

**PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL ROTI DI DAERAH
BULAK SARI, SRAGEN DITINJAU DARI PERENCANAAN USAHA DAN
KOMUNIKASI PASAR**

NASKAH PUBLIKASI SKRIPSI
Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Pendidikan Akuntansi



Disusun Oleh :
PUJI CHOIRIYAH
A 210 080 190

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PEDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL ROTI DI DAERAH
BULAK SARI, SRAGEN DITINJAU DARI PERENCANAAN
USAHA DAN KOMUNIKASI PASAR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

PUJI CHOIRIYAH

A 210 080 190

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal, Juli 2012

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. Yetty Sarjono, M. Si

()

2. Drs. Sami'an, M. M

()

3. Drs. Sriyono, M. Pd

()

Surakarta, Juli 2012

Disahkan

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan




Drs. H. Sofyan Anif, M. Si.

NIK. 547

ABSTRAK

PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL ROTI DI DAERAH BULAK SARI, SRAGEN DITINJAU DARI PERENCANAAN USAHA DAN KOMUNIKASI PASAR

Oleh

Puji Choiriyah*, Yetty Sarjono, Sami'an****

***Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu**

Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta

****Dosen Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui pengaruh perencanaan usaha terhadap pengembangan usaha; 2) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha; 3) Untuk mengetahui pengaruh perencanaan usaha dan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri kecil roti di daerah Bulak Sari, Sragen. Sampel diambil sebanyak 15 industri. Data yang diperlukan diperoleh melalui angket dan dokumentasi. Angket sebelumnya diujicobakan dan diuji validitas serta diuji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, uji R^2 , dan sumbangan relatif dan efektif.

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: $Y = 33,580 + 0,636X_1 + 1,438X_2$. Persamaan menunjukkan bahwa hasil pengembangan usaha dipengaruhi oleh perencanaan usaha dan Komunikasi pasar. Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Ada pengaruh yang signifikan perencanaan usaha terhadap pengembangan usaha pada industri kecil roti di daerah Bulak Sari, Sragen. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2,309 > 2,179$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,040$, dengan sumbangan efektif sebesar $26,8\%$; 2) Ada pengaruh yang signifikan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha pada industri kecil roti di daerah Bulak Sari, Sragen. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,335 > 2,179$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,002$, dengan sumbangan efektif sebesar $30,1\%$; 3). Ada pengaruh yang signifikan perencanaan usaha dan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha industri kecil roti di daerah Bulak Sari, Sragen. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $7,909 > 3,885$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$. Dengan koefisien determinasi yang diperoleh sebesar $0,569$. 4) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,569$ menunjukkan bahwa besarnya pengaruh antara perencanaan usaha dan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha adalah sebesar $56,9\%$ sedangkan $43,1\%$ sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Perencanaan usaha, Komunikasi pasar, Pengembangan usaha*

PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL ROTI DI DAERAH BULAK SARI, SRAGEN DITINJAU DARI PERENCANAAN USAHA DAN KOMUNIKASI PASAR

A. PENDAHULUAN

Dunia usaha sekarang semakin luas. Banyak perusahaan yang menciptakan produk-produk baru yang pada dasarnya hampir sama antara produk satu dengan yang lainnya, yang membedakan hanya kualitas dan merk. Menghadapi keadaan yang demikian, perusahaan menggunakan berbagai cara agar produk mereka laku dan berkembang di pasaran. Seperti pengadaan pelatihan kerja karyawan supaya menciptakan produk yang lebih berkualitas dan diminati masyarakat.

Bagi perusahaan yang baru berkembang atau sering disebut industri rumah tangga, tentunya diperlukan usaha yang maksimal untuk memasuki dunia bisnis dan persaingan bisnis yang ketat. Mengembangkan usaha yang baru berkembang bahkan masih industri rumah tangga memang tidak mudah, diperlukan usaha yang optimal demi berkembangnya usaha. Dalam hal ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan atau dasar dari usaha untuk mengembangkan suatu usaha yang baru berkembang maupun industri baru. Diantaranya adalah perencanaan usaha dan komunikasi pasar

Hal terpenting yang merupakan pokok dari produksi adalah perencanaan, karena banyak perusahaan yang gagal di awal usahanya akibat tidak mampu merancang perencanaan yang baik. Maka, begitu memasuki dunia pemasaran, banyak hal yang tak terduga terjadi dan tak tahu apa yang harus dilakukan. Menurut Tjokroaminoto dalam Usman (2008:60): "Perencanaan ialah proses mempersiapkan kegiatan-kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu".

Perencanaan bisnis merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan / kemampuan sebuah perusahaan untuk menjual barang/jasa dengan menarik konsumen untuk membeli dan menghasilkan keuntungan. Dalam perencanaan harus jelas visi dan misi, usulan usaha, operasional usaha, rincian finansial, dan lain-lain. Sehingga, apabila terjadi sesuatu yang diluar dugaan, semua dapat diatasi dengan mudah. Dalam perencanaan, kita harus menetapkan produk seperti apa yang akan diciptakan agar menarik konsumen, dan lain sebagainya.

Perusahaan juga harus memperhatikan keadaan pasar untuk mengembangkan produknya, memperhatikan peluang pasar, yaitu pasar sasaran yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dengan mengamati peluang, kebutuhan konsumen, mengetahui daya beli konsumen, perusahaan akan mudah dalam mengatur strategi untuk memasuki pasar dan mengembangkan produknya.

Selain perencanaan usaha juga diperlukan komunikasi pasar untuk mengembangkan suatu usaha. "Komunikasi adalah proses penyampaian atau penerimaan pesan dari satu orang kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan maupun bahas nonverbal (Usman, 2008:389)".

Dengan adanya komunikasi pasar, pengusaha bisa meningkatkan usaha yang diperoleh dari informan (pemberi informasi). Misalnya, dengan adanya komunikasi pasar, pengusaha bisa melihat peluang di pasar, mengetahui harga pasar barang di pasaran, dan lain sebagainya.

Setiap pengusaha tidak bisa mengetahui apa yang akan terjadi di masa depan sehingga, dengan adanya perencanaan diharapkan dapat membantu mengidentifikasi hal-hal yang mungkin akan terjadi di kemudian hari. Perencanaan bisa disebut hal yang paling pokok atau mendasar dalam usaha. Perencanaan yang baik dapat menghasilkan sesuatu yang baik sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Komunikasi pasar juga sangat penting demi perkembangan suatu usaha. Dengan adanya komunikasi pasar, masyarakat/ konsumen bisa mengetahui keberadaan suatu produk, dan kemungkinan mereka akan melakukan pembelian, bahkan pembelian ulang.

Namun, dalam satu bisnis atau usaha yang baru berkembang maupun industri rumah tangga, perencanaan dan komunikasi pasar ini masih belum diperhatikan, bahkan tidak menggunakan perencanaan dan komunikasi pasar untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul

“ PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL ROTI DI DAERAH BULAK SARI, SRAGEN DITINJAU DARI PERENCANAAN USAHA DAN KOMUNIKASI PASAR”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perencanaan usaha dan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha industry kecil roti di daerah Bulak Sari, Sragen.

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama bidang bisnis, sebagai pedoman untuk kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan penelitian menggunakan metode observasi, wawancara untuk mengetahui gambaran umum dari setiap industri roti dan pengumpulan datanya menggunakan angket. Subjek penelitian ini adalah 15 industri roti di daerah Bulak Sari, Sragen dan merupakan penelitian populasi.

Pengumpulan data menggunakan metode angket dan wawancara. Sebelum angket disebar, angket terlebih dahulu diuji cobakan. Subjek uji coba angket ini dilakukan kepada 10 pabrik selain yang dijadikan sampel penelitian. Tujuan uji coba angket ini untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur yang telah disusun memiliki validitas dan reliabilitas. Uji yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

Teknik penyajian data adalah langkah-langkah mereduksi data penelitian dan penyajian dalam bentuk statistik sehingga mudah dimengerti dan dipahami. Dalam penelitian ini penyajian data disampaikan melalui tabel, tendensi sentral, standar deviasi, dan polygon. Teknis analisis data terdiri dari uji prasyarat analisis, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan sumbangan relatif dan sumbangan efektif.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pada uji validitas angket perencanaan usaha, komunikasi pasar, dan pengembangan usaha dinyatakan valid jika memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan

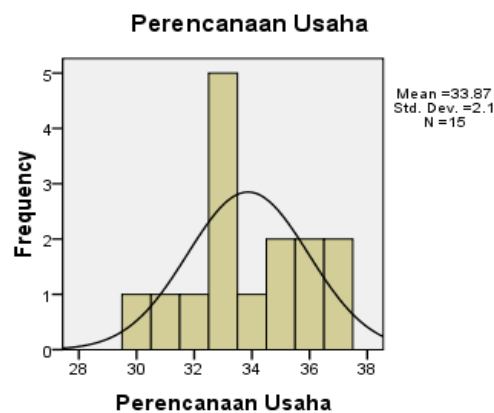
nilai signifikansi $< 0,05$. 15 item soal dari masing-masing variable dinyatakan valid karena memiliki $r_{hitung} > r_{table}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian item yang dinyatakan valid boleh dipakai sebagai instrument pengumpulan data selanjutnya.

Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas dapat dikatakan bahwa angket perencanaan usaha, komunikasi pasar, dan pengembangan usaha memiliki reliabilitas yang sangat tinggi.

2. Deskripsi Data

a. Deskripsi Data Perencanaan Usaha

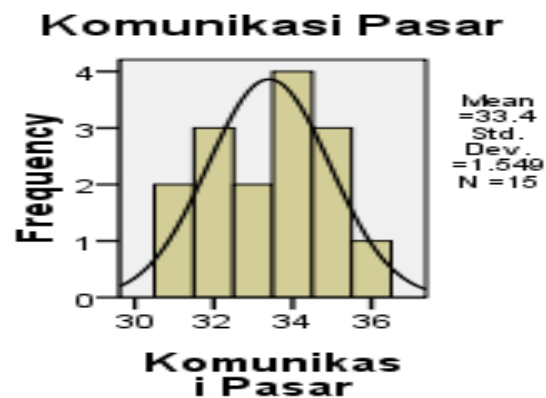
Data Perencanaan usaha diperoleh dengan metode angket, yang terdiri dari 10 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 37, nilai terendah sebesar 30, skor rata-rata sebesar 33,87 dengan median sebesar 33, modus sebesar 33 dan standar deviasi sebesar 2,100 serta varian sebesar 4,410.



Gambar IV.1. Histogram dan Poligon Data Perencanaan usaha

b. Deskripsi Data Komunikasi Pasar

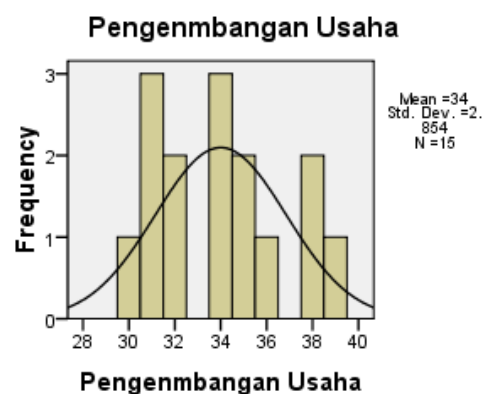
Data Komunikasi pasar diperoleh dengan teknik angket yang terdiri dari 10 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 36, nilai terendah sebesar 31, rata-rata sebesar 33,40, median sebesar 34, modus sebesar 34 dan standar deviasi sebesar 1,549 serta varian sebesar 2,400.



Gambar IV.2. Histogram dan Poligon Data Komunikasi pasar

c. Deskripsi Data Pengembangan Usaha

Data Pengembangan usaha diperoleh dengan teknik angket yang terdiri dari 10 pertanyaan. Dari hasil analisis dan perhitungan diperoleh nilai tertinggi sebesar 39, nilai terendah sebesar 30, rata-rata sebesar 34,00, median sebesar 34, modus sebesar 31 dan standar deviasi sebesar 2,854 serta varian sebesar 8,143.



Gambar IV.3. Histogram dan Poligon Data Pengembangan usaha

3. Analisis Data

a. Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas

Tabel IV.4. Ringkasan Uji Normalitas

Variabel	N	Harga L_0		sig.	Kesimpulan
		L_{hitung}	$L_{0,05,15}$		
Perencanaan usaha	15	0,193	0,220	0,136	Normal
Komunikasi pasar	15	0,184	0,220	0,183	Normal
Pengembangan usaha	15	0,158	0,220	0,200	Normal

2. Uji Linearitas

Tabel IV.5. Ringkasan Uji Linearitas

Variabel yang diukur	Harga F		sig.	Kesimpulan
	F_{hitung}	F_{tabel}		
X_1Y	1,492	$F_{0,05;6,7} = 3,866$	0,305	Linear
X_2Y	2,030	$F_{0,05;4,9} = 3,633$	0,173	Linear

b. Analisis Linear Berganda

Tabel IV.6. Rangkuman Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig
Konstanta	33,580	5,736	0,000
Perencanaan usaha	0,636	2,309	0,040
Komunikasi pasar	1,438	3,848	0,002
F _{hitung} = 7,909 R ² = 0,569			

Berdasarkan table IV. 6 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut, $Y = 33,580 + 0,636 X_1 + 1,438 X_2$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

- a. $a = 33,580$ menyatakan bahwa jika Perencanaan usaha dan Komunikasi pasar tetap (tidak mengalami perubahan) maka
- b. nilai Pengembangan usaha sebesar 33,580,
- c. $b_1 = 0,636$, menyatakan bahwa jika Perencanaan usaha bertambah sebesar 1 poin, maka Pengembangan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,636. Dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Komunikasi pasar.
- d. $b_2 = 1,438$, menyatakan bahwa jika penambahan Komunikasi pasar sebesar 1 poin, maka Pengembangan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 1,438. Dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Perencanaan usaha.

Bunyi hipotesis pertama yang diajukan adalah “Adanya pengaruh positif antara Perencanaan usaha terhadap Pengembangan usaha”. Dari analisis regresi linear ganda diketahui bahwa koefisien regresi dari variabel Perencanaan usaha (b_1) adalah sebesar 0,636 atau bernilai positif, sehingga

dapat dikatakan bahwa Perencanaan usaha berpengaruh positif terhadap Pengembangan usaha.

Hipotesis penelitian kedua yang diajukan adalah “Adanya pengaruh positif antara Komunikasi pasar terhadap Pengembangan usaha”. Dari analisis regresi linear ganda diketahui koefisien regresi linear ganda dari variabel Komunikasi pasar (b_2) adalah sebesar 1,438 atau bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa Komunikasi pasar berpengaruh positif terhadap Pengembangan usaha.

Hipotesis ketiga yang diajukan adalah “Adanya pengaruh secara bersama-sama antara Perencanaan usaha dan Komunikasi pasar terhadap Pengembangan usaha”. Dari analisis regresi linear ganda dapat diketahui bahwa koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Perencanaan usaha dan Komunikasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Pengembangan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan usaha berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha industri kecil roti di daerah bulak sari Sragen dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2,309 > 2,179$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,040$, dengan sumbangan efektif sebesar $26,8\%$.
2. Komunikasi pasar berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha industri kecil roti di daerah bulak sari Sragen dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,335 > 2,179$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,002$, dengan sumbangan efektif sebesar $30,1\%$.
3. Perencanaan usaha dan komunikasi pasar berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha industri kecil roti di daerah bulak sari Sragen dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $7,909 > 3,885$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000$.
4. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,569$ menunjukkan bahwa besarnya pengaruh perencanaan usaha dan komunikasi pasar terhadap pengembangan usaha adalah sebesar $56,9\%$ sedangkan $43,1\%$ sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi usahawan yang bersangkutan
 - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi para pengusaha dalam memajukan usahanya tersebut

b. Para pengusaha bisa lebih memperhatikan jenis usahanya, perencanaan usaha, dan lain-lain demi berkembangnya usaha

2. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya. Karena pada dasarnya terdapat faktor lain yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha industri, misalnya strategi pemasaran, segmentasi pasar, lokasi usaha, banyaknya pesaing, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Syaifudin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Djarwanto dan Pangestu Subagiyo. 1996. *Statistik*. Yogyakarta: BPFE
- Effendy Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Gitosudarmo, Indriyo.2001. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE
- Hadi, Sutrisno.2004. *Metodologi Recearch*. Yogyakarta: Andi Offset
- Handoko.2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*.Yogyakarta: BPFE
- Hendro.2011. *Dasar – dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga
- P.Robbins, Stephen dan Mary Coulter.2010. *Manajemen*. Jakarta : Erlangga
- Siagian.2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.Jakarta: Bumi Aksara
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono.2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Surachmad, Winarno. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Transito
- Tjiptono, Fandi.2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Usman, Husaini.2008. *Manajemen: teori,praktek,dan riset pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara