

ANALISA KELAYAKAN USAHA DAN PEMASARAN SARI BUAH JERUK MANIS DI UD MARGO MULYO DAU MALANG

Gatut Suliana dan Endang Rusdiana

PS. Teknologi Industri Pertanian, Fak. Pertanian, Universitas Tribhuwana Tungadewi

Abstract

The aimed of this research was to calculate and analyze the feasibility and level of sweet orange juice marketing at UD Margo Mulyo. This research is descriptively through interviews and observation. The result showed that BEP units per year was 40.686,84 and Rp. 32.549,31. Its means also that this industry was appropriate to continue and has benefit of net sales above 33.000 units and for Rp. 23.760.000. Time required to return all of the cost was 2 years and 9 months, which means the return of all costs incurred earlier than 10 years. Bank loans amounting to 80% of the total capital Rp.95.865.500, and interest is 14%, and during the five-year period was Rp. 10.736.936. Installment loan per year is Rp.15.338.480 with interest on the loan per year was Rp. 2.147.387,2. In calculating the IRR was getting the 43%, which means the industry is appropriate to proceed because the IRR is greater than the interest rates offered by banks. Prices of goods manufactured was Rp. 509,920. Distribution system does not deal directly with retailers, but through marketing agencies. Marketing section includes not only market distribution, but also supervise and attract products that expired. Marketing flow of sweet orange juice producer to the consumer through marketing channels of three types namely (1) Line I, which Manufacturer to Dealer to Dealer Collector to Merchant Retailers; (2) Channel II is the Manufacturer to Dealer to Dealer Retailer; and (3) Line Producer III of the Merchant to Merchant Retailers Collectors.

Key words: sweet orange juice, feasibility, marketing.

Pendahuluan

Studi kelayakan usaha atau disebut juga analisis proyek bisnis adalah penelitian tentang layak atau tidak layaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus menerus. Studi ini membahas berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan keputusan dan proses pemilihan proyek bisnis agar mampu memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu. Pertimbangan ekonomis dan teknis sangat penting karena akan dijadikan dasar implementasi kegiatan usaha. Pengertian layak adalah kemungkinan dari gagasan suatu usaha yang akan

dilaksanakan dapat memberikan manfaat dalam arti finansial maupun sosial *benefit*. Dengan adanya analisis kelayakan ini diharapkan resiko kegagalan dalam memasarkan produk dapat dihindari (Gittinger, 1986; Nugrahapsari dan Amalia, 2006; Suryana, 2010). Analisa kelayakan suatu usaha pada unit produksi berbasis hasil-hasil pertanian merupakan bagian dari evaluasi suatu usaha. Tujuan dari analisa usaha adalah untuk mengetahui (1) besarnya modal, baik modal tetap maupun modal kerja, (2) pendapatan atau keuntungan yang diperoleh, serta

(3) kondisi lain yang berkaitan dengan usaha yang dilakukan, sehingga dari hasil analisa usaha yang dicapai menjadi pegangan atau catatan untuk masa produksi berikutnya (Prawirokusumo, 1990). Analisis usaha menitik beratkan pada aspek keuangan berupa lalu lintas uang (*cash flow*) yang terjadi selama usaha dijalankan. Indikator yang dipilih untuk menilai kelayakan suatu usaha disesuaikan dengan kebutuhan menurut jenis usaha maupun skala usaha. Harga pokok penjualan adalah harga minimum yang diterapkan oleh produsen agar tidak mengalami kerugian sementara yang dimaksudkan dengan harga penjualan adalah harga yang dapat memberikan keuntungan bagi produsen. *Break Event Point* (BEP) adalah suatu keadaan dimana suatu perusahaan tidak memperoleh keuntungan atau laba dan tidak menderita kerugian atau dengan kata lain jumlah pendapatan yang diterima sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan atau disebut keadaan impas. *R/C (Revenue Cost Ratio)* adalah perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya dalam suatu proses produksi (Soekartawi, 1988). Pemasaran merupakan suatu usaha yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial (Anonymous, 2007). Saluran pemasaran merupakan salah satu bagian dari marketing mix, karena perusahaan tidak hanya menghasilkan barang dan jasa tetapi mencari jalan keluar untuk menyalurkan hasil produksinya agar dapat sampai ke tangan konsumen pada waktunya (Restu dan Deni, 2007). Aliran produk pertanian dari produsen ke konsumen akhir, dilakukan melalui lembaga pemasaran yang melaksanakan

satu atau lebih fungsi pemasaran sehingga terjadi peningkatan nilai guna dari produk dan dapat memuaskan konsumen. Semakin panjang lembaga pemasaran yang membentuk rantai pemasaran, maka akan semakin memperbesar selisih harga antara yang diterima petani dengan yang dibayarkan konsumen akhir (margin pemasaran termasuk biaya pemasaran) (Anonymous, 2008). Untuk mengetahui proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen diperlukan lembaga pemasaran (Nurcahyo, *et al.*, 2009). UD Margo Mulyo, termasuk jenis usaha yang mampu mengolah aneka jenis hasil pertanian, termasuk sari jeruk manis kemasan plastik. Jenis olahan ini tergolong baru dan masih membutuhkan analisa mengenai kelayakan usahanya termasuk pemasarannya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghitung dan menganalisa kelayakan usaha dan pemasaran sari jeruk manis.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD Margo Mulyo Dau, pada Bulan Juni sampai Juli 2009. pendekatan penelitian adalah metode deskriptif melalui observasi terhadap proses, tenaga kerja hingga pemasaran; wawancara dengan pendekatan langsung untuk mengumpulkan data mengenai proses pengolahan, efisiensi tenaga kerja dan proses pemasaran sari buah jeruk manis; serta studi literatur untuk mencari data tambahan guna melengkapi tulisan atau informasi yang ada. Dengan membandingkan kenyataan di lapangan dengan teoritis yang telah disampaikan oleh beberapa penulis tentang proses pengolahan, efisiensi tenaga kerja dan pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

Kelayakan Usaha

Pada industri sari buah jeruk manis mendapatkan hasil BEP unit sebesar 40.686,84 unit/tahun, dan BEP rupiah sebesar Rp. 32.549.469,31 dengan hasil yang didapat menunjukkan industri sari buah jeruk manis mendapatkan keuntungan karena hasil penjualan bersih diatas BEP 33.000 unit dan BEP rupiah sebesar Rp. 237.600.000, dengan hasil penjualan lebih dari perhitungan BEP atau target yang direncanakan. Waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan semua biaya yang dikeluarkan oleh industri sari buah jeruk manis adalah 2 tahun 9 bulan. Jadi pengembalian semua biaya yang dikeluarkan lebih cepat dari 10 tahun maka akan dipilih untuk melanjutkan produksi sari buah jeruk manis di UD Margo Mulyo. Perhitungan bunga bank merupakan salah satu analisa untuk mengetahui waktu yang dibutuhkan dalam jangka pengembalian pinjaman bank. Pinjaman bank untuk industri sari buah jeruk manis adalah 80% dari total modal yaitu Rp. 95.865.500, bunga pinjaman adalah 14% dan masa pengangsuran selama 5 tahun dengan suku bunga Rp. 10.736.936. Angsuran pinjaman adalah Rp. 15.338.480/tahun dengan bunga pinjaman Rp. 2.147.387,2/tahun. Perhitungan IRR dilakukan untuk mengetahui besar kecilnya biaya yang dihasilkan per tahun di industri sari buah jeruk manis dan dibandingkan dengan suku bunga yang diberikan oleh bank. Dalam perhitungan IRR ternyata mendapatkan hasil 43% maka dari hasil ini dinyatakan industri sari buah jeruk manis layak untuk dilanjutkan karena hasil yang didapat dari IRR lebih besar dari suku bunga yang diberikan oleh bank. Dalam industri pengolahan perlu perhitungan

proyeksi rugi laba untuk mengetahui kapasitas produksi per tahun, harga produk sampai total penjualan per tahun dan dikurangi pajak penjualan sampai PPh untuk mengetahui tingkat prosentase yang didapat dari industri sari buah jeruk manis sehingga dapat mengetahui total keuntungan per tahun pada industri sari buah jeruk manis. Asumsi-asumsi yang digunakan yaitu:

1. Lokasi perusahaan dekat dengan bahan baku.
2. Bahan baku dikirim oleh *suplyer* dan harga bahan baku sudah termasuk biaya pengiriman.
3. Waktu efektif kerja dalam satu hari adalah 8 jam.
4. Waktu efektif kerja dalam satu bulan adalah 22 hari.
5. Produk terjual habis (90%).
6. Modal 80% dari total modal berasal dari pinjaman bank dengan bunga 14%/tahun dengan jangka waktu pengembalian 5 tahun.
7. Usia guna proyek diasumsikan 10 tahun.
8. Terjadi kenaikan 10%/tahun terhadap harga jual produk.
9. Kapasitas bahan baku adalah 50 kg/hari dengan kapasitas produk 1.250 gelas/hari.
10. Harga jual ditentukan sebesar 35% dari HPP

Pemasaran

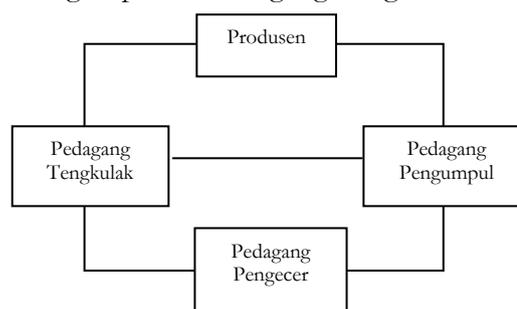
Pada pemasaran sari buah jeruk manis, besarnya margin dari beberapa saluran lembaga pemasaran atau masing-masing tingkat lembaga yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan panjang pendeknya saluran pemasaran, perbedaan biaya aktivitas-aktivitas pemasaran maupun tingkat keuntungannya. Bagian pemasaran di UD Margo Mulyo terdiri atas 2 orang yang bertugas untuk melaksanakan distribusi dan pemasaran produk. Produk yang dihasilkan

distribusikan ke konsumen melalui lembaga - lembaga pemasaran, diantaranya adalah pedagang tengkulak beranggotakan 6 orang, pedagang pengumpul 8 orang sedangkan pedagang pengecer 12 orang. Sistem distribusi UD Margo Mulyo tidak berhadapan langsung dengan pedagang pengecer, melainkan melalui lembaga-lembaga pemasarannya. Namun adapula pedagang pengecer seperti kios-kios yang terletak di Kecamatan Dau langsung memesan produk dari perusahaan. Hal ini hanya berlaku pada daerah sekitarnya yang tidak terlalu jauh. Penyaluran produk sari buah jeruk manis yang dilakukan oleh UD Margo Mulyo ke lembaga-lembaga pemasaran yang memesan produknya diantar langsung dengan menggunakan mobil *pick up*. Bagian pemasaran di UD Margo Mulyo tidak hanya meliputi distribusi pasar dan pemasaran produk tetapi juga mengawasi dan menadik produk yang sudah kadaluarsa dari toko-toko yang telah didistribusikan produk sari buah jeruk manis. Penjualan adalah suatu proses pengalihan hak atas suatu barang dengan cara transaksi terlebih dahulu produsen ke lembaga pemasaran. Di UD Margo Mulyo proses penjualan sari buah jeruk manis terjadi antara produsen dengan pedagang tengkulak dan pedagang pengumpul. Sedangkan pembelian adalah suatu proses untuk mendapatkan suatu produk yang akan dikonsumsi atau dijual kembali kepada konsumen. Di UD Margo Mulyo proses pembelian terjadi antara pedagang tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Tengkulak membeli sari buah jeruk manis dalam jumlah sedikit kemudian dijual kembali ke pedagang yang lebih besar atau pengecer. Berbeda dengan tengkulak, pedagang pengumpul membeli seluruh atau separuh dari hasil sari buah jeruk

manis yang kemudian disebarkan keluar daerah produsen yaitu pedagang pengecer di berbagai kota. Pedagang tengkulak adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhadapan dengan produsen. Pedagang tengkulak membeli sari buah jeruk manis di rumah atau di pabrik. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh lembaga tengkulak ini sebagian besar secara kontan serta ada beberapa pedagang tengkulak yang membayar secara mengangsur. Sisanya mereka angsur sebanyak dua kali, dimana pembayaran pertama dilakukan pada saat membeli sari buah jeruk manis, sisanya dilunasi ketika sari buah jeruk manis mereka dibeli oleh pedagang pengumpul. Pembayaran seperti ini hanya terbatas pada tengkulak yang mendapat pesanan dalam jumlah yang banyak dimana modal dari pedagang tengkulak tersebut tidak mencukupi. Pedagang tengkulak membeli sari buah jeruk manis dalam dos. Pedagang tengkulak secara kualitas keberadaannya lebih banyak dibanding dengan pedagang pengumpul yang sudah diatur dalam kelompok-kelompok, dimana tiap pedagang pengumpul mempunyai beberapa pedagang tengkulak yang tempatnya pada satu wilayah daerah penelitian. Hasil penawaran yang dilakukan oleh pedagang tengkulak langsung akan diterima oleh pedagang pengumpul sesuai dengan harga yang sudah ditentukan sebelumnya. Pedagang tengkulak sebelum melakukan penawaran mereka menemui pedagang pengumpul untuk mendapatkan informasi harga dihari pemasaran sekarang dan mengambil uang hasil penjualan kemarin. Pedagang tengkulak ini keberadaannya sangat terikat pada pedagang pengumpul. Pedagang tengkulak mengirim sari buah jeruk manis ke pedagang pengumpul

