

**KERAGAAN PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN
JAGUNG DAN KACANG TANAH PADA *HOME INDUSTRY* “UD. JAGUNG KOMODO”
DI KELURAHAN SIKUMANA KECAMATAN MAULafa KOTA KUPANG
(Income Performance And Marketing Strategy Of Maize And Peanut Processed Products At
Home Industry "Ud. Jagung Komodo" In Sikumana Village District Maulafa Kupang City)**

Ruth Apningsi Djadji, Charles Kaporu dan Ernantje Hendrik
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana
Korespondensi Penulis: Email : djningsi25@gmail.com

Diterima : 21 Agustus 2020

Disetujui : 31 Agustus 2020

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) keragaan pendapatan produk olahan Jagung dan Kacang Tanah, 2) strategi pemasaran produk olahan Jagung dan Kacang Tanah pada *home industry* UD. Jagung Komodo di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa Kota Kupang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui besar pendapatan produk olahan Jagung dan Kacang Tanah menggunakan rumus $\pi = TR - TC$, sedangkan strategi pemasaran adalah Bauran Pemasaran 4P.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) keragaan pendapatan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu Rp 459.972 yang diperoleh dari produk Marning Jagung sebesar Rp 23.056, produk Kacang Telur yaitu Rp 230.000 dan produk Kacang Sembunyi yaitu Rp 186.722. (2) Strategi pemasaran yang digunakan *home industry* UD. Jagung Komodo meliputi strategi produk dimana produk yang dihasilkan dikemas dengan ukuran 300 gr dan 500 gr serta kemasannya sudah mencantumkan merek, alamat, komposisi dan tanggal kadaluarsa. Harga yang ditetapkan untuk Marning Jagung 300 gr yaitu Rp 10.000 dan 500 gr yaitu Rp 16.000. Sedangkan harga Kacang Telur 500 gr yaitu Rp 27.000 dan Kacang Sembunyi 300 gr yaitu Rp 10.000. *Home industry* UD. Jagung Komodo melakukan kerjasama dengan pihak distributor (6 toko) yang ada di Kota Kupang untuk memasarkan produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu memperkenalkan produknya pada pihak distributor, dengan demikian produknya akan dikenal oleh masyarakat.

Kata kunci : Keragaan pendapatan, Strategi pemasaran, home industry.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine: 1) Income performance of processed corn and peanut products; 2) The marketing strategy for processed corn and peanut products in the home industry “UD Jagung Komodo in Sikumana Village, Maulafa District, Kupang City. The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis method used to determine the income of processed corn and peanut products uses the formula $\pi = TR - TC$, while the marketing strategy is the 4P Marketing Mix.

The results showed that 1) Income performance of UD. Jagung Komodo home industry of Rp 459.972 were obtained from the product of Rp 23.056 marning Corn, Beans Egg product of Rp 230.000 and hide Peanut products Rp 186.722 (2) The marketing strategy used by UD. Jagung Komodo home industry including product strategy whereby the resulting product is packaged with a size of 300 g and 500 g, and the packaging is to include the brand, address, composition and expiration date. Marning set price for Corn 300 gr of Rp 10,000 and 500 grams of Rp 16,000. While the price of beans eggs 500 g of Rp 27,000 and hide Nuts 300 gr Rp 10,000. Home industry UD. Jagung Komodo cooperates with distributors (6 stores) in Kupang City to market their products. Promotional activities undertaken by the UD home industry. Jagung Komodo that is to introduce its products to the distributor, thus the product will be known by the public.

Keywords: Income performance, marketing strategy, home industry.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri rumah tangga (*home industry*) adalah suatu usaha rumahan yang memproduksi atau menghasilkan suatu produk. Industri rumah tangga juga merupakan suatu perusahaan dalam skala usaha kecil. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Suatu usaha dijalankan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan memaksimalkan pendapatan, meminimumkan biaya, memaksimalkan penjualan, dan lain sebagainya (Buntolo, 2004 dikutip Kotta, 2015). Industri rumah tangga ini juga bisa terlibat dalam pembangunan dengan menjalin kerjasama dengan sektor lain, misalnya sektor Pertanian.

Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi yang membudidayakan beberapa komoditi tanaman pangan seperti jagung dan kacang tanah. Rata-rata produksi tanaman pangan jagung tahun 2017 sebanyak 809.830 ton dan rata-rata produksi tanaman kacang tanah di NTT pada tahun 2017 sebesar 10.445 ton (BPS provinsi Nusa Tenggara Timur). Sedangkan produksi tanaman jagung di kota Kupang sebesar 60.589 ton dan produksi tanaman kacang tanah sebesar 2.019 ton menurut data BPS kota Kupang tahun 2017. Dengan jumlah produksi yang cukup maka dapat menunjang usaha industri rumahan untuk menggunakan jagung dan kacang tanah sebagai bahan dasar dalam pembuatan olahan produk makanan.

Salah satu industri rumah tangga yang menggunakan jagung dan kacang tanah dalam usahanya untuk membuat produk berupa makanan ringan (snack) yaitu UD. JAGUNG KOMODO. Usaha ini telah memiliki izin usaha dari BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) dengan no P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga) yaitu 215537 1010351-18. Industri rumah tangga ini terletak di Kelurahan Sikumana dengan pemilik ibu Hasna Lesik yang didirikan pada tahun 1982.

Industri rumah tangga ini bergerak dalam pengolahan hasil pertanian seperti jagung dan kacang tanah menjadi berbagai macam produk dengan merek dagang "UD. JAGUNG KOMODO". Usaha ini awalnya dikerjakan sendiri oleh ibu Hasna bersama dengan suami di

rumah mereka sendiri. Sampai sekarang usaha ini masih berjalan dengan jumlah produk yang dihasilkan semakin beragam. Adapun beragam produk yang dihasilkan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu Marning Jagung, Kacang Telur, dan Kacang Sembunyi, dan juga beberapa jenis kue-kue kering yang dikemas dalam toples kecil.

Home industry sebagai salah satu sumber pemasukan ekonomi suatu usaha dan daerah, maka harus terus dikembangkan baik itu dalam manajemen atau dalam produksinya. Namun perkembangan *home Industri*, sering kali mempunyai masalah seperti manajemen yang kurang khususnya dalam membuat pembukuan yang mencatat semua biaya-biaya yang dibutuhkan untuk kegiatan produksi. Selain itu, tenaga kerja yang digunakan hanya tenaga kerja dalam keluarga, adapun tenaga kerja dari luar keluarga hanya pada saat natal dan tahun baru saja, dikarenakan jumlah permintaan produk yang banyak. Walaupun *home industry* UD. Jagung Komodo memiliki beberapa kendala, namun usaha ini masih tetap bertahan dengan semakin menghasilkan banyak produk lainnya tidak hanya menggunakan jagung dan kacang tanah saja, dengan demikian akan semakin besar pula pendapatan yang akan diperoleh.

Strategi merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan, selain itu juga merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing (Learned, dkk. 1965 dikutip Titi, 2016). Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Salah satu strategi pemasaran yang dapat membuat penjualan menjadi tinggi yaitu Bauran Pemasaran 4P tentang *Product, Price, Place, Promotion*. Ke empat strategi pemasaran tersebut harus diatur dengan baik agar dapat bertahan dalam persaingan yang banyak.

Strategi produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Strategi harga juga harus memperhatikan kebijakan harga atas dan harga bawah, serta bagaimana mengatur strategi promosi dengan menggunakan media sosial yang ada dan juga memberikan diskon bagi pelanggan.

Tempat/distribusi meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk lebih mudah diperoleh dan selalu tersedia untuk pelanggan sasaran (Saragih, 2017). Promosi juga dapat meningkatkan permintaan jumlah produk

dengan memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan usaha, *home industry* UD.Jagung Komodo perlu melakukan strategi pemasaran yang baik maka perlu dilakukan penelitian tentang keragaan pendapatan dan strategi pemasaran produk olahan jagung dan kacang tanah.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui keragaan pendapatan produk olahan jagung dan kacang tanah pada *home industry* UD. Jagung Komodo di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran hasil pengolahan jagung dan kacang tanah (*product, price, place, promotion*) di *home industry* UD. Jagung Komodo di Kelurahan

Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari mewawancarai responden dengan menggunakan kuisioner yang ada, sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi seperti Badan Pusat Statistik dan dinas perindustrian dan perdagangan Kota Kupang, juga informasi yang dimuat dibuku referensi, perpustakaan, blog (internet) yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama digunakan rumus :

Biaya total adalah keseluruhan biaya produksi yang akan digunakan. Untuk menghitung biaya total rumus yang digunakan :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = biaya total (Rp)

TFC = biaya tetap total (Rp)

TVC = biaya variabel total (Rp)

Harga Impas adalah harga produk yang dikeluarkan untuk menutup semua biaya produksi sehingga tidak untung juga tidak rugi.

Harga impas dihitung dengan menggunakan rumus :

$$BEP \text{ harga} = \text{total biaya} / \text{jumlah produksi}$$

Unit impas adalah jumlah produk yang dibutuhkan untuk menutup semua biaya produksi sehingga tidak untung juga tidak rugi.

$$BEP \text{ unit} = \text{total biaya} / \text{harga jual produk}$$

Penerimaan total adalah hasil perkalian antara jumlah barang yang dijual dengan harga barang tersebut (yang nilainya tergantung dari

jumlah barang) atau secara matematis dapat ditulis sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = penerimaan total perusahaan (Rp)

Q = jumlah produk yang dihasilkan (Rp)

P = harga jual per unit (Rp)

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Secara matematis

besarnya pendapatan usaha dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2000) :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

- π = pendapatan (Rp)
TR = total penerimaan (Rp)
TC = total biaya (Rp)

Serta untuk menjawab tujuan kedua dilakukan dengan menggunakan Strategi pemasaran 4P untuk mengukur bauran pemasaran di *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu :

1. *Product* yaitu terdiri dari keragaman produk, kualitas, desain, ciri, nama, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi (jaminan), dan imbalan.
2. *Price* yaitu harga barang (diskon), potongan khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit.
3. *Place* mengukur Tempat yang terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi.
4. *Promotion* terdiri dari promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, *public relation (PR)*, dan pemasaran langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Home Industry “UD. Jagung Komodo”

Home Industry UD. Jagung Komodo merupakan salah satu industri rumah tangga yang berada di Kota Kupang. Industri rumah tangga ini terletak di Jl. Air Lobang II, RT 038/RW 015 Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa Kota Kupang. *Home industry* ini didirikan pada tahun 1982 oleh Hasna Lesik.

Home industry ini mengolah hasil pertanian seperti jagung dan kacang tanah menjadi produk cemilan. *Home industry* ini sudah mendapat sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga dengan nomor : 2155371010351-19 dan terdaftar sebagai salah satu industri rumah tangga yang telah memperoleh ijin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tahun 2014 dengan nomor : HK.03.1.23.04.12.2205, dilengkapi dengan Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dengan nomor : 1116/BPPT.503.01.KML/IX/2014, *home industry* ini juga memiliki sertifikat Laik Kesehatan dengan nomor : 443.51/146/TPM/VIII/2014.

Bidang usaha yang dijalankan oleh industri rumah tangga ini ialah mengolah hasil pertanian berupa jagung dan kacang tanah, serta beberapa jenis cemilan seperti stik keju, manisan asam dan kue-kue kering dengan nama dagang “UD. JAGUNG KOMODO” dikemas dengan plastik dan dilengkapi dengan alamat tempat usaha, komposisi, nomor ijin usaha dan masa kadaluarsa. Untuk jenis olahan produk dari jagung hanya menghasilkan Jagung Marning, sedangkan jenis olahan produk dari kacang

tanah menghasilkan beberapa produk seperti Kacang Sembunyi dan Kacang Telur.

Home industry ini menjual produknya ke beberapa toko dan swalayan yang ada di kota Kupang seperti Rukun Jaya Kuanino, Dutalia Oesapa, Toko Bagus Naikoten, Top Mart dan Toko Matahari Naikoten. Strategi pemasaran produk masih dilakukan dengan cara yang sederhana yaitu dengan memperkenalkan produk ke tempat distribusi setelah itu produk akan dibeli oleh tempat distribusi tersebut.

Proses Produksi

Proses Produksi Jagung Marning

Bahan baku yang dibutuhkan dalam membuat Jagung Marning ialah Jagung sebanyak 20 kg yang biasa dijual di pasar Naikoten dengan harga rata-rata Rp 6000,-per kg. Pembuatan Jagung Marning juga menggunakan bahan penolong berupa masako, bawang putih, garam, cabai dan minyak goreng. Adapun langkah-langkah pembuatan Jagung Marning yaitu :

1. Jagung yang sudah disiapkan sebanyak, dimasak selama 7 jam. Kemudian tiriskan lagi selama 1 malam dengan tujuan agar air yang ada dijagung benar-benar kering.
2. Setelah itu, Jagung yang sudah ditiriskan selama 1 malam, digoreng menggunakan dua penggorengan, dimana penggorengan yang pertama bertujuan untuk mengurangi kadar air didalam jagung, setelah beberapa menit jagung dipenggorengan pertama dipindahkan ke penggorengan yang kedua dengan tujuan agar jagung tersebut bisa

renyah saat dikonsumsi. Goreng hingga matang dan warnanya kecoklatan kemudian angkat dan tiriskan.

3. Sementara Jagung digoreng, siapkan bumbu berupa bawang putih yang sudah digoreng, masako, garam dan cabai kering yang sudah dihaluskan.
4. Campur semua bahan bumbu diatas. Lalu jagung yang sudah ditiriskan dicampur dengan bumbu tersebut. Kemudian dikemas dalam plastik dengan ukuran 300 gr dan 500 gr.

Proses Produksi Kacang Telur

Dalam proses pembuatan Kacang Telur bahan baku yang digunakan adalah Kacang Tanah. Jumlah bahan baku yang digunakan dalam 1 kali produksi sebanyak 8 kg. Bahan baku diperoleh dari pasar Naikoten dengan harga Rp 25.000,-per kg. Pembuatan Kacang Telur juga menggunakan beberapa bahan pembantu seperti gula pasir, telur ayam, tepung terigu, mentega, dan minyak goreng.

Adapun langkah-langkah pembuatannya yaitu :

1. Siapkan Kacang Tanah yang sudah dibersihkan dari kotoran.
2. Siapkan gula pasir dan mentega yang sudah dicairkan. Kemudian setelah dingin, campurkan gula pasir dan mentega cair tadi dengan telur ayam menggunakan mixer.
3. Kemudian Kacang Tanah tersebut dicampur dengan adonan diatas lalu digulingkan pada tepung terigu yang sudah disiapkan diatas karung bersih.
4. Lalu ayak kacang yang sudah digulingkan pada terigu tersebut sampai semua terigu yang tidak menempel dengan kacang jatuh ke karung tadi.
5. Ulangi langkah ini sebanyak 4 kali, agar semua kacangnya tertutup dengan bagus.
6. Kemudian di goreng menggunakan minyak goreng sampai matang atau berwarna kecoklatan. Lalu, diangkat dan ditiriskan.
7. Setelah itu dikemas menggunakan plastik dengan ukuran yang sudah ditentukan yaitu 500 gr.

Proses Produksi Kacang Sembunyi

Dalam proses pembuatan Kacang Sembunyi, bahan baku yang digunakan adalah Kacang Tanah. Jumlah bahan baku yang digunakan dalam 1 kali produksi sebanyak 7 kg. Bahan baku diperoleh dari pasar Naikoten dengan harga Rp 25.000,-per kg. Pembuatan Kacang Sembunyi juga menggunakan beberapa bahan

penolong seperti gula pasir, tepung terigu, cabai, mentega, garam dan minyak goreng.

Adapun langkah-langkah pembuatan Kacang Sembunyi adalah :

1. Pertama-tama siapkan tepung terigu yang sudah di ayak atau dibersihkan kemudian dicampur dengan mentega dan sedikit air, dicampur menggunakan tangan sampai semuanya tercampur. Adonan tidak boleh terlalu kering dan terlalu basah.
2. Adonan yang sudah dibuat tersebut kemudian di ratakan diatas meja dan dipipihkan menggunakan alat berupa mol, sampai ketebelan yang ditentukan.
3. Letakkan adonan yang sudah dipipihkan diatas meja, kemudian dipotong dengan ukuran 3x3 cm.
4. Kemudian kacang tanah yang sudah disiapkan, digulung menggunakan adonan yang sudah dipotong tersebut.
5. Lakukan langkah diatas sampai semua adonan habis.
6. Setelah itu, kacang sembunyi yang masih mentah digoreng sampai matang atau warnanya kecokelatan.
7. Siapkan bumbu untuk dicampurkan pada kacang sembunyi yang sudah digoreng berupa gula pasir, garam, cabai kering, dan air.
8. Semua bumbu diatas dimasak sampai kental. Setelah itu masukan kacang sembunyi yang sudah digoreng kedalam tacu yang berisi bumbu sambil diaduk sampai semuanya tercampur rata.
9. Lalu dikemas menggunakan kemasan plastik dengan ukuran 300 gr, kemudian kacang sembunyi siap untuk dipasarkan.

Sumber Modal

Modal merupakan suatu syarat mutlak yang harus dimiliki oleh sebuah badan usaha atau *home industry*, karena modal merupakan alat yang digunakan untuk menggerakkan aktifitas *home industry* (Mubiyarto, 1993 dikutip Kotta, 2015). Demikian pula *home industry* UD. Jagung Komodo dalam menjalankan usaha membutuhkan modal. Berdasarkan hasil penelitian, modal yang digunakan berasal dari modal sendiri pemilik usaha. Modal awal yang digunakan yaitu sebesar Rp 7.000.000 mencakup pembelian bahan baku, bahan penolong, pembuatan ijin usaha dan pembelian alat-alat produksi.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan usaha *home industry* UD. Jagung Komodo yang penggunaannya tidak habis dalam satu kali produksi untuk menghasilkan produk berupa Marning Jagung, Kacang sembunyi dan Kacang Telur.

Biaya tetap meliputi pembelian alat-alat produksi yang dibutuhkan untuk proses produksi, biaya penyusutan bangunan dan peralatan, biaya pajak bumi dan bangunan serta pajak lainnya.

Tabel 1 Perhitungan Biaya Tetap Selama 1 Tahun Untuk Memproduksi Marning Jagung, Kacang Telur Dan Kacang Sembunyi Pada *Home Industry* UD. Jagung Komodo.

No	Komponen	Jumlah (Rp)
1	Biaya Peralatan Produksi	3.369.000
2	Biaya lain-lain	1.280.235
	Total biaya tetap	4.649.235

Sumber : Data Primer, 2019.

Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya pembelian peralatan produksi yaitu Rp 3.369.000. Terdapat biaya lain-lain yang berjumlah Rp 1.280.235 yang terdiri dari biaya pajak bumi dan bangunan yang dikeluarkan oleh usaha *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu sebesar Rp 75.000 per tahun dan juga biaya pajak makanan yang dikeluarkan setiap bulan yaitu sebesar Rp 15.000. Selain itu, terdapat biaya penyusutan bangunan dan peralatan produksi selama 1 tahun sebesar Rp 1.190.235.

Biaya Variabel

Biaya variabel ialah biaya yang berubah-ubah tergantung dengan besar kecilnya produksi yang diperlukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo dalam memproduksi produk.

Biaya variabel yang diperlukan *home industry* UD. Jagung Komodo meliputi tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya kemasan dan biaya lain-lain seperti biaya transportasi, serta biaya listrik dan air.

Tabel 2 Perhitungan Biaya Variabel Untuk Produksi Marning Jagung, Kacang Telur Dan Kacang Sembunyi Pada *Home Industry* UD. Jagung Komodo.

No	Komponen	Jumlah (Rp)
1	Gaji tenaga kerja tidak tetap	20.000
2	Biaya bahan bakar	270.000
3	Biaya bahan baku	495.000
4	Biaya bahan penolong	518.500
5	Biaya bahan kemasan	125.000
6	Biaya lain-lain	161.500
	Total biaya variable	1.595.000

Sumber : Data Primer, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa biaya variabel yang diperlukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo sebesar Rp 1.595.000 untuk memproduksi Marning Jagung, Kacang Telur dan Kacang sembunyi. Sehingga

dapat diperoleh total biaya yang diperlukan *home industry* UD. Jagung Komodo selama satu tahun yaitu :

Tabel 3 Perhitungan Total Biaya Untuk Memproduksi Marning Jagung, Kacang Telur Dan Kacang Sembunyi Pada *Home Industry* UD. JAGUNG KOMODO.

No	Komponen	Jumlah (Rp)
1	Biaya tetap	4.649.235
2	Biaya variable	1.595.000
	Total biaya	6.244.235

Sumber : Data Diolah, 2019.

Biaya total adalah keseluruhan biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi produk yang diperoleh dari total biaya tetap ditambah dengan total biaya variabel. Biaya total yang digunakan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo selama satu tahun ialah sebesar Rp 6.244.235.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yaitu biaya digunakan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo untuk memasarkan produknya ke mitra atau ke konsumen. Biaya pemasaran ini terdiri dari biaya pengangkutan dan biaya promosi.

Biaya pengangkutan yang digunakan untuk mengangkut produk ke mitra dalam hal ini toko-toko yang sudah bekerjasama dengan *home industry* UD. Jagung Komodo seperti Top Mart,

Dutalia, Glori, Matahari, Toko Bagus dan Rukun Jaya yaitu rata-rata sebesar Rp 11.500 untuk satu kali perjalanan dari tempat produksi ke salah satu tempat distribusi.

Biaya promosi adalah biaya yang digunakan oleh usaha untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk pada konsumen atau masyarakat. Namun dalam hal ini *home industry* UD. Jagung Komodo tidak menggunakan promosi dalam bentuk apapun.

Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah kondisi dimana total biaya produksi sama dengan penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh *home industry* UD. JAGUNG KOMODO. Nilai BEP terdiri dari BEP harga dan BEP unit.

Tabel 4 *Break Even Point* (Titik Impas Harga Dan Unit) Produk Marning Jagung, Kacang Telur Dan Kacang Sembunyi Pada *Home Industry* UD. JAGUNG KOMODO.

No	Keterangan	BEP harga (Rp)	BEP unit
1	Marning Jagung	14.103	26 unit
2	Kacang Telur	19.806	23 unit
3	Kacang Sembunyi	8.451	59 unit

Sumber : Data Diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, nilai BEP unit produk Marning Jagung yaitu 26 unit dan nilai BEP harga produk Marning Jagung yaitu Rp 14.103 sementara nilai produksi Marning Jagung pada *home industry* UD. Jagung Komodo adalah 60 unit/produksi dengan harga jual Rp 26.000/800 gr, sehingga dapat disimpulkan bahwa *home industry* UD. Jagung Komodo saat ini menguntungkan karena jumlah yang dihasilkan lebih besar dari nilai BEP unit dan BEP harga.

Nilai BEP unit produk Kacang Telur yaitu 23 unit dan nilai BEP harga produk Kacang

Telur yaitu Rp 19.806. Sementara nilai produksi Kacang Telur pada *home industry* UD. Jagung Komodo ialah 32 unit/500 gr dengan harga jual Rp 27.000, sehingga dapat disimpulkan bahwa *home industry* UD. Jagung Komodo berada di atas titik impas atau menguntungkan karena menghasilkan produksi lebih tinggi dari nilai BEP unit dan BEP harga yang ditentukan.

Nilai BEP unit untuk produk Kacang Sembunyi yaitu 59 unit dan nilai BEP harga produk Kacang Sembunyi Rp 8.451. sementara itu produksi yang dihasilkan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu 78 unit setiap kali

produksi dengan harga jual per unit Rp 10.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah yang dihasilkan *home industry* UD. Jagung Komodo lebih besar dari nilai BEP unit dan BEP harga yang ditentukan.

Harga Jual Produk

Harga jual yang ditentukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo berbeda-beda sesuai jenis produknya. Harga jual ini disesuaikan dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

Tabel 5 Harga Jual Produk Olahan Jagung Dan Kacang Tanah Pada *Home Industry* UD. Jagung Komodo.

No	Jenis produk	Ukuran	Harga Jual (Rp)
1	Marning Jagung	300 gr	10.000
		500 gr	16.000
2	Kacang Telur	500 gr	27.000
3	Kacang Sembunyi	300 gr	10.000

Sumber : Data Primer, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa harga jual produk Marning Jagung yang berukuran 300 gr sama dengan harga jual produk Kacang Sembunyi dengan ukuran 300 gr yaitu Rp 10.000. Sementara untuk produk Marning Jagung ukuran 500 gr diberi harga Rp 16.000 dan produk Kacang Telur berukuran 500 gr dijual dengan harga Rp 27.000.

Penerimaan

Penerimaan adalah pembayaran yang diterima perusahaan dari penjualan barang atau jasa (Soeharto, 1997 dikutip Kotta, 2015). Penerimaan *home industry* UD. Jagung Komodo diperoleh dari penjualan produk seperti Marning Jagung, Kacang Telur, dan Kacang Sembunyi.

Total penerimaan *home industry* UD. Jagung Komodo dalam satu kali proses produksi untuk produk Marning Jagung, Kacang Sembunyi dan Kacang Telur yaitu :

Tabel 6 Total Penerimaan Pada *Home Industry* UD. Jagung Komodo Per Satu Kali Proses Produksi.

No	Jenis Produk	Unit	Harga per unit	Jumlah (Rp)
1	Marning Jagung (300 gr)	40	10.000	400.000
2	Marning Jagung (500 gr)	20	16.000	320.000
3	Kacang Sembunyi (300 gr)	78	10.000	780.000
4	Kacang Telur (500 gr)	32	27.000	864.000
	Total penerimaan			2.364.000

Sumber : Data Diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penerimaan Marning Jagung sebesar Rp 400.000 untuk ukuran 300 gr dan Rp 320.000 untuk ukuran 500 gr, sehingga total penerimaan Marning Jagung seluruhnya berjumlah Rp 720.000. Penerimaan Kacang Sembunyi sebesar Rp 780.000 dan penerimaan Kacang Telur sebesar Rp 864.000.

Total penerimaan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo sebesar Rp 2.364.000. Total penerimaan tersebut merupakan penerimaan yang diterima pada satu distributor saja. Untuk pihak distribusi terdiri dari 6 toko yang ada di Kota Kupang yaitu Toko Matahari, Toko Bagus, Dutalia, Glori, Rukun Jaya dan

Top Mart. Jadi dapat dihitung bahwa penerimaan *home industry* UD. Jagung Komodo dalam sebulan atau satu kali produksi yaitu Rp 14.184.000.

Hasil yang diperoleh jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan Awami (2012) di Kabupaten Grobogan, penerimaan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan *home industry* di Kabupaten Grobogan yaitu Rp.5.583.888 per satu kali proses produksi.

Pendapatan

Pendapatan ialah total penerimaan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo

dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan selama periode produksi (satu bulan). Pendapatan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo selama satu bulan yaitu Rp 7.939.765.

Pendapatan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo oleh setiap produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 Total Pendapatan Masing-Masing Produk Yang Diperoleh *Home Industry* UD. Jagung Komodo Per Satu Kali Proses Produksi.

No	Jenis produk	Penerimaan (Rp)	Total biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Marning Jagung	720.000	696.944	23.056
2	Kacang Telur	864.000	633.806	230.194
3	Kacang Sembunyi	780.000	593.278	186.722
	Total pendapatan			459.972

Sumber : Data Diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh produk yaitu Marning Jagung sebesar Rp 23.056, produk Kacang Telur memiliki pendapatan sebesar Rp 230.000 dan produk Kacang Sembunyi memiliki pendapatan sebesar Rp 186.722 yang diperoleh masing-masing produk setiap kali proses produksi.

Berdasarkan pendapatan masing-masing produk diatas, maka *home industry* UD Jagung Komodo lebih mendapatkan pendapatan atau keuntungan dengan menjual produk Kacang Telur dengan memperhatikan total biaya yang tidak terlalu besar tetapi menghasilkan pendapatan atau keuntungan yang lebih besar.

Hasil yang diperoleh jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan Pakur (2018) pada *home industry* Sima Indah, pendapatan yang diperoleh *home industry* Sima Indah sebesar Rp 30.350.054/bulan sedangkan pendapatan *home industry* UD. Jagung Komodo hanya sebesar Rp 7.939.765/bulan, sehingga *home industry* UD. Jagung Komodo harus lebih meningkatkan jumlah produksi khususnya produk Kacang Telur, karena jumlah pendapatannya yang lebih besar.

Strategi Pemasaran 4P (*Product, Price, Place and Promotion*)

Bauran pemasaran merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya (Kotler, 1997 dikutip Saragih 2017). Proses pemasaran yang dilakukan *home industry* UD. Jagung Komodo

terdiri dari empat strategi yaitu strategi produk, harga, tempat / saluran distribusi dan promosi.

Produk (*Product*)

Produk merupakan suatu barang dan jasa yang diproduksi oleh satu kelompok atau perusahaan dengan menggunakan bahan baku dan bahan-bahan penolong untuk dipasarkan agar memperoleh laba. Produk juga dapat berupa barang atau makanan yang dapat digunakan atau dikonsumsi oleh masyarakat.

Home industri ini menggunakan nama merek yaitu “UD. Jagung Komodo” dan kemasannya sudah mencantumkan alamat, komposisi dan tanggal kadaluarsa. *Home industry* UD. Jagung Komodo memproduksi berbagai macam produk seperti Marning Jagung dengan ukuran kemasan 300 gr dan 500 gr, Kacang Telur dengan ukuran kemasan 500 gr, Kacang Sembunyi dengan ukuran 300 gr, Stik Keju dengan ukuran 300 gr, Keripik Talas dengan ukuran 300 gr, Manisan Asam isi 12 buah dan berbagai jenis kue kering.

Bahan baku untuk pembuatan Marning Jagung, Kacang Telur dan Kacang Sembunyi diperoleh dari Pasar Inpres Naikoten, dengan harga Jagung Rp 6.000/kg dan Kacang Tanah Rp 25.000/kg. Jumlah bahan baku yang diperlukan dalam sekali produksi yaitu Jagung sebanyak 20 kg dan Kacang Tanah sebanyak 15 kg.

Home industry UD. Jagung Komodo melakukan kegiatan produksi tergantung dengan permintaan dari pihak distributor. Proses produksi yang dilakukan biasanya hanya untuk satu kali proses distribusi yang berarti satu kali

proses produksi menghasilkan produk yang akan didistribusikan pada satu toko saja.

Harga (Price)

Harga merupakan sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual oleh produsen. Penetapan harga yang dilakukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo disesuaikan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi. Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya tetap, biaya variabel, biaya penyusutan bangunan dan alat, serta biaya pemasaran.

Harga produk Marning Jagung dengan ukuran 300 gr yaitu Rp 10.000 sedangkan harga Marning Jagung dengan ukuran 500 gr yaitu Rp 16.000, penetapan harga-harga tersebut juga disesuaikan dengan ukuran dari masing-masing produk. Untuk produk olahan Kacang Tanah terdiri dari produk Kacang Telur dengan ukuran 500 gr dijual dengan harga Rp 27.000 dan Kacang Sembunyi dengan ukuran 300 gr dijual dengan harga Rp 10.000.

Tempat / Saluran Distribusi (Place)

Distribusi merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan lebih mudah untuk diperoleh pelanggan atau masyarakat. Proses distribusi yang digunakan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu dari produsen ke pihak distributor kemudian ke konsumen akhir / pembeli.

Proses distribusi yang dilakukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu menyalurkan atau mendistribusikan produk pada toko-toko yang ada di Kota Kupang, seperti Toko Matahari, Toko Bagus, Dutalia, Glori, Rukun Jaya dan Top Mart. Selain itu, juga produk yang dihasilkan biasanya dipesan langsung oleh pelanggan dengan menelpon atau mendatangi tempat produksi secara langsung, karena letak tempat produksi juga mudah dijangkau.

Promosi (Promotion)

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh kelompok atau perusahaan untuk menarik konsumen dengan memperkenalkan produk serta keunggulannya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu dengan memperkenalkan produk Marning Jagung, Kacang Telur dan Kacang Sembunyi pada pihak distributor atau toko-toko sehingga bisa menjalin kerjasama dengan *home*

industry UD. Jagung Komodo untuk memasarkan produk kepada konsumen atau masyarakat.

Namun, strategi promosi *home industry* UD. Jagung Komodo masih menggunakan cara yang sederhana, belum adanya kegiatan promosi yang lebih modern seperti menggunakan media sosial dalam memperkenalkan produk pada masyarakat. Selain itu, daerah pemasaran produk *home industry* UD. Jagung Komodo hanya berkisar pada sekitar kota Kupang saja, hal ini dikarenakan biaya pemasaran dan pengangkutan yang tinggi atau mahal.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Keragaan pendapatan yang diperoleh *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu Rp 459.972 yang diperoleh dari masing-masing produk yaitu Marning Jagung sebesar Rp 23.056, produk Kacang Telur yaitu Rp 230.000 dan produk Kacang Sembunyi yaitu Rp 186.722.
2. Strategi pemasaran yang digunakan *home industry* UD. Jagung Komodo meliputi strategi produk dimana produk yang dihasilkan dikemas dengan ukuran 300 gr dan 500 gr serta kemasannya sudah mencantumkan merek, alamat, komposisi dan tanggal kadaluarsa. Harga yang ditetapkan untuk Marning Jagung 300 gr yaitu Rp 10.000 dan 500 gr yaitu Rp 16.000. Sedangkan harga Kacang Telur 500 gr yaitu Rp 27.000 dan Kacang Sembunyi 300 gr yaitu Rp 10.000. *Home industry* UD. Jagung Komodo melakukan kerjasama dengan pihak distributor (6 toko) yang ada di Kota Kupang untuk memasarkan produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan *home industry* UD. Jagung Komodo yaitu memperkenalkan produknya pada pihak distributor, dengan demikian produknya akan dikenal oleh masyarakat.

Saran

Bedasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan ialah :

1. *Home industry* UD. Jagung Komodo harus memiliki manajemen usaha yang lebih baik lagi, khususnya dalam pencatatan atau pembukuan usaha.
2. *Home industry* UD. Jagung Komodo harus lebih meningkatkan produksi produk,

- khususnya produk Kacang Telur agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
3. *Home industry* UD. Jagung Komodo sebaiknya melakukan strategi promosi, selain untuk lebih memperluas daerah pemasaran juga agar produk tersebut dapat bersaing dengan produk serupa yang ada di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2017. Kota Kupang Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik Kota Kupang.
- BPS. 2017. Provinsi Nusa Tenggara Timur Dalam Angka 2017. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur.
- Kotta, S Suwito. 2015. *Analisis Usaha dan Prospek Pengembangan Home Industry "Kelimutu" Di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang*. Skripsi. Fakultas Pertanian, Nusa Cendana.
- Pakur, F. 2018. *Kinerja Manajemen Industri Rumah Tangga "Sima Indah" (Studi Kasus) Produk Olahan Jagung dan Kacang Tanah Di Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang*. Skripsi. Fakultas Pertanian Nusa Cendana.
- Saragih, A dan Lies Anggreni. 2017. *Bauran Pemasaran Kacang Asin Merek Cendrawasih Pada UD. Monang Denpasar-Bali*. E-jurnal. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana dalam <https://media.neliti.com> diakses pada 10 April 2019.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.