

**ANALISIS PERENCANAAN LUAS PRODUKSI KERIPIK SINGKONG  
PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM)  
HIDAYAH DAN MAI ONA DI KOTA ATAMBUA**

Jose Markus Lie<sup>1</sup>; Umbu Reku Raya <sup>2</sup>; dan Yohanis Sarong <sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*Jose Markus Lie. Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences University of Nusa Cendana. "Analysis of Width Production Planning of Cassava Chips (Case Study on Small and Medium-Sized Business (SMBs) of Hidayah and Mai Ona in West Atambua Subdistricts on Belu Regency)". Supervisor I: Umbu Reku Raya; Supervisor II Yohanis Sarong.*

*Research This aims to analyze the right total production planning, at the Hidayah and Mai Ona SMBs in West Atambua District, Belu Regency.*

*The results showed that the predicted sales size of 100 gram cassava chips of Hidayah SMBs, it can be calculated that the number of products that must be produced by Mai Ona SMBs in 2021-2022 is 1.322.578 units in 2021 and 1.372.128 units in 2022. Based on the prediction of sales of 500 gram cassava chips from Hidayah SMBs in 2021 was 56.550 units, and in 2022 there would be 60.580 units. Based on BEP's calculations for 2020, the Mai Ona SMBs must sell cassava chips 1.077.590 packs of, in order to produce IDR 357.760.000 or reach the break-even point, which is the point where you have not made a profit but have not lost, and based on BEP calculations in 2020, It can be calculated that Hidayah SMBs has to sell cassava chips 11.363 unit packs of for earn IDR 56.815.000 to break even, which is the point where you have not made a profit but no loss.*

*Based on the research results, the Hidayah and Mai Ona SMBs need to make a production plan or the amount of production to be produced accurately, in order to generate maximum profit. SMBs Hidayah and Mai Ona need to forecast future demand levels, so that the results of these forecasts can be used as the basis for future production activities by the company.*

**Keywords:** *Planning, Width Production, Forecasting, SMBs*

## **PENDAHULUAN**

Agribisnis di Indonesia dapat berkembang dengan baik, hal ini didukung oleh beberapa Faktor yaitu Indonesia berada pada Garis Khatulistiwa, Lokasi Indonesia yang berada pada Luar Zona Angin Taifun, keadaan sarana prasarana seperti daerah aliran sungai, tersedianya

---

<sup>1</sup>Alumni IABI FISIP Tahun 2021

<sup>2-3</sup>Dosen IABI FISIP Undana

bendungan irigasi, jalan di pedesaan yang relatif baik mendukung perkembangan agribisnis dan faktor pemerintah yang masih menjadikan sektor pertanian menjadi sektor yang mendapatkan prioritas.

Agroindustri terdapat banyak aspek pertanian yang dapat diolah menjadi produk yang mempunyai nilai tambah. Salah satunya adalah Komoditas Ubi kayu atau yang sering disebut masyarakat Indonesia dengan sebutan Singkong. Singkong merupakan salah satu tumbuhan umbi-umbian yang tersebar luas diseluruh nusantara indonesia. Singkong sangat mudah ditemukan di berbagai wilayah di indonesia dan singkong merupakan salah satu jenis makanan yang sering di konsumsi oleh masyarakat indonesia.

Singkong merupakan salah satu bahan pangan yang berdaya guna, hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa setiap tahun 300 juta ton singkong dihasilkan dunia dan dijadikan bahan makanan sepertiga penduduk negara tropis. Singkong sebagai salah satu komoditas agroindustri yang diolah menjadi berbagai produk, seperti industri fermentasi, tepung tapioka dan berbagai industri makanan. Terdapat banyak alasan dan faktor yang menunjukkan bahwa singkong merupakan salah satu komoditas yang sangat menjanjikan dan dapat memberikan keuntungan, hal ini di karenakan hasil tanaman singkong dapat digarap hasilnya setiap waktu sepanjang tahun, dan singkong tidak bergantung pada musim dan jarang terjadi kegagalan panen serta singkong dapat tumbuh dan berkembang di berbagai jenis lahan, sekalipun di lahan yang tumbuhan lain sukar untuk hidup.

Pengolahan singkong bisa melalui pembangunan Usaha Kecil Dan Menengah atau yang disingkat dengan UKM guna memanfaatkan singkong menjadi olahan atau produk yang memiliki nilai tambah. Usaha kecil dan Menengah pada saat ini dapat mudah dilakukan setiap orang, hal ini juga didasarkan pada kebijakan Perbankan yang memudahkan parapelaku usaha yang ingin memulai usaha kecil dan menengah yaitu seperti saat ini kebijakan perbankan yang memberikan tawaran kredit usaha rakyat. Hal ini membantu dan meringankan serta mengatasi persoalan modal untuk memulai suatu usaha.

Dalam sebuah usaha untuk menghasilkan sebuah produk pelaku usaha perlu adanya perencanaan luas produksi. Menurut Gitosudarmo (2009:164), pengertian luas produksi adalah merupakan ukuran terhadap apa dan berapa banyak barang- barang yang diproduksi oleh suatu perusahaan tertentu. Semakin banyak barang yang diproduksi, baik jumlahnya

maupun jenisnya, semakin besar luas produksinya. Produksi Singkong/ubi kayu di Indonesia, khususnya di Nusa Tenggara Timur (NTT) mengalami fluktuasi luas panen singkong setiap tahunnya.

## **STUDI PUSTAKA**

### **Manajemen Produksi**

Manajemen produksi adalah berbagai usaha dan pengelolaan secara optimal penggunaan semua sumber daya (faktor-faktor produksi); tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah, dan lain sebagainya, didalam proses transformasi, bahan mentah dan tenaga kerja, menjadi berbagai produk atau jasa (Handoko, 1999:3). Menurut Assauri (2008:19), manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan berbagai sumber daya; sumber daya manusia, sumber daya alat, sumber daya dana, dan bahan, secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan sebuah barang atau jasa.

### **Perencanaan**

Perencanaan merupakan keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari pada hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan (Siagian, 1994:108). Menurut Dessler (2008:2) perencanaan adalah proses memnentukan tujuan dan standar, mengembangkan aturan dan prosedur atau tatacara, mengembangkan rencana dan meramalkan, memprediksikan dan memproyeksikan peristiwa- peristiwa di masa depan, kebijakan dan kegiatan yang manusia butuhkan untuk membawa orang-orang atapun aspek sumber daya manusia pada satu posisi manajemen.

Perencanaan disimpulkan sebagai proses dalam menentukan arah yang akan ditempuh suatu organisasi bisnis dan kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan secara bersama.

### **Produksi**

Produksi adalah proses perencanaan yang efektif dan mengatur operasi pada bagian yang bertanggung jawab untuk transformasi dari bahan baku hingga menjadi produk jadi dari perusahaan (Brech, 1969:14). Menurut Gazperz (2012:202) perencanaan produksi merupakan

suatu proses menetapkan tingkat output manufakturing secara keseluruhan guna memenuhi tingkat penjualan yang direncanakan dan inventori yang diinginkan.

Perencanaan produksi merupakan perencanaan sebelumnya mengenai orang-orang, bahan-bahan, mesin dan peralatan lain serta modal yang digunakan untuk memproduksi barang-barang pada suatu periode tertentu di masa yang akan datang sesuai dengan yang diperkirakan atau diramalkan (Assauri, 2004:6).

Kedisiplinan adalah fungsi operatif keenam dari manajemen sumber daya manusia. Kedisiplinan merupakan fungsi operatif MSDM yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya. Tanpa disiplin karyawan yang baik, sulit bagi organisasi perusahaan mencapai hasil yang optimal. Sutrisno (2013:85), menyatakan bahwa “didalam kehidupan sehari-hari, dimanapun berada, dibutuhkan peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan yang akan mengatur dan membatasi setiap kegiatan dan perilakunya. Namun peraturan-peraturan tersebut tidak ada artinya bila tidak disertai sanksi bagi para pelanggarnya”. Manusia sebagai individu terkadang ingin hidup bebas, sehingga ia ingin melepaskan diri dari segala ikatan dan peraturan yang membatasi kegiatan dan perilakunya. Penyesuaian diri dari tiap individu terhadap segala sesuatu yang ditetapkan kepadanya, akan menciptakan suatu masyarakat yang tertib dan bebas dari kekacauan-kekacauan. Demikian juga kehidupan dalam suatu perusahaan akan sangat membutuhkan ketaatan dari anggota-anggotanya pada peraturan dan ketentuan yang berlaku, dengan kata lain disiplin kerja pada karyawan sangat dibutuhkan, karena apa yang menjadi tujuan perusahaan akan sangat sukar dicapai bila tidak ada disiplin kerja.

### **Luas Produksi**

Penentuan luas produksi yang tepat merupakan adanya alokasi sumber produksi yang lebih efisien, bahan baku, bahan pembantu dan faktor produksi yang lain dapat ditentukan pada volume produksi yang tepat, sehingga dapat terhindar dari adanya pemborosan dan kerugian finansial. Volume produksi yang terlalu sedikit mengakibatkan perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan pasar dan apabila terlalu lebih akan mengakibatkan pemborosan.

Luas produksi merupakan penetapan jumlah dan jenis produksi yang harus dihasilkan pihak perusahaan untuk periode tertentu (Mustafa, 1984:53). Sehingga perusahaan tidak saja menentukan jumlah produksi tetapi juga tentang jenis produksi yang artinya menentukan

tentang kombinasi produk yang dihasilkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan maksimum dengan memperhatikan faktor-faktor produksi yang tersedia.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dan dititik beratkan pada penelitian perencanaan luas produksi yang dilakukan pada usaha kecil dan menengah (UKM) Hidayah dan UKM Mai Ona. Variabel dalam penelitian ini adalah perencanaan luas produksi keripik singkong pada UKM Hidayah dan UKM Mai Ona. Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, teknik yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara, yaitu peneliti melakukan wawancara dialog langsung dengan pimpinan, dan karyawan UKM Hidayah dan UKM Mai Ona
2. Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati secara langsung objek penelitian (UKM Hidayah Dan UKM Mai Ona) perencanaan luas produksi keripik.
3. Dokumentasi, yaitu pengambilan foto atau gambar visual kegiatan yang dilakukan pada objek penelitian (UKM Hidayah Dan UKM Mai Ona).

## **HASIL**

### **1. UKM Hidayah**

- 1) Dari data tahun 2016 sampai 2020 dihasilkan persamaan regresi untuk peramalan penjualan untuk UKM Hidayah sebagai:  $Y = 44.460 + 4.030 X$
- 2) di mana  $y$  adalah volume penjualan per tahun, dan  $x$  adalah variabel yang mewakili tahun dengan nilai -2 untuk tahun 2016, -1 untuk tahun 2017, 0 untuk tahun 2018, 1 untuk tahun 2019, dan 2 untuk tahun 2020. Persamaan ini mengindikasikan terjadinya peningkatan penjualan sebesar 4030 paket kripik setiap tahunnya. Persamaan ini memiliki nilai R-kuadrat sebesar (0,944) dan nilai F hitung sebesar (50,226) yang signifikan pada derajat kepercayaan 90%. Dengan nilai R-kuadrat yang tinggi dan nilai F hitung yang signifikan, persamaan di atas valid untuk digunakan dalam meramalkan penjualan pada tahun-tahun berikutnya.
- 3) Menggunakan persamaan regresi pada poin (a) di atas, diperoleh ramalan penjualan pada UKM Hidayah Untuk Tahun 2021 dan Tahun 2022. Taksiran penjualan untuk

tahun 2021 adalah sebesar 56.550 Bungkus dan Taksiran penjualan untuk tahun 2022 pada UKM Hidayah adalah sebesar 60.580 bungkus.

- 4) Break Event Point atau Titik Pulang Pokok pada UKM Hidayah dalam satu tahun adalah pada 11.363 Unit dan dalam satuan Rupiah sebesar Rp.56.815.000. pada titik inilah UKM Hidayah mengalami Titik Pulang Pokok atau titik impas, dimana UKM Hidayah Belum memperoleh keuntungan tetapi tidak rugi.
- 5) Pada tingkat produksi saat ini UKM Hidayah sudah sudah mengalami keuntungan.

## 2. UKM Mai Ona

- 1) Dari data tahun 2016 sampai 2020 dihasilkan persamaan regresi untuk peramalan penjualan untuk UKM Mai Ona sebagai:  $Y = 1.172.128 + 50.150 X$

di mana  $y$  adalah volume penjualan per tahun, dan  $X$  adalah variabel yang mewakili tahun dengan nilai -2 untuk tahun 2016, -1 untuk tahun 2017, 0 untuk tahun 2018, 1 untuk tahun 2019, dan 2 untuk tahun 2020. Persamaan ini mengindikasikan terjadinya peningkatan penjualan sebesar 50150 paket kripik setiap tahunnya. Persamaan ini memiliki nilai R-kuadrat sebesar (0,926) dan nilai F hitung sebesar (37,423) yang signifikan pada derajat kepercayaan 90%. Dengan nilai R-kuadrat yang tinggi dan nilai F hitung yang signifikan, persamaan di atas valid untuk digunakan dalam meramalkan penjualan pada tahun-tahun berikutnya.

- 2) Menggunakan persamaan regresi pada poin (a) di atas, diperoleh ramalan penjualan pada UKM Mai Ona Untuk Tahun 2021 dan Tahun 2022. Taksiran penjualan untuk tahun 2021 adalah sebesar 1.172.578 Bungkus dan Taksiran penjualan untuk tahun 2022 pada UKM Mai Ona adalah sebesar 1.372.128 bungkus.
- 3) Break Event Point atau Titik Pulang Pokok pada UKM Mai Ona dalam satu tahun adalah pada 1.077.590 Unit dan dalam satuan Rupiah sebesar Rp.357.760.000. pada titik inilah Mai Ona mengalami Titik Pulang Pokok atau titik impas, dimana UKM Mai Ona Belum memperoleh keuntungan tetapi tidak rugi.
- 4) Pada tingkat produksi saat ini UKM Mai Ona sudah mengalami keuntungan.

## SIMPULAN

1. Prediksi penjualan 100 gram kripik singkong UKM Hidayah, dapat dihitung bahwa

jumlah produk yang harus diproduksi oleh UKM Mai Ona pada tahun 2021-2022 sebesar 1.322.578 unit pada tahun 2021 dan 1.372.128 unit pada tahun 2022.

2. Prediksi penjualan keripik singkong 500 gram dari UKM Hidayah pada tahun 2021 sebanyak 56.550 unit, dan pada tahun 2022 akan ada 60.580 unit.
3. Perhitungan BEP tahun 2020, UKM Mai Ona harus menjual 1.077.590 bungkus, untuk menghasilkan Rp 357.760.000 atau mencapai titik impas, yaitu titik di mana belum mendapatkan keuntungan tetapi belum rugi, dan berdasarkan perhitungan BEP pada tahun 2020, Dapat dihitung bahwa UKM Hidayah harus menjual 11.363 unit paket keripik untuk mendapatkan Rp 56.815.000 dan mencapai titik impas, yang merupakan titik di mana belum mendapat untung tetapi tidak ada kerugian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, 2004. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Universitas Widyatama
- Brech, Edward Franz Leopold, 1969. *Manajemen: sifat dan signifikansinya*. Penerbit: Pitman
- Dessler Gary, 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Gaspersz, Vincent, 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Mustafa, Zaenal, 1995. *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE