari Limbong, 2016) “Keberhasilan atau kegagalan dalam berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, hal itu dapat dilihat dari karakteristik pengusaha, karakteristik dari Usaha Kecil Menengah, serta variabel kontekstual. Karakteristik pengusaha meliputi : Umur, Jenis kelamin, Pengalaman kerja, Pendidikan, Sikap dan mental pengusaha. Karakteristik dari UKM adalah hal-hal yang ada di dalam perusahaan dan berkaitan dengan jati diri atau profil dari perusahaan itu sendiri. Adapun karakteristik dari UKM dapat dari beberapa hal, antara lain : Asal perusahaan, Lama waktu beroperasi, Ukuran usaha, Sumber modal dan Lokasi. Variabel kontekstual adalah hal-hal yang berada di sekitar usaha dimana dapat mempengaruhi perusahaan dan juga hal-hal atau aktivitas yang terkait dengan perusahaan atau dilakukan oleh perusahaan atau dilakukan perusahaan sebagai

berikut : Pemasaran, Teknologi, Akses informasi, Legalitas, Akses modal, Dukungan pemerintah, Rencana bisnis, Tim manajemen, Persaingan dan Inovasi.

Indikator perkembangan usaha menurut Indriyatni (2013) adalah :

1. Tingkat pendapatan
2. Jumlah produk
3. Pelanggan

Menurut Kristiningsih (2014) perkembangan kecil menengah, yang diukur dengan nilai perkembangan usaha selama kurun waktu lima tahun terakhir berdasarkan kategori :

- a. Menurun
- b. Tetap (stagman)
- c. Meningkatkan

### 2.3 Sejarah Dodol

Dodol adalah makanan ringan khas Indonesia. siapapun yang ingin mengunjungi Indonesia jangan lupa membeli makanan khas ini. rasanya tergantung selera, ada yang rasa buah ada juga rasa asli dodol yang manis dan lekat.

Kehadiran dodol yang berunsur beras di dalamnya adalah simbol kepada budaya agraria masyarakat Betawi dulu kala. Pada waktu itu, dodol dikatakan hanya untuk kalangan tertentu dan orang-orang kaya. Perkataan "Dodol" ada tercatat dalam kamus tahun 1852 yang berjudul "*A grammar and dictionary of the Malay language: with a preliminary.*", Jilid 2 oleh John Crawfurd. Menurut kamus tersebut, perkataan "*confectionery*" memberi arti "manisan" atau "dodol".

Dodol turut terkenal di Singapura, Brunei, Filipina (terutamanya di Luzon dan Mindanao), Sri Lanka dan Myanmar di mana dipanggil "mont kalama".

Teknik membuat dodol tetap sama yaitu dengan menggunakan santan, gula perang atau gula melaka dan tepung beras sebagai ramuannya. Di Malaysia, makanan tradisional ini lebih digemari dan terkenal di Melaka, Negeri Sembilan dan Muar, Johor. Berlainan dari negeri-negeri lain, di Negeri Sembilan, masyarakat di negeri itu menamakan dodol sebagai "penganan". Selain dodol berwarna coklat biasa, kini dodol mempunyai banyak perasa lain. Yang paling popular ialah dodol perasa durian yang dipanggil lempuk. Ia berwarna kuning dan lebih popular di Thailand, Kelantan dan Terengganu. Dodol durian juga popular di Medan, Indonesia dan bandar-bandar lain di Sumatera. Di India dan Afrika Timur disebut dengan Halwa biasanya diperbuat dengan gula, susu, tepung gandum, semolina dan juga tepung jagung. Lain pula di Bali, dodol di sana dijual di dalam daun jagung yang kering. Makanan tradisional ini juga telah terkenal di negara-negara Timur Tengah.

Masyarakat Indonesia adalah yang paling kreatif dalam menghasilkan dodol. Terdapat berbagai jenis dodol antaranya adalah dodol garut, dodol kacang hijau, dodol bengkoang, dodol nangka, dodol ubi talam, dodol sirsak (durian belanda), dodol tomato, dodol pita, dodol apel malang, dodol salak, dodol rumput laut, dodol pisang, dodol nanas, dodol mangga dan dodol lidah buaya.

Proses membuat dodol tidak membutuhkan waktu yang singkat. Pembuatan dodol memerlukan waktu yang agak lama sekitar 4 jam hingga 8 jam bergantung kepada kuantiti bahan-bahannya. Dodol harus dikacau dari awal menyediakannya sehinggalah masak. Ini adalah untuk memastikan segala bahan

yang digunakan dapat bercampur rata. Proses mengacau dodol ini memerlukan lebih daripada seorang. karena tekstur dodol akan berubah menjadi lengket. Jadi akan menjadi lebih sukar untuk dikacau. dodol tidak hanya menjadi makanan yang sering dibeli oleh turis saja tapi juga banyak diminati oleh warga kita Indonesia dari berbagai daerah.

## 2.4 Konsep Biaya

(Padangaran, 2013) mengatakan bahwa secara umum biaya adalah semua dana yang digunakan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Pada proses produksi, biaya pada umumnya terdiri dari harga input atau bahan baku, penyusutan dari asset-aset tetap dan pengeluaran-pengeluaran lainnya yang tidak termaksud pada harga bahan baku dan biaya penyusutan. Sementara pada perusahaan perdagangan biaya-biaya terdiri dari harga barang dagangan, biaya pengangkutan, biaya perlakuan dan biaya retribusi, serta biaya penyusutan asset jangka panjang. Hubungan kedua jenis biaya tersebut dengan jumlah produk atau output akan berbeda baik dalam hal jumlah dan jenisnya maupun dalam hal bentuk persamaan atau fungsi biayanya. Fungsi biaya antara perusahaan yang melakukan proses produksi akan berbeda dengan fungsi biaya pada perusahaan perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan pula teknis analisis yang berbeda antar keduanya .

Biaya adalah sejumlah unit yang dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha untuk mengongkosi kegiatan produksi. Biaya diklasifikasikan menjadi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) (Supardi, 2000).

Menurut Sukirno (2005) Biaya total merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan, Biaya produksi total atau biaya total (*Total Cost*) didapat dari menjumlahkan biaya tetap total (TFC dari perkataan *Total Fixed*



*Cost*) dan biaya berubah total (TVC dari perkataan *Total Variable Cost*). Dengan demikian biaya total dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah karena volume bisnis. Biaya variabel merupakan biaya yang berubah secara langsung sesuai dengan volume penjualan. Pertanyaan kunci dalam menentukan pembagian biaya ini adalah apakah biaya dipengaruhi langsung oleh produk yang dijual. Dengan kata lain, biaya tetap selalu ada tanpa menghiraukan jumlah bisnis yang dilakukan. Segera setelah bisnis menghasilkan produk untuk dijual, maka akan muncul sejumlah biaya tertentu, tanpa memperdulikan ada tidaknya penjualan. Hal ini disebut biaya tetap atau biaya tertanam (*sunk cost*). Sebaliknya, ada beberapa beban tambahan yang dikeluarkan ketika produk dijual. Beban ini tidak dibebankan pada perhitungan rugi-laba apabila penjualan belum diselesaikan. Hal ini merupakan biaya variabel (Downey dan Erickson, 1992).

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha sebagai akibat penggunaan faktor produksi 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 dan lain-lain (Suparmoko, 2001).

Disamping itu, dikenal pula adanya biaya langsung atau biaya tidak langsung. Biaya langsung ialah semua biaya yang langsung digunakan dalam proses produksi (*actual cost*). Ada yang mengatakan bahwa biaya produksi yang betul-betul dikeluarkan oleh petani produsen disebut juga *farm expensif* yang biasanya dipakai untuk mencari pendapatan petani (*farm income* = pendapatan

petani). Biaya tidak langsung (*imputed cost*) adalah biaya-biaya seperti : penyusutan dan lain sebagainya (Hafsah, 2003).

Biaya-biaya produksi yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin, dan equipment, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi (Mulyadi, 1991).

## 2.5 Penerimaan

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagang yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit. Total ini seharusnya tidak termasuk pajak penjualan yang di mana perusahaan (penjual) diharuskan untuk memungutnya dari pelanggan (pembeli) atas nama negara. Pajak penjualan ini akan diakui sebagai kewajiban lancar (yaitu utang pajak penjualan) dalam pembukuan perusahaan dan akan segera dibayarkan atau diteruskan ke kas negara. Penjualan dikurangi dengan retur dan penyesuaian harga jual dan potongan penjualan akan di peroleh penjualan bersih (Hery, 2009).

Penjualan menunjukkan nilai semua produk dan jasa yang dinyatakan dengan nilai uang yang terjual dalam periode perhitungan rugi-laba tertentu. Penjualan ini bisa secara tunai atau secara kredit. Kadang-kadang para pelanggan mengembalikan produk yang telah dibelinya. Nilai dari semua pengembalian atau retur ini dikurangkan dari semua nilai penjualan. Kadang-kadang dicatat dalam satu ayat yang terpisah. Beberapa pelanggan mungkin mendapat potongan harga untuk barang atau jasa yang mereka beli. Harga yang disajikan dalam perhitungan

rugi-laba bisa berupa harga penuh atau harga yang dalam telah dipotong. Apabila harga penuh digunakan, harus ada ayat khusus untuk memperlihatkan berapa potongan yang telah diberikan (Downey dan Erickson, 1988).

Hernanto (1988) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi besarnya penerimaan adalah produktivitas usahatani, harga pesanan produk, waktu pemasaran, dan kualitas hasil. Oleh karena itu untuk meningkatkan penerimaan petani perlu meningkatkan hasil produksi usahatani, meningkatkan kualitas, dan harga pasar terjamin.

Soekartawi (1995) mengatakan bahwa penerimaan adalah hasil perkalian antara banyaknya produk yang dihasilkan dengan harga jual. Pendapatan bersih (*net farm income*) adalah selisih antara pendapatan usahatani dan pengeluaran total usahatani. Pendapatan bersih usahatani mengukur imbalan yang diperoleh keluarga tani dari penggunaan faktor-faktor produksi kerja, pengelolaan dan modal milik sendiri atau pinjaman yang diinvestasikan dalam usahatani. Pendapatan kotor usahatani adalah ukuran hasil perolehan total sumberdaya yang digunakan dalam usahatani, sedangkan yang dimaksud dengan pengeluaran total usahatani adalah nilai semua masukan yang habis dipakai atau dikeluarkan dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga petani.

Menurut Soekartawi (1995), Penerimaan adalah perkalian antara output yang dihasilkan dengan harga jual. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR = Penerimaan total (*total revenue*)

Q = Jumlah produk yang dihasilkan (*quantity*)

P = Harga (*price*)

Penerimaan usahatani ialah besarnya nilai total produksi, yaitu semua output yang dihasilkan dari suatu usahatani dikalikan dengan harga per unit output. Dalam prakteknya, petani dalam mengusahakan lahannya tidak hanya satu macam usahatani saja, sehingga penerimaan yang diperoleh juga lebih dari satu sumber. Cara mengusahakannya pun sangat beragam, ada yang secara monokultur, tumpang sari bahkan ada yang mengusahakan secara terpadu. Dengan demikian, maka penerimaan yang diperoleh petani juga merupakan penjumlahan semua penerimaan dari hasil usahatannya yang diusahakan di atas lahannya (Hafsah, 2003).

