

Abstract

Dodol is including traditional food which is already known in various regions of Indonesia. Dodol is a kind of food made from sugar and brown sugar and mix the ingredients. Maintaining cultural heritage therefore become very important. In line with the argument, the researches related to this sweet snack becomes very important. This article presents the results of research on the effectiveness of the production the dodol managed by a home industry in South Tangerang. The results of the data analysis are elaborated any further in this article.

Keywords:

Dodol Betawi, break-even point

EFEKTIFITAS PRODUKSI INDUSTRI RUMAHAN DODOL BETAWI DI PONDOK AREN, TANGERANG SELATAN

Dewa Guna Negara Putra¹, Ahmad Riyas², Supela³,
M. Faqih Budianto⁴, Panji Adyputra⁵, Rizki Nur Fahmi⁶
Yanti Budiasih⁷

¹⁻⁶Mahasiswa S1 STIE Ahmad Dahlan Jakarta

⁷Dosen STIE Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: yantibudiasih@yahoo.com

INFORMASI ARTIKEL

Dikirim: 15 Maret 2018

Ditelaah: 29 April 2018

Diterima: 03 Mei 2018

Publikasi daring [*online*]: Agustus 2018



Agustus 2018, Vol 1 (1): hlm 16-20
Indonesian Journal of Economics Application
©2018 STIE Ahmad Dahlan Jakarta
e-ISSN: 2622-2299
<http://ojs.stiead.ac.id/index.php/IJE A>

PENDAHULUAN

Dalam setiap bidang industri termasuk industri makanan, penetapan harga juga merupakan salah satu kunci sukses dan sangatlah penting, karena memiliki dampak yang langsung penetapan harga yang dapat ditentukan dari alat, strategi dan taktiknya, menjadi sangat penting bagi keseluruhan lingkup pemasaran dan merupakan alat yang sangat fleksibel, karena lebih mudah mengubah harga-harga daripada mengubah produk yang sudah beredar atau jaringan distribusi. Terjadinya fluktuasi penjualan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, diantaranya faktor internal adalah keberadaan modal, pemasaran dan manajemen, sedangkan faktor eksternal adalah persaingan dengan lingkungan.

Secara teoritik, Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain: (1) kondisi dan kemampuan penjual; (2) kondisi pasar; (3) modal; (4) kondisi organisasi perusahaan; (5) faktor-faktor lain (Swastha, 2010).

Salah satu bidang usaha yang akan diteliti adalah dodol betawi dimana dodol betawi termasuk bidang makanan yang ringan yang dikategorikan jenis makanan manis. Dodol termasuk makanan tradisional yang sudah banyak di berbagai daerah Indonesia, dodol merupakan jenis makanan yang terbuat dari gula jawa dan gula merah serta campuran bahan yang lainnya. Pabrik dodol Ibu Maryanih ini merupakan makanan kuliner asli nusantara, khususnya Betawi dan juga dengan mempertahankan keberadaannya maka upaya tersebut turut serta menjaga budaya kuliner nusantara dari serbuan kuliner asing.

Industri Rumahan ibu maryanih memproduksi dodol sejak tahun 2006 yang beralamat di Pondok Aren Jl. Kebantenan RT. 02/08, Tangerang Selatan. Industri rumahan ini mampu memproduksi rata-rata 50 kg dodol/loyang dalam seminggu sesuai pemesanan, di sini memulai produksi dari pukul 10.00 WIB sampai 16.00 WIB. Berdasarkan pengamatan sementara, Ibu Maryanih mempekerjakan 6 orang karyawan dalam memproduksi dodol sesuai pemesanan yang dibagi menjadi dua bagian; bagian pengadonan 2 orang dan bagian pengadukan dodol 2 orang. Bagian pengadonan bertugas mengolah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi, sedangkan 2 orang sisanya bertugas mengolah bahan setengah jadi hingga produk siap jual. Industri rumahan dodol betawi Ibu Maryanih tidak memiliki mitra tetapi memiliki pelanggan tetap dalam mendistribusikan produknya. Atas latar belakang tersebut, artikel ini menelaah efektifitas produksi pada industri rumahan tersebut.

Dalam sejumlah literatur, tingkat efektivitas dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif. Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak yaitu: (1) kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai; (2) kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi; (3) proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan; (4) perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi di masa depan; dan (5) penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja (Siagian, 2001).

METODE

Jenis data yang dikumpulkan peneliti adalah data primer. Instrumen pengumpulan data primer menggunakan teknik wawancara. Wawancara yang dilakukan tim peneliti yaitu dengan cara bertanya langsung kepada pihak tertentu baik pemilik maupun karyawan yang berhubungan untuk data yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik analisis menggunakan analisis titik impas. Analisis titik impas adalah suatu analisis untuk menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan agar perusahaan tersebut tidak menderita kerugian, tetapi juga belum memperoleh keuntungan. Titik impas merupakan alat ukur untuk menggambarkan dan merencanakan penjualan suatu barang atau jasa agar terjadi pengukuran dimana penjualan akan berada dalam posisi rugi, laba atau tidak rugi dan tidak laba (impas). Untuk menentukan tingkat titik impas, maka biaya yang terjadi harus dapat dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap tidak berubah dalam range output tertentu, tetapi untuk satuan produksi akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan produksi. Semakin besar hasil produksi, maka biaya tetap persatuan akan semakin kecil, sebaliknya semakin rendah hasil produksi maka biaya tetap persatuan akan semakin besar. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan naik turun sebanding dengan hasil produksi atau volume kegiatan, tetapi untuk setiap satuan produksi akan tetap. Perhitungan untuk menentukan luas operasi pada tingkat break even dapat dilakukan dengan menggunakan suatu rumus tertentu, tetapi untuk menggambarkan tingkat volume dengan labanya maka diperlukan grafik atau bagan titik impas. Penggunaan metode juga digunakan oleh Ngatindriatun dan Iksari (2011) yang meneliti efisiensi produksi industri skala kecil batik di Semarang.

Untuk menentukan jumlah penjualan minimal yang harus dicapai agar perusahaan mencapai *break even* dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Break even point (Dalam satuan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin}}$$

Atau

$$\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Hargajualpersatuan} - \text{BiayaVariabelPersatuan}}$$

Hal ini dapat pula ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut: $y = cx - bx - a$ dimana y = laba; c = harga jual per satuan; x = jumlah produk yang dijual; b = biaya variabel persatuan; a = biaya tetap. Formula untuk menentukan titik impas dalam rupiah yaitu:

$$\text{Break even point (Dalam rupiah hasil penjualan)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Margin income ratio}}$$

Dalam penentuan titik break even dapat pula dilakukan dengan grafik atau bagan, dengan grafik titik impas manajemen akan dapat mengetahui hubungan antara biaya, penjualan (volume penjualan) dan laba. Di samping itu dengan grafik titik impas manajemen dapat mengetahui besarnya biaya yang tergolong biaya tetap dan biaya variabel dan dengan grafik titik impas pula manajemen akan dapat mengetahui tingkat-tingkat penjualan yang masih menimbulkan

kerugian dan tingkat-tingkat penjualan yang sudah menimbulkan laba atau besarnya rugi atau laba pada suatu tingkat penjualan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini data penjualan dan biaya produksi dodol Betawi pada industri rumahan Ibu Maryanah dalam satu kali produksi.

Tabel 1. Data Penjualan dan Biaya Produksi Dodol Betawi Ibu Maryanah

Komponen	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Penjualan 20/tenong (ukuran besar) dodol	120.000	2.400.000
Penjualan 20/mika (ukuran sedang) dodol	60.000	1.200.000
Penjualan 10/mika (ukuran kecil) dodol	45.000	450.000
Biaya tetap		
Penggorengan khusus dodol (1 penggorengan)	2.000.000	2.000.000
Baskom 5 unit	25.000	125.000
Timbangan kue 3 unit	120.000	360.000
Kayu pengaduk dodol 3 buah	50.000	150.000
1 tenong (tempat dodol) 20 buah	30.000	600.000
Mika ukuran sedang 20 buah	5.000	100.000
Total biaya tetap	-	3.335.000
Biaya variabel		
Beras ketan 50 kg	15.000	750.000
Gula merah 50 kg	10.000	500.000
Gula pasir 20 kg	10.000	200.000
Santan 20 bungkus	5.000	100.000
Daun pandan 10 lembar	-	-
Tenaga kerja 6 orang	200.000	1.200.000
Total biaya variabel	-	2.750.000

Sumber: wawancara, 2016

Berbasis data tersebut, dapat dihitung titik impas industri dodol Betawi Ibu Maryanah. Prosedur manual perhitungannya adalah $3.335.000/1 - 2.750.000/4.050.000 = 3.334.999$. Hasil akhir diperoleh informasi bahwa industri mencapai titik impas sebesar Rp. 3.334.999. Informasi ini cukup memberikan pemahaman bahwa usaha industri rumahan yang berbasis kuliner nusantara cukup potensial dikembangkan. Hal ini disebabkan permintaan jenis makanan ini tidak habis dimakan waktu. Hasil wawancara menunjukkan, permintaan dodol Betawi banyak dilakukan saat acara pernikahan dan hari lebaran. Hal ini merupakan indikasi bahwa permintaan dodol Betawi akan tetap terjadi sepanjang waktu. Artikel ini mengonfirmasi temuan studi yang dilakukan Hidayat (2010) yang menyatakan bahwa budaya Betawi tetap bertahan di tengah gempuran budaya urban yang modern.

Selain itu, bahan baku relatif mudah dan terjangkau serta tidak harus diimpor dari luar negeri. Fakta menunjukkan, 100% bahan baku dodol Betawi dapat diperoleh dengan mudah di pasar -

pasar tradisional. Dengan dukungan pasokan bahan baku yang berkelanjutan serta tingkat permintaan yang berkelanjutan, hampir bisa dipastikan industri ini tetap menjadi bisnis yang menguntungkan.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Hasil menunjukkan bahwa dodol Betawi sebagai bagian dari warisan budaya Betawi tetap bertahan di tengah gempuran kuliner modern. Hasil pengamatan terhadap industri ini, di mana industri rumahan dodol Betawi Ibu Maryanih sebagai studi kasus, menghasilkan simpulan bahwa industri ini cukup potensial dikembangkan. Hal tersebut diindikasikan oleh tingkat pengembalian usaha ini yang relatif tinggi. Tingkat pengembalian usaha yang tinggi ini disebabkan oleh komponen bahan baku yang relatif terjangkau dan tidak diimpor. Karena mudahnya bahan baku tersebut, produktivitas usaha dapat terjaga keberlangsungannya.

Persoalannya adalah industri ini masih berhadapan dengan skala pasar yang terbatas dengan dukungan pemasaran seadanya. Karena itu, saran kebijakan yang dapat ditempuh Ibu Maryanih adalah dengan melakukan ekspansi pasar dan dukungan pemasaran yang canggih dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., (2010), Pengembangan Perkampungan Budaya Betawi Dari Condet ke Srengseng Sawah, *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol. 16, No. 5: 560-572.
- Ngatindriatun dan Ikasari, H., (2011) Efisiensi Produksi Industri Skala Kecil Batik Semarang Pendekatan Fungsi Produksi Stokastik, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 4, No. 1: 28-36.
- Siagian, M.S.P., (2005), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Swastha, B., (2010), *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, Yogyakarta: BPFE.