

**ANALISIS USAHA LUMPIA EDAMAME “LUME” DI
PERUM GRIYA MANGLI INDAH KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

LAPORAN AKHIR



Oleh

**Ridi Prastyoningtyas
NIM D31161188**

**PROGRAM STUDI MENEJEMEN AGRIBISNIS
JURUSAN MENEJEMEN AGRIBISNIS
POLITEKNIK NEGERI JEMBER
2019**

**ANALISIS USAHA LUMPIA EDAMAME “LUME” DI
PERUM GRIYA MANGLI INDAH KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

LAPORAN AKHIR



sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Pertanian (A.Md.P)
di Program Studi Manajemen Agribisnis
Jurusan Manajemen Agribisnis

oleh

Ridi Prastyoningtyas
NIM D31161188

PROGRAM STUDI MANAJEMEN AGRIBISNIS
JURUSAN MANAJEMEN AGRIBISNIS
POLITEKNIK NEGERI JEMBER
2019

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

**ANALISIS USAHA LUMPIA EDAMAME “LUME” DI PERUM GRIYA
MANGLI INDAH KECAMATAN KALIWATES
KABUPATEN JEMBER**

Telah Diuji pada Tanggal 09 Juli 2019
Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat

Ketua Penguji,



Dr. Ir. Sri Sundari, M. Si
NIP. 19640914 1997 03 2 001

**Sekretaris Penguji/
Dosen Pembimbing,**



Linda Ekadewi Widyatami, SP, MP
NIP. 19840308 2015 04 2 002

Anggota Penguji,



Dr. R. Alamsyah Sutantio, SE, M. Si
NIP.19680202 2000 12 1 002

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen Agribisnis



Dr. R. Alamsyah Sutantio, SE, M. Si
NIP.19680202 2000 12 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridi Prastyoningtyas

NIM : D31161188

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam Laporan Tugas Akhir saya yang berjudul “Analisis Usaha Lumpia Edamame “LUME” Di Perum Griya Mangli Indah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”, merupakan gagasan dan hasil karya sastra saya sendiri dengan arahan komisi pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun pada perguruan tinggi manapun.

Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftra pustaka di bagian akhir Laporan Tugas Akhir ini.

Jember, 09 Juli 2019

Ridi Prastyoningtyas
NIM. D31150397



**PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS
Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:**

Nama : Ridi Prastyoningtyas
NIM : D3 116 1188
Program Studi : Manajemen Agribisnis
Jurusan : Manajemen Agribisnis

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada UPT. Perpustakaan Politeknik Negeri Jember, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Karya Ilmiah **berupa Laporan Kewirausahaan yang berjudul:**

**ANALISIS USAHA LUMPIA EDAMAME “LUME” DI
PERUM GRIYA MANGLI INDAH KECAMATAN
KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT. Perpustakaan Politeknik Negeri Jember berhak menyimpan, mengalih media atau format, mengelola dalam bentuk Pangkalan Data (Database), mendistribusikan karya dan menampilkan atau mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Politeknik Negeri Jember, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas Pelanggaran Hak Cipta dalam Karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

**Dibuat di : Jember
Pada Tanggal : 09 Juli 2019
Yang menyatakan,**

**Nama : Ridi Prastyoningtyas
NIM. : D3 116 1188**

MOTO

“Orang yang tidak pernah membuat kesalahan adalah orang yang tidak pernah mencoba sesuatu yang baru”

(Albert Einsyein)

“Jangan takut untuk membuat sebuah kesalahan. Tapi pastikan Anda tidak melakukan kesalahan yang sama dua kali”

(Akio Morita)

“Meraih kesuksesan besar adalah bukti bagi semua orang lain bahwa bisa mencapainya juga”

(Abraham Lincoln)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada hamba-hamba-Nya. Aku haturkan terdalam kepada Allah SWT. Berkat orang-orang yang senantiasa menyayangiku, aku dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Rasa sayangku terbesar dan terdalam ku persembahkan laporan tugas akhir ini kepada :

1. Bapak dan Ibu yang aku sayang dan cintai terima kasih karena selalu membantu dengan memberikan dukungan moril maupun material selama ini serta memberikan doa untuk kelancaran semua usahaku.
2. Terima kasih kepada sekuruh dosen dan teknisi Politeknik Negeri Jember, khususnya Jurusan Manajemen Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan bimbingannya selama aku berada disini.
3. Kakak derta, adek reza, dan keluarga cemara sebagai orang terdekat saya yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa serta bersedia membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini.
4. Serta semua teman-teman seperjuangan program studi Manajemen Agribisnis angkatan 2016 yang telah menemaniku selama berada di Politeknik Negeri Jember.
5. Terima kasih kepada Almamaterku Politeknik Negeri Jember tercinta.

**ANALISIS USAHA LUMPIA EDAMAME “LUME” DI PERUM GRIYA
MANGLI INDAH KECAMATAN KALIWATES
KABUPATEN JEMBER**

RIDI PRASTYONINGTYAS
Program Studi Manajemen Agribisnis
Jurusan Manajemen Agribisnis

ABSTRAK

Lumpia adalah jajanan yang terkenal dari negeri Cina, tetapi di Kota Semarang juga sudah dikenal banyak restoran yang menjual makanan ini. Lumpia Semarang terkenal akan kandungan gizi yang berasal dari isi lumpia yaitu sayuran. Bahan baku dari pembuatan lumpia ini juga mudah ditemui di pasaran dan harganya cukup ekonomis, sehingga menguntungkan apabila digunakan sebagai usaha. Kegiatan tugas akhir ini dilaksanakan di Perum Griya Mangli Indah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Usaha Lumpia Edamame “LUME” merupakan produk yang baru dan belum ada di pasaran. Lumpia biasanya hanya berisi sayuran seperti wortel, toge, rebung, tetapi untuk lumpia edamame ini terdapat tambahan edamame yang belum pernah ada sebelumnya. Lumpia Edamame “LUME” dijual dalam bentuk *frozen*, tujuannya adalah agar konsumen dapat menggoreng lumpia kapanpun sesuai dengan keinginan mereka. Tujuan dari tugas akhir usaha Lumpia Edamame “LUME” ini adalah untuk mengetahui pembuatan Lumpia Edamame “LUME”, melakukan analisis usaha dari produk Lumpia Edamame “LUME”, dan menerapkan unsur bauran pemasaran pada produk Lumpia Edamame “LUME”. Usaha Lumpia Edamame “LUME” menggunakan 3 metode analisis usaha yaitu BEP, R/C Ratio, dan ROI. Perhitungan hasil dari 3 metode analisis usaha dari produk Lumpia Edamame “LUME” adalah BEP (produk) sebesar 25 dari produksi 39 kemasan, BEP (harga) sebesar Rp 6.500 dari harga jual produk sebesar Rp 10.000, R/C Ratio sebesar 1,54, dan ROI sebesar 5 %. Berdasarkan perhitungan tersebut usaha Lumpia Edamame “LUME” dapat dilanjutkan. Pemasaran yang dilakukan adalah menggunakan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), dan menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

Kata Kunci : Analisis Usaha, Edamame, Lumpia

RINGKASAN

Analisis Usaha Lumpia Edamame “LUME” di Perum Griya Mangli Indah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, Ridi Prastyoningtyas, NIM D31161188, Tahun 2019, 43 hlm, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Komisi penguji, Ketua : Dr. Ir. Sri Sundari, M. Si, Sekertaris : Linda Ekadewi Widyatami, SP, MP, Anggota : Dr. R. Alamsyah Sutantio, SE, M. Si.

Produk Lumpia Edamame “LUME” merupakan salah satu inovasi yang diciptakan untuk meningkatkan nilai jual dari lumpia. Lumpia biasanya berisi sayuran seperti wortel, rebung, dan toge, tetapi untuk Lumpia Edamame “LUME” ditambahkan dengan edamame. Produk Lumpia Edamame “LUME” ini merupakan produk baru dan belum ada di pasaran. Produk ini dijual dalam bentuk *frozen* atau beku, dengan tujuan agar konsumen dapat menggoreng kapanpun sesuai keinginan.

Kegiatan tugas akhir dilaksanakan di Perum Griya Mangli Indah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, yang dilakukan selama enam bulan, dan menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder. Usaha Lumpia Edamame “LUME” menggunakan 3 metode analisis usaha yaitu Analisis *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI). Tujuan kegiatan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui pembuatan Lumpia Edamame “LUME”, melakukan analisis usaha dari produk Lumpia Edamame “LUME”, dan menerapkan unsur bauran pemasaran pada produk Lumpia Edamame “LUME”.

Proses produksi dari pembuatan Lumpia Edamame “LUME” adalah terdiri dari persiapan alat, pembuatan isian lumpia, pembuatan kulit lumpia, pengisian kulit Lumpia Edamame “LUME”, penimbangan Lumpia Edamame “LUME”, pengemasan produk, dan pembekuan Lumpia Edamame “LUME”. Hal yang perlu diperhatikan pada saat proses produksi adalah dalam pembuatan adonan kulit lumpia tidak boleh terlalu cair dan tidak terlalu kental, dengan tujuan agar kulit tidak mudah robek. Perhitungan dari usaha Lumpia Edamame “LUME” yaitu BEP (produk) sebesar 25 kemasan, dari hasil produksi sebesar 39 kemasan, artinya BEP (produksi) usaha ini menguntungkan. BEP (harga) sebesar Rp 6.500 dari

penjualan produk sebesar Rp 10.000, artinya usaha ini menguntungkan untuk dilanjutkan. Hasil perhitungan R/C Ratio sebesar 1,54, artinya adalah setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1.000 menghasilkan keuntungan sebesar Rp 540, sedangkan hasil perhitungan ROI sebesar 5 %, artinya adalah laba bersih 5 % dari total *assets*. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan usaha ini dapat dilanjutkan. Pemasaran yang dilakukan untuk produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu menggunakan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), dan menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 4P sangat membantu produsen dalam menjual produk Lumpia Edamame “LUME”. Promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran antara lain adalah penjualan pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan publisitas (*Publicity*).

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Usaha Lumpia Edamame “LUME” di Perum Griya Mangli Indah Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember” diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agribisnis.

Terselesaikannya laporan ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Saiful Anwar, S. TP, MP selaku Direktur Politeknik Negeri Jember.
2. Dr. R. Alamsyah Sutantio, SE, M. Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Agribisnis dan Anggota Dosen Penguji.
3. Taufik Hidayat, SE, M. Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Agribisnis.
4. Linda Ekadewi Widyatami, SP, MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang membimbing dan mengarahkan agar tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Ir. Sri Sundari, M. Si. selaku Ketua Dosen Penguji.
6. Staf pengajar, teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Laporan tugas akhir ini masih kurang sempurna, mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk memperbaiki kedepannya sehingga dapat memberi manfaat dimasa mendatang.