## 2.6 Keuntungan

Menurut Suparmoko (1992), keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya produksi sesuai dengan tingkat efisiensi penggunaan faktor produksi pada penggunaannya yang terbaik. Secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$\pi$  = Keuntungan (Rupiah)

TR = Penerimaan Total (Rupiah)

TC = Biaya Total (Rupiah)

Keuntungan adalah total penerimaan (*total revenue*) dikurangi total biaya (*total cost*). Jadi keuntungan ditentukan oleh dua hal, yaitu penerimaan dan biaya.

Jika perubahan penerimaan lebih besar daripada perubahan biaya dari setiap produk, maka keuntungan yang diterima akan meningkat. Dan jika perubahan

penerimaan lebih kecil daripada perubahan biaya maka keuntungan yang diterima akan menurun. Dengan demikian keuntungan akan maksimal jika perubahan penerimaan sama dengan perubahan biaya (Sugiarto et al., 2000).

Laba/keuntungan merupakan unsur kunci dalam sistem pasar bebas hingga sistem tersebut akan gagal beroperasi tanpa laba dan motif laba. Laba dan motif laba memainkan peran kunci yang menjadi semakin penting dalam alokasi sumberdaya ekonomi yang efektif (Pappas dan Hirschey, 1989).

Marjin kotor menggambarkan perbedaan antara jumlah penjualan dan harga pokok penjualan. Marjin kotor adalah uang yang tersedia untuk menutup biaya operasi dan sisanya merupakan laba. Bila marjin kotor tidak cukup banyak untuk menutup biaya operasi bisnis, maka perusahaan akan rugi. Marjin kotor terutama penting bagi agribisnis eceran karena bisnis semacam itu secara relatif tidak mengendalikan harga pokok penjualan (Downey dan Erickson, 1988).

Laba operasi bersih yang juga disebut marjin operasi, merupakan jumlah yang tersisa apabila beban operasi dikurangkan dari marjin kotor. Faktor-faktor yang mempengaruhinya sama dengan faktor-faktor yang mempengaruhi marjin kotor ditambah dengan faktor-faktor yang mempengaruhi beban usaha. Sedangkan laba bersih sebelum pajak atau pendapatan bersih merupakan jumlah yang tersisa setelah semua pendapatan atau beban non-operasi diperhitungkan. Pendapatan non-operasi akan meliputi semua pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber lain, seperti bunga atau deviden yang didapat dari penanaman modal di luar (Downey dan Erickson, 1988).

Mubyarto (1994) menyatakan bahwa pendapatan/ keuntungan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi

yang diserahkan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya.

Hendrikson (1999) menyatakan bahwa keuntungan atau pendapatan adalah merupakan arus masuk aktiva atau pasiva bersih ke dalam usaha sebagai hasil penjualan barang atau jasa.

Supriyono (1999) menyatakan bahwa pendapatan perkapita rata-rata masyarakat kita sampai saat ini masih tergolong rendah sehingga hampir seluruh pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Jumlah pendapatan seseorang yang diperoleh sehari-hari sangat tergantung dari jenis pekerjaan itu sendiri dan tingkat pendidikannya juga.

Pendapatan usahatani ditentukan oleh tingkat produksi dan harga jual umbi segar. Semakin tinggi produksi dan harga jual umbi segar akan memberikan pendapatan yang besar. Tingkat produksi ditentukan oleh penerapan teknologi sedangkan harga jual umbi segar sangat dipengaruhi oleh mekanisme pasar, dimana pada saat panen raya umumnya harga jual ubi kayu rendah dan sebaliknya di luar periode tersebut harga cukup baik karena produksi terbatas. Mengingat harga merupakan variabel yang masi sulit dikendalikan oleh petani, maka petani harus mengupayakan pencapaian tingkat produktivitas yang tinggi melalui penerapan teknologi tinggi tanpa menyampingkan aspek efisiensi (Hafsah, 2003).

## **2.7 Perumusan Strategi**

Menurut Hunger dan Wheelen (2003) Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan

Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah.

Faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti, 2001).

## **2.7.1 Analisis Lingkungan Internal-Eksternal**

### **2.7.1.1 Analisis Lingkungan Internal**

Lestari (2011) mendefinisikan analisis lingkungan internal adalah proses mengidentifikasi dan mengevaluasi karakteristik perusahaan seperti sumber sumber, kapabilitas, dan kompetensi inti. Melalui analisis lingkungan internal akan diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja masa lalu dan dapat memproyeksi kondisi masa depan. Manajemen harus mampu mengelola faktor internalnya dan beradaptasi dengan faktor eksternalnya.

Menurut David (2012) pendekatan fungsi bisnis berupaya mengidentifikasikan dan menilai faktor faktor internal yang mencakup kemampuan perusahaan, dan keterbatasan yang biasanya dikategorikan sebagai berikut:

a) Manajemen

Manajemen merupakan suatu tingkatan sistem pengaturan organisasi yang mencakup sistem produksi, pemasaran, pengelolaan sumberdaya manusia dan keuangan. Fungsi manajemen terdiri dari lima aktivitas dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penunjukkan staf dan pengendalian.

b) Pemasaran

Pemasaran merupakan proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Ada tujuh fungsi dasar pemasaran: analisis pelanggan, penjualan produk atau jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang. Dengan memahami fungsi-fungsi ini akan membantu dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan pemasaran.

c) Keuangan

Kondisi keuangan sering dijadikan ukuran tunggal terbaik dalam menentukan posisi persaingan. Selain itu, kondisi keuangan perusahaan juga dapat menjadi daya tarik bagi investor. Penetapan kekuatan dan kelemahan finansial sebuah perusahaan sangat penting untuk memformulasikan strategi secara efektif.

d) Produksi dan operasi

Produksi dan operasi dalam suatu perusahaan merupakan seluruh aktivitas yang merubah input menjadi output yang berupa barang dan jasa. Manajemen produksi dan operasi erat kaitannya dengan input, proses dan output.



e) Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan biasanya diarahkan pada produk-produk baru sebelum pesaing melakukannya, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemasaran serta mendapatkan keunggulan dari biaya melalui efisiensi.

Nilasari (2014) mengatakan bahwa keuntungan tujuan analisis internal oleh perusahaan antara lain:

- 1) Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan yang berisi tentang informasi analisis sumber daya, keterampilan, kerja rutin, dan proses kerja.
- 2) Digunakan untuk membuat keputusan strategi yang baik yang berisi tentang informasi untuk pengambilan keputusan, menentukan keunggulan kompetitif dan keunggulan potensial.

Adapun tahapan proses analisis internal menurut Nilasari (2014) antara lain:

- 1) Melakukan indentifikasi faktor-faktor internal yang strategis.
- 2) Melakukan perbandingan informasi masa lalu dengan standar perusahaan.
- 3) Profil perusahaan selanjutnya akan menjadi input dalam perumusan strategi.

### **2.7.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal**

Menurut Lestari (2011) analisis lingkungan eksternal merupakan proses mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi-informasi dari luar perusahaan, sehingga dapat mengetahui peluang (opportunity) dan ancaman (threat) yang dihadapi perusahaan. Ada 4 (empat) komponen lingkungan eksternal, yaitu:

- a) Scanning: Mengidentifikasi tanda-tanda awal perubahan dan trend-trend lingkungan.

- b) Monitoring: Mengawasi dan mendeteksi perubahan dan trend-trend lingkungan melalui pengawasan yang berkelanjutan.
- c) Forecasting: Meramal dan mengembangkan proyeksi dengan mengantisipasi hasil-hasil berdasarkan pengawasan terhadap perubahan trend-trend tersebut.
- d) Assessing: Menilai dan menentukan waktu pentingnya perubahan dan trend-trend lingkungan bagi strategi dan manajemen perusahaan.

Perusahaan perlu untuk menganalisis dan memahami lingkungan eksternalnya. Lingkungan eksternal meliputi variabel-variabel yang *uncontrollable* dan berubah sangat cepat. Oleh karena itu lingkungan eksternalnya mempengaruhi pilihan strategis perusahaan dan keputusan keputusan yang dibuat berdasarkan pilihan tersebut. Hasil identifikasi perusahaan tentang lingkungan eksternalnya disesuaikan dengan lingkungan internalnya. Alasan-alasan perusahaan melakukan analisis lingkungan adalah sebagai berikut:

- 1) Lingkungan dapat berubah dengan cepat, sehingga manajer perlu melakukan analisis lingkungan secara sistematis.
- 2) Manajer perlu mencari informasi dari sekeliling guna menentukan faktor-faktor apa yang ada di lingkungan sekarang yang menjadi ancaman (*threat*) maupun faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunity*) bagi perusahaan.
- 3) Perusahaan yang secara sistematis melakukan analisis dan mengenali lingkungan akan dapat bekerja lebih efektif dan efisien.

Kemudian masih menurut Lestari (2011) lingkungan eksternal dibagi dalam 3 (tiga) macam, yaitu lingkungan umum atau makro, lingkungan industri dan lingkungan pesaing. Berikut adalah penjelasannya:

## 1) Lingkungan Umum atau Lingkungan Makro

Yaitu sekumpulan elemen atau kelompok dalam masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi suatu industri dan perusahaan di dalamnya. Salah satu tujuan penting dari lingkungan umum adalah untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Peluang adalah kondisi dalam lingkungan umum yang dapat membantu perusahaan mencapai daya saing strategis. Sedangkan ancaman adalah suatu kondisi dalam lingkungan umum yang dapat menghambat usaha-usaha perusahaan dalam mencapai daya saing strategis.

## 2) Lingkungan Industri

Yaitu serangkaian faktor-faktor ancaman dari pelaku bisnis baru, pemasok, pembeli, produk pengganti, dan intensitas persaingan diantara pesaing yang secara langsung mempengaruhi perusahaan, tindakan dan tanggapan kompetitornya. Interaksi antara lima faktor ini menentukan laba potensial dalam industri. Dalam lingkungan persaingan, perusahaan-perusahaan ini saling mempengaruhi. Dibandingkan dengan lingkungan umum, lingkungan industri memiliki pengaruh yang lebih langsung terhadap daya saing strategis maupun terhadap potensi laba.

