

## Analisis Penentuan Harga Jual Martabak Kairo Di Desa Karang Sari

Muhammad Fahim<sup>1</sup>,

STIE Widya Gama Lumajang

Email: fahimhalilintar7@gmail.com.<sup>1</sup>

### INFO ARTIKEL

Volume 4

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2021

Halaman 41-48

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga jual yang ditetapkan dan menganalisis metode penentuan harga jual dengan *cost-plus pricing* pada Martabak Kairo Di Desa Karang Sari. Jenis Penelitian yang digunakan adalah dengan metode deskriptif, Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data yang digunakan ialah data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini diperoleh dari data-data keuangan dan wawancara dengan pemilik usaha Martabak, sedangkan teknik analisis datanya deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode penentuan harga jual pada Makyung Martabak Kairo yang memperoleh harga sebesar Rp.60.000 belum mencapai laba yang diinginkan yaitu sebesar 43,25%. Untuk mendapatkan laba yang diinginkan yaitu sebesar 60%, Martabak Kairo harus menetapkan harga jual martabak per porsi sebesar Rp. 65.000.

**Kata kunci : Harga jual, Cost-plus pricing.**

### ABSTRACT

*This study aims to determine the set selling price and analyze the method of determining the selling price with cost-plus pricing at the Martabak Cairo in Karang Sari Village. This type of research is descriptive method, the type of data used in this study is quantitative data and the source of the data used is secondary data. The research data collection technique was obtained from financial data and interviews with Martabak business owners, while the data analysis technique was descriptive. The results showed that the selling price determination method in Makyung Martabak Cairo which obtained a price of Rp. 60,000 had not reached the desired profit of 43.25%. To get the desired profit of 60%, Martabak Cairo must set a martabak selling price per portion of Rp. 65,000.*

**Keywords: Selling price, Cost-plus pricing..**

### PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian serta kemajuan di bidang teknologi dewasa ini telah mengakibatkan timbulnya berbagai jenis industri, baik yang bersifat perusahaan nasional maupun perusahaan multinasional. Yang berperan untuk memanfaatkan kebutuhan masyarakat. Hal ini telah membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan berbagai jenis industri. Timbulnya berbagai jenis industri, membutuhkan pengelolaan yang baik, mulai dari bahan baku ke bahan jadi sampai dalam proses pemasarannya.

Dalam teori ekonomi, harga, nilai, dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhannya, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam suatu pertukaran. Perekonomian kita bukan

sistem barter, maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah harga. Jadi, harga adalah nilai yang dinyatakan dalam uang.

Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh terhadap harga. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia mendapat kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai keputusannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan.

Berkaitan dengan pentingnya masalah proses penentuan harga jual maka peneliti menentukan obyek penelitian pada Martabak Kairo Desa Karang Sari Pedagang kaki lima ini bergerak dibidang pengolahan bahan baku menjadi makanan yang siap disaji. Martabak Kairo perlu memperhatikan mengenai masalah penentuan harga jual, hal ini perlu karena berkaitan dengan harga jual yang ditetapkan agar dapat bersaing dengan tempat usaha lain yang sejenis. Salah satu metode penentuan harga jual yang dilakukan oleh pedagang adalah dengan menggunakan metode Mark-up Pricing, metode yang biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut setelah terlebih dahulu ditambah biaya-biaya. Biasanya, besarnya mark-up adalah keseluruhan biaya operasi dan keuntungan yang diinginkan.

Dalam sistem ini, pedagang menetapkan harga jual dengan menambah harga beli dengan persentasi tertentu dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul sebagai berikut “Analisis Penentuan Harga Jual Pada Martabak Kairo Desa Karang Sari “.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sugiyono (2013 : 147) memberikan pengertian mengenai metode deskriptif sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan usaha atau industri martabak di Desa Karang Sari saat ini cukup baik. Banyaknya pedagang martabak Kairo secara tidak langsung mengurangi pengangguran yang ada di Desa Karang Sari. Akan tetapi, ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha di bidang ini, diantaranya kesulitan modal untuk pengembangan usaha, lokasi usaha yang rentan terhadap penggusuran dan penertiban, pungutan liar baik oleh para oknum terkait ataupun oleh preman yang menguasai lokasi usaha tempat pedagang berjualan.

Pedagang martabak di Desa Karang Sari pada dasarnya bermacam-macam. Etnis Jawa adalah suku yang terbanyak Pedagang martabak di yang berasal dari daerah lain menamakan produk martabaknya sesuai dengan asal daerahnya, seperti martabak Bandung, martabak Bangka, martabak Kubang dan sebagainya. Perbedaan antara setiap merek martabak biasanya terletak pada cara pengolahannya saja.

Martabak mempunyai banyak rasa dan macam, ada martabak isi coklat dan kacang, coklat keju dan sebagainya. Perubahan selera masyarakat yang terus berubah menyebabkan pedagang martabak terus berinovasi mengembangkan rasa dan jenis produknya. Martabak isi buah adalah salah satu hasil inovasi pedagang yang banyak disukai konsumen. Berdasarkan penelitian, pedagang martabak Kairo di Desa Karang Sari mulai berjualan pada waktu sore hari sekitar jam 6 sore hingga jam 12 malam. Pedagang martabak berjualan setiap hari, dan hanya libur jika ada kepentingan yang tidak bisa ditinggalkan seperti urusan keluarga. Pada saat pedagang tersebut libur biasanya ada pedagang lain yang menggantikan tempatnya berjualan, dan hasil penjualannya untuk pedagang yang menggantikan tersebut.

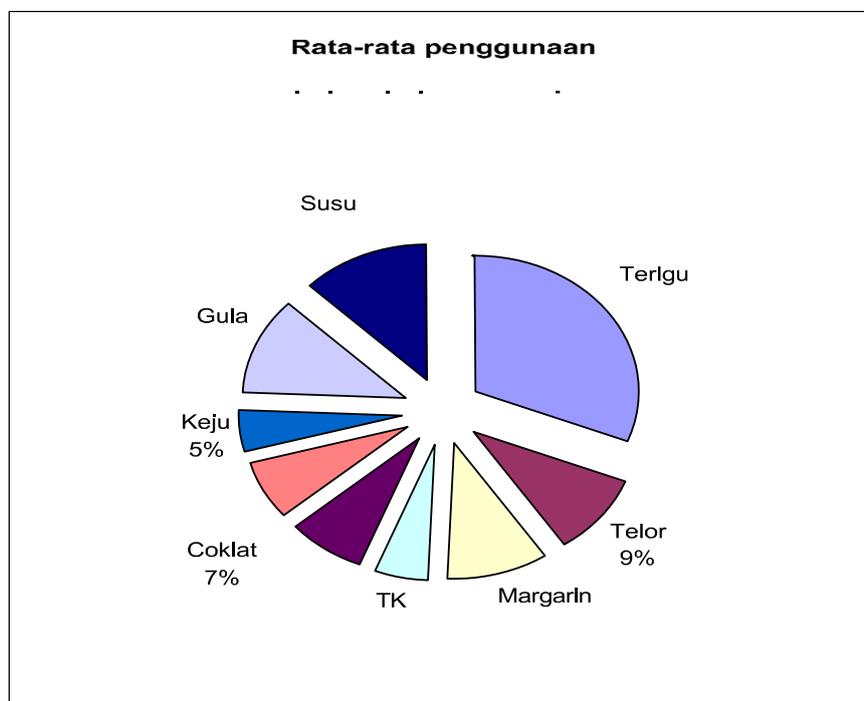
Konsumen yang membeli martabak sangat beragam dan datang dari berbagai kalangan, mulai dari ekonomi kelas bawah sampai dengan ekonomi kelas atas. Konsumen menengah keatas terbiasa membeli martabak dengan rasa yang komplit ataupun spesial, sebaliknya konsumen kelas bawah membeli martabak dengan rasa yang biasa. Pedagang biasanya menjual langsung martabaknya ke konsumen, tetapi ada juga pedagang yang

bekerjasama dengan pengusaha catering dalam menjual produknya. Hal tersebut terjadi jika ada acara-acara tertentu saja seperti acara pernikahan, selamatan dan acara-acara kantor seperti seminar, rapat dan lain lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang martabak, rata-rata produk martabak yang paling digemari adalah produk dengan harga dan rasa biasa, seperti martabak isi kacang dan coklat, sedangkan martabak dengan rasa lengkap atau istimewa jarang pembelinya. Berbeda dengan martabak, martabak telur dengan isi yang lebih banyak lebih digemari walaupun harganya lebih mahal.

Terjadinya kenaikan harga tepung terigu sebagai bahan baku utama martabak diduga mempengaruhi penjualan martabak. Sebagai solusinya, pedagang melakukan beberapa cara ada yang menaikkan harga jual martabak perloyangnya, ada juga pedagang yang mengurangi barang dagangan martabaknya. Solusi terbanyak yang dipakai pedagang adalah menaikkan harga jual martabaknya. Berbeda dengan pedagang martabak, pedagang yang berbahan baku tepung terigu lainnya seperti roti dan mie instan lebih memilih untuk mengurangi ukuran produknya agar tidak kehilangan pelanggan yang merasa produknya terlalu mahal.

Berdasarkan Gambar 9 dapat diketahui rata-rata penggunaan bahan baku untuk berjualan martabak per hari, yang dilakukan oleh pedagang di Desa Karang Sari. Rata-rata pedagang martabak Kairo di Desa Karang Sari menggunakan 31 persen terigu dari total bahan baku yang digunakan. Persentase penggunaan bahan baku terigu merupakan yang terbesar, karena terigu adalah bahan baku dengan volume pemakaian terbesar. Susu dan gula merupakan bahan baku yang menempati persentase terbesar kedua dan ketiga yaitu sebesar 13 persen dan 12 persen.



Gambar 9. Rata-rata penggunaan bahan baku oleh pedagang untuk pembuatan martabak di Desa Karang Sari.

Bahan baku lainnya seperti keju, coklat dan kacang masing-masing lima persen, tujuh persen dan delapan persen. Tenaga kerja, margarin dan telur masing-masing sebesar lima persen, 10 persen dan sembilan persen. Keju adalah bahan baku yang volume penggunaannya memiliki kontribusi yang paling kecil terhadap total bahan baku yaitu sebesar lima persen. Berdasarkan struktur biaya, keju adalah bahan baku utama karena persentase biayanya adalah yang terbesar untuk setiap pedagang yaitu sebesar 23 persen dari total biaya yang dikeluarkan. Kegiatan usaha martabak pada akhirnya akan dinilai berdasarkan keuntungannya yang merupakan selisih antara penerimaan usaha martabak dengan biaya-biaya usaha martabak yang dikeluarkan. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam analisis keuntungan martabak dapat digolongkan menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap atau biaya yang diperhitungkan. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan pedagang untuk

membeli bahan baku martabak dan membayar tenaga kerja per malamnya. Sedangkan biaya tetap atau biaya tidak tunai adalah biaya yang tidak diperhitungkan pedagang sebagai biaya yang mereka keluarkan seperti biaya penyusutan alat-alat. Ukuran tingkat keuntungan atas biaya tunai menggambarkan besarnya keuntungan pedagang dari usaha martabak yang dikelolanya setelah dikurangi dengan biaya tunai yang dikeluarkannya. Keuntungan atas biaya tunai belum menggambarkan keuntungan yang sebenarnya. Hal ini dikarenakan masih ada komponen-komponen lain milik sendiri yang perlu diperhitungkan, oleh karena itu diperlukan juga keuntungan atas biaya total. Biaya total adalah penjumlahan antara biaya variabel dan biaya tetap atau biaya tidak tunai.