Jember, 09 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN MAHASISWA	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
RINGKASAN	ix
HALAMAN PRAKATA.....	xi
HALAMAN DAFTAR ISI	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xv
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kajian Terdahulu	4
2.2 Landasan Teori	5
2.2.1 Edamame	5
2.2.2 Lumpia	6
2.2.3 Kewirausahaan	6
2.2.4 Analisis Usaha	7

2.2.5	Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.2.6	Bauran Pemasaran	9
BAB 3. METODE KEGIATAN	13	
3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan	13	
3.2 Metode Pengumpulan Data	13	
3.3 Bahan dan Alat	14	
3.3.1	Bahan	15
3.3.2	Alat	17
3.4 Metode Analisis Data	17	
3.4.1	Analisis BEP (<i>Break Event Point</i>)	17
3.4.2	Analisis R/C Ratio (<i>Revenue Cost Ratio</i>)	18
3.4.3	Analisis ROI (<i>Return On Investment</i>)	18
3.5. Proses Produksi	19	
3.6 Bauran Pemasaran	23	
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	26	
4.1 Hasil	26	
4.1.1	Produk Lumpia Edamame “LUME”	26
4.1.2	Perhitungan Biaya dan Hasil Usaha	27
4.1.3	Analisis Usaha Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	30
4.2 Pembahasan	32	
4.2.1	Proses Produksi Lumpia Edamame “LUME”	32
4.2.2	Analisis Usaha	35
4.2.3	Bauran Pemasaran	36
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	40	
5.1 Kesimpulan	40	
5.2 Saran	41	
DAFTAR PUSTAKA	42	
LAMPIRAN 1	44	

LAMPIRAN 2	47
LAMPIRAN 3	51
LAMPIRAN 4	53
LAMPIRAN 5	54

DAFTAR GAMBAR

Halaman

3.1	Bagan Alur Proses Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	22
3.2	Saluran Distribusi Pemasaran Produk Lumpia Edamame “LUME”	24
4.1	Gambar Produk Lumpia Edamame “LUME”.....	26
4.2	Gambar Saluran Distribusi Produk Lumpia Edamame “LUME” di Kabupaten Jember	38

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Kandungan Gizi Edamame per 100 Gram	5
3.1 Bahan yang Digunakan dalam Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	15
3.3 Bahan Pendukung dan Perlengkapan Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	16
4.1 Biaya Variabel dalam Satu Kali Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	27
4.2 Biaya Tetap dalam Satu Kali Proses Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”	28
4.3 Hasil Usaha Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”.....	29
4.4 Perhitungan Total <i>Assets</i> Usaha Produk Lumpia Edamame “LUME”.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Alat yang Digunakan dalam Proses Produksi Pembuatan	
Lumpia Edamame “LUME”	44
2. Perhitungan Biaya Variabel Proses Produksi Lumpia	
Edamame “LUME”	47
3. Perhitungan Penyusutan Alat Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”....	51
4. Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk Lumpia	
Edamame “LUME”	53
5. Dokumentasi Kegiatan Tugas Akhir	55

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan hasil alamnya terutama pada bidang pertanian, selain dari hasil pertanian seperti padi, jagung terdapat salah satu komoditas pertanian yaitu palawija. Palawija merupakan salah satu hasil pertanian yang digunakan sebagai bahan baku untuk membuat suatu olahan makanan. Salah satu jenis tanaman palawija adalah kedelai. Ketahanan pangan di Indonesia terutama pada komoditas kedelai mengalami peningkatan karena sebagian besar dari petani berinovasi untuk meningkatkan kualitas dari kedelai tersebut. Menurut Pawirohasono (2013) ketahanan pangan kedelai mempunyai peranan penting pada kehidupan bangsa Indonesia. Kedelai telah dikonsumsi sejak berabad-abad lamanya dan telah menjadi bagian dari budaya bangsa. Kedelai berperan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, khususnya sebagai sumber protein nabati, memberikan kontribusi terhadap kesehatan dan kegiatan perekonomian masyarakat. Terdapat salah satu jenis kedelai yang berasal dari negara Jepang tetapi sekarang dibudidayakan di negara Indonesia yaitu bernama Edamame.

Edamame merupakan kedelai asal Jepang yang sangat dikenal di Indonesia. Bentuk tanaman, biji, dan polongnya lebih besar daripada kedelai biasa. Di Indonesia edamame merupakan produk andalan, terutama di daerah Jember. Syarat tumbuh edamame ini adalah hawa yang cukup panas dengan curah hujan relatif tinggi, oleh karena itu edamame sangat cocok ditanam di Indonesia yang beriklim tropis. Edamame pada umumnya diolah sebagai camilan, tetapi bisa juga dijadikan sebagai bahan sayuran. PT Mitratani Dua Tujuh (PT MT 27) Jember mencoba untuk mencari terobosan baru, yaitu dengan mengolah edamame menjadi edamame beku siap makan (Kurniasanti, dkk, 2014).

Lumpia adalah salah satu jajanan yang terkenal dari Kota Semarang tetapi jajanan lumpia ini juga sudah dikenal oleh beberapa kota. Pedagang lumpia menjual lumpia goreng dan lumpia basah, tetapi sebagian dari mereka lebih

memilih untuk menjual lumpia goreng selain lebih mudah untuk dijual lumpia goreng lebih tahan lama dibandingkan dengan lumpia basah. Jajanan ini sangat digemari oleh masyarakat selain karena enak rasanya lumpia dapat dihidangkan pada saat acara penting.

Lumpia Edamame “LUME” adalah suatu inovasi yang baru dan masih belum dikenal oleh masyarakat luas. Umumnya lumpia berisi sayuran seperti wortel, toge, rebung dll. Lumpia Edamame “LUME” ini untuk isian sayuran pada lumpia ditambahkan dengan edamame, dapat dilihat bahwa edamame ini mempunyai rasa manis dengan begitu akan menciptakan rasa yang baru dari Lumpia Edamame “LUME”. Olahan Lumpia Edamame “LUME” di pasarkan kepada konsumen dalam bentuk beku (*frozen*), jadi konsumen dapat menggoreng lumpia ini sewaktu-waktu. Penyimpanan Lumpia Edamame “LUME” dapat disimpan pada lemari es sehingga lumpia dapat awet dan tahan lama. Tujuan pembuatan produk ini yaitu agar konsumen dapat menyajikan lumpia dengan keadaan hangat, oleh karena itu harus pintar dalam mempromosikan atau memasarkan Lumpia Edamame “LUME” ini kepada masyarakat khususnya juga yang menyukai jajanan lumpia.

Usaha Lumpia Edamame “LUME” adalah salah satu inovasi yang diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan. Suatu usaha untuk mengetahui seberapa jauh usaha ini menguntungkan dan layak untuk diusahakan diperlukan analisis usaha, agar kita sebagai calon wirausahawan mengetahui analisis kelayakan dari usaha tersebut. Analisis kelayakan usaha yang dapat dilakukan antara lain yaitu dengan menggunakan analisis *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI). Tujuan menggunakan analisis usaha tersebut untuk mengetahui kelayakan dari usaha, apakah usaha tersebut layak atau tidak untuk dilanjutkan. Pemasaran produk Lumpia Edamame “LUME” ini memerlukan unsur 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) atau bauran pemasaran. Perencanaan tentang pemasaran dibutuhkan untuk mengembangkan atau memasarkan produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” ?
2. Bagaimana analisis usaha Lumpia Edamame “LUME” berdasarkan analisis *Break Event Point* (BEP) , *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI) ?
3. Bagaimana bauran pemasaran produk Lumpia Edamame “LUME” sehingga para konsumen dapat tertarik pada produk baru ini ?

1.3 Tujuan

1. Dapat membuat Lumpia Edamame “LUME” dengan bentuk dan rasa yang diinginkan oleh para konsumen.
2. Dapat melakukan analisis usaha dari produk Lumpia Edamame “LUME” berdasarkan analisis *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).
3. Dapat menerapkan unsur bauran pemasaran pada pemasaran produk Lumpia Edamame “LUME”.

1.4 Manfaat

1. Memberikan bekal serta pandangan berwirausaha bagi mahasiswa, sehingga mempunyai keterampilan untuk membuka lapangan kerja sendiri.
2. Dapat digunakan sebagai acuan dalam berwirausaha dengan melihat peluang pasar yang ada.
3. Dapat menciptakan kreatifitas dengan membuat produk baru yang belum ada di pasaran.
4. Dapat dijadikan referensi bagi tugas akhir selanjutnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Ratnasari (2015), dalam tugas akhirnya yang berjudul Analisis Usaha Molen Isi Edamame “MOME” di Desa Umbulrejo Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember. Analisis usaha yang digunakan dalam tugas akhirnya adalah *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI). Hasil analisis yang diperoleh BEP (unit) sebanyak 57 kemasan dengan produksi sebanyak 80 kemasan, BEP (harga) penjualan sebesar Rp 1.431 dengan harga jual Rp 2.000, R/C Ratio sebesar 1,39 dan ROI sebesar 8 %. Menurut beberapa perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Molen Isi Edamame “MOME” menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

Lutfi (2015), dalam tugas akhirnya yang berjudul “Analisis Usaha Brownies Edamame “LUTFI” Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Analisis usaha yang digunakan dalam tugas akhirnya adalah *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI). Hasil analisis data diperoleh BEP (unit) sebanyak 52 kemasan dengan produksi sebanyak 75 kemasan, BEP (harga) penjualan sebesar Rp 4.084 dengan harga jual 6.000, R/C Ratio sebesar 1,47 dan ROI sebesar 22 %. Menurut beberapa perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Brownies Edamame “LUTFI” menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

Gatra (2016), dalam tugas akhirnya yang berjudul “Analisis Usaha Produksi Greenies Edamame” Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Analisis usaha yang digunakan dalam tugas akhirnya adalah *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI). Hasil analisis data diperoleh BEP (unit) sebanyak 16 kemasan dengan produksi sebanyak 24 kemasan, BEP (harga) sebesar Rp 7.084 dengan harga jual 9.000, R/C Ratio sebesar 1,52 dan ROI sebesar 52,56 %. Menurut beberapa perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Produksi Greenies Edamame menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Edamame

Menurut Johson *et. al* (1999) dalam Astari dkk, (2016) Kedelai Edamame atau kedelai sayur (*vegetable soyben*) termasuk spesies *Glycine max (L.) Merrill*, kedelai edamame ini merupakan jenis bahan makanan yang populer sebagai makanan ringan maupun bahan campuran makanan. Kedelai dengan kultivar ini masih terbilang sedikit dibudidayakan di Indonesia. Kedelai Edamame mengandung kadar gizi yang cukup tinggi. Tanaman kedelai (*Glycine max (L.) Merril*) ialah tanaman multiguna untuk berbagai macam jenis kebutuhan, baik untuk pangan, pakan, bahan baku industri manufaktur dan olahan. Kedelai menjadi salah satu komoditas penting di Indonesia, namun perkembangan tanaman kedelai selama 10 tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup besar yaitu lebih dari 50%, baik dalam produksi dan juga luasan arealnya.