Menurut Porter dalam Lestari (2011) dalam melakukan analisis lingkungan industri perlu memperhatikan model lima kekuatan dalam persaingan (*five competitive forces*). Kelima kekuatan persaingan tersebut adalah:

1. Ancaman Pendetang Baru (*Barriers To New Entry*)
2. Ancaman Produk Substitusi (*Threat Of Substitution Product*)
3. Daya Tawar Pemasok (*Bergaining Power Of Supplier*)
4. Daya Tawar Pembeli (*Bergaining Of Costumer*)
5. Pertarungan Antara Anggota Industri (*Rivalry Among Existing Firms*)

### 3) Lingkungan Pesaing

Yaitu pemahaman perusahaan untuk mengumpulkan dan menafsirkan informasi tentang para pesaing. Pemahaman ini akan memberi nilai tambah pada wawasan yang diberikan studi lingkungan umum dan industri. Dengan kombinasi dari ketiga analisis ini, manajemen dapat memahami pengaruh lingkungan eksternal terhadap perkembangan dan tujuan strategis, misi strategis, dan tindakan strategis perusahaan.

Menurut David (2012) Kekuatan eksternal (*external forces*) dapat dibagi menjadi lima kategori besar: kekuatan ekonomi, kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan, kekuatan politik, hukum, pemerintah, kekuatan teknologi dan persaingan atau kompetitif. Perubahan dalam kekuatan eksternal mengakibatkan perubahan dalam permintaan konsumen untuk barang industri dan konsumsi serta jasa. Kekuatan eksternal mempengaruhi tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan positioning, tipe jasa yang ditawarkan, dan pilihan bisnis yang ingin diakuisi atau dijual. Kekuatan eksternal secara langsung mempengaruhi pemasok serta distributor.

#### 2.7.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan atau reaksi perusahaan terhadap faktor internal dan eksternal serta mendapatkan alternatif strategi. Tidak ada cara terbaik untuk melakukan analisis SWOT. Yang paling utama adalah membawa berbagai macam pandangan atau perspektif bersama-sama sehingga akan terlihat keterkaitan baru dan implikasi dari hubungan tersebut. Jika analisis bersifat menyeluruh maka menentukan tujuan, sasaran dan strategi akan mudah untuk dilakukan. Banyak strategi yang dapat

dihasilkan dan dikembangkan dari hasil analisis SWOT karena para perencana dibekali dengan kerangka kerja yang luas dan lebih terstruktur (Wahyudi, 1996).

Rangkuti (2006) mengatakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Menurut David (2006) Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Berikut ini merupakan penjelasan dari analisis SWOT (David, 2006) yaitu:

#### 1) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

#### 2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan.

Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

### 3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

### 4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang menghasilkan pilihan strategi.

Pilihan strategi tersebut dapat dilihat dari diagram SWOT berikut ini:



Sumber : Rangkuti (2006)

Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

- a) Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
- b) Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari strategi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c) Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan question mark pada BCG

matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- d) Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

### 2.7.3 Matriks SWOT

Menurut Rengkuti (2006) matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Terdapat 8 (delapan) langkah dalam menyusun matrik SWOT, yaitu:

- 1) Menentukan faktor-faktor peluang eksternal usaha dodol di Desa Bengkel.
- 2) Menentukan faktor-faktor ancaman eksternal usaha dodol di Desa Bengkel.
- 3) Menentukan faktor-faktor kekuatan internal usaha dodol di Desa Bengkel.
- 4) Menentukan faktor-faktor kelemahan internal usaha dodol di Desa Bengkel.
- 5) Menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O.
- 6) Menyesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O.
- 7) Menyesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T
- 8) Menyesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T.



<b>EFAS</b> \ <b>IFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weakness (W)</b> Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunity (O)</b> Menentukan 1-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Menentukan 1-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2001

Gambar 3. Matriks SWOT

a) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Pernyataan ini ditegaskan oleh pernyataan Umar (2003) strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan.

b) Strategi ST (*Strength-Threat*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Sedangkan menurut Umar (2003) bahwa strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

c) Strategi WO (*Weakness- Opportunity*)

Menurut Rangkuti (2006) strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Selanjutnya

menurut Umar (2003) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal

d) Strategi WT (*Weakness- Threat*)

Menurut Rangkuti (2006: 32) strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Sedangkan menurut Umar (2003) strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya.

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan matriks EFE (External Factor Evaluation) dapat dikembangkan dalam lima langkah :

1. Buat daftar faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang disebut dalam proses audit. Masukkan 10-20 faktor eksternal termasuk peluang dan ancaman yang memengaruhi perusahaan atau industrinya. Daftar terlebih dahulu kekuatannya, kemudian kelemahannya dan peluangnya, kemudian ancamannya. Buat spesifik mungkin dengan menggunakan persentase, rasio, dan angka-angka perbandingan jika dimungkinkan.
2. Berilah pada setiap faktor tersebut bobot berkisar dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Jumlah total keseluruhan bobot yang diberikan pada faktor itu harus sama dengan 1,0.
3. Berilah peringkat 1 sampai 4 pada setiap faktor untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut sangat lemah (peringkat = 1), lemah (peringkat = 2), kuat (peringkat = 3), atau sangat kuat (peringkat = 4). Perhatikan bahwa

kekuatan harus mendapat peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapatkan peringkat 1 dan 2. Oleh karenanya, peringkat berbasis perusahaan, sementara bobot dilangkah 2 berbasis industri.

4. Kalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya untuk menentukan skor bobot bagi masing-masing variabel.
5. Jumlahkan skor rata-rata bobot untuk setiap variabel guna menentukan skor bobot total untuk organisasi.

Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor eksternal utama untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = responnya sangat bagus, 3 = responnya diatas rata-rata, 2 = responnya rata-rata, dan 1 = responnya dibawah rata-rata. Peringkat didasarkan pada keefektifan strategi perusahaan. Oleh karenanya, peringkat tersebut berbeda antarperusahaan, sementara bobot dilangkah 2 berbasis industri. Penting untuk diperhatikan bahwa baik ancaman maupun peluang dapat meneroma peringkat 1, 2, 3, atau 4.

Terlepas dari beberapa banyak faktor yang dimasukkan kedalam matriks IFE, skor bobot total berkisar antara 1,0 sebagai titik rendah dan 4,0 sebagai titik tertinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Skor bobot total dibawah 2,5 mencirikan organisasi yang lemah secara internal, sedangkan skor yang secara signifikan berada diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat. Seperti dari jumlah peluang dan ancaman utama yang dimasukkan dalam matriks EFE skor bobot total tertinggi yang mungkin dicapai untuk sebuah organisasi adalah 4,0 dan skor bobot terendah adalah 1,0. Rata-rata skor bobot total adalah 2,5. Skor bobot total terbesar 4,0 mengidentifikasikan bahwa sebuah organisasi merespon secara sangat

baik peluang dan ancaman yang ada di industrinya. Dengan kata lain, strategi perusahaan secara efektif mampu menarik keuntungan dari peluang yang ada dan meminimalkan pengaruh negatif potensial dari ancaman eksternal. Skor total sebesar 1,0 menandakan bahwa strategi perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari ancaman yang muncul (Fred R. David, 2011:158-159). Matriks IFE harus memasukkan antara 10-20 faktor. Jumlah faktor tidak memengaruhi kisaran skor bobot total karena bobot selalu berjumlah 1,0. Ketika suatu faktor internal merupakan kekuatan sekaligus kelemahan organisasi, faktor itu harus dimasukkan dua kali dalam matriks IFE, dan bobot serta peringkat harus diberikan pada masing-masing. (Fred R. David, 2011:230-231)

Tabel 4. Matris Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Faktor-Faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Skor bobot
<b>Peluang</b>			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
<b>Ancaman</b>			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Total	XX	XX	XX

Sumber : Fred R. David, 2011

Tabel 5. Matris Internal Faktor Evaluation (IFE)

Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor bobot
<b>Kekuatan</b>			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
<b>Kelemahan</b>			
1. XX	XX	XX	XX
2. XX	XX	XX	XX
Total	XX	XX	XX

Sumber : Fred R. David, 2011

Tabel 6. Matriks IFE Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

No	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1	Produk kualitas baik	Masih menggunakan peralatan manual	Usaha menghasilkan laba yang potensial	Banyaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usaha
2	Harga produk terjangkau	Ketahanan dodol kurang dari 15 hari	Pemasok yang tersedia ada	Adanya kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong
3	Hubungan pemilik usaha dengan para pekerja pembuat dodol berjalan dengan baik	Bentuk dan kemasan dodol relatif selalu sama	Harga bahan baku dodol relatif murah	Susahnya persyaratan, proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol
4	Para pekerja pembuat dodol giat bekerja	Masih banyak produk dodol yang belum mempunyai merek	Kebiasaan pembeli (konsumen) yang selalu membawa oleh-oleh dari suatu daerah	Jarang ada penyuluhan usaha dari desa
5	Tidak perlu menyerap tenaga kerja dari luar desa	Belum ada manajemen yang baik	Permintaan dodol meningkat	Tidak adanya bantuan dari pemerintah
6	Berpotensi sebagai produk unggul daerah	Belum ada pembukuan keuangan dari usaha	Memiliki pelanggan-pelanggan tetap	
7	Cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual	Modal mengembangkan usaha terbatas	Harga bahan baku cukup stabil	
8	Dapat mengurangi pengangguran di desa	Usaha masih belum berjalan selama 10 tahun	Permintaan produk lumayan tinggi	
9	Produk dapat diserap pasar lokal maupun domestik	Pemasaran produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional		

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Israwan Imani (2016) Analisis Keuntungan Dan Nilai Tambah Pengolahan Ubi kayu (*Manihot Esculenta*) Menjadi Tela-Tela Studi Kasus “Usaha Tela Steak” Di Kelurahan Mandonga Kecamatan Mandonga Kota Kendari Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diterima dari pengolahan ubikayu menjadi Tela-Tela pada Usaha Tela Steak di Kelurahan Mandonga Kecamatan Mandonga Kota Kendari, untuk menganalisis seberapa besar nilai tambah pengolahan ubikayu menjadi Tela-Tela pada Usaha Tela Steak di Kelurahan Mandonga Kecamatan Mandonga Kota Kendari. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa di kelurahan tersebut terdapat usaha pengolahan ubikayu menjadi tela-tela. Responden dalam penelitian ini berjumlah satu orang. Penentuan responden dilakukan secara *purposive*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh pengolah ubikayu menjadi tela-tela adalah sebesar Rp 2.000/kg. dalam satu bulan bahan baku yang digunakan adalah 3.450 kg dengan rata-rata 150 kg/proses produksi. besarnya biaya bahan baku yang dikeluarkan tergantung dari jumlah bahan baku yang digunakan. Sehingga biaya yang dikeluarkan oleh pengolah untuk biaya bahan baku selama satu bulan adalah sebesar Rp 6.900.000 dengan rata-rata Rp 300.000/proses produksi. Upah kerja dihitung per kg produk tela-tela yaitu sebesar Rp 1.500/kg untuk satu pekerja. Jadi, dalam satu bulan upah kerja yaitu sebesar Rp 3.689.400/pekerja dengan rata-rata Rp 160.408,7/proses produksi, sehingga biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pemilik usaha pengolahan ubikayu menjadi tela-tela untuk 6 pekerja adalah Rp 22.136.400/bulan

dengan rata-rata Rp 962.452,17/proses produksi, sedangkan upah rata-rata per hari kerja yaitu Rp 241.957/hk. Harga Produk tela-tela untuk 1 onsnya yaitu Rp 3.000/bungkus jika dihitung dalam satuan kilogram harganya sebesar Rp 30.000/kg. Jadi, keuntungan bersih yang diperoleh dari pengolahan ubikayu menjadi tela-tela pada usaha teala steak di Kelurahan Mandonga adalah sebesar Rp 30.828.000/bulan. Pengolah ubikayu menjadi tela-tela pada usaha tela steak di Kelurahan Mandonga menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 15.498/kg bahan baku.

