

Analisis Omset Penjualan Keripik Pisang Agung UD. Nikmat Rasa Lumajang Tahun 2009-2013

Yunilawati, Sri Kantun, Titin Kartini
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: srikantunilyas@ymail.com

ABSTRAK

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang Tahun 2009-2013. Obyek dalam penelitian adalah UD. Nikmat Rasa Lumajang. Subyek Penelitian adalah Pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang dan informan dari 2 Sales dan 2 Pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode observasi, wawancara, dan dokumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *trend* dengan menggunakan metode Kuadrat Terkecil (*Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang tiap per semester selama 5 tahun yaitu tahun 2009-2013 mengalami perkembangan, tidak hanya mengalami kenaikan bahkan juga mengalami penurunan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kenaikan omset penjualan keripik pisang agung tertinggi yang dihasilkan UD. Nikmat Rasa Lumajang adalah tahun 2012 Semester II yaitu naik sebesar 48% dan penurunan omset penjualan yang paling curam adalah tahun 2012 Semester I yaitu turun sebesar 22%. Kenaikan omset penjualan keripik pisang agung akan meningkatkan keuntungan/laba usaha UD. Nikmat Rasa Lumajang sebaliknya semakin omset penjualan keripik pisang agung turun, maka keuntungan/laba usaha yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang juga turun. Pada tahun 2012 Semester II adalah keuntungan/laba usaha yang tertinggi yaitu naik sebesar 86%. Hal ini karena bertepatan dengan menjelang hari raya dan waktu liburan sekolah, sehingga pelanggan membeli keripik pisang agung lebih banyak dari bulan lainnya, penambahan jumlah sales juga menyebabkan omset penjualan mengalami kenaikan. Penurunan laba usaha yang terbesar adalah pada tahun 2010 Semester I yaitu turun sebesar 58%, hal ini karena tidak bertepatan dengan hari raya, memasuki tahun ajaran baru, kurangnya varian produk, kurangnya promosi dan semakin banyaknya persaingan dari industri keripik pisang agung lainnya.

Kata Kunci: Keripik Pisang Agung, Omset penjualan, UD. Nikmat Rasa Lumajang

ABSTRACT

The research used descriptive design with qualitative approach that aimed to analyze the sales omset of keripik pisang agung of UD. Nikmat Rasa Lumajang in 2009-2013. The object of research was UD. Nikmat Rasa Lumajang. The research subjects were the owner of UD. Nikmat Rasa Lumajang and informants from 2 salesmen and 2 customers. Data collection used observation, interviews, and documents. Data analysis method used trend analysis using Least Squares method. The result showed that Keripik Pisang Agung Sales Omset of UD. Nikmat Rasa Lumajang each semester for 5 years in 2009-2013 experienced growth, not only increases even decreases. Based on these result, it can be found that the highest increase in sales omset of Keripik Pisang Agung produced by UD. Nikmat Rasa Lumajang was in Semester II of 2012 reaching 48% and the highest decrease in sales omset was in Semester I of 2012 reaching 22%. The increase in sales omset of Keripik Pisang Agung could increase the profit of UD. Nikmat Rasa Lumajang conversely while the decrease in sales omset of Keripik Pisang Agung could lower UD. Nikmat Rasa Lumajang. In 2012 in Semester II, the highest profit reached 86%. This was because it coincided with holidays and school vacation, so the customers bought keripik pisang agung more than the other month, increasing number of sales also led to increased sales omset. The highest decline in profit was in semester I of 2010 reaching 58%; this was because it did not coincide with religious celebration days, new school year and was due to lack of product variant, lack of promotion and the increasing competition from other keripik pisang agung industries.

Keywords: Keripik Pisang Agung, Sales Omset, UD. Nikmat Rasa Lumajang

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga yang banyak terdapat di Kabupaten Lumajang adalah industri keripik pisang agung. Perkembangan industri makanan ringan yang memproduksi keripik pisang agung berkembang pesat dan penjualannya sampai keluar Pulau Jawa. Pemasaran keripik pisang agung yang semakin meluas, sehingga pemasarannya tidak hanya di Lumajang. Akan tetapi, pemasarannya juga sampai di wilayah Timur, seperti Jember, Banyuwangi dan Bali dan di wilayah Utara, seperti Probolinggo, Pasuruan dan Surabaya. Munculnya persaingan antar industri keripik pisang agung membuat pelaku industri untuk meningkatkan penjualannya guna kelangsungan hidup perusahaannya.

UD. Nikmat Rasa merupakan salah satu industri yang memproduksi keripik pisang agung. UD. Nikmat Rasa beralamatkan di Dusun Jogoyudon Jl. Sultan Agung No. 43 Lumajang. UD. Nikmat Rasa memproduksi keripik pisang agung dua aneka rasa yaitu rasa manis dan rasa asin dengan kemasan yang bermerek "NIKMAT RASA". Pemilik UD. Nikmat Rasa, awalnya memasarkan keripik pisang agung hanya di sekitar Lumajang. Namun, seiring dengan banyaknya konsumen yang berminat membeli keripik pisang agung, maka pemilik berinisiatif untuk memasarkan keripik pisang agung di luar Lumajang yaitu Jember, Surabaya dan Bali. Dalam pemasarannya, keripik pisang agung dikemas dengan ukuran yang bervariasi yaitu kemasan kecil, sedang dan besar.

Data penjualan keripik pisang agung ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang:

"Jumlah keripik pisang agung yang terjual satu harinya biasanya sebanyak 40kg dengan ukuran kecil dan sedang. Kalau penjualan yang dijual Sales di Jember setiap bulannya, untuk kemasan kecil sebanyak 30kg-75kg dan kemasan sedang sebanyak 90kg-150kg. Sedangkan, penjualan di toko besar sebanyak 18kg, dan di toko kecil 4,5kg"(MS, 48Th).

Omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu

barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu (Chaniago, dalam Khuriyati 2013:20). Kenaikan atau penurunan suatu perusahaan dapat dilihat dari banyaknya penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Menjelang hari raya, pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang memproduksi keripik pisang agung dengan jumlah yang lebih banyak dari bulan biasanya. Selain menjelang hari raya, biasanya hari-hari tertentu seperti hari Jum'at sampai Minggu dan waktu liburan sekolah banyak pelanggan yang berdatangan ke toko UD. Nikmat Rasa Lumajang untuk membeli keripik pisang agung yang akan dijadikan makanan oleh-oleh bagi kerabat atau saudara. Sedangkan setelah hari raya, pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang memproduksi keripik pisang agung dengan jumlah sedikit, sebab permintaan tidak sebanyak saat menjelang hari raya dan bertepatan memasuki tahun ajaran baru.

Meningkatnya omset penjualan mendorong tujuan perusahaan untuk memperoleh laba akan tercapai. Permasalahan yang sekarang dihadapi adalah banyaknya usaha pesaing, sehingga hal tersebut membuat pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang harus bekerja keras untuk lebih menarik calon pembeli guna memperoleh laba yang besar. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang untuk meningkatkan penjualannya yaitu dengan cara meningkatkan kegiatan pemasaran produk. Dengan kegiatan pemasaran produk yang meningkat diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan, sehingga harus melakukan pendistribusian produk dengan baik agar produk yang dihasilkan UD. Nikmat Rasa Lumajang sampai ke tangan pelanggan lebih cepat. Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Analisis Omset Penjualan Keripik Pisang Agung UD. Nikmat Rasa Lumajang Tahun 2009-2013".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk

menganalisis omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang tahun 2009-2013. Subyek Penelitian dan Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive* adalah Pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang, 2 Sales dan 2 Pelanggan, lokasinya pada Industri Keripik Pisang Agung UD. Nikmat Rasa beralamatkan di Dusun Jogoyudon Jl. Sultan Agung No. 43 Lumajang. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi dan dokumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Trend* dengan menggunakan metode kuadrat terkecil (*Least Square*) untuk mengetahui omset penjualan keripik pisang agung tahun 2009-2013.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah penjualan keripik pisang agung, dihitung berdasarkan jumlah uang dalam rupiah yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang. Omset penjualan yang digunakan peneliti adalah omset penjualan per semester selama 5 tahun yaitu Tahun 2009-2013. Data omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester selama 5 tahun disajikan pada tabel berikut:

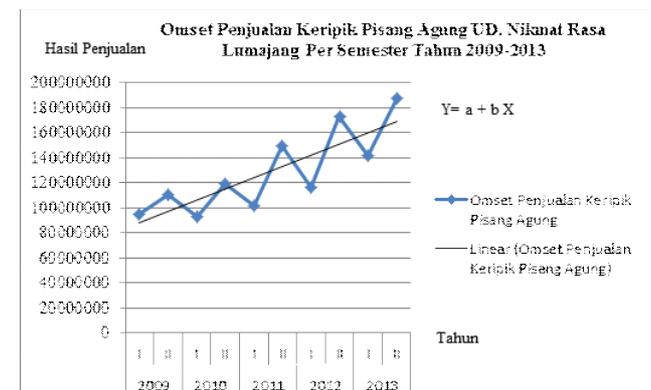
Tabel 1. Omset Penjualan Keripik Pisang Agung UD. Nikmat Rasa Lumajang Per Semester Tahun 2009-2013

Tahun	Per Semester	Omset Penjualan Keripik Pisang Agung	Persentase Perkembangan		Kenaikan/ Penurunan
2009	I	94.500.000	-	-	-
	II	110.250.000	17%	Naik	15.750.000
2010	I	92.750.000	-16%	Turun	(17.500.000)
	II	119.000.000	28%	Naik	26.250.000
2011	I	101.675.000	-14%	Turun	(17.325.000)
	II	149.000.000	46%	Naik	47.325.000
2012	I	116.200.000	-22%	Turun	(32.800.000)
	II	172.250.000	48%	Naik	56.050.000
2013	I	141.250.000	-18%	Turun	(31.000.000)
	II	187.500.000	33%	Naik	46.250.000

Sumber: data setelah diolah

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang mengalami perkembangan setiap tahunnya dalam per semester selama 5 tahun yaitu tahun 2009-2013. Terlihat bahwa omset penjualan tertinggi pada tahun 2012 Semester II yaitu naik sebesar 48%. Hal ini karena saat menjelang hari dan liburan sekolah banyak pelanggan yang membeli keripik pisang agung. Hari raya merupakan bulan-bulan tertentu yang menjadi kebutuhan pelanggan untuk menyediakan sajian bagi tamu, sehingga omset penjualan mengalami kenaikan dari bulan-bulan biasanya. Penurunan omset penjualan yang paling curam adalah pada tahun 2011 Semester I yaitu turun sebesar 22%, karena tidak bersamaan dengan hari raya, memasuki tahun ajaran baru, kurangnya varian produk, kurangnya promosi dan adanya persaingan makanan ringan keripik lainnya, seperti keripik salak, keripik nangka dan lainnya. Hal ini menyebabkan persediaan keripik pisang agung masih ada yang belum terjual di toko UD. Nikmat Rasa Lumajang dan penjualan yang dilakukan oleh Sales sehingga Pemilik UD. Nikmat Lumajang tidak menyettor lagi.

Peneliti memasukkan data ke dalam garis *trend*, sehingga terlihat perkembangan omset penjualan keripik pisang agung yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester selama 5 tahun yaitu tahun 2009-2013 tidak hanya mengalami kenaikan bahkan omset penjualan juga mengalami penurunan dalam per semester tiap tahunnya. Dibawah ini bentuk *trend* omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester tahun 2009-2013.



Gambar 1. *Trend* Omset Penjualan Keripik Pisang Agung Per Semester Tahun 2009-2013

Sumber : data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas bahwa omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang dalam kurun waktu mulai tahun 2009 sampai tahun 2013 menunjukkan adanya perkembangan per semester setiap tahunnya tidak hanya mengalami kenaikan bahkan omset penjualan juga mengalami penurunan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari industri keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester dari tahun 2009-2013 menunjukkan bahwa omset penjualan mengalami perkembangan tiap per semesternya dari tahun 2009-2013, tidak hanya mengalami kenaikan bahkan juga mengalami penurunan. Omset penjualan yang diperoleh dari penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang bertujuan untuk memperoleh keuntungan/laba. Dimana omset penjualan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keuntungan usaha/laba.

Menurut Jeening Beaver dalam Muhammad Sholeh (2008:25) bahwa "Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan". Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK, Kementrian Koperasi dan UKM dengan PT. Solusi Manajemen (2005), mengatakan bahwa: "semakin tinggi omset penjualan yang diperoleh maka semakin tinggi pula keuntungan usaha yang diperoleh sebaliknya semakin rendah omset penjualan yang diperoleh maka semakin rendah pula keuntungan usaha yang diperoleh".

Omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester dari tahun 2009-2013 yang mengalami kenaikan yang paling tinggi adalah pada tahun 2012 semester II yaitu naik sebesar 48%. Sesuai dengan pendapat Daeli dan Ditta (2013) bahwa peningkatan omset penjualan akan meningkatkan laba

usaha dagang. Dengan adanya kenaikan omset penjualan pada tahun 2012 Semester II ini juga berdampak pada naiknya keuntungan/laba usaha yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang yaitu naik sebesar 86%. Kenaikan omset penjualan ini biasanya terjadi pada waktu liburan sekolah dan pada hari-hari besar, seperti menjelang hari raya yaitu bulan Juli dan Agustus, serta adanya penambahan jumlah sales yang menyebabkan omset penjualan mengalami kenaikan. Menjelang hari raya adalah waktu yang tepat bagi pelanggan membeli keripik pisang agung dengan jumlah banyak karena sudah menjadi kebutuhan untuk sajian bagi tamu. Dimana pada saat itu terdapat banyak pesanan dari konsumen atau pelanggan yang membeli produk keripik pisang agung. Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara peneliti dengan pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang bahwa:

"UD. Nikmat Rasa Lumajang mengalami kenaikan omset penjualan pada hari-hari besar seperti bulan Ramadhan, hari raya idul fitri, dan waktu liburan sekolah. Peningkatan omset penjualan paling tinggi dan banyaknya pesanan dari pelanggan terjadi pada waktu bulan ramadhan dan hari raya idul fitri yaitu pada bulan Juli dan Agustus dijadikan sajian bagi tamu dan sebagai oleh-oleh dan tambahan jumlah sales"(MS, 48Th).

Penurunan omset penjualan yang paling curam adalah tahun 2012 Semester I yaitu turun sebesar 22%. Dengan adanya penurunan omset penjualan tahun 2010 Semester ini juga berdampak pada turunnya keuntungan/laba usaha yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang yang mencapai penurunan terbesar yaitu turun sebesar 58%. Hal ini karena, adanya persaingan industri keripik pisang lain yang semakin banyak di Kabupaten Lumajang, seperti UD. Sumber Rasa dan UD. Sabrina yang menyebabkan omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa mengalami penurunan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang bahwa:

"...kalau untuk saingan dari industri keripik pisang agung memang banyak di Lumajang, mbak. Soalnya disini banyak pisang agung, sehingga banyak yang ingin memproduksi

keripik pisang seperti UD. Sumber Rasa dan UD. Sabrina. Selain itu juga ada yang memproduksi keripik nangka dan keripik salak. Hal ini yang menjadi saingan bagi industri keripik pisang agung untuk memperoleh penjualan yang tinggi” (MS, 48th).

Semakin banyaknya industri rumah tangga yang memproduksi keripik pisang agung membuat Pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang lebih meningkatkan penjualannya agar tidak kalah bersaing dengan industri lainnya. Selain itu, karena bertepatan dengan memasuki tahun ajaran baru sehingga pelanggan membeli keripik pisang agung lebih sedikit dari biasanya, kurangnya promosi kepada konsumen dan kurangnya varian produk keripik pisang agung juga menjadi faktor menurunnya omset penjualan dan laba usaha yang nantinya dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang. Promosi yang dilakukan pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang hanya sebatas mengikuti pameran pada acara HARJALU (Hari Jadi Lumajang) dan memberikan potongan/diskon bagi salesnya. Penurunan omset penjualan keripik pisang agung ini tidak membuat Pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang menyerah untuk memasarkan keripik pisang agungnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan analisis *Trend* menunjukkan bahwa omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang per semester dari tahun 2009-2013 mengalami perkembangan, tidak hanya mengalami kenaikan bahkan juga mengalami penurunan. Kenaikan omset penjualan keripik pisang agung UD. Nikmat Rasa Lumajang yang paling tertinggi adalah tahun 2012 Semester II yaitu naik sebesar 48% dan penurunan omset penjualan yang paling curam adalah tahun 2012 Semester I yaitu turun sebesar 22%. Kenaikan omset penjualan keripik pisang agung akan meningkatkan keuntungan/laba usaha UD. Nikmat Rasa Lumajang

sebaliknya semakin omset penjualan keripik pisang agung turun, maka keuntungan/laba usaha yang dihasilkan oleh UD. Nikmat Rasa Lumajang juga turun. Pada tahun 2012 Semester II adalah keuntungan/laba usaha yang tertinggi yaitu naik sebesar 86%. Hal ini karena bertepatan dengan menjelang hari raya dan waktu liburan sekolah, sehingga pelanggan membeli keripik pisang agung lebih banyak dari bulan lainnya, penambahan jumlah *sales* juga menyebabkan omset penjualan mengalami kenaikan. Penurunan laba usaha yang terbesar adalah pada tahun 2010 Semester I yaitu turun sebesar 58%, hal ini karena tidak bertepatan dengan hari raya, memasuki tahun ajaran baru, kurangnya varian produk, kurangnya promosi dan semakin banyaknya persaingan dari industri keripik pisang agung lainnya.

SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian, maka saran yang direkomendasikan dari peneliti kepada pemilik UD. Nikmat Rasa Lumajang adalah hendaknya lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan industri keripik pisang agung dengan cara mengembangkan inovasi produk dari jenis keripik pisang agung yang beraneka rasa yang dihasilkan guna menarik konsumen untuk membeli keripik pisang agung tersebut. Selain itu, laporan keuangan UD. Nikmat Rasa Lumajang ini lebih diperinci lagi agar memudahkan untuk mengetahui perkembangan omset penjualan yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chaniago. 2002. *Strategi Memajukan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Pustaka
- [2] Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK. 2005. Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional. *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, No. 1, Tahun 1. Jakarta: Kementrian Koperasi dan UKM, serta PT. Dinamika Manajemen

- [3] Khuriyati, T. 2013. Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan Pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. *Skripsi*. Jurusan Teknologi Jasa dan Produksi. Fakultas Teknik: Universitas Negeri Semarang

- [4] Muhammad, S. 2008. *Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*. Semarang: UNDIP