Tabel 2.1 Kandungan Gizi Edamame per 100 Gram

Kandungan Gizi	Nilai	Satuan
Kalori	582	Kalori
Vitamin A	100	Miligram
Fosfor	140	Miligram
Karbohidrat	7,4	Gram
Kalsium	70	Miligram
Protein	11,4	Gram
Kalium	140	Miligram
Besi	1,7	Miligram
Lemak	6,6	Gram
Vitamin B1	0,27	Miligram
Vitamin B2	0,14	Miligram
Vitamin B3	1	Miligram

Sumber : Astari dkk, 2016

2.2.2 Lumpia

Menurut Sufi (2007) lumpia adalah kudapan yang tidak asing lagi dalam khazanah kuliner Indonesia. Konon, makanan yang berasal dari negeri Cina ini menjadi kue favorit di seluruh kawasan negeri jiran. Lumpia bahkan terkenal di dunia Internasional, lumpia ini populer dengan nama *spring roll*. Deretan menu modern, lumpia sering disajikan sebagai hidangan pembuka atau *appetizer* karena bentuknya mini dan tidak mengenyangkan. Lumpia di Indonesia lebih cocok dikategorikan sebagai kudapan atau makanan selingan sebagai pengganjal perut antara sarapan dan makan siang atau makan malam.

Lumpia dibuat dari lembaran tipis tepung gandum yang dijadikan kulit. Kulit ini digunakan sebagai pembungkus isian yang biasanya terdiri dari rebung, telur, sayuran segar, daging maupun makanan laut. Isi lumpia dapat divariasikan menjadi berbagai jenis, namun pada umumnya mempunyai cita rasa gurih - asin. Kunci sukses pembuatan lumpia terletak pada kualitas kulit dan padu padan citarasa bahan isiannya (Sufi, 2007).

2.2.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menentukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak (Kasmir, 2014).

Menurut Kasmir (2014) jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Hendaknya minat tersebut diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang. Pemilihan bidang usaha seharusnya disertai dengan berbagai pertimbangan, seperti minat, modal, kemampuan, dan pengalaman sebelumnya, jika belum memiliki pengalaman sebelumnya seseorang dapat menimba pengalaman dari orang lain.

2.2.4 Analisis Usaha

Analisis usaha merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2016).

Beberapa analisis yang dapat menentukan kelayakan suatu bisnis atau usaha antara lain sebagai berikut :

1. *Break Event Point (BEP)*

Menurut Rukmana dan Yudirachman (2016) *Break Event Point (BEP)* merupakan titik impas dari suatu usaha atau pulang modal atau titik temu antara total biaya dengan total output (penerimaan). Perhitungan BEP terdiri atas BEP produksi dan BEP harga jual produk.

Ada dua pendekatan penetapan BEP, yaitu :

- a. BEP Produksi

Rukmana dan Yudirachman (2016) menyatakan BEP Produksi adalah suatu perhitungan untuk mengetahui titik impas produk dari jumlah produk dalam satu kali produksi. BEP produksi dapat dijadikan sebagai acuan untuk menilai apakah produk yang dihasilkan dalam satu kali produksi memenuhi atau tidak dengan kriteria perhitungan produk yang seharusnya dihasilkan.

- b. BEP Harga

Rukmana dan Yudirachman (2016) menyatakan BEP Harga adalah suatu perhitungan untuk mengetahui titik impas harga yang diperoleh dari harga per unit dalam satu kali produksi. Perhitungan tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam penentuan harga jual dari produk.

Menurut Soekartawi (2006) dalam Asnidar dan Asrida (2017) kriteria dari *Break Event Point (BEP)* Produksi yaitu jika jumlah produksi > BEP produksi maka usaha berada pada posisi menguntungkan, sedangkan apabila jumlah produksi = BEP produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak untung / tidak rugi.

Kriteria dari *Break Event Point* (BEP) Harga yaitu jika harga jual > BEP harga, maka usaha berada pada posisi yang menguntungkan, sedangkan apabila harga jual = BEP harga, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak untung / tidak rugi (Soekartawi, 2006 dalam Asnidar dan Asrida, 2017).

2. *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Revenue Cost Ratio (R/C) merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Suatu usaha dinilai menguntungkan apabila R/C Ratio > 1 (Rukmana dan Yudirachman, 2016).

Kriteria analisis usaha yaitu jika R/C Ratio > 1, maka usaha yang dijalankan mengalami keuntungan atau layak untuk dikembangkan, jika R/C Ratio < 1, maka usaha tersebut mengalami kerugian atau tidak layak untuk dikembangkan, selanjutnya jika R/C Ratio = 1, maka usaha berada pada titik impas (*Break Event Point*) (Soekartawi, 2006 dalam Asnidar dan Asrida, 2017).

3. *Return On Investment* (ROI)

Menurut Tampubolon (2013) *Return On Investment* (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) pada jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran mengenai efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikannya dengan mengabaikan sumber pendanaan dan biasanya ratio ini diukur dengan persentase.

Rasio ini juga menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal dari pinjaman maupun modal sendiri. Semakin rendah rasio ini maka semakin tidak baik, demikian pula sebaliknya, artinya ratio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Tampubolon, 2013).

2.2.5 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2014) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (*Target Buyer*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya, jadi manajemen pemasaran berusaha untuk mempengaruhi tingkat pemilihan waktu dan sifat permintaan sedemikian rupa sehingga membantu organisasi dalam usaha mencapai tujuan. Singkatnya, manajemen pemasaran adalah manajemen permintaan (*Demand Management*) (Sumarni dan Soeprihanto, 2014).

2.2.6 Bauran Pemasaran

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2014) usaha akan dikatakan mencapai keberhasilan yaitu dengan menggunakan unsur bauran pemasaran (*marketing mix*). Terdapat 4 (empat) unsur dalam *Marketing Mix*-nya yaitu : Produk, Harga, Promosi, dan Tempat (Saluran Distribusi), atau sering disebut 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

1. Produk (*Product*)

Menurut Kasmir (2014) strategi *marketing mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau kemasan, karena strategi produk berkaitan dengan produk secara keseluruhan. Strategi produk dalam artian sederhana dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Strategi produk yang perlu dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Logo dan Moto
2. Menciptakan Merek
3. Menciptakan Kemasan
4. Keputusan Label

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 tentang Label dan Iklan Pangan (1999), pada pasal 2 ayat (1) menyatakan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Pencantumkan label sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Label sebagaimana dimaksudkan dalam Pasal 2 ayat (1) berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan. Keterangan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) sekurang – kurangnya :

- a. Nama produk;
 - b. Daftar bahan yang digunakan;
 - c. Berat bersih atau isi bersih;
 - d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
 - e. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.
2. Harga (*Price*)

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar (Kasmir, 2014).

3. Saluran Distribusi

Tujuan menggunakan strategi penentuan tempat adalah untuk memasarkan produk dengan memperluas daerah pemasaran dan agar produk cepat tersebar ke konsumen, maka perusahaan perlu segera menetapkan penggunaan saluran distribusi. Saluran distribusi suatu produk adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai (Sumarni dan Soeprihanto, 2014).

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2014) tingkat saluran distribusi adalah untuk menyalurkan produk ke konsumen, perusahaan dapat memilih cara penyaluran langsung dan tidak langsung. Penyaluran secara langsung mengharuskan perusahaan untuk menjual sendiri produknya ke konsumen akhir (misalkan dengan cara mengirim tenaga penjual atau membuka toko untuk menjual produk perusahaan), sedangkan cara penyaluran tidak langsung menghendaki adanya perantara yaitu para pedagang besar, agen, atau pengecer.

4. Promosi (*Promotion*)

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2014) pemasaran pada masa sekarang ini tidak cukup hanya dengan pengembangan produk, peningkatan kualitas, penetapan harga yang terjangkau atau penyaluran produk yang tepat, tetapi terlebih lagi produsen harus dapat berkomunikasi dengan langganannya. Hal itu bisa dilakukan misalnya dengan promosi, atau dengan melatih para tenaga penjual agar dapat menyampaikan pesan produsen tentang produk yang dijual. Promosi dapat dikatakan mencakup semua kegiatan perusahaan dalam memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya, apabila perlu dilakukan dengan cara membujuk konsumen agar segera melakukan transaksi pembelian produk.

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2014) variabel- variabel dalam Bauran Komunikasi Pemasaran antara lain adalah :

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi mengenai produk atau jasa, gagasan yang dibayar oleh sponsor tertentu, dengan menggunakan periklanan perusahaan berharap dapat membangun citra

produk dalam jangka panjang. Periklanan sangatlah luas jangkauannya, karena dapat dimuat dalam media cetak seperti majalah, surat kabar, brosur, edaran, spanduk, papan reklame, maupun dalam media elektronik seperti radio dan film. Periklanan merupakan kegiatan dalam penawaran produk baik secara lisan maupun berupa berita tentang suatu produk.

2. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), apabila produsen ingin membangun suatu preferensi, keyakinan dan tindakan pembeli maka penggunaan sarana penjualan pribadi setidaknya dapat menjadi pilihan dalam mempromosikan produk, dengan penjualan pribadi maka akan tercipta suatu interaksi langsung antara pembeli dan penjual, sehingga penjual akan segera mengetahui reaksi pembeli mengenai produk.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), jenis promosi ini banyak disukai penggunaannya oleh perusahaan – perusahaan, karena memiliki sifat yang komunikatif serta mengundang konsumen untuk membeli saat itu pula. Promosi penjualan juga dapat menciptakan tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat. Kegiatan promosi penjualan biasanya dijalankan bersama-sama dengan kegiatan promosi lainnya, contoh kegiatan promosi penjualan : pameran, demonstrasi, pertujukan, dan peragaan, oleh karena itu pengaruh promosi penjualan pada umumnya untuk jangka pendek.

4. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas (*Publicity*) memiliki daya tarik tertentu yaitu, dapat menimbulkan kepercayaan yang tinggi, kemudian publisitas dapat memberikan pesan yang bersifat berita daripada sebagai komunikasi penjualan langsung dan akhirnya dramatisasi terhadap produk dan perusahaan dapat pula diberikan oleh kegiatan publisitas.

BAB 3. METODE KEGIATAN

3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Waktu kegiatan dilakukan selama enam bulan, dimulai pada bulan Februari 2019 sampai dengan Juli 2019 bertempat di Perum Griya Mangli Indah, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Metode pengumpulan data secara langsung (primer) yaitu :

a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah dengan cara menanyakan langsung kepada petani edamame, pedagang toko atau ke koperasi di Mitra Tani 27 yang menjual produk-produk dari edamame, dan pedagang yang menjual alat-alat yang digunakan dalam pembuatan produk Lumpia Edamame “LUME. Tujuan wawancara adalah untuk mengetahui harga pasar terhadap alat dan bahan yang digunakan dalam proses produksi, agar pada saat proses produksi dapat berjalan dengan lancar, tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan dan mencari bahan-bahan yang perlukan.

b. Pencatatan langsung selama proses produksi dan penjualan

Pencatatan pada proses produksi meliputi biaya alat dan bahan yang digunakan, cara pembuatan produk dan jumlah produk jadi, biaya pengemasan dan pelabelan. Pencatatan penjualan meliputi jumlah produk terjual, penerimaan, keuntungan, tempat dan waktu pemasaran.

c. Pengamatan

Pengamatan dilakukan pada produk pesaing yang berkaitan dengan harga jual produk pesaing yang nantinya digunakan sebagai bahan analisis. Pengamatan ini bermanfaat bagi kita agar dapat menganalisis mengenai produk kita yang akan di keluarkan, sehingga akan sangat membantu dalam menghadapi persaingan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan pada proses produksi sampai penjualan dalam bentuk foto. Digunakan sebagai bukti bahwa kita telah melakukan semua kegiatan dari mulai proses produksi sampai dengan pemasaran.

2. Data sekunder

Metode pengumpulan data sekunder yaitu pengumpulan data dan informasi melalui berbagai literatur seperti di buku dan data-data tertulis yang ada hubungannya dengan produk penulis serta *browsing* internet. Dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau data yang digunakan dalam tugas akhir. Tujuan dalam pengumpulan data secara sekunder adalah agar informasi yang didapatkan mengenai produk dapat sesuai, sehingga kegiatan dalam pengumpulan data tersebut mempunyai informasi yang akurat karena terdapat sumber literatur yang terpercaya.

3.3 Bahan dan Alat

Tabel bahan dan alat menjelaskan kebutuhan yang digunakan dalam proses produksi Lumpia Edamame “LUME”. Tabel bahan menjelaskan dari spesifikasi, jumlah, dan satuan dari bahan yang dibutuhkan dalam proses pembuatan produk Lumpia Edamame “LUME”, selain bahan utama terdapat tabel bahan pendukung yang menjelaskan spesifikasi dan fungsi dari bahan pendukung tersebut. Tabel alat dari proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” menjelaskan mengenai spesifikasi dan fungsi dari alat tersebut.

3.3.1 Bahan

Bahan yang digunakan dalam proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” diuraikan dalam Tabel 3.1 dan Tabel 3.2.

Tabel 3.1 Bahan yang Digunakan dalam Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

No	Bahan	Spesifikasi	Jumlah	Satuan
1.	Edamame	Memiliki biji yang lebih besar, rasa yang lebih manis, tekstur yang lebih lembut, dan lebih mudah dicerna	2	Kg
2.	Tepung Terigu	Bubuk halus yang berasal dari bulir gandum, dan digunakan sebagai bahan pembuat kue, mie, dan roti	3	Kg
3.	Telur	Memiliki spesifikasi berbentuk oval dan berwarna coklat yaitu telur ayam	0,5	Kg
4.	Bumbu Penyedap	Berbentuk butiran halus pemberi rasa gurih untuk adonan	27	Gram
5.	Garam	Berbentuk butiran kasar pemberi rasa asin dan mempengaruhi adonan makanan	12	Gram
6.	Minyak Goreng	Merupakan minyak atau lemak yang berasal dari pemurnian tumbuhan kelapa sawit dan biasanya digunakan untuk menggoreng makanan. Bertekstur cair dalam suhu kamar	1	Ons
7.	Wortel	Berdiameter satu sampai dua meter, bentuknya bulat, panjang, teksturnya cukup keras serta tidak berkayu	0,5	Kg
8.	Daging Ayam	Memiliki tingkat kekenyalan, beserat halus, beraroma khas daging ayam	0,5	Kg
9.	Saos Tiram	Bertekstur seperti krim cair berwarna coklat	69	Mililiter
10.	Air Mineral	Bertekstur cair, tidak memiliki rasa dan tidak berbau	1,5	Liter
11.	Bawang Putih	Umbi kecil yang berlapis. Berwarna putih dan mempunyai aroma yang menyengat	1	Ons

Sumber : Data Primer (2019)

Tabel 3.2 Bahan Pendukung dan Perlengkapan Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

No	Keterangan	Spesifikasi	Fungsi
1.	Plastik kemasan	Berbentuk kotak, berwarna dan bening dengan ukuran panjang 15 cm dan lebar 27 cm.	Sebagai bahan pengemasan dalam produksi Lumpia Edamame “LUME”
2.	Label	Berbentuk stiker yang memuat nama produk, komposisi, isi/ Netto, waktu produksi, tanggal kadaluwarsa, nama produsen, <i>Contact Person (CP)</i> , alamat produsen, dan petunjuk cara penyimpanan	Sebagai tanda pengenal dari produk Lumpia Edamame “LUME”
3.	Gas LPG 3 kg	Berwujud gas dan mempunyai bau menyengat	Digunakan sebagai bahan bakar dalam proses pemanasan wajan
4.	Spidol	Berwarna hitam dengan ukuran 14,8 cm x 19 cm	Sebagai alat tulis pada label produk Lumpia Edamame “LUME”
5.	Kantong Plastik	Berbentuk persegi panjang, berwarna bening dengan ukuran panjang 10 cm dan lebar 20 cm	Sebagai pembatas kulit lumpia, agar tidak mudah menempel dengan kulit lainnya

Sumber : Data Primer (2019)

Tabel 3.1 dan Tabel 3.2 menjelaskan tentang spesifikasi dan fungsi dari masing-masing bahan yang diperlukan saat memproduksi Lumpia Edamame “LUME”. Bahan utama dari produk Lumpia Edamame “LUME” antara lain edamame dan tepung terigu. Bahan penolong produk Lumpia Edamame “LUME” antara lain telur, bumbu penyedap, garam, minyak goreng, wortel, daging ayam, saos tiram, air mineral dan bawang putih. Bahan pendukung dan perlengkapan dalam proses produksi antara lain plastik kemasan, label, gas LPG 3 kg, spidol, dan kantong plastik.

3.3.2 Alat

Alat yang digunakan dalam proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” antara lain adalah kompor gas, tabung gas LPG 3 kg, wajan pengorengan, baskom plastik, baskom waring plastik, baskom *stainless*, gunting, nampan, spatula, teflon, pisau, mesin *sealer*, *styrofoam* kotak, timbangan, panci, sendok, cobek dan ulekan, gelas, piring plastik, piring keramik, mangkok plastik, mangkok keramik, saringan, telenan, centong *stainless* dan lemari es. Tabel uraian alat, spesifikasi, dan fungsi alat lebih lengkap dapat dilihat pada Lampiran 1.

3.4 Metode Analisis

Metode analisis usaha yang digunakan untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha Lumpia Edamame “LUME” antara lain sebagai berikut :

3.4.1 Analisis *Break Event Point* (BEP)

Menurut Rukmana dan Yudirachman (2016) *Break Event Point* (BEP) merupakan titik impas dari suatu usaha atau pulang modal atau titik temu antara total biaya dengan total output (penerimaan). Perhitungan BEP terdiri atas BEP produksi dan BEP harga jual produk. Rumus BEP adalah sebagai berikut :

1. *Break Event Point (BEP) Produksi*

$$\text{BEP (produksi)} = \frac{\text{Total Biaya (TC)}}{\text{Harga Jual (P)}} \dots \dots \dots \quad 3.1$$

2. *Break Event Point (BEP) Harga*

Keterangan : Total Biaya (TC) = Biaya Tetap (FC) + Biaya Variabel (VC)

Harga Jual (P) per kemasan = Harga Pokok Produk per Unit + Laba yang diinginkan

Total Produksi (Q) = Unit produk yang dihasilkan dalam satu kali produksi (kemasan)

3.4.2 Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)

Menurut Rukmana dan Yudirachman (2016) *Revenue Cost Ratio* (R/C) merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Rumus R/C *Ratio* sebagai berikut :

$$R/C\ Ratio = \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}} \dots \quad 3.3$$

Keterangan :

Total Penerimaan (TR)	= Harga Jual (P) x Total Produksi (Q)
Total Biaya (TC)	= Biaya Tetap (FC) + Biaya Variabel (VC)

Kriteria :

1. Jika $R/C > 1$, maka usaha menguntungkan
 2. Jika $R/C = 1$, maka usaha tidak untung dan tidak rugi
 3. Jika $R/C < 1$, maka usaha mengalami kerugian

3.4.3 *Return On Investment (ROI)*

Return On Investment (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) pada jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran mengenai efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikannya dengan mengabaikan sumber pendanaan dan biasanya ratio ini diukur dengan persentase (Tampubolon, 2013). Rumus ROI adalah sebagai berikut :

Keterangan : *Net profit after tax* = Laba Usaha – Pajak Penghasilan

Total *assets* = Total kekayaan (aktiva) = Aktiva Tetap +
Aktiva Lancar

Kriteria :

Menurut Simamora (2002) dalam Rosmawati dkk, (2015) *Return On Investment* merupakan suatu persentase, jadi semakin tinggi persentase ROI maka semakin baik atau semakin cepat pengembalian total *assets*, sedangkan apabila semakin kecil persentase ROI maka akan lama pengembalian total *assets* tersebut.

3.5 Proses Produksi

Proses produksi adalah usaha untuk menciptakan atau menambah nilai ekonomis suatu barang atau benda dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Memproduksi suatu produk harus mempersiapkan dalam proses produksinya seperti alat dan bahan sampai mempersiapkan bahan baku yang diperlukan dalam pembuatan Lumpia Edamame “LUME” ini. Proses produksi Lumpia Edamame “LUME” sebagai berikut :

1. Persiapan Alat dan Bahan

Langkah awal untuk melakukan proses produksi Lumpia Edamame “LUME” adalah dengan menyiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi. Alat yang dibutuhkan atau digunakan diantaranya : Kompor, tabung gas LGP 3 kg, wajan penggorengan, baskom plastik, baskom waring plastik, baskom *stainless*, gunting, nampan, spatula, teflon, pisau, mesin *sealer*, *styrofoam* kotak, timbangan, panci, sendok, cobek dan ulekan, gelas, piring plastik, piring keramik, mangkok plastik, mangkok keramik, saringan, telenan, centong *stainless* dan lemari es. Bahan utama yang dibutuhkan yaitu : edamame dan tepung terigu. Bahan penolong dalam pembuatan Lumpia Edamame “LUME” antara lain adalah : telur, bumbu penyedap, garam, minyak goreng, saos tiram, air mineral dan bawang putih, sedangkan untuk bahan pendukung dalam pembuatan Lumpia Edamame “LUME” diantaranya adalah : plastik kemasan, label, gas LPG 3 kg, spidol, dan kantong plastik.

2. Pembuatan Isian Lumpia

Proses ini adalah pembuatan isian dari lumpia yaitu pencampuran edamame, wortel, daging ayam, bumbu penyedap, dan garam. Olahan ini harus dilakukan secara tepat yaitu dengan beberapa kali membolak - balik isian lumpia tersebut dengan menggunakan spatula, karena tingkat kematangan antara sayuran dan daging ayam sangat diperlukan. Pembuatan isian tidak boleh terlalu matang karena apabila terlalu matang isian lumpia tidak akan bertahan lama dan rasa juga menjadi tidak enak.

3. Pembuatan Kulit Lumpia

Proses ini adalah pencampuran bahan pembuatan kulit lumpia, seperti tepung terigu, telur ayam, garam dan air mineral. Pembuatan adonan harus dilakukan secara berhati-hati pada saat penuangan adonan ke alat yang bernama teflon. Teflon berfungsi sebagai pembentukan kulit lumpia yang diinginkan yaitu bulat, maka dibutuhkan adonan lumpia yang tepat atau tidak terlalu cair maupun tidak terlalu kental. Tahap dalam membuat adonan ini harus kalis dan memiliki tingkat kekenyalan. Membuat kulit lumpia harus mempunyai tingkat ketebalan yang tepat agar rasa dari lumpia hasilnya renyah.

4. Pengisian Kulit Lumpia Edamame “LUME”

Proses ini adalah pengisian kulit lumpia yang isiannya sudah ditumis dan sudah dapat digulung dengan kulit lumpia tersebut. Kulit lumpia berfungsi sebagai lapisan atau tempat isian dari lumpia edamame. Caranya adalah lembaran kulit lumpia tersebut diberi isian lumpia yang telah ditumis, kemudian digulung untuk perekat dari sisi-sisi kulit lumpia dengan menggunakan putih telur.

5. Penimbangan Lumpia Edamame “LUME”

Penimbangan lumpia dilakukan sebelum melakukan proses pengemasan produk dan proses pembekuan lumpia, penimbangan dilakukan dengan tujuan agar mengetahui berat satu kemasan dari Lumpia Edamame “LUME”. Satu kemasan lumpia berisi 5 biji dengan berat 230 gram. Setelah dilakukan penimbangan maka dilakukan proses pengemasan sampai dengan pelabelan produk.

6. Pengemasan Produk

Setelah melalui proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” dan melakukan proses penimbangan, lumpia dikemas dalam plastik antara lain meliputi :

a. Pengemasan dan Pelabelan

Pengemasan ini dilakukan agar produk dapat tahan lama dan tidak terkontaminasi dengan udara kotor dari luar. Plastik yang digunakan untuk pengemasan produk ini harus tebal, dengan tujuan agar Lumpia Edamame “LUME” dapat bertahan lama. Pelabelan bertujuan agar produk yang akan dipasarkan dapat dikenal oleh masyarakat, dengan ciri khas dari label yang terdapat pada produk Lumpia Edamame “LUME”, selain itu akan mempermudah untuk menarik konsumen agar membeli produk yang dipasarkan. Pelabelan dilakukan sebelum lumpia dimasukkan ke dalam plastik, agar label terlihat rapi dan rata.

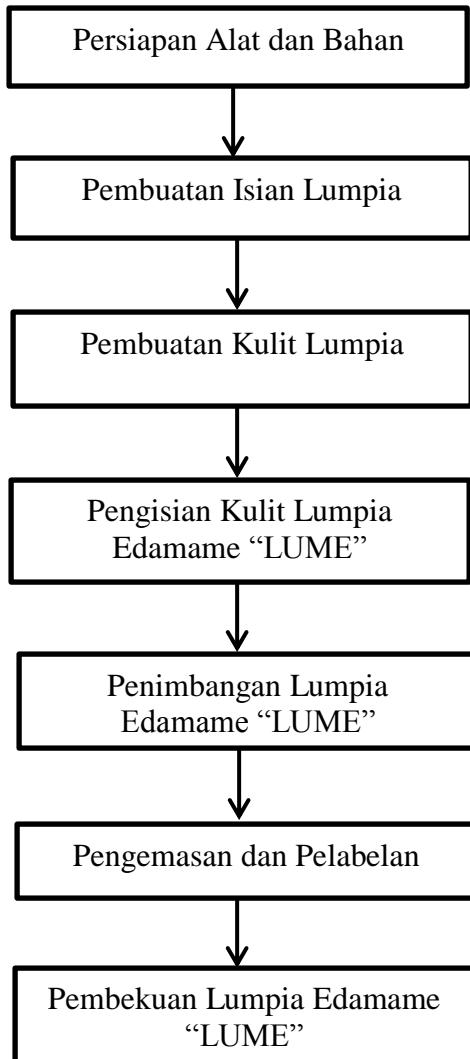
b. *Pensealeran*

Proses ini bertujuan agar Lumpia Edamame “LUME” yang sudah dikemas dapat bertahan lama dan tidak terkontaminasi dengan udara dari luar kemasan.

7. Pembekuan Lumpia Edamame “LUME”

Proses ini adalah Lumpia Edamame “LUME” yang telah ditimbang dan dilakukan proses pengemasan, akan dimasukkan ke dalam lemari es pada bagian *freezer*, agar produk dapat tahan lama.

Proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” ini terdapat beberapa tahap diantaranya disajikan dengan menggunakan Bagan 3.1 dibawah ini :



Gambar 3.1 Bagan Alur Proses Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

Sumber : Data Primer (2019)

3.6 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang digunakan pada produk Lumpia Edamame “LUME” memperhatikan beberapa unsur yaitu dengan menggunakan unsur bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

1. Produk (*Product*)

a. Menciptakan merek

Merek dari produk ini adalah Lumpia Edamame “LUME”, dalam pemilihan nama atau merk dari produk ini menggunakan singkatan dari Lumpia Edamame yaitu “LUME” dengan tujuan memudahkan konsumen untuk mengingat sehingga akan menarik minat konsumen.

b. Menciptakan mutu

Menciptakan mutu dari produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu dengan menggunakan bahan yang aman, seperti menggunakan sayuran yang digunakan untuk pembuatan isian lumpia harus dalam keadaan yang *fresh* agar tercipta produk yang bermutu. Selain itu menciptakan mutu dapat dilakukan dengan cara memperhatikan dari segi rasa Lumpia Edamame “LUME” ini, karena konsumen akan menyukai produk yang memiliki rasa yang berbeda dengan produk lumpia lainnya, seperti rasa pada bumbu isian lumpia harus meresap pada seluruh bagian dari bahan-bahan Lumpia Edamame “LUME” tersebut.

c. Menciptakan kemasan

Menciptakan kemasan produk Lumpia Edamame “LUME” menggunakan plastik yang tebal agar produk tersebut dapat bertahan lama. Menciptakan suatu produk harus dapat mengemas produk secara menarik dan juga harus aman, sehingga para konsumen dapat tertarik pada produk yang ditawarkan.

d. Pelabelan

Pelabelan menggunakan bahan yang tidak mudah rusak, warna yang menarik, mencantumkan nama produk, komposisi, isi/ Netto, waktu produksi, tanggal kadaluwarsa, nama produsen dan *Contact Person* (CP), alamat produsen, dan petunjuk cara penyimpanan, sehingga konsumen akan mendapatkan informasi mengenai produk dan mereka semakin percaya dengan mutu pada produk yang ditawarkan.

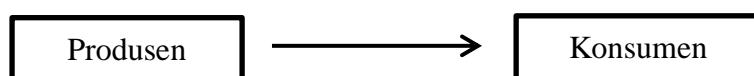
2. Harga (*Price*)

Menurut Sunarto dalam Ikawati, D., A. (2016) penentuan harga jual yang ditetapkan pada produk hendaknya dapat menutup total biaya yang dikeluarkan penjual dan harus menghasilkan laba yang sesuai dengan target. Penentuan harga jual untuk produk Lumpia Edamame “LUME” juga dapat didasarkan pada harga produk saingan yaitu seperti harga produk lumpia yang ada di pasaran. Suatu produk mudah ditawarkan apabila memiliki harga yang cocok untuk konsumen, tetapi juga dilengkapi dengan memberikan kemasan dan label yang menarik, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk ini.

3. Saluran Distribusi

Tempat yang akan digunakan sebagai penjualan produk dari Lumpia Edamame “LUME” dapat didasarkan pada lokasi usaha dan lokasi penjualan. Lokasi usaha dalam pembuatan produk Lumpia Edamame “LUME” bertempat di Perum Griya Mangli Indah, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, sedangkan untuk lokasi penjualan produk ini dilakukan di daerah Perum Griya Mangli indah, di sekolah, di toko sembako “LUPITA”, di koperasi sekolah “TK Alfath”, dan di daerah kampus. Saluran distribusi yang digunakan untuk Lumpia Edamame “LUME” menggunakan 2 model saluran distribusi. Gambar saluran distribusi produk Lumpia Edamame “LUME” dapat dilihat pada Gambar 3.2.

a. Saluran Distribusi secara Langsung (*face to face*)



b. Saluran Distribusi Tidak Langsung



Gambar 3.2 Saluran Distribusi Pemasaran Produk Lumpia Edamame “LUME”

Sumber : Sumarni dan Soeprihanto (2014)

4. Promosi (*Promotion*)

Terdapat beberapa cara yang akan dilakukan dalam mempromosikan produk dari Lumpia Edamame “LUME” ini, yaitu dengan menggunakan variabel-variabel yang terdapat pada Bauran Komunikasi Pemasaran antara lain adalah :

1. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi dengan menggunakan sistem penjualan pribadi ini sangat menguntungkan, karena dimana produsen dapat mempromosikan secara langsung kepada konsumen. Produsen juga akan lebih mudah dalam menjelaskan kelebihan yang terdapat di dalam produk dari Lumpia Edamame “LUME” ini.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi pada bagian ini adalah dimana produk dari Lumpia Edamame “LUME” ini dipromosikan secara langsung, contohnya : di daerah Perum Griya Mangli indah, di sekolah, di toko sembako “LUPITA”, di koperasi sekolah “TK Alfath”, dan di daerah kampus. Menggunakan suatu penawaran pada produk dengan secara langsung maka konsumen akan lebih tertarik dengan produk dari Lumpia Edamame “LUME” ini.

3. Publisitas (*Publicity*)

Promosi pada bagian ini adalah dimana produk dari Lumpia Edamame “LUME” dipromosikan melalui media *online* seperti *whatshapp*, *instagram*, dan media *online* lainnya. Sebagian besar dari konsumen banyak yang mencari informasi mengenai hal yang baru melalui media *online* tersebut, dengan begitu akan lebih mudah proses promosi produk Lumpia Edamame “LUME” ini apabila menggunakan media *online*.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Produk Lumpia Edamame “LUME”

Tugas Akhir yang berjudul Analisis Usaha Lumpia Edamame “LUME” merupakan produk yang baru dan belum ada di pasaran. Proses produksi dalam satu kali produksi dari produk Lumpia Edamame “LUME” ini menghasilkan 39 kemasan, untuk satu kemasan produk berisi 5 biji dengan berat netto 230 gram per kemasan. Lumpia Edamame “LUME” adalah produk yang baru dan belum ada di pasaran, dengan begitu membutuhkan tanda pengenal untuk produk ini agar konsumen dapat mengetahui keuntungan dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, produk Lumpia Edamame “LUME” ini membutuhkan label yang bertujuan sebagai informasi dari produk dan meningkatkan nilai jual dari produk tersebut. Berikut adalah gambar dari produk Lumpia Edamame “LUME” yang tertera pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Produk Lumpia Edamame “LUME”

Sumber : Data Primer (2019)

Keunggulan produk lumpia ini dengan lumpia yang lain yaitu untuk kulit Lumpia Edamame “LUME” ini produsen membuat sendiri, jadi dari segi rasa dan tekstur akan mudah untuk disesuaikan. Kulit lumpia dari produk ini dapat digambarkan dalam pembuatan adonan kulit mempunyai ketentuan ketebalan yang tepat yaitu tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis, dengan tujuan agar menghasilkan kerenyahan kulit lumpia pada saat digoreng. Keuntungan dari pembuatan kulit lumpia sendiri yaitu dapat dipastikan kulit lumpia yang digunakan produk ini tidak ada bahan pengawet.

4.1.2 Perhitungan Biaya dan Hasil Usaha

Perhitungan biaya produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME” yang diuraikan dalam Tabel 4.1 dan Tabel 4.2.

Tabel 4.1 Biaya Variabel dalam Satu Kali Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

No	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah Biaya
1.	Edamame	2	Kg	Rp 15.000,00	Rp 30.000,00
2.	Tepung Terigu	3	Kg	Rp 10.500,00	Rp 31.500,00
3.	Telur	0,5	Kg	Rp 24.000,00	Rp 12.000,00
4.	Bumbu Penyedap	27	Gram	Rp 55,50	Rp 1.500,00
5.	Garam	12	Gram	Rp 10,00	Rp 120,00
6.	Minyak Goreng	1	Ons	Rp 1.000,00	Rp 1.000,00
7.	Wortel	0,5	Kg	Rp 16.000,00	Rp 8.000,00
8.	Daging Ayam	0,5	Kg	Rp 32.000,00	Rp 16.000,00
9.	Saos Tiram	69	Mililiter	Rp 108,70	Rp 7.500,00
10.	Air Mineral	1,5	Liter	Rp 263,15	Rp 394,73
11.	Bawang Putih	1	Ons	Rp 3.500,00	Rp 3.500,00
12.	Plastik Kemasan	39	Kemasan	Rp 190,00	Rp 7.410,00
13.	Label	39	Label	Rp 750,00	Rp 29.250,00
14.	Gas LPG 3 kg	0,189	Kg	Rp 5.667,00	Rp 1.071,00
15.	Listrik	0,655	Kwh	Rp 1.350,00	Rp 884,25
16.	Trasportasi	1	Liter	Rp 10.000,00	Rp 10.000,00
17.	Tenaga Kerja	1	Orang/hari	Rp 84.000,00	Rp 84.000,00
18.	Pulsa <i>Internet</i>	100	Mb	Rp 5,00	Rp 500,00
19.	Spidol	1	Satu Kali	Rp 400,00	Rp 400,00
			Produksi		
20.	Kantong Plastik	10	Lembar	Rp 80,00	Rp 800,00
	Total Biaya Variabel			Rp 204.879,35	Rp 245.829,98

Sumber : Data Primer (2019)

Tabel 4.2 Biaya Tetap dalam Satu Kali Proses Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

No	Uraian	Jumlah	Jumlah Harga		Umur Ekonomis	Nilai Penyusutan/ minggu (Rp)
			Perolehan (Rp)			
1.	Kompor	1	Rp	300.000	5	Rp 1.125,00
2.	Baskom Plastik	4	Rp	12.000	2	Rp 125,00
3.	Baskom Waring Plastik	3	Rp	6.000	2	Rp 62,50
4.	Baskom <i>Stainless</i>	1	Rp	19.500	3	Rp 121,88
5.	Tabung Gas LPG 3 kg	1	Rp	120.000	-	Rp -
6.	Wajan Penggorengan	1	Rp	25.000	3	Rp 156,25
7.	Gunting	1	Rp	5.000	3	Rp 34,72
8.	Nampan	2	Rp	7.000	2	Rp 72,92
9.	Spatula	1	Rp	15.000	3	Rp 104,17
10.	Teflon	1	Rp	110.000	5	Rp 412,50
11.	Pisau	1	Rp	5.000	3	Rp 34,72
12.	Mesin <i>Sealer</i>	1	Rp	145.000	5	Rp 543,75
13.	<i>Styrofom</i> kotak	1	Rp	19.000	2	Rp 178,13
14.	Timbangan	1	Rp	25.000	5	Rp 93,75
15.	Panci	1	Rp	20.000	5	Rp 75,00
16.	Sendok	2	Rp	10.000	3	Rp 69,44
17.	Cobek dan Ulek	1	Rp	20.000	3	Rp 125,00
18.	Gelas	1	Rp	5.000	3	Rp 34,72
19.	Piring Keramik	1	Rp	4.500	2	Rp 46,88
20.	Piring Plastik	1	Rp	5.000	2	Rp 52,08
21.	Mangkok Plastik	2	Rp	6.000	1	Rp 125,00
22.	Mangkok Keramik	1	Rp	4.500	2	Rp 46,88
23.	Saringan	1	Rp	5.000	2	Rp 52,08
24.	Telenan	1	Rp	9.500	2	Rp 98,96
25.	Centong <i>Stainless</i>	1	Rp	5.000	3	Rp 34,72
26.	Lemari Es	1	Rp	1.600.000	8	Rp 3.750,00
Total Biaya Tetap			Rp 2.508.000		Rp 7.576,04	

Sumber : Data Primer (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 diperoleh hasil perhitungan biaya variabel dalam satu kali proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME” sebesar Rp 245.829,98, penjelasan perhitungan dari biaya variabel tersebut dapat dilihat pada Lampiran 2. Berdasarkan Tabel 4.2 diatas diperoleh hasil perhitungan biaya tetap yaitu biaya penyusutan peralatan dalam satu kali proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME” sebesar Rp 7.576,04, penjelasan perhitungan dari biaya tetap tersebut dapat dilihat pada Lampiran 3. Produk Lumpia Edamame “LUME” dalam satu kali produksi sebanyak 39 kemasan dengan harga jual sebesar Rp 10.000 per kemasan.

Penggunaan biaya untuk menentukan perhitungan hasil usaha pembuatan Lumpia Edamame “LUME” yaitu menggunakan perhitungan biaya tetap dan biaya variabel. Perhitungan tersebut diuraikan dalam Tabel 4.3 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Hasil Usaha Produksi Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

No	Keterangan	Jumlah
1.	Penerimaan	
	39 kemasan x Rp 10.000/ kemasan	Rp 390.000
2.	Total Biaya Tetap	Rp 7.576,04
3.	Total Biaya Variabel	Rp <u>245.829,98</u> +
4.	Total Biaya	Rp 253.406,02 -
5.	Laba Bersih	Rp 136.593,98

Sumber : Data Primer (2019)

4.1.3 Analisis Usaha Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

Perhitungan Analisis Usaha dari proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME” menggunakan 3 metode analisis yaitu sebagai berikut :

1. Perhitungan *Break Event Point* (BEP)

Berdasarkan hasil perhitungan biaya dalam satu kali proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME”, perhitungan *Break Event Point* (BEP) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{a. BEP (produksi)} &= \frac{\text{Total Biaya (TC)}}{\text{Harga Jual (P)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 253.406,02}{\text{Rp } 10.000 / \text{kemasan}} \\
 &= 25,34 \text{ kemasan} \\
 &= 25 \text{ kemasan (Pembulatan)}
 \end{aligned}$$

BEP produksi diperoleh hasil sebesar 25 kemasan

$$\begin{aligned}
 \text{b. BEP (harga)} &= \frac{\text{Total Biaya (TC)}}{\text{Total Produksi (Q)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 253.406,02}{39 \text{ kemasan}} \\
 &= \text{Rp } 6.497,59 / \text{kemasan} \\
 &= \text{Rp } 6.500 / \text{kemasan (Pembulatan)}
 \end{aligned}$$

BEP harga diperoleh hasil sebesar Rp 6.500 per kemasan

2. Perhitungan *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Berdasarkan hasil perhitungan biaya dalam satu kali proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME”, perhitungan *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{R/C Ratio} &= \frac{\text{Total Penerimaan (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 390.000}{\text{Rp } 253.406,02} \\
 &= 1,54
 \end{aligned}$$

Perhitungan dari rumus *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) diperoleh hasil sebesar 1,54.

3. Perhitungan *Return On Investment* (ROI)

Berdasarkan hasil perhitungan laba produksi dalam satu kali proses produksi pembuatan Lumpia Edamame “LUME”, perhitungan *Return On Investment* (ROI) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Return On Investment (ROI)} &= \frac{\text{Net profit after tax}}{\text{Total assets}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp } 136.593,98}{\text{Rp } 2.753.829,98} \times 100\% \\
 &= 5\%
 \end{aligned}$$

Perhitungan dari *Return On Investment* (ROI) diperoleh hasil sebesar 5 %.

Tabel 4.4 Perhitungan Total Assets Usaha Produk Lumpia Edamame “LUME”

No	Keterangan	Jumlah
1.	Aktiva Tetap	
	- Peralatan	Rp 2.508.000
2.	Aktiva Lancar	
	- Persediaan Bahan	Rp 111.514,73
	- Persediaan Bahan	Rp 38.531
	Pendukung	
	- Perlengkapan	Rp 400
	- Uang Tunai	Rp 95.384,25 +
	Total Aktiva Lancar	Rp 245.829,98 +
3.	Total assets (Aktiva Tetap + Aktiva Lancar)	Rp 2.753.829,98

Sumber : Data Primer (2019)

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh hasil aktiva tetap adalah Rp 2.508.000, sedangkan untuk hasil aktiva lancar berasal dari penjumlahan dari persediaan bahan sebesar Rp 111.514,73, ditambah persediaan bahan pendukung sebesar Rp 38.531, ditambah perlengkapan sebesar Rp 400 dan ditambah dengan uang tunai adalah Rp 95.384,25, didapat total aktiva lancar adalah Rp 245.829,98. Total

assets didapat hasil Rp 2.753.829,98, yang didapat dari penambahan aktiva tetap dan aktiva lancar.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Proses Pembuatan Lumpia Edamame “LUME”

1. Persiapan Alat Dan Bahan

Alat yang dibutuhkan dalam pembuatan Lumpia Edamame “LUME” adalah kompor, tabung gas LPG 3 kg, wajan penggorengan, baskom plastik, baskom waring plastik, baskom *stainless*, gunting, nampan, spatula, teflon, pisau, mesin *sealer*, *styrofoam* kotak, timbangan, panci, sendok, cobek dan ulekan, gelas, piring plastik, piring keramik, mangkok plastik, mangkok keramik, saringan, telenan, centong *stainless* dan lemari es. Bahan yang dibutuhkan terdiri dari bahan utama dan bahan penolong. Bahan utama dari produk Lumpia Edamame “LUME” antara lain edamame dan tepung terigu. Bahan penolong produk Lumpia Edamame “LUME” antara lain telur, bumbu penyedap, garam, minyak goreng, wortel, daging ayam, saos tiram, air mineral dan bawang putih. Bahan pendukung dan perlengkapan dalam proses produksi antara lain plastik kemasan, label, gas LPG 3 kg, spidol, dan kantong plastik.

2. Pembuatan Isian Lumpia

Pembuatan isian Lumpia Edamame “LUME” dilakukan sebelum pembuatan kulit, karena pada saat pengisian lumpia isian harus dalam keadaan dingin agar dapat bertahan lama. Isian Lumpia Edamame “LUME” terdiri dari edamame, wortel, dan daging ayam. Bumbu yang dibutuhkan untuk pembuatan isian lumpia ini terdiri dari bawang putih, garam, bumbu penyedap, air dan saos tiram, sedangkan untuk proses penumisan isian lumpia ini membutuhkan minyak goreng. Bahan-bahan dari isian lumpia sebelumnya harus dilakukan pemisahan kulit, seperti pemisahan kulit ari edamame, pemisahan kulit wortel, dan pemisahan kulit bawang putih. Setelah dilakukan tahap pemisahan kulit, semua bahan dilakukan pencucian hingga bersih, pencucian daging ayam dan kemudian direbus selama 15 menit. Penumisan isian lumpia dilakukan setelah bahan-bahan sudah dipotong menjadi kecil-kecil, penumisan harus menggunakan api yang kecil

dengan tujuan agar pada saat proses penumisan tidak mudah gosong. Cara penumisan adalah dengan membalik - balik bahan tersebut, agar dapat mengantur tingkat kematangan dari isian lumpia.

3. Pembuatan Kulit Lumpia

Pembuatan kulit Lumpia Edamame “LUME” dilakukan secara manual yaitu dengan membuat adonan yang membutuhkan tekstur tidak cair dan tidak terlalu kental, agar kulit lumpia tidak mudah pecah dan robek. Bahan- bahan yang diperlukan dalam pembuatan kulit lumpia ini adalah terdiri dari tepung terigu, telur, garam, dan air. Bahan tersebut akan dibuat adonan, dalam pembuatan adonan kulit lumpia ini harus sesuai yaitu tidak terlalu cair maupun tidak terlalu kental. Adonan kulit lumpia sebelum dimasak atau dicetak menggunakan telfon, adonan kulit lumpia harus disaring menggunakan saringan terlebih dahulu dengan tujuan agar tidak terdapat tepung yang menggumpal.

4. Pengisian Kulit Lumpia Edamame “LUME”

Pengisian kulit lumpia dilakukan setelah melakukan proses pembuatan isian lumpia dan pembuatan kulit lumpia. Proses pengisian lumpia harus dilakukan secara baik, agar kulit lumpia tidak robek. Isian lumpia memiliki takaran yang sama yaitu dengan menggunakan satu setengah sendok makan. Pengisian kulit lumpia dilakukan apabila isian kulit lumpia sudah dingin, dengan tujuan agar pada saat dimasukkan ke dalam kulit tidak terjadi penguapan yang dapat menyebabkan lumpia tidak dapat bertahan lama atau mudah basi. Pengisian kulit lumpia ini memerlukan putih telur yang digunakan sebagai perekat kulit lumpia.

5. Penimbangan Lumpia Edamame “LUME”

Tahap penimbangan Lumpia Edamame ”LUME” adalah dimana pada saat proses pengemasan lumpia berat satu kemasan sesuai dengan yang ditentukan. Berat dari lumpia per kemasan adalah 230 gram dengan isi 5 biji. Tujuan dari penimbangan ini adalah agar untuk setiap kemasan memiliki berat yang sama dan tidak kurang dari 230 gram, yang telah tertera dipenulisan label produk Lumpia Edamame “LUME” ini.

6. Pengemasan Produk

Pengemasan Lumpia Edamame “LUME” terdapat beberapa tahap diantara lain adalah :

a. Pengemasan Lumpia Edamame “LUME” dan Pelabelan

Pengemasan produk dilakukan agar produk dari lumpia edamame “LUME” dapat bertahan lama dan dapat meningkatkan nilai jual dari produk tersebut. Kemasan Lumpia Edamame “LUME” menggunakan plastik yang tebal, agar lumpia dapat bertahan lama dan plastik tidak mudah robek pada saat dimasukkan lumpia. Pelabelan dilakukan dengan tujuan agar lumpia mempunyai tanda pengenal, label tersebut berisi informasi yang terdapat pada produk, sehingga konsumen akan mengetahui produk yang ditawarkan. Pelabelan dilakukan sebelum lumpia dimasukkan ke plastik kemasan, agar label yang ditempelkan terlihat rapi. Informasi yang dicantumkan dalam label produk ini adalah terdiri dari nama produk, komposisi, isi/ Netto, waktu produksi, tanggal kadaluwarsa, nama produsen dan *Contact Person* (CP), alamat produsen, dan petunjuk cara penyimpanan.

b. *Pensealeran*

Proses ini dilakukan agar lumpia yang sudah dikemas di dalam plastik dapat bertahan lama, setelah lumpia dimasukkan kedalam plastik maka dilakukan *pensealeran*. *Pensealeran* dilakukan 2 kali, agar produk benar-benar tertutup dan tidak ada udara yang masuk.

7. Pembekuan Lumpia Edamame “LUME”

Pembekuan dilakukan setelah produk dikemas, proses pembekuan dilakukan selama 3 jam. Produk yang sudah menjadi *frozen* maka dapat langsung dipasarkan kepada konsumen.

Proses produksi Lumpia Edamame “LUME” dilakukan selama satu minggu sekali dalam satu kali proses produksi sebanyak 39 kemasan. Harga satu kemasan dari produk Lumpia Edamame “LUME” adalah Rp 10.000,- per kemasan. Total biaya dalam satu kali produksi sebesar Rp 245.829,98, sedangkan laba bersih yang dihasilkan adalah sebesar Rp 136.593,98 dari satu kali produksi. Kendala pada saat proses produksi adalah pada saat pembuatan kulit edamame,

dalam pembuatan harus diperhatikan ketebalannya, karena apabila terlalu tebal atau terlalu tipis kulit akan mudah robek. Kendala lain dari proses produksi pada saat memasukkan lumpia kedalam plastik harus dilakukan secara hati-hati, agar lumpia dapat tertata dengan rapi dan dipastikan tidak ada lumpia yang tertindih dengan lumpia yang lain. Lumpia yang tertindih akan menyebabkan lumpia gepeng dan pada waktu akan digoreng dapat mudah pecah, oleh karena itu untuk menggoreng lumpia yang benar harus dipastikan tidak beku atau tidak keras lagi lumpia tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” ini kebersihan dalam pembuatan lumpia. Bahan-bahan yang digunakan harus *fresh*, karena apabila menggunakan sayuran yang masih segar akan berpengaruh terhadap hasil akhirnya, selain itu akan menciptakan mutu dari suatu produk. Tahap pengemasan juga harus diperhatikan, pada saat *pensealeran* harus dipastikan plastik tidak ada yang lubang agar tidak ada udara yang masuk. Ketahanan dari produk Lumpia Edamame “LUME” kurang lebih adalah satu minggu, dengan ketentuan harus disimpan didalam *freezer*.

4.2.2 Analisis Usaha

1. Analisis *Break Event Point* (BEP)

Perhitungan dari Analisis *Break Event Point* (BEP) produksi didapatkan hasil adalah 25 kemasan dari satu kali produksi, tetapi dari satu kali produksi didapatkan 39 kemasan. Perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa BEP (produksi) yaitu 25 kemasan lebih kecil dibandingkan dengan hasil produksi yaitu sebesar 39 kemasan dalam satu kali proses produksi. Hasil perhitungan dari BEP produksi dapat disimpulkan bahwa usaha ini menguntungkan. Perhitungan dari Analisis *Break Event Point* (BEP) harga didapatkan hasil sebesar Rp 6.500 per kemasan, harga penjualan produk untuk satu kemasan adalah sebesar Rp 10.000 per kemasan. Perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual sebesar Rp 10.000 lebih besar dari BEP (harga) sebesar Rp 6.500, artinya usaha ini menguntungkan untuk dilanjutkan.

2. Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Perhitungan dari Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) didapat hasil yaitu 1,54. Hasil perhitungan dari R/C Ratio dapat diartikan bahwa setiap biaya usaha yang dikeluarkan sebesar Rp 1.000 akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1.540 atau akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 540. Penerimaan dari produk Lumpia Edamame “LUME” sebesar Rp 390.000, yang artinya dapat menutupi total biaya sebesar Rp 245.829,98. Analisis Usaha Lumpia Edamame “LUME” dapat dikatakan menguntungkan karena dilihat dari perhitungan analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) total penerimaan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan dari produksi Lumpia Edamame “LUME”, sesuai dengan kriteria dari metode analisis R/C Ratio yaitu apabila > 1 maka usaha menguntungkan.

3. Analisis *Return On Investment* (ROI)

Perhitungan dari Analisis *Return On Investment* (ROI) didapatkan hasil yaitu 5 %. Hasil perhitungan dari ROI dapat diartikan laba bersih 5 % dari total *assets*. Usaha ini layak untuk diusahakan karena hasil dari perhitungan ROI sebesar 5 %, sesuai dengan kriteria ROI yaitu semakin tinggi presentasi ROI maka semakin cepat pengembalian total *assets*, sehingga untuk mengembalikan total *assets* sebesar Rp 2.753.829,98 dibutuhkan 20 kali proses produksi Lumpia Edamame “LUME” dengan laba bersih sebesar 136.593,98 untuk satu kali proses produksi.

4.2.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang digunakan dalam proses produksi dari produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu dengan menggunakan unsur-unsur bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

1. Produk (*Product*)

Produk Lumpia Edamame “LUME” merupakan produk yang baru di pasaran, oleh karena itu produsen harus lebih pintar untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen. Produk yang mempunyai mutu baik dan sehat, maka konsumen yang awalnya hanya ingin mencoba menjadi ketagihan untuk

membeli produk tersebut. Komposisi untuk isian yang terdapat diproduk Lumpia Edamame “LUME” ini terdiri dari edamame, wortel, dan daging ayam, yang mempunyai kandungan gizi yang bermanfaat bagi tubuh. Produk Lumpia Edamame “LUME” ini untuk kulitnya dibuat sendiri oleh produsen, sehingga dapat dipastikan tidak ada kandungan pengawet yang terdapat dari kulit lumpia.

2. Harga (*Price*)

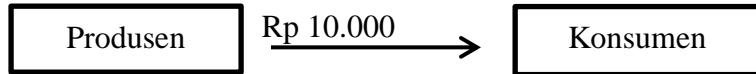
Harga dari produk Lumpia Edamame “LUME” dapat terbilang terjangkau yaitu Rp 10.000 per kemasan. Harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat dikatakan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, dengan ukuran yang besar dan isian lumpia yang terbilang banyak. Harga Rp 10.000 tersebut sangat cocok bagi semua konsumen. Penentuan harga jual untuk produk didasarkan dengan melihat harga jual produk pesaing yang ada di pasaran dan penentuan harga yang ditawarkan dari produk Lumpia Edamame “LUME” didapat dari presentase laba yang diharapkan terhadap jumlah biaya yang dikeluarkan atau biaya produksi melalui pendekatan *full costing* atau biaya total. Laba yang diharapkan produk Lumpia Edamame “LUME” adalah sebesar 40%, dari harga jual produk per kemasan Lumpia Edamame “LUME” sebesar Rp 10.000, penjelasan produk pesaing dan perhitungan penentuan harga jual tersebut dapat dilihat pada Lampiran 4.

3. Saluran Distribusi

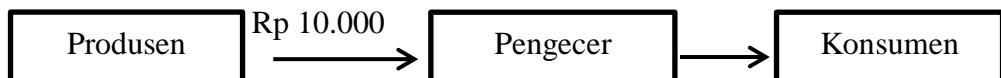
Promosi yang dilakukan pada saat menjual produk Lumpia Edamame “LUME” dilakukan di daerah Perum Griya Mangli indah, di sekolah, di toko sembako “LUPITA”, di koperasi sekolah “TK Alfath”, dan di daerah kampus. Saluran distribusi yang dilakukan adalah secara langsung dan tidak langsung. Promosi produk secara langsung memudahkan produsen dalam melakukan pengenalan produk yang ditawarkan kepada konsumen, sedangkan promosi produk secara tidak langsung produsen hanya dapat mencantumkan informasi produk melalui label yang terdapat di produk Lumpia Edamame “LUME” tersebut.

Berikut adalah gambar saluran distribusi produk Lumpia Edamame “LUME”.

- a. Saluran Distribusi secara Langsung (*face to face*)



- b. Saluran Distribusi Tidak Langsung



Gambar 4.2 Saluran Distribusi Produk Lumpia Edamame “LUME” di Kabupaten Jember

Sumber : Data Primer (2019)

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan dalam mengenalkan produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu dengan menggunakan variabel-variabel yang terdapat di Bauran Komunikasi Pemasaran, agar dalam mempromosikan produk lebih bervariasi dan menarik dari sebelumnya. Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi yang dilakukan dari Penjualan Pribadi (*Personal Selling*) adalah produsen dapat menawarkan produk lumpia tersebut kepada konsumen secara langsung. Mempromosikan produk dengan menggunakan metode ini sangat menguntungkan bagi produsen, karena produsen dapat berkomunikasi secara langsung kepada konsumen. Kebanyakan dari konsumen lebih menyukai apabila produk yang ditawarkan mempunyai informasi yang jelas dan sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh produsen.

- b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi dengan menggunakan promosi penjualan ini sangat menguntungkan karena produsen dapat menjelaskan atau memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk Lumpia Edamame “LUME” merupakan produk yang baru dan belum ada di pasaran. Oleh karena itu, produsen harus pintar dalam

menyakinkan konsumen untuk membeli produk lumpia ini. Mempromosikan suatu produk kepada konsumen harus dilakukan salah satu penawaran yang menarik kepada konsumen, agar mereka lebih cepat dalam merespon produk tersebut. Hal yang dilakukan oleh produsen untuk mempromosikan produk Lumpia Edamame “LUME” ini yaitu dengan memberikan tester pada saat mempromosikan produk, selain itu produsen juga menawarkan gratis ongkir bagi pembelian lebih dari 3 untuk wilayah kampus. Penawaran tersebut dilakukan, agar konsumen dapat lebih tertarik untuk membeli produk lumpia ini.

c. Publisitas (*Publicity*)

Promosi dengan menggunakan metode Publisitas adalah salah satu cara dalam memperkenalkan kepada konsumen secara meluas. Promosi yang dilakukan dari metode ini adalah dengan menggunakan akun *instagram* dari produk lumpia, mengenalkan produk dari aplikasi *whatshapp* dengan cara melakukan *brodcast* dan mencantumkan informasi yang terdapat dalam produk Lumpia Edamame “LUME”. Mempromosikan produk melalui media sosial sangat menguntungkan, karena produk yang ditawarkan dapat langsung dikenal oleh masyarakat luas khususnya pengguna media sosial.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari proses produksi produk Lumpia Edamame “LUME” adalah sebagai berikut :

1. Proses pembuatan Lumpia Edamame “LUME” terdapat hal yang harus diperhatikan antara lain adalah dalam pembuatan kulit lumpia harus hati-hati apabila terlalu tipis maka kulit tersebut akan mudah robek apabila akan diberi isian lumpia, selain itu dalam pemilihan bahan-bahan harus menggunakan bahan yang *fresh*, agar isian lumpia dapat bertahan lama dan tidak mudah basi. Ketahanan dari produk Lumpia Edamame “LUME” adalah satu minggu, apabila dalam penyimpanan produk didalam *freezer*.
2. Analisis usaha yang digunakan dari produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu menggunakan metode Analisis *Break Event Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI). Perhitungan dari produk Lumpia Edamame “LUME” untuk BEP produk adalah 25 kemasan, dari hasil BEP tersebut lebih kecil dari produk yang dihasilkan yaitu 39 kemasan. BEP harga adalah Rp 6.500, harga tersebut lebih kecil dari harga jual produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu Rp 10.000. Perhitungan dari R/C Ratio didapat hasil yaitu 1,54, sedangkan dari perhitungan ROI yaitu 5 %. Perhitungan dengan 3 metode tersebut dapat dinyatakan bahwa produk Lumpia Edamame “LUME” menguntungkan dan dapat dilanjutkan.
3. Pemasaran yang digunakan dalam produk Lumpia Edamame “LUME” yaitu menggunakan saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung. Tujuan menggunakan saluran distribusi pemasaran secara langsung adalah agar produsen dapat memperkenalkan produk baru ini kepada konsumen, sedangkan pemasaran tidak langsung tujuannya adalah agar produk yang produsen tawarkan dapat dikenal oleh masyarakat secara meluas. Promosi yang dilakukan adalah dengan menggunakan bauran komunikasi pemasaran.

Bauran komunikasi pemasaran terdiri dari Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan Publisitas (*Publicity*).

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk usaha produk dari Lumpia Edamame “LUME”, agar dapat bersaing dengan produk saingan di pasaran adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengemasan yang baru, agar konsumen tidak bosan dengan kemasan yang ditawarkan dari produk lumpia ini, misalnya dengan mengganti kemasan yang awalnya menggunakan plastik, untuk menjaga ketahanan lumpia agar lebih lama berganti dengan menggunakan kemasan plastik yang kedap udara.
2. Mengembangkan suatu usaha harus terdapat inovasi baru, misalnya menambahkan rasa baru dari isian lumpia yang awalnya original, untuk isian lumpia yang baru menambahkan rasa pedas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnidar dan Asrida. 2017. “Analisis Kelayakan Usaha Home Industry Kerupuk Opak Di Desa Paloh Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kabupaten Aceh Utara”. Dalam *Jurnal S. Pertanian* 1 (1). Hal. 39 – 47.
- Astari, dkk. 2016. “Pengaruh Kombinasi Pupuk N, P, K Dan Vermikompos Terhadap Kandungan C-Organik, N Total, C/N Dan Hasil Kedelai (Glycine Max (L.) Merill) Kultivar Edamame Pada Inceptisols Jatinangor”. Dalam *Jurnal Agroekotek* 8 (2). Hal. 95 – 10.,
- Faizal, A. 2018. “UMK Jatim 2019 Ditetapkan, Tertinggi, Rp 3,8 Juta, Terendah Rp 1,7 Juta”. <https://amp.kompas.com/region/real/2018/11/16/12171421/UMK-Jatim-2019-ditetapkan-tinggi-rp-38-Juta-terendah-rp-17-Juta>. [Minggu, 16 Juni 2019].
- Gatra. 2016. *Analisis Usaha Produksi Greenies Edamame Di Kelurahan Kebonsari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember*. Tugas Akhir. Jember : Politeknik Negeri Jember.
- Hidayat, dkk. 2011. “ Studi Perbandingan Nilai Laba Bersih antara Metode Pencatatan Penyusutan yang dilakukan Perusahaan dengan UU Perpajakan No. 17 Tahun 2000”. Dalam *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*”. Vol. 2. No. 1. Hal. 43-60.
- Ikawati, D. A. 2016. “Penetapan Harga Jual dengan metode Cost Plus Pricing Pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya”. Dalam *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*. Hal. 1 - 21.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 1999. “*Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan*”.
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan- Edisi Revisi*. Jakarta : Rajawali Pers, 2014.
- Kasmir dan Jakfar. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis – Edisi Revisi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Lutfi. 2015. *Analisis Usaha Brownies Edamame “LUTFI” Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember*. Tugas Akhir. Jember : Politeknik Negeri Jember.
- Pawirohasono. 2013. “*Bioteknologi untuk Ketahanan Pangan Kedelai : Aspek Produksi dan Konsumsi*”. Vol.22. Hal. 275- 286.

- Ratnasari. 2015. *Analisis Usaha Molen Isi Edamame “MOME” di Desa Umbulrejo Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember*. Tugas Akhir. Jember : Politeknik Negeri Jember.
- Rosmawati, dkk. 2015. “Analisis Return On Investment (ROI) dan Residual Income (RI) Guna Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Pendekatan DU Pont System”. Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 26.
- Rukmana dan Yudirachman. 2016. *Untung Selangit Agribisnis Cengkeh*. Yogyakarta : LilyPublisher.
- Kurniasanti, dkk. 2014. “Analisis dan Model Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Edamame Beku”. Dalam *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. Vol. 11 No. 3.
- Sumarni dan Soeprihanto. 2014. *Pengantar Bisnis (Dasar- Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Sufi. 2007. *Aneka Lumpia dan Risoles*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tampubolon. 2013. *Manajemen Keuangan (Finance Management)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Undang-Undang Republik Indonesia. 2003. “*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*”.