Dinar Tresnawati (2010) Analisis Pengembangan Agroindustri Dodol Nanas di Kabupaten Subang Penelitian ini bertujuan mengetahui besarnya biaya, penerimaan, keuntungan, dan efisiensi usaha dari agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang, merumuskan alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran (deskripsi) tentang suatu fenomena sosial kemudian dicari saling hubungannya. Fenomena yang terjadi digambarkan secara sistematis, dianalisis, kemudian dijelaskan sesuai dengan permasalahan yang ada (Sumhudi, 1991). teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian survey, yaitu metode pengumpulan data primer dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Pengumpulan data dengan menggunakan alat bantu kuesioner dan wawancara (Ruslan, 2003). Penentuan daerah penelitian dilakukan secara

sengaja atau *purposive* yang dilakukan di Kabupaten Subang karena Kabupaten Subang merupakan salah satu daerah penghasil nanas di Propinsi Jawa Barat dan sebagai kabupaten yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan sentra produksi komoditi nanas di Provinsi Jawa Barat. Di Kabupaten Subang terdapat agroindustri dodol nanas yaitu hanya di Kecamatan Jalan cagak. Terdapat 3 desa yang memproduksi dodol nanas dan terdapat 19 pengusaha yang memproduksi dodol nanas. Namun pada saat penelitian berlangsung hanya terdapat 17 orang pengusaha yang masih aktif berproduksi. Pengambilan responden dilakukan dengan cara sensus yakni dengan cara mencatat semua elemen (responden) yang diselidiki.

Diketahui bahwa sebagian besar pengusaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang menggunakan bahan baku nanas dengan cara membeli melalui pedagang pengumpul nanas yaitu sebanyak 15 orang (88,24%) dengan cara penyaluran diantar/disetor langsung ke rumah melalui cara pembayaran yang kontan. Sedangkan sebanyak 2 orang pengusaha (11,76%) melakukan pengadaan bahan bakunya melalui pemanfaatan hasil kebun sendiri yang diambil sendiri dari kebun. Sistem pengadaan bahan baku ini yaitu untuk lebih dari 1 kali produksi. Pengadaan bahan baku biasanya digunakan untuk 1 minggu produksi. Dimana dalam 1 minggu tersebut rata-rata memproduksi dodol nanas selama 3 hari. Dalam 1 hari produksi rata-rata dapat menghasilkan sebanyak 24 kg dodol nanas, sedangkan dalam 1 minggu produksi rata-rata pengusaha dapat dihasilkan 68,47 kg dodol nanas. Daerah pemasaran dodol nanas di Kabupaten Subang meliputi penjualan di kios sendiri di daerah Jalancagak, pusat oleh-oleh Pasar Tani Jalan cagak, kios penjualan buah nanas disepanjang jalan menuju pasar Jalan cagak,



Pujasera Subang, toko-toko makanan di Kecamatan Subang, serta rumah makan yang ada di Kecamatan Subang. Adapun saluran pemasaran yang telah dilakukan oleh pengusaha dodol nanas di kabupaten Subang adalah sebagai berikut: Produsen → Konsumen, Produsen → Pengecer Konsumen. Sebagian besar pengusaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang melakukan penjualan dodol nanas dengan dua saluran pemasaran tersebut. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya variabel usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya pengemasan, dan biaya transportasi yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Rata-rata biaya tenaga kerja dalam 4 minggu produksi (21 Juni-18 Juli 2010) adalah Rp 858.000,00 (24,75 %). Biaya tenaga kerja yang dihitung dalam penelitian ini adalah tenaga kerja luar keluarga dan tenaga kerja dalam keluarga. pekerjaan pada bagian proses pemasakan adonan diberikan upah rata-rata sebesar Rp 12.000,00 per satu kali adonan, dimana dalam 1 hari biasanya dibuat 2 adonan. tahap pengemasan diberikan upah sesuai dengan perolehan per kg dodol nanas yang dapat dikemasnya menggunakan plastik tipis, rata-rata memperoleh upah Rp 700,00 per kg dodol nanas yang berhasil dikemas. Sedangkan tenaga kerja bagian pemasaran rata-rata memperoleh upah sebesar Rp 10.588,24. Rata-rata biaya pembelian bahan baku selama 4 minggu produksi (21 Juni-18 Juli 2010) adalah sebesar Rp 403.764,71 (8,29%). Pembelian bahan baku ini dilakukan biasanya 1 minggu sekali. Kebutuhan nanas setiap 1 minggu produksi yaitu rata-rata sebanyak 92,47 kg nanas segar dan selama 4 minggu produksi memerlukan sebanyak 369,88 kg nanas segar rata-rata tiap pengusaha. rata-rata biaya total yang dikeluarkan pengusaha dodol nanas di Kabupaten Subang selama 4 minggu

produksi (21 Juni-18 Juli 2010) adalah sebesar Rp 3.831.695,92. Biaya terbesar yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri dodol nanas berasal dari biaya variabel yaitu sebesar Rp 3.446.226,65 (89,94%). Hal ini disebabkan komposisi biaya variabel lebih banyak dibandingkan dengan komposisi biaya tetap sehingga biaya variabel yang dikeluarkan lebih besar. Selain itu juga disebabkan karena tingginya harga bahan produksi untuk proses produksi dodol nanas. Sedangkan rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 385.469,27 (10,06%). Penerimaan yang diperoleh pengusaha dodol nanas di Kabupaten Subang dalam 4 minggu produksi (21 Juni-18 Juli 2010) adalah sebesar Rp 5.783.345,93 dengan biaya total yang dikeluarkan sebesar Rp 3.831.695,92 sehingga keuntungan yang diperoleh pengusaha dodol nanas di Kabupaten Subang adalah sebesar Rp 1.951.650,01 dengan efisiensi usaha sebesar 1,51 yang berarti usaha agroindustri dodol nanas di Kabupaten Subang telah efisien.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Mega Indah Mujiningsih (2013) yang berjudul “Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar”. Yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui profil industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, untuk mengetahui kelayakan finansial usaha industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar, untuk mengetahui strategi pengembangan sektor industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar. Metode yang digunakan menggunakan satu metode yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer

diperoleh dengan cara observasi dan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas-dinas terkait.

Analisis kelayakan usaha didapatkan hasil *Net Present Value* (NPV) dari industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar sebesar Rp. 395.696.655. Oleh karena nilai NPV lebih besar daripada nol, maka industri kecil tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar layak dilakukan. Nilai *Benefit-Cost Ratio* (BCR) adalah sebesar 1,37. Nilai BCR tersebut berarti bahwa nilai manfaat yang diperoleh dalam usaha ini adalah sebesar 1,37 kali lipat dari nilai biaya yang dikeluarkan pada tingkat bunga sebesar 14%. Nilai *Internal Rate of Return* (IRR) adalah sebesar 38,72%. Karena nilai ini lebih besar daripada tingkat bunga Bank sebesar 14%. Matrik internal dan eksternal menunjukkan pada 2,33 pada faktor internal dan 2,18 pada faktor eksternal. Hal ini berarti Industri kecil Tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar berada pada posisi V dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan). Karena kekuatan yang dimiliki lebih sedikit dan adanya kelemahan membuat Industri kecil Tempe di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar harus memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang dipakai adalah SO (*Strength Opportunities*) yaitu mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang muncul.

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *proposive* (sengaja) di desa Bengkel Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan lokasi industri yang banyak mengusaha dodol berdasarkan data jenis-jenis produk industri di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai tahun 2017. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2019.

### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pengusaha dodol yang tinggal di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari sumber yang bervariasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan tujuan penelitian, bisa jadi objeknya manusia atau makhluk hidup lainnya, benda mati, ataupun objek lainnya. Keseluruhan individu-individu yang merupakan objek pengambilan data ini disebut dengan populasi dikatakan sebagai anggota populasi, sedangkan banyaknya anggota populasi ini disebut dengan ukuran populasi (Zulkarnain, 2010).

Berdasarkan data yang dapat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai, populasi yang ada sebanyak 76 pengusaha dodol populasi ini hanya terdapat di Desa Bengkel. Dengan sampel sebanyak 30 pengusaha dodol yang dianggap sudah cukup representatif atas populasi tersebut. Kemudian sampel yang diambil dengan kriteria yang sudah berjualan selama 10 tahun yang akan mewakili dari masing-masing yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan

menggunakan metode *simple random sampling*, hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap sejenis, atau disebut homogen.

### 3.3 Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan metode *survey*. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada pengusaha dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur, dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

Langkah – langkah yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

1. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner ini terdiri dari informasi tentang identitas responden, beberapa item dan sub item yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan, dan keuntungan terhadap penjualan dodol di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Observasi yaitu pengamatan langsung kelokasi penelitian di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian yang dijadikan sebagai sampel untuk melengkapi data dan informasi yang dibutuhkan.

4. Studi Pustaka yaitu catatan atau dokumentasi resmi tertulis dan dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik dan lembaga lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian.

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analitis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran (deskripsi) tentang suatu fenomena sosial kemudian dicari hubungannya. Fenomena yang terjadi digambarkan secara sistematis, dianalisis, kemudian dijelaskan sesuai dengan permasalahan yang ada (Sumhudi, 1991).

1. Analisis Usaha dalam Seminggu Satu Kali Produksi

- a) Analisis Biaya

Untuk mengetahui besarnya biaya total yang dapat diperhitungkan dari seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Secara matematis hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC = Biaya total agroindustri dodol (Rupiah)

TFC = Total biaya tetap agroindustri dodol (Rupiah)

TVC = Total biaya variabel agroindustri dodol (Rupiah)

Untuk mengetahui biaya penyusutan alat produksi dihitung dengan menghitung selisih antara harga awal pembelian alat produksi dikurangi dengan hasil akhir alat produksi tersebut kemudian dibagi dengan umur ekonomis dari alat produksi. Secara sistematis hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$\text{Depresiasi} = \frac{HP - NS}{n}$$

Dimana :

HP = Harga perolehan (Rupiah)

NS = Nilai sisa (Rupiah)

N = Taksiran umur kegunaan (Minggu)

#### b) Analisis Penerimaan

Penerimaan adalah hasil perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan (terjual) dengan harga dari produk tersebut. Secara rumus matematis, hubungan ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR = Penerimaan total agroindustri dodol (Rupiah)

Q = Jumlah produk agroindustri dodol (Kg)

P = Harga produk agroindustri dodol (Rupiah)

#### c) Analisis Keuntungan Usaha

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya-biaya yang dikeluarkan. Hubungan tersebut dapat ditulis

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$\pi$  = Keuntungan agroindustri dodol (Rupiah)

TR = Penerimaan total agroindustri dodol (Rupiah)

TC = Biaya total agroindustri dodol (Rupiah)

d) Analisis SWOT usaha dodol

Dalam Rangkuti (2006), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat. Langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha dodol di Desa Bengkel adalah dengan Matrik Internal-Eksternal.

		Kuat 4,0	Rata-rata 3,0	Lemah 2,0	1,0
Total Skor Faktor	TINGGI	IV Stabilitas	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	SEDANG		V Pertumbuhan	VI Penciutan	
Startegi Eksternal	2,0		Stabilitas		
	RENDAH	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuiditas	
	1,0				

Gambar 4. Matrik Internal Eksternal  
Sumber: Freddy Rangkuti (2006)



Keterangan:

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal
- III : Strategi turn-around
- IV : Strategi stabilitas
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan).
- VI : Strategi divestasi
- VII : Strategi diversifikasi konsentrik
- VIII : Strategi diversifikasi konglomerat
- IX : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha dodol di Desa Bengkel, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut ke dalam rumusan strategi. Untuk memudahkan dalam melaksanakan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu dijalankan dengan cara mengelompokkan masing-masing problem. Variabel yang digunakan dalam analisis strategi pengembangan adalah analisis SWOT. Memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Model yang digunakan adalah matriks SWOT (*Strength, weakness, opportunity, threats*). Matriks ini menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menghasilkan empat sel alternatif strategis, yaitu:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi yang berdasarkan jalan pikiran pengusaha, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar besarnya.

2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki pengusaha untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* (bertahan) dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

EFAS \ IFAS	Strengths (S) Menentukan 1-10 faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Menentukan 1-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunity (O)</b> Menentukan 1-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Menentukan 1-10 faktor ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2001

Gambar 5. SWOT

### 3.5 Definisi dan Batasan Operasional Variabel

1. Usaha dodol adalah suatu unit usaha yang mengolah menjadi produk olahan makanan yaitu dodol.

2. Biaya total adalah semua biaya yang digunakan dalam usaha agroindustri dodol yang terbagi menjadi biaya tetap dan variabel yang dinyatakan dalam satuan rupiah (RP).
3. Penerimaan diperoleh dengan cara mengalikan produksi total selama satu bulan dengan harga per satuan produk yang dinyatakan dalam rupiah (RP).
4. Keuntungan adalah selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dinyatakan dalam rupiah (RP).
5. Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan perencanaan-perencanaan strategi untuk memantau lingkungan dalam mengetahui peluang serta ancaman
6. Lingkungan internal adalah faktor-faktor dari dalam usaha dodol di Desa Bengkel yang dapat mengidentifikasi kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan suatu usaha. Lingkungan internal usaha dodol di Desa Bengkel meliputi sumber daya manusia, sumber daya keuangan, pemasaran (4P), produksi/operasional, kondisi teknologi dan manajemen.
7. Lingkungan eksternal adalah suatu lingkungan yang meliputi faktor-faktor yang berada di luar kemampuan usaha dodol di Desa Bengkel untuk mengendalikannya yang dapat menuntun kearah peluang dan ancaman usaha. Lingkungan eksternal usaha dodol di Desa Bengkel meliputi pemasok bahan baku, lembaga pemasaran, kebijakan pemerintah, kondisi sosial, budaya dan demografi, kondisi ekonomi, dan persaingan dengan barang substitusi.
8. Analisa SWOT adalah suatu alat analisis situasi yang menguji kondisi internal dan eksternal suatu perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Stength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threath*).

9. Kekuatan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam usaha dodol di Desa Bengkel dan merupakan keunggulan untuk pengembangan usaha.
10. Kelemahan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam usaha dodol di Desa Bengkel dan merupakan keterbatasan bagi upaya pengembangan agroindustri.
11. Peluang adalah faktor-faktor yang berasal dari luar usaha dodol di Desa Bengkel yang dapat membantu pelaksanaan pengembangan usaha.
12. Ancaman adalah faktor-faktor yang berasal dari luar usaha dodol di Desa Bengkel yang dapat mengganggu pelaksanaan pengembangan usaha.
13. Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun berbagai alternatif strategi pengembangan.
14. Strategi pengembangan merupakan suatu rencana yang akan menentukan tindakan-tindakan pada masa yang akan datang
15. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan.

## **BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1 Deskripsi Daerah Penelitian**

Kata Desa Bengkel berasal dari perubahan kata Pasar Bengkel yang akhirnya menjadi kata Bengkel. Pasar mengandung makna jalan raya, karena Desa Bengkel berada tepat di sepanjang jalan raya (Jalan Lintas Sumatera). Bengkel mengandung makna tempat melaksanakan berbagai aktivitas dalam rangka membuat barang-barang sehari-hari, seperti : Bengkel sepeda (tempat membuat berbagai kebutuhan sepeda), bengkel besi (tempat membuat kebutuhan barang besi), bengkel kayu (tempat membuat kebutuhan bahan dari kayu).

Pada masa dahulu masyarakat yang ada di sekitar Desa Bengkel, apabila ingin berpergian keluar selalu menyebutnya atau mengatakan ingin ke pasar yaitu mau ke jalan raya atau mau ke Desa Bengkel, sebagian desa merupakan pusat desa yang ada disekitarnya (desa pedalaman). Sehingga apabila masyarakat ingin berpergian ke desa lain harus melewati Desa Bengkel yang merupakan pusat aktivitas dari pada desa-desa yang ada disekitarnya. Perubahan kata Pasar Bengkel menjadi Bengkel terjadi pada saat berlakunya Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Desa, dimana Desa Pasar Bengkel peristilahnya disingkat menjadi Desa Bengkel.

### **4.2 Aspek Geografi dan Demografi**

Desa Bengkel adalah salah satu Kecamatan Perbaungan yang terletak di Kabupaten Serdang Bedagai. Secara geografis berdasarkan data dari Kantor Kepala Desa Bengkel, Desa Bengkel berbatasan dengan daerah berikut :

Batasan-batasan Wilayah :

- a. Utara : Desa Pematang Sijonam/ Desa Suka Beras
  - b. Selatan: Desa Karang Anyar/ Desa Sijenggi
  - c. Timur : Desa Deli Mulia Hulu
  - d. Barat : Desa Tualang
- Jarak dengan ibukota kecamatan : 5 km
  - Jarak dengan ibukota kabupaten : 11 km
  - Jarak dengan kabupaten lain terdekat : 11 km

Desa Bengkel memiliki lima dusun, dengan keseluruhan mencapai  $\pm 145.000 \text{ Km}^2$ .

#### 4.2.1 Deskripsi Desa Bengkel

Jumlah penduduk Desa Bengkel pada tahun 2018 berjumlah 4.359 jiwa yang terbagi dalam 1.142 KK, dengan lahan seluas  $\pm 145.000 \text{ Km}^2$ . Secara rinci dapat dilihat pada tabel 7. Jumlah penduduk Desa Bengkel di Kecamatan Perbaungan yang terbagi atas lima dusun.

Tabel 7. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Dusun 2018

No	Dusun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Dusun I	485	534	1019
2	Dusun II	531	550	1081
3	Dusun III	327	356	683
4	Dusun IV	576	612	1188
5	Dusun V	186	202	388
	Jumlah	2105	2254	4359

#### 4.2.2 Penduduk Menurut Kelompok Umur

Berdasarkan data dari Kepala Desa Bengkel 2018. Penduduk Desa Bengkel berjumlah 4.359 jiwa dengan beberapa rumah tangga yang tersebar di setiap Desa Bengkel. Hal ini dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Desa Bengkel (jiwa), 2018

No	Kelompok umur ( tahun)	Jumlah
1	0-5	318
2	6-12	457
3	13-16	798
4	17-50	2460
5	>60	326

Sumber : Kantor Kepala Desa bengkel, 2018.

Tabel 8. menunjukkan bahwa pada tahun 2018 kelompok usia paling besar berada di antara 17-50 tahun dengan jumlah 2460. Hal ini menunjukkan bahwa usia masyarakat Galang berada pada usia produktif.

#### 4.2.3 Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data dari Kantor Kepala Desa Bengkel 2018 Tingkat pendidikan masyarakat di Desa Bengkel. Secara lengkap data ini bisa dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Penduduk Menurut Pendidikan Desa Bengkel Kabupaten Deli Serdang, 2018

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	TK	53
2	SD	211
3	SMP	131
4	SMA	132
5	D1	29
6	D2	28
7	D3	33
8	S1	38
9	S2	2
	Total	657

Sumber : Kantor Kepala Desa bengkel, 2018

Pada Tabel 9. Menunjukkan tingkat pendidikan masyarakat Desa Bengkel rata-rata SD berjumlah 211 hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di desa Bengkel cukup rendah.

#### 4.2.4 Sarana

Sarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana akan mempercepat laju pembangunan. Sarana dan prasarana

di Desa Bengkel baik. Hal ini dapat dilihat dari jenis-jenis sarana yang tersedia baik sarana pendidikan, kesehatan, tempat peribadatan, perkantoran, pasar/pajak, SPBU, perkuburan, bank, pegadaian, dan pos polisi yang cukup memadai. Secara rinci sarana yang terdapat di Desa Bengkel dijelaskan pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Sarana dan Prasarana di Desa Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2018

No	Sarana dan Prasarana	Satuan	Jumlah
1	Sekolah		
	TK	Unit	6
	SD	Unit	5
	SMP	Unit	2
	SMA	Unit	1
2	Kesehatan		
	Pustu	Unit	1
	Rumah Sakit	Unit	1
	Klinik	Unit	4
	Apotik/ Toko Obat	Unit	4
3	Peribadatan		
	Mesjid	Unit	2
	Musholla	Unit	7
4	Perkantoran		
	Kantor Pemerintah	Unit	3
	Kantor Swasta	Unit	2
5	Pasar/ pajak	Unit	1
6	SPBU	Unit	1
7	Perkuburan	Unit	1
8	Bank	Unit	2
9	Pegadaian	Unit	2
10	Pos Polisi	Unit	1

Sumber : Kantor Kepala Desa bengkel, 2018

Tabel 10. Menunjukkan sarana pendidikan di Desa Bengkel belum lengkap dan sekolah masih sampai tingkat SMA sederajat yang jumlahnya yaitu Taman Kanak-kanak berjumlah 6 unit, Sekolah Dasar berjumlah 5 unit, Sekolah Menengah Pertama berjumlah 2 unit, Sekolah Menengah Atas berjumlah 1 unit. Hal ini menyebabkan sekolah dasar yang harus di utamakan di bangun oleh pemerintah dan masyarakat. Sarana Kesehatan sangat diperlukan oleh penduduk seperti Desa Bengkel. Sarana kesehatan yang ada yaitu Pustu berjumlah 1 unit,



Rumah Sakit berjumlah 1 unit, Klinik berjumlah 4 unit yang tersebar di sebagian desa di Desa Bengkel. Sarana Perkantoran yang ada yaitu Kantor Pemerintah berjumlah 3 unit, Kantor Swasta berjumlah 2 unit, dan yang lain-lain seperti Pajak/ Pasar berjumlah 1 unit, SPBU berjumlah 1 unit, Perkuburan berjumlah 1 unit, Bank berjumlah 1 unit, Pegadaian berjumlah 1 unit, dan Pos Polisi berjumlah 1 unit yang tersebar di Desa Bengkel.



## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

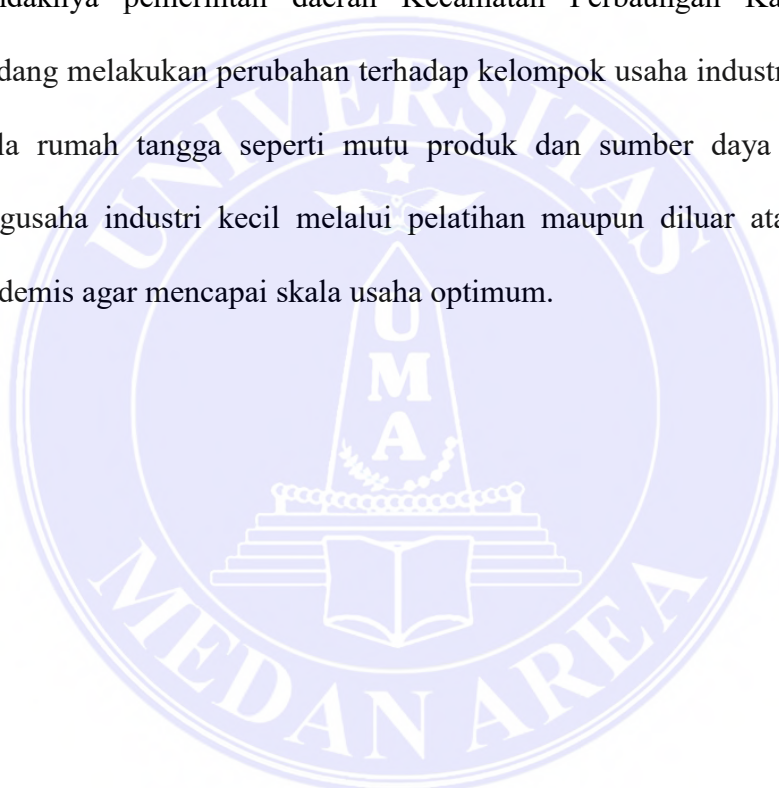
Berdasarkan hasil penelitian bahwa kesimpulan yang dapat diperoleh dalam analisis pengembangan dan keuntungan produsen dodol di pasar bengkel di Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai terdapat yaitu

1. Menjalankan strategi pemasaran progresif. Pada strategi ini menandakan bahwa sebuah usaha yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan, yang artinya usaha yang kondisi prima dan bagus sehingga memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, dengan cara memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan yang secara maksimal. Strategi progresif pada usaha dodol yaitu dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk meningkatkan permintaan dodol, mempertahankan harga produk yang terjangkau konsumen untuk mendapatkan pelanggan-pelanggan tetap dan menambah pelanggan baru, hubungan pemilik usaha dengan pekerja pembuatan dodol berjalan dengan baik, para pekerja pembuatan dodol giat bekerja, dan cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual.
2. Pada analisis keuntungan produsen dodol mengalami keuntungan dalam sekali usaha maka diperoleh penerimaan produsen dodol di Desa Bengkel dalam 1 minggu produksi adalah sebesar Rp. 758.948 dengan total biaya yang dikeluarkan Rp. 667.000, sehingga keuntungan yang diperoleh produsen dodol di Desa Bengkel adalah Rp. 91.948.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran penelitian ini yaitu

1. Untuk menambah keuntungan perlu ekspansi tempat penjualan, menambah produksi dan yang paling utama adalah inovasi teknologi dan pekerjaan secara manual tidak perlu dipertahankan karena pengembangan industri lokal minimal harus menjadi sentra.
2. Hendaknya pemerintah daerah Kecamatan Perbaungan Kabupaten Deli Serdang melakukan perubahan terhadap kelompok usaha industri dodol dalam skala rumah tangga seperti mutu produk dan sumber daya manusia dari pengusaha industri kecil melalui pelatihan maupun diluar atau lingkungan akademis agar mencapai skala usaha optimum.



## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto, Imam Ma'ruf, Indonesia. Vol 2, No 1 : Semester Ganjil 2013/2014 – SI Manajemen. Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Rumah Busana Faiza Bordir di Kecamatan Bangil Kota Pasuruan (*Business Development Strategies In Sme Faiza Home Clothing Embroidery In Bangil Pasuruan*). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat
- David, Fred R. 2012. Strategic Management Concepts & Cases. Pearson Academic; 14th edition
- Downey, W.D, dan Erickson, SP. 1988. Manajemen Agribisnis. Jakarta. Erlangga.
- Fitrianingsih, 2014. Analisis Fakto-Faktor yang mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi kasus Pada UKM Di Wilayah Surabaya). Surabaya : Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma. Jurnal Bisnis Pasca Sarjana UKWMS NO : 1978-b6522.
- Fred R. David. *Strategic Management*. Pearson Education International. United States of America. 2009.
- Hafsah, MJ. 2003. Bisnis Ubikayu Indonesia. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hery. 2009. Teori Akuntansi. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Indriyatni, Lies. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil di Semarang Barat). Jurnal STIE Semarang, Vol 5, No 1.
- Kristiningsih, 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM Di Wilayah Surabaya). Surabaya : Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma. Jurnal Bisnis dan Pascasarjana UKWMS ISSN NO : 1978 – 6522.
- Kuncoro, Mudrajad. 2006. Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2013. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Endah Prapti. 2011. Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. 2004. Kewirausahaan. 2004. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

- Mangunwijaya, Djumali dan Illah Sailah. 2005. Pengantar Teknologi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Mulyadi. 1991. Akutansi Biaya. PT. Aditiya Media Yogyakarta. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. Akuntansi Biaya, Edisi Kelima, UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Napid, S., Haris Nst, A., Yusmartato, dan Abdurrozzaq Hsb. 2014. IbM Kelompok Usaha Dodol di Desa Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai, Wahana Inovasi, Vol. 3, No. 1, hal. 94-103. Nilasari, Senja. 2014. Manajemen Strategi. Jakarta Timur: Dunia Cerdas
- Nitisastro, Widjojo. 2010. Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro. Jakarta: Penerbit Kompas.
- Padangaran, AM. 2013. Analisis Kuantitatif (Pembiayaan Perusahaan Pertanian). IPB Press. Bogor.
- Rangkuti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- \_\_\_\_\_. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- \_\_\_\_\_. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok-Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas. Rajawali. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1995. Analisis Usahatani. UT. Press. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suparmoko, M.1992. Ekonomi Pembangunan. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Supriyono, R.A. 1999. Akuntansi Biaya. BPFE, Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 2005. Mikro Ekonomi, Teori Pengantar. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Todaro, Michael, P. 2004. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Jilid I. Edisi Kedelapan, Erlangga. Jakarta.
- Umar, Husein. 2003. Strategic Manajemen In Action. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Wheelen, Thomas L dan Hunger, J. David. 2012. Manajemen Strategis.  
Yogyakarta: Andi.





Lampiran 1. Kuisisioner penelitian

**KUISISIONER PENELITIAN**

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA DODOL DAN KEUNTUNGAN**

**PRODUSEN DODOL DI PASAR BENGKEL**

**(Studi Kasus : Desa Bengkel, Kec. Perbaungan, Kab. Serdang Bedagai)**

**No. Responden :**

Saudara/ Saudari responden yang terhormat.

Saya mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, yang saat ini sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Pengembangan Usaha Dodol dan Keuntungan Produsen Dodol di Desa Bengkel kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai”.

Sehubungan dengan hal tersebut saya meminta bantuan dalam pengisian lembar angket ini sesuai dengan keadaan/ perasaan diri bapak/ ibu, angket ini hanya akan digunakan sebagai instrumen (data) dalam penelitian ini.

Demikian yang dapat saya tuturkan, atas perhatian, kerjasama, dan bantuan yang telah bapak/ ibu berikan saya ucapkan terima kasih.

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Wanita
3. Umur : Tahun
4. Alamat (Kec/Kel) :
5. Pendidikan Terakhir
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Perguruan Tinggi
6. Status Perkawinan
  - a. Lajang



- b. Menikah
  - c. Duda / Janda
7. Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang
8. Lama Berusaha : Tahun

**PETUNJUK PENGISIAN**

1. Lingkarilah pada jawaban yang bapak/ibu pilih dan dianggap benar sesuai dengan kenyataan sebenarnya.
2. Isilah titik-titik apabila jawabannya belum tercantum.

**Data Penerimaan (T/R)/ Minggu**

No	Jumlah Produk	Produksi	Harga Jual	Jumlah
1	Dodol Original			
2	Dodol Durian			
3	Dodol Pandan			
Total				

**Data Biaya Tetap (TFC)/ Minggu**

**Biaya Penyusutan**

No	Jenis Input	Jumlah	Harga @	Jumlah Harga	Umur Ekonomis	Harga Akhir	Nilai Penyusutan
1	Panci						
2	Mesin parut kelapa						
3	Alat pengaduk						
4	Saringan						
5	Pisau						
6	Wajan						
7	Timbangan						
8	Nampan						
9	Meja						
10	Dll						

### Data Biaya Variabel (TVC)/ Minggu

No	Jumlah Input Variabel	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah Biaya
1	Bahan Baku <ul style="list-style-type: none"><li>• Tepung Ketan</li><li>• Gula Aren</li><li>• Santan Kelapa</li></ul>			
2	Bahan Penolong			
3	Bahan Bakar			
4	Bahan Pengemasan			
5	Transportasi			
6	Tenaga Kerja			
Total Biaya Variabel				

1. Apa alasan Bapak/ Ibu dalam menjalani usaha dodol ini.....?
  - a. Meningkatkan penghasilan
  - b. Banyak mendirikan usaha ini
  - c. Meneruskan usaha keluarga
  - d. Jawaban lain.....?
2. Ada berapa kios yang Bapak/ Ibu miliki saat ini.....?  
Jawaban :
3. Bagaimana status kepemilikan bangunan kios?
  - a. Sewa. Berapa :.....(Bulan/Tahun)
  - b. Milik Sendiri
4. Berapakah biaya modal awal usaha Bapak/ Ibu.....?  
Jawaban :
5. Darimana modal usaha Bapak/ Ibu dalam membuat Usaha dodol ini?
  - a. Modal Sendiri
  - b. Modal pemerintah/ Pinjaman
6. Berapa produksi (kg) yang Bapak/ Ibu buat dalam sehari.....?  
Jawaban:
7. Berapa pengeluaran Bapak/ Ibu dalam sekali pembuatan dodol.....?
  - a. Beras ketan :

- b. Gula aren :
  - c. Santan kelapa :
8. Berapa harga dodol yang Bapak/ Ibu jual per bungkus?  
Jawaban :
9. Apakah harga jual per bungkus dodol Bapak/ Ibu sudah terjangkau dikalangan usaha?
- a. Iya
  - b. Tidak
10. Berapa banyak yang terjual dodol Bapak/ Ibu dalam sehari.....?  
jawaban :
11. Berapa jumlah tenaga kerja Bapak/ Ibu miliki.....?  
Jawaban :
12. Apakah pendapatan Bapak/ Ibu per bulan sudah bisa menutupi pengeluaran untuk usaha dodol ini?
- a. Iya
  - b. Tidak

#### **Aspek Faktor Internal Lingkungan Perusahaan**

1. Pernahkan Bapak/ Ibu memikirkan ide-ide produk dodol terbaru yang berbeda dan belum pernah dibuat orang lain?
- a. Pernah, alasan :
  - b. Tidak, alasan :
2. Menurut Bapak/ Ibu apakah hanya kualitas produk dodol yang perlu ditingkatkan, apakah inovasi produk perlu atau tidak dibuat?
- a. Perlu, alasan :
  - b. Tidak perlu, alasan :
3. Menurut Bapak/ Ibu adakah peranan Bapak/ Ibu dan tenaga kerja sebagai SDM di usaha dodol untuk meningkatkan kualitas produk dodol?
- a. Penting, alasan :
  - b. Tidak Penting, alasan :
4. Apakah tenaga kerja yang bekerja pada Bapak/ Ibu perlu ditingkatkan kualitas SDM nya?
- a. Perlu, alasan :

- b. Tidak Perlu, alasan :
5. Apakah status tenaga kerja yang bekerja pada usaha dodol Bapak/ Ibu?
- a. Keluarga
- b. Tidak Keluarga
6. Apakah pemasaran produk dodol ini sudah sampai keluar daerah Serdang Bedagai?
- a. Sudah, kemana dan bagaimana :
- b. Belum, kemana dan bagaimana :
7. Apakah ada manajemen usaha dalam usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?
- a. Ada, alasan :
- b. Tidak Ada, alasan :
8. Apakah ada pembukuan keuangan dalam usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?
- a. Ada, alasan :
- b. Tidak Ada, alasan :
9. Menurut Bapak/ Ibu sudah baikkah pembukuan keuangan dalam usaha dodol?
- a. Sudah, alasan :
- b. Belum, alasan :
10. Menurut Bapak/ Ibu bagaimana kondisi keuangan usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?
- a. Baik, alasan :
- b. Tidak, alasan :
11. Apakah harga dodol yang Bapak/ Ibu jual sudah mencukupi kebutuhan hidup?
- a. Sudah, berapa :
- b. Belum, berapa :

### **Aspek Faktor Eksternal Lingkungan Perusahaan**

12. Menurut Bapak/ Ibu adakah pesaing dalam usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?
- a. Ada, apa :
- b. Tidak Ada
13. Jika ada pesaing apakah Bapak/ Ibu merasa takut tersaingi usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?
- a. Ya, kenapa :

- b. Tidak, kenapa :
14. Apakah Bapak/ Ibu pernah mempertimbangkan keinginan konsumen untuk memperoleh kualitas produk dodol yang baik?
- a. Pernah, seperti apa :
- b. Tidak, kenapa :
15. Menurut Bapak/ Ibu apa harga bahan baku dodol relatif murah?
- a. Ya, kenapa :
- b. Tidak, kenapa :
16. Apakah bahan dasar pembuatan dodol ini diperoleh dari pemasok?
- a. Ya, kenapa :
- b. Tidak, kenapa :
17. Jika berasal dari pemasok, apakah daerah pemasok tersebut dekat dari lokasi usaha dodol anda?
- a. Dekat
- b. Tidak
18. Menurut Bapak/ Ibu adakah produk pengganti produk dodol?
- a. Ada, Apa :
- b. Tidak Ada, Kenapa :
19. Menurut Bapak/ Ibu berapakah modal yang harus dikeluarkan untuk memulai usaha dodol?
- a. > 500 ribu
- b. > 2 juta
20. Pada saat kapan permintaan usaha dodol Bapak/ Ibu meningkat?
- a. Hari biasa, Berapa :
- b. Hari Besar Idul Fitri, Tahun Baru), Berapa :

**Aspek Faktor Internal Perusahaan :**  
**Lingkari Jawaban, Jawaban Dapat Lebih Dari Satu**  
**Berilah Penilaian Sesuai Pendapat Bapak/ Ibu**

**1 = Tidak Baik**

**2 = Cukup Baik**

**3 = Baik**

**4 = Sangat Baik**

1. Menurut Bapak/ Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan usaha dodol yang

Bapak/ Ibu miliki?

Produk berkualitas

- Harga produk terjangkau
- Hubungan pemilik usaha dengan para pekerja pembuat dodol berjalan dengan baik
- Para pekerja pembuat dodol giat bekerja
- Tidak perlu menyerap tenaga kerja dari luar desa
- Cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual
- Dapat mengurangi pengangguran di desa
- Produk dapat diserap pasar lokal maupun domestik

2. Menurut Bapak/ Ibu hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?

- Masih menggunakan peralatan manual
- Ketahanan dodol kurang dari 15 hari
- Bentuk dan kemasan dodol relatif selalu sama
- Masih banyak produk dodol yang belum mempunyai merek
- Belum ada manajemen yang baik
- Belum ada pembukuan keuangan dari usaha
- Modal mengembangkan usaha terbatas
- Usaha masih belum berjalan selama 10 tahun
- Pemasaran produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional

**Aspek Faktor Eksternal Perusahaan :**  
**Lingkari Jawaban, Jawaban Dapat Lebih Dari Satu**  
**Berilah Penilaian Sesuai Pendapat Bapak/ Ibu**

**1 = Tidak Baik**

**2 = Cukup Baik**

**3 = Baik**

**4 = Sangat Baik**

3. Menurut Bapak/ Ibu hal-hal apa saja yang menjadi peluang usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?

- Usaha menghasilkan laba yang potensial
- Pemasok yang tersedia ada
- Harga bahan baku dodol relatif murah
- Kebiasaan pembeli (konsumen) yang selalu membawa oleh-oleh dari suatu daerah
- Permintaan dodol meningkat

- Memiliki pelanggan-pelanggan tetap
- Harga bahan baku cukup stabil
- Permintaan produk lumayan tinggi

4. Menurut Bapak/ Ibu hal-hal apa saja yang menjadi ancaman usaha dodol yang Bapak/ Ibu miliki?

- Banyaknya pesaing dalam usaha ini yang dekat dengan lokasi usaha
- Adanya kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong
- Susahnya persyaratan, proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol
- Jarang ada penyuluhan usaha dari desa
- Tidak adanya bantuan dari pemerintah

Lampiran 2. Matriks Analisis SWOT

	<p><b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk terjangkau</li> <li>2. Produk berkualitas baik</li> <li>3. Cara pembuatannya cukup mudah dan digunakan secara manual</li> <li>4. Hubungan pemilik usaha dengan para pekerja pembuat dodol berjalan dengan baik</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum ada pembukuan keuangan dari usaha pemasaran</li> <li>2. Produk ada yang belum sampai luar provinsi dan internasional</li> <li>3. Belum ada manajemen yang baik</li> </ol>
<p><b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebiasaan pembeli (konsumen) yang selalu membawa oleh-oleh dari suatu daerah</li> <li>2. Harga bahan baku dodol relatif murah</li> <li>3. Harga bahan baku cukup stabil</li> <li>4. Usaha menghasilkan laba yang potensial</li> </ol>	<p><b>Strategi (SO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan menambah kapasitas produksi karena harga bahan baku murah dan harga jual produk terjangkau (S1O2)</li> <li>2. Dengan menjaga dan mempertahankan produk yang berkualitas baik untuk menghasilkan laba yang potensial (S2O4)</li> </ol>	<p><b>Strategi (WO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan mendapatkan laba yang potensial tidak dapat mengatasi adanya manajemen yang baik (W3O4)</li> <li>2. Dengan kebiasaan pembeli (konsumen) yang membawa oleh-oleh dapat mengatasi produk yang belum sampai provinsi dan internasional (W2O1)</li> </ol>
<p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jarang ada penyuluhan dari desa</li> <li>2. Susahnya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol</li> <li>3. Tidak adanya bantuan dari pemerintah</li> </ol>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan adanya harga produk yang terjangkau maka susahnya persyaratan proses peminjaman uang untuk penambahan modal usaha dodol (S1T2)</li> <li>2. Melakukan pengembangan penyuluhan desa (S4T1)</li> </ol>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan melakukan penyuluhan dari desa dapat membantu produk luar provinsi dan internasional (W2T1)</li> <li>2. Dengan membuat pembukuan keuangan dari usaha antisipasi dari susahnya proses peminjaman untuk modal usaha (W1T2)</li> </ol>



Lampiran 3. Data Penyusutan Per Minggu

No	Wajan (Rp)	mesin parut kelapa (Rp)	Sudip (Rp)	saringan/ mesin peras kelapa (Rp)	Timbangan (Rp)	container box (Rp)	mesin giling beras (Rp)	Tungku (Rp)
1	8.654	6.410	4.808	8.013	12.981	6.058	14.423	6.058
2	7.212	8.013	5.409	962	337	6.058	12.821	6.058
3	7.212		12.308	962	337	9.231		3.419
4	8.654		5.409	962	337	6.058		3.419
5	8.654		5.409	962	288	2.813		2.564
6	7.212		5.409	962	288	3.029		2.308
7	7.500		5.168	962	337	5.625		3.077
8	8.654	6.410	4.808	8.013	205	6.058		2.692
9	8.654	6.410	4.808	8.013	224	5.192	14.423	6.731
10	8.654		5.409	962	1.538	5.192		6.923
11	7.500		10.817	962	1.538	2.813		5.192
12	8.654		9.615	962	337	5.192		12.308
13	7.212		9.615	962	337	6.058		13.675
14	7.212	8.013	5.168	962	288	6.058		6.731
15	8.654		5.409	962	288	5.192		2.991
16	7.500		4.808	962	385	6.058		7.692
17	8.654		4.808	962	385	5.625		2.991
18	8.654		5.168	962	385	5.625		2.991
19	8.654		5.168	962	337	3.029		2.308
20	8.654	6.410	4.808	962	288	3.029	11.218	3.077
21	7.500	6.410	5.409	962	288	2.596		3.077
22	7.212		10.817	962	385	2.596		6.923
23	7.212		10.817	962	385	5.192		6.923
24	8.654		4.808	962	308	3.029		2.308
25	8.654		9.615	962	288	3.029		9.231
26	7.500		5.168	962	337	6.058		10.769
27	7.500		4.808	962	337	6.058		6.058
28	7.212		4.808	962	288	5.625		6.731
29	7.212		4.808	962	308	6.058		6.731
30	8.654		4.808	962	1.231	6.058		6.731
Rata-rata	239.718	48.076	190.195	50.013	25.595	150.292	52.885	168.687

Umur Ekonomis (Rp Per Minggu)								
Produsen	Wajan	Mesin parut kelapa	Sudip	Saringan/ mesin peras kelapa	Timbangan	Container box	Mesin giling beras	Tungku
1	312	312	208	312	104	104	312	520
2	312	312	208	104	104	104	312	520
3	312		208	104	104	104		468
4	312		208	104	104	104		468
5	312		208	104	104	208		468
6	312		208	104	104	208		520
7	312		208	104	104	104		520
8	312	312	208	312	156	104		520
9	312	312	208	312	156	104	312	468
10	312		208	104	104	104		520
11	312		104	104	104	208		520
12	312		104	104	104	104		520
13	312		104	104	104	104		468
14	312	312	208	104	104	104		468
15	312		208	104	104	104		468
16	312		208	104	104	104		468
17	312		208	104	104	104		468
18	312		208	104	104	104		468
19	312		208	104	104	208		520
20	312	312	208	104	104	208	312	520
21	312	312	208	104	104	208		520
22	312		104	104	104	208		520
23	312		104	104	104	104		520
24	312		208	104	104	208		520
25	312		104	104	104	208		520
26	312		208	104	104	104		520
27	312		208	104	104	104		520
28	312		208	104	104	104		468
29	312		208	104	104	104		468
30	312		208	104	104	104		468

Lampiran 4. Data Biaya Variabel

No	Tepung Ketan (Rp/ kg)	Gula Aren (Rp/ kg)	Kelapa/ Santan (Rp/ kg)	Pandan (Rp/ kg)	Durian (Rp/ kg)	Kayu Bakar (Rp/ kg)	Upah Tenaga Kerja (Rp/ kg)
1	72.000	200.000	100.000	0	120.000	15.000	90.000
2	60.000	176.000	84.000	2.000	75.000	12.000	105.000
3	52.000	180.000	78.000	0	90.000	15.000	80.000
4	150.000	250.000	80.000	8.000	60.000	20.000	50.000
5	60.000	220.000	50.000	2.000	96.000	15.000	80.000
6	78.000	264.000	60.000	0	99.000	20.000	120.000
7	60.000	160.000	40.000	0	30.000	13.000	70.000
8	48.000	144.000	40.000	0	45.000	13.000	70.000
9	65.000	220.000	50.000	2.000	90.000	15.000	50.000
10	72.000	200.000	100.000	0	128.000	12.000	120.000
11	60.000	198.000	65.000	0	90.000	15.000	120.000
12	96.000	240.000	60.000	7.000	90.000	15.000	120.000
13	60.000	180.000	65.000	2.000	60.000	15.000	100.000
14	75.000	200.000	80.000	0	96.000	10.000	70.000
15	60.000	220.000	50.000	2.000	90.000	15.000	120.000
16	90.000	240.000	60.000	0	120.000	18.000	105.000
17	80.000	220.000	50.000	8.000	120.000	20.000	95.000
18	97.500	320.000	80.000	3.000	90.000	20.000	120.000
19	60.000	176.000	40.000	3.000	96.000	15.000	50.000
20	150.000	250.000	160.000	0	128.000	20.000	120.000
21	60.000	160.000	40.000	0	60.000	12.000	70.000
22	80.000	200.000	50.000	2.000	90.000	15.000	95.000
23	90.000	264.000	60.000	0	120.000	18.000	120.000
24	80.000	240.000	60.000	2.000	96.000	12.000	120.000
25	60.000	200.000	40.000	0	90.000	15.000	70.000
26	64.000	176.000	64.000	0	75.000	13.000	70.000
27	78.000	240.000	60.000	2.000	90.000	15.000	120.000
28	60.000	176.000	40.000	2.000	96.000	15.000	50.000
29	64.000	200.000	40.000	0	90.000	10.000	70.000
30	75.000	300.000	60.000	8.000	90.000	20.000	100.000
Rata-rata	2.256.500	6.414.000	1.906.000	55.000	2.710.000	458.000	2.740.000

## Dokumentasi



Gambar 1 dan 2. Tungku



Gambar 3. Kelapa sebagai bahan yang digunakan



Gambar 4. Proses pengemasan dodol untuk pembeli

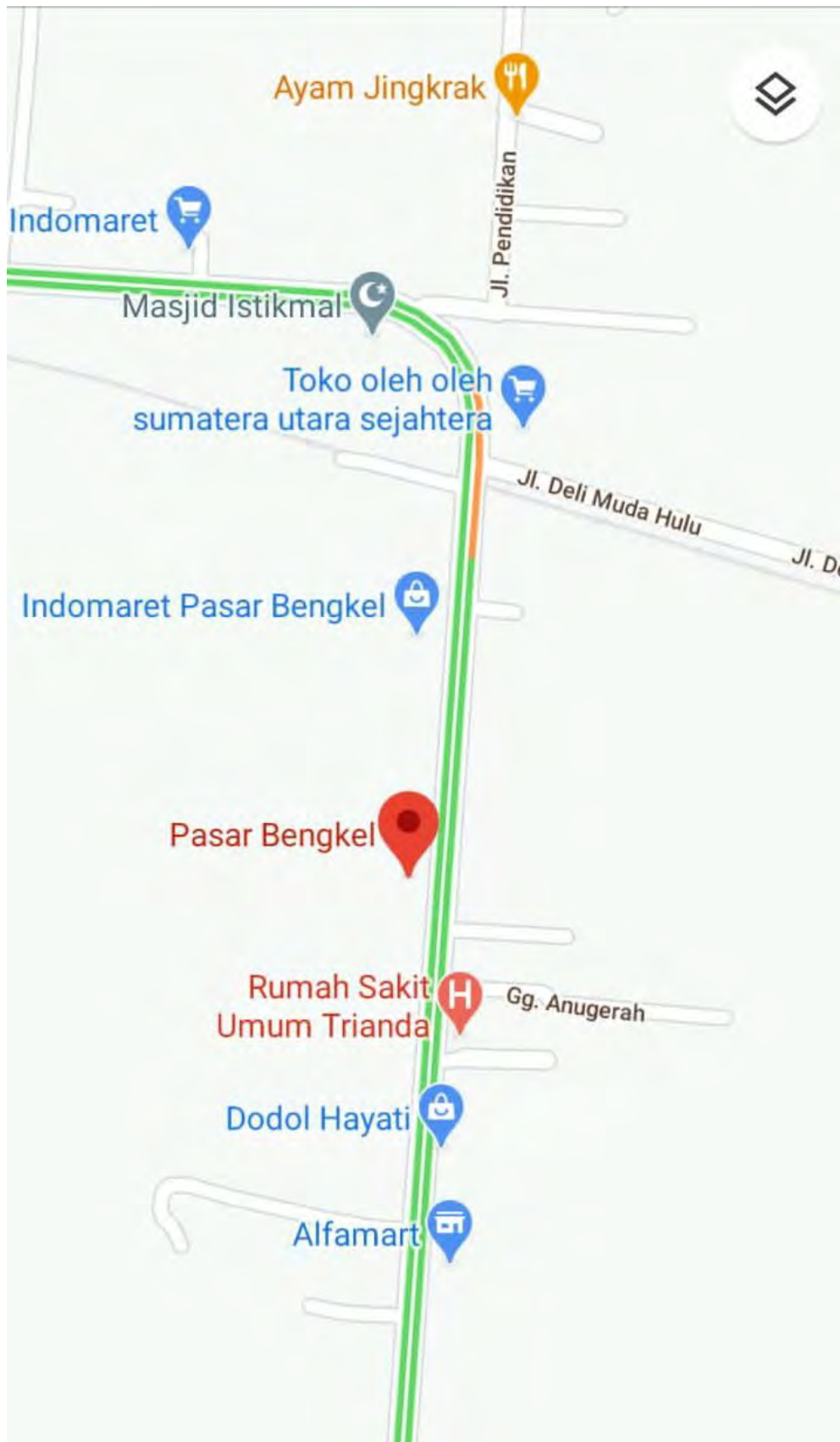


Gambar 5. Proses pembuatan dodol



Gambar 6 dan 5. Wawancara dengan pemilik usaha dodol

## Lokasi Penelitian





## UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan estate, Medan 20371 Telp. 061-7366878, Fax. 061- 7368012  
Kampus II : Jl. Setia Budi No. 79 B / Jl. Sei Serayu No. 70 A Medan 20132 Telp. 061-8225602  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website : www.uma.ac.id

Nomor : 061/FP.0/01.10/I/2019  
Lamp. :  
Hal : Pengambilan Data/Riset

23 Januari 2019

Yth. Kepala Desa Benkel Kecamatan Perbaungan  
Kabupaten Serdang Bedagai

Dengan hormat,

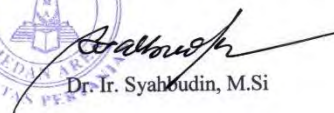
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

Nama : Tri Novianta Yohana Sihombing  
NPM : 148220031  
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kantor Kepala Desa Benkel Kecamatan Perbaungan untuk kepentingan skripsi berjudul **“Analisa Pengembangan Dan Keuntungan Produsen Dodol Di Pasar Bengkel (Studi Kasus : Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)”**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,  
  
Dr. Ir. Syahudin, M.Si

Tembusan:  
1. Ka.Prodi Agribisnis  
2. Mahasiswa ybs  
3. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI  
KECAMATAN PERBAUNGAN  
DESA BENGKEL

Kode Pos : 20986

Nomor : 18.39.28/470/ 231/2018  
Lampiran : -  
Hal : Selesai Penelitian

Bengkkel, 10 April 2019  
Kepada Yth,  
DEKAN UNIVERSITAS MEDAN AREA  
FAKULTAS PERTANIAN  
Di  
TEMPAT

Dengan Hormat,

Dengan ini kami beritahukan kepada DEKAN UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PERTANIAN bahwa nama Mahasiswa dibawah ini:

No	NIM	Nama Mahasiswa	Strata/Program study
1	148220031	Tri Novianta Yohana Sihombing	S1 / Agribisnis

Telah dinyatakan selesai melaksanakan Penelitian dan Pengumpulan data di Desa Bengkkel Kec. Perbaungan Kab. Serdang Bedagai.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