menggunakan *pick up* sebagai sarana transportasi. Untuk transportasi semua biaya ditanggung pedagang tengkulak baik dalam melakukan pengiriman sari buah jeruk manis ke tempat pedagang pengumpul maupun pengecer. Pedagang pengumpul biasanya adalah lembaga pemasaran yang kedua setelah pedagang tengkulak, pedagang pengumpul dalam pengadaan sari buah jeruk manis langsung dari perusahaan maupun dari pedagang tengkulak. Pedagang pengumpul tidak terbatas pada daerah penelitian, tetapi juga berasal dari luar desa, hal ini karena tidak terdapat perbedaan yang nyata terhadap besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan maupun cara menentukan harga, lembaga ini tidak membedakan asalnya pedagang pengumpul. Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan pembeli. Pedagang pengecer dalam pengadaan sari buah jeruk manis berasal dari pedagang tengkulak maupun dari pedagang pengumpul tempat pedagang tersebut menjual. Pedagang tengkulak membeli sari buah jeruk manis dari UD Margo Mulyo Rp. 33.600/dos dan menjual ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 40.800/dos. Margin pemasaran antara pedagang pengumpul dan pedagang tengkulak sebesar Rp. 7.200/dos. Total pemasaran ini didistribusikan sebagian untuk biaya transportasi dan biaya pemasaran. Pengecer membeli sari buah jeruk manis dari pedagang pengumpul dengan harga Rp. 43.200/dos dan menjual kembali ke konsumen sebesar Rp. 1.000/gelas. Margin pemasaran antara pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer sebesar Rp. 4.800/dos. Saluran pemasaran sari buah jeruk manis di UD Margo Mulyo Dau, dapat dilihat pada Gambar 1. Saluran pemasaran sari buah jeruk manis di UD

Margo Mulyo terdiri dari tiga macam. Saluran pemasaran I adalah Produsen → Pedagang Tengkulak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer; Saluran pemasaran II adalah Produsen → Pedagang Tengkulak → Pedagang Pengecer; dan Saluran pemasaran III adalah Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer



Gambar 1. Saluran pemasaran di UD Margo Mulyo

Kesimpulan

Usaha sari buah jeruk manis di UD Margo Mulyo layak untuk dilanjutkan, dengan total modal sebesar Rp. 168.273.700, harga pokok produksi Rp. 509.920.303, BEP_{unit} sebesar 40.686,84 unit/tahun, $BEP_{Rp} = Rp. 32.549.469,31$, serta *payback periods* paling lama 2 tahun 9 bulan. Saluran pemasaran yang terbanyak dilalui oleh lembaga-lembaga pemasaran sari buah jeruk manis adalah berada pada saluran pemasaran I.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini, termasuk tim Laboratorium Rekayasa Proses UNITRI dan mahasiswa Program Studi Teknologi Industri Pertanian.

Daftar Pustaka

- Anonim .2007. Pengertian Pemasaran menurut Para Ahli. Ilmu Manajemen Pemasaran. <http://organisasi.org>.
- Anonim. 2008. Pengkajian Pemasaran dan Preferensi Konsumen Produk Salak Pondoh di DIY. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Yogyakarta. <http://yogya.litbang.deptan.go.id>.
- Gittinger, J. P. 1986. Analisa Ekonomi Proyek-proyek Pertanian. Edisi Kedua. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Nugrahapsari dan R. Amalia. 2006. Analisis Kelayakan Finansial dan Ekonomi Budidaya Jamur Tiram Putih (Studi Kasus PT. Cipta Daya Agrijaya di Kebun Percobaan Cikarawang IPB, Darmaga, Bogor, Jawa Barat). Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nurchahyo, R., Sudarto dan W. Hartanto. 2009. Manajemen Pemasaran Koperasi. <http://fkip.uns.ac.id>.
- Prawirokusumo, S. 1990. Ilmu Usahatani. Cetakan 1. Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Yogyakarta
- Restu, D. dan Deni. 2007. Pengaruh Persepsi Saluran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen CV. Wikarta Sari Bandung. <http://dspace.widyatama.ac.id/handle/10364/795>.
- Soekartawi. 1988. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Suryana. 2010. Kewirausahaan. Salemba. Jakarta.