

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya manusia tidak dapat lepas dari kebutuhan. Kebutuhan manusia merupakan segala sesuatu yang muncul secara naluriah dan sangat diperlukan oleh manusia untuk mempertahankan hidupnya berupa barang maupun jasa. Barang berupa sesuatu yang berwujud (*tangible*), seperti makanan, minuman, pakaian, dan perumahan. Dan jasa berupa sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*), seperti pendidikan, kesehatan, dan hiburan. Kebutuhan manusia akan barang dan jasa dari waktu ke waktu selalu mengalami perubahan. Beragamnya barang dan jasa yang dibutuhkan manusia membuktikan bahwa kebutuhan manusia beragam juga dapat dikatakan kebutuhan manusia tiada batasnya. Beragamnya kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan menurut tolak ukur tertentu. Oleh karena kebutuhan manusia terbagi atas beberapa kelompok diantaranya yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier.

Kebutuhan primer disebut juga kebutuhan alamiah. Kebutuhan primer merupakan tuntutan secara alamiah yang harus dipenuhi. Manusia harus memenuhi kebutuhan dasarnya, seperti makanan, pakaian, dan perumahan (sandang, pangan, dan papan) untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Selanjutnya, setelah kebutuhan primer sudah terpenuhi, manusia masih memerlukan kebutuhan yang lain,

yaitu kebutuhan sekunder. Kebutuhan sekunder dapat terpenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan agar kehidupan manusia dapat berjalan baik seperti peralatan rumah tangga, radio, komputer dan lainnya. Selanjutnya, kebutuhan tersier merupakan kebutuhan yang tertuju kepada kebutuhan mewah. Kebutuhan tersier dapat terjadi jika kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder terpenuhi.

Teori Maslow mengatakan kebutuhan manusia dipandang tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Setiap jenjang kebutuhan dapat dipenuhi hanya jenjang sebelumnya telah (relatif) terpenuhi. Secara ringkas ada empat jenjang *basic need* atau *deviciency need*, dan satu jenjang *metaneeds* atau *growth needs*. Jenjang motivasi bersifat mengikat, maksudnya kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah harus relatif terpenuhi sebelum orang menyadari atau dimotivasi oleh kebutuhan yang jenjangnya lebih tinggi. Jadi kebutuhan fisiologis harus terpenuhi lebih dahulu sebelum muncul kebutuhan rasa aman. Sesudah kebutuhan fisiologis harus terpenuhi lebih dahulu sebelum muncul kebutuhan rasa aman. Sesudah kebutuhan fisiologis dan rasa aman terpenuhi, baru muncul kebutuhan kasih sayang, kebutuhan dasar terpenuhi baru akan muncul kebutuhan meta seperti kebutuhan harga diri dan aktualisasi diri. Jika kebutuhan dasar sudah terpenuhi maka kebutuhan akan harga diri juga akan terpenuhi. Begitupun pada kebutuhan aktualisasi diri akan terpenuhi setelah kebutuhan akan harga diri sudah terpenuhi.

Pada dasarnya, kebutuhan masyarakat kota dengan masyarakat pedesaan akan berbeda. Masyarakat kota seperti Kota Bandung yang jumlah pendapatannya semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan semakin meningkatnya pendapatan maka meningkat pula kebutuhan dan pada akhirnya akan meningkatkan kebutuhan terhadap barang dan jasa. Peningkatan pendapatan di Kota Bandung dapat dilihat dari aspek PDRB per Kapita atas dasar harga konstan 2010 Kota Bandung pada tabel 1.1

Tabel 1.1

PDRB Per Kapita (ADHK 2010) Kota Bandung Tahun 2011-2015

Tahun	PDRB Per Kapita (Dalam Juta Rupiah)
2011	45,38
2012	48,94
2013	52,47
2014	56,24
2015	60,27

Sumber : BPS Kota Bandung (diolah)

PDRB Per kapita Kota Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa peningkatan perekonomian Kota Bandung akan berdampak kepada pendapatan masyarakat Kota Bandung yang meningkat pula. Selain itu, karakteristik masyarakat kota ditandai dengan lebih tingginya pengeluaran konsumsi non makanan dibandingkan pengeluaran konsumsi makanan. Berdasarkan data yang diperoleh dari SUSENAS Kota Bandung pada tahun 2014 pengeluaran perkapita golongan non makanan Kota Bandung sebesar 69,08 %, sedangkan pengeluaran perkapita golongan makanan Kota Bandung sebesar 30,92 %.

Salah satu konsumsi non makanan yang dikonsumsi masyarakat Kota Bandung salah satunya adalah kelompok barang dan jasa tersier. Pemenuhan kebutuhan tersier lebih kepada barang dan jasa yang bersifat memberi hiburan, penghargaan, kesenian dan aktualisasi diri. Salah satu barang yang banyak dibeli oleh seseorang yang sifatnya untuk hiburan diri sendiri maupun hiburan kepada orang lain adalah karangan bunga. Karangan bunga menjadi simbol untuk mengungkapkan rasa kasih sayang, simpati, turut berduka, turut berbahagia atau ungkapan memberikan semangat. Sebagai contoh pada kasus Bapak Basuki Tjahaja Purnama, begitu banyak masyarakat yang memberi karangan bunga untuk memberikan rasa simpati atau dukungan moril untuk beliau dalam menghadapi kasusnya. Atau misalnya karangan bunga untuk memberikan ucapan selamat berbahagia pada pernikahan atau turut berduka kepada keluarga yang anggota keluarganya meninggal. Selain itu, karangan bunga juga sering digunakan untuk sebagai komunikasi bisnis antara lembaga instalasi pemerintah maupun swasta.

Di Kota Bandung banyak tempat yang menjual karangan bunga. Tetapi tempat yang tergabung dalam bentuk pasar bunga ada 3 pasar bunga yang cukup besar di Kota Bandung yaitu Pasar Bunga Wastukencana dengan 45 kios dan 25 pedagang karangan bunga, Pasar Bunga Palasari dengan 13 kios dan 9 pedagang karangan bunga dan Pasar Bunga Tegalega dengan 33 kios dan 25 pedagang karangan bunga. Jumlah kios dan jumlah pedagang karangan bunga berbeda karena terdapat beberapa pedagang yang mempunyai kios lebih dari satu. Usaha karangan

bunga di Kota Bandung pada umumnya usaha turun menurun yang menjadi penerus generasi kedua ataupun generasi ketiga.

Menurut Boyke (2015), mengatakan bahwa tak tahu pasti sejak kapan trend papan karangan bunga mulai mewabah. Sebelum tahun 2000-an, masih langka. Belakangan ini, trend ini semakin menjadi-jadi. Hal ini membuktikan bahwa bisnis karangan bunga semakin berkembang. Dari 11 responden pedagang karangan bunga yang diwawancarai 9 orang mengatakan bahwa penjualan karangan bunga 5 tahun terakhir mengalami peningkatan. Dan hasil survey pendahuluan, dari tingkat penjualan Pasar Bunga Tegalega lebih sepi dibandingkan dengan Pasar Bunga Wastukencana dan Pasar Bunga Palasari. Tentunya dengan peningkatan omset penjualan karangan bunga pada pedagang karangan bunga di Kota Bandung semestinya keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung yang semakin meningkat pula. Tetapi apakah benar dengan peningkatan omset penjualan karangan bunga di Kota Bandung dapat meningkatkan keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung.

Keuntungan usaha selain ditentukan oleh penjualan juga ditentukan dengan komponen-komponen biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang yaitu biaya investasi pada saat memulai usaha dan biaya variabel seperti biaya bahan baku dan biaya operasional lainnya. Biaya bahan baku utama pada usaha karangan bunga yaitu pembelian bunga segar. Selain itu, biaya operasional seperti *styrofoam*, kayu, kain karpet, *cutter*, gunting, cat, paku, palu, dan lem. Bahan baku utama bunga segar yang

setiap tahunnya mengalami peningkatan menjadi kendala bagi pedagang karangan bunga. Pedagang karangan bunga harus mempertahankan harga jual yang stabil dengan keadaan harga bahan baku bunga segar yang terus naik demi mempertahankan konsumen. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan yang akan berdampak terhadap penentuan