Pada penelitian ini, analisis pendapatan martabak dibagi menjadi dua bagian yaitu analisis pendapatan martabak sebelum terjadi kenaikan harga tepung terigu dan analisis pendapatan martabak setelah terjadinya kenaikan harga tepung terigu.

#### 1. Penerimaan Usaha Martabak Kairo di Desa Karang Sari

Penghitungan analisis pendapatan dimulai dengan menghitung penerimaan usaha martabak. Penerimaan yang diperoleh pedagang merupakan nilai dari total produksi usaha martabak yang dikelolanya. Hasil penjualan martabak yang merupakan output dalam usaha martabak merupakan pendapatan kotor sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang digunakan dalam usaha martabak. Pada analisis penerimaan ini peneliti menggunakan asumsi bahwa martabak yang dihasilkan oleh pedagang seluruhnya dijual dan tidak menjadi konsumsi pedagang itu sendiri.

Para pedagang martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu per malamnya rata-rata menghasilkan 35,43 loyang martabak. Setelah terjadinya kenaikan harga tepung terigu, produktivitas pedagang martabak mengalami penurunan sebesar 13,99 persen menjadi 30,47 loyang. Sebelum terjadinya kenaikan harga tepung terigu, pedagang martabak menjual martabak dengan harga rata-rata per loyang sebesar Rp 15.662 sedangkan untuk martabak setelah terjadinya kenaikan harga tepung terigu dihargai Rp 17.593 per loyangnya. Harga martabak sesudah kenaikan harga tepung terigu lebih tinggi dibandingkan dengan harga martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu. Hal ini disebabkan tidak hanya harga tepung terigu saja yang meningkat tetapi harga dari faktor-faktor produksi lainnya juga mengalami peningkatan seperti harga keju, telur, margarin dan lain-lain.

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa penerimaan yang diperoleh pedagang martabak selama penelitian sebelum terjadinya kenaikan harga tepung terigu adalah sebesar Rp 560.000 sedangkan penerimaan pedagang martabak setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu yaitu sebesar Rp. 536.000 Perbedaan penerimaan ini disebabkan oleh penurunan penjualan martabak setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu, walaupun harga martabak telah dinaikkan.

Tabel. 5. Penerimaan Per Hari Usaha Martabak Sebelum dan Sesudah Kenaikan Harga Tepung Terigu di Desa Karang Sari

Komponen	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp/mlm)	Nilai (Rp)
Martabak sebelum kenaikan	35,43	Loyang	15.662	560.000
Martabak sesudah kenaikan	30,47	Loyang	17.593	536.000

#### Biaya Usaha Martabak

Biaya total yang dikeluarkan pedagang martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu dalam satu kali produksi yaitu sebesar Rp 358.017/malam. Biaya tersebut merupakan hasil penjumlahan dari total penggunaan biaya tunai dan biaya yang diperhitungkan. Tabel. 6 menunjukkan bahwa biaya tunai memiliki proporsi biaya yang jauh lebih besar bila dibandingkan dengan biaya diperhitungkan.

Biaya variabel yang dikeluarkan oleh pedagang sebesar Rp 35.001/malam atau sebesar 98,3 persen dari total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi, sedangkan biaya tetap hanya sebesar Rp 6.016/malam atau sebesar 1,7 persen dari total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi usaha martabak . Biaya-biaya yang dikeluarkan per hari oleh pedagang martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu di Desa Karang Sari dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 6. Biaya-Biaya Per Hari Usaha Martabak Sebelum Terjadinya Kenaikan Harga Tepung Terigu Per Hari/Malam Tahun 2007.

No.	Uraian	Satuan	Jmlh	Harga (Rp)	Jml/Mlm (Rp)	Biaya (%)
A	Total Penerimaan	Loyang	35,43	15.662	560.000	
	Komponen Biaya:					
B	Biaya Variabel					
1	Terigu	Kg	8,37	4.290	35.893	10,0
2	Telur	Kg	2,50	14.780	36.950	10,3
3	Margarin	Kg	2,68	18.500	49.642	13,9
4	Tenaga kerja	Org	1,40	25.000	35.000	9,8
5	Kacang	Kg	2,15	12.373	26.603	7,4
6	Coklat	Kg	1,83	16.102	29.520	8,2
7	Keju	Kg	1,33	65.480	87.307	24,4
8	Susu	Kaleng	3,50	5.480	19.180	5,4
9	Gula	Kg	3,10	5.447	16.885	4,7
10	Bahan bakar	Kg	3,02	4.980	15.023	4,2
	Total Biaya Variabel				352.001	98,3
C	Biaya Tetap					
1	Penyusutan alat-alat				2.066	0,6
2	Sewa tempat	M2	4,63		3.950	1,1
	Total Biaya Tetap				6.016	
D	Total biaya (B+C)				358.017	100,0
	R/C atas biaya total	(A/D)			1,564	

Total biaya yang dikeluarkan pedagang martabak setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu dalam satu kali produksi lebih besar daripada total biaya yang dikeluarkan pedagang sebelum terjadi kenaikan harga tepung terigu yaitu sebesar Rp 401.678/malam. Hal ini dikarenakan tidak hanya harga tepung terigu saja yang meningkat tetapi harga dari faktor-faktor produksi lainnya juga mengalami peningkatan seperti harga keju, telur, margarin dan lain-lain.

Seperti halnya pada kasus sebelum kenaikan harga tepung terigu, biaya variabel setelah kenaikan harga tepung terigu juga memiliki proporsi biaya variabel yang lebih besar bila dibandingkan dengan biaya tetap. Biaya variabel yang dikeluarkan oleh pedagang sebesar Rp 395.662/malam atau sebesar 98,5 persen dari total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi, sedangkan biaya tetap hanya sebesar Rp 6.016/malam atau sebesar

1,5 persen dari total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi. Tabel 7. Biaya-Biaya Per Hari Usaha Martabak Setelah Terjadinya Kenaikan Harga Tepung Terigu Per Hari Tahun 2008.

No.	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga (Rp)	Jml/Mlm (Rp)	Biaya (%)
A	Total Penerimaan	Loyang	30,47	17.593	536.000	
	Komponen Biaya:					
<b>B</b>	<b>Biaya Variabel</b>					
1	Terigu	Kg	8,37	7.112	59.501	14,8
2	Telur	Kg	2,50	16.077	40.192	10,0
3	Margarin	Kg	2,68	20.572	55.201	13,7
4	Tenaga kerja	Org	1,40	24.800	34.720	8,6
5	Kacang	Kg	2,15	13.172	28.319	7,1
6	Coklat	Kg	1,83	17.175	31.488	7,8
7	Keju	Kg	1,33	69.222	92.296	23,0
8	Susu	Kaleng	3,50	6.070	21.245	5,3
9	Gula	Kg	3,08	6.057	18.675	4,6
10	Bahan bakar	Kg	2,82	4.980	14.027	3,5
	<b>Total Biaya Variabel</b>				395.662	98,5
<b>C</b>	<b>Biaya Tetap</b>					
1	Penyusutan alat-alat	Rp			2.066	0,5
2	Sewa tempat		4,63		3.950	1,0
	Total Biaya Tetap	m2			6.016	
D	Total biaya (B+C)				401.678	100,0
	R/C atas biaya total	(A/D)			1,334	

Penggunaan biaya-biaya dalam usaha martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu sebagian besar dialokasikan untuk membeli bahan baku produksi. Begitu halnya dengan usaha martabak setelah kenaikan harga tepung terigu, sebagian besar biaya dialokasikan untuk membeli bahan baku produksi. Proporsi terbesar untuk biaya pada usaha martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu adalah biaya untuk pembelian keju, yaitu sebesar Rp 87.307 (24,4 persen). Begitu halnya pada usaha martabak setelah kenaikan harga tepung terigu, proporsi biaya terbesarnya terdapat pada biaya untuk pembelian keju yaitu sebesar Rp 92.296 (23 persen).

Hal ini terjadi karena keju adalah faktor produksi yang mempunyai harga termahal. Sebelum adanya kenaikan harga, tepung terigu menempati urutan ke empat dalam persentase biaya. Tepung terigu memiliki persentase sebesar 10 persen dari total biaya yang dikeluarkan atau sebesar Rp 35.893. Setelah terjadinya kenaikan harga, tepung terigu menempati urutan terbesar kedua dalam usaha martabak. Tepung terigu menjadi salah satu biaya terbesar disebabkan karena tepung terigu adalah bahan baku utama dalam membuat martabak, hampir 80 persen martabak adalah terbuat dari terigu dan 20 persen sisanya adalah bahan pelengkap atau topping yang menjadi penghias sehingga martabak menjadi lebih enak untuk dinikmati. Persentase tepung terigu sebesar 14,8 persen atau sebesar Rp 59.501.

Telur digunakan sebagai pencampur adonan utama. Fungsi telur bagi martabak selain membuat gurih adalah membuat martabak menjadi lebih mengembang. Itulah sebabnya sebelum kenaikan harga tepung terigu, telur menempati urutan biaya terbesar ke tiga setelah keju dan margarin. Persentase untuk telur adalah sebesar 10,3 persen dari total biaya yang dikeluarkan atau sebesar Rp 36.950. Setelah kenaikan harga tepung terigu, telur menempati proporsi biaya terbesar ke empat, dengan persentase sebesar 10 persen dari total biaya yang dikeluarkan atau sebesar Rp 40.192. Pengeluaran biaya terbesar kedua dalam usaha martabak sebelum kenaikan harga tepung terigu adalah margarin. Margarin menjadi salah satu biaya terbesar karena margarin dibutuhkan dalam jumlah banyak untuk membuat martabak menjadi lebih gurih. Margarin digunakan dua kali pada saat setengah matang dan dioleskan pada saat martabak dimasukkan ke dalam bungkus. Persentase margarin sebesar 13,9 persen atau sebesar Rp 49.642. Setelah kenaikan harga tepung terigu, margarin memiliki proporsi biaya terbesar ketiga dengan persentasi 13,7 persen atau setara dengan Rp 55.201.

Tenaga kerja menjadi faktor terpenting dalam usaha ini, karena kualitas dan cita rasa yang dihasilkan martabak tergantung dari pengalaman tenaga kerja itu sendiri. Tenaga kerja dalam usaha martabak memperoleh proporsi 9,8 persen setara dengan Rp 35.000 dari total biaya yang dikeluarkan. Setelah kenaikan harga

tepung terigu, tenaga kerja yang dikeluarkan setara dengan 8,6 persen atau Rp 34.720 dari total biaya yang dikeluarkan. Rata-rata upah tenaga kerja setelah kenaikan harga tepung terigu mengalami penurunan sebesar 0,8 persen atau Rp 200 dari Rp 25.000 menjadi Rp 24.800. Hal tersebut terjadi karena pedagang mengalami penurunan pendapatan, sehingga menurunkan upah pekerjanya.

Sebelum terjadi kenaikan harga tepung terigu besaran biaya yang dikeluarkan untuk faktor produksi lainnya seperti kacang adalah 7,4 persen atau setara Rp 26.603 coklat sebesar 8,2 persen setara Rp 29.520 susu dengan persentase 5,4 persen atau Rp 19.180 dan gula sebesar 4,7 persen setara dengan Rp 16.885. Bahan bakar sebagai bahan baku yang tidak kalah penting memiliki persentase dari biaya total sebesar Rp 15.023 atau setara dengan 4,2 persen.

Setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu proporsi faktor produksi lainnya secara berurutan seperti kacang adalah 7 persen atau Rp 28.319 coklat sebesar 7,8 persen atau Rp 31.488 susu dengan persentase 5,3 persen atau Rp 21.245 dan gula sebesar 4,6 persen setara dengan Rp 18.675 dan bahan bakar memiliki persentase dari biaya total sebesar Rp 14,027 atau setara dengan 3,5 persen (Tabel 7).

Peralatan-peralatan yang dibutuhkan dalam usaha martabak adalah gerobak, loyang, kompor gas dan alat-alat dapur. Alat-alat dapur dalam usaha martabak diantaranya adalah pisau stainless, sendok stainless kecil, garpu stainless yang sudah dihilangkan mata tengahnya, sendok makan stainless, sendok melamin, parutan stainless dan wadah aluminium untuk menaburkan gula pasir. Metode penyusutan yang dipakai adalah metode garis lurus (Straight Line Method) karena umur alat yang dimiliki pedagang relatif seragam.

Nilai rata-rata penyusutan peralatan untuk usaha martabak sebelum dan setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu per hari adalah sama yaitu sebesar Rp 2.066. Perbedaannya terletak pada proporsi atas biaya, yaitu sebesar 0,6 persen dari total biaya sebelum kenaikan harga tepung terigu, dan 0,5 persen setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis keuntungan usaha martabak sebelum terjadinya kenaikan harga tepung terigu menunjukkan keuntungan yang cukup baik. Rasio R/C atas biaya total sebesar 1,564 artinya untuk sekali berdagang per malam pedagang mendapatkan penerimaan 1,564 kali dari satu rupiah biaya total yang dikeluarkan.

Nilai keuntungan atas penggunaan biaya total usaha martabak sebelum terjadi kenaikan harga tepung terigu (0,564) lebih besar daripada usaha martabak setelah terjadi kenaikan harga tepung terigu (0,334). Hal ini menjelaskan bahwa pedagang martabak sebelum kenaikan terigu menerima keuntungan 0,564 rupiah dari setiap satu rupiah total biaya yang dikeluarkan, sementara pedagang martabak setelah kenaikan terigu hanya menerima keuntungan sebesar 0,334 rupiah dari setiap biaya input yang dikeluarkan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan kedua usaha martabak yang diteliti merupakan usaha yang menguntungkan secara ekonomi karena masing-masing usaha martabak tersebut memiliki nilai R/C ratio atas biaya total lebih besar daripada 1 ( $R/C \text{ ratio} > 1$ ) dan rasio keuntungan atas biaya total yang positif.

Saran peneliti dalam penelitian ini adalah perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai efisiensi faktor-faktor produksi agar dapat diketahui kombinasi optimal dari penggunaan faktor-faktor produksi sehingga usaha martabak menjadi optimal dan pendapatan pedagang dapat ditingkatkan. Pedagang martabak diharapkan mampu mensubstitusi tepung terigu sebagai bahan baku utama martabak dengan bahan baku lainnya yang sama atau lebih baik kualitasnya tetapi lebih murah agar memperkecil biaya produksi per harinya. Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai efisiensi faktor-faktor produksi agar dapat diketahui kombinasi optimal dari penggunaan faktor-faktor produksi sehingga usaha martabak menjadi optimal dan pendapatan pedagang dapat ditingkatkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

BPS Desa Karang Sari. 2011. Desa Karang Sari Dalam Angka 2011.

BPS Desa Karang Sari. Desa Karang Sari. Asosiasi Pedagang Martabak dan Jajanan seluruh Indonesia, <http://www.almarjanIndonesia.com/asal-usul-martabak> 12 Oktober 2012

Asosiasi Pedagang Martabak dan Jajanan seluruh Indonesia, <http://www.almarjanIndonesia.com/martabak>. 12 Oktober 2012

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, <http://www.depkop.go.id/Download-document/ukm> 12 Oktober 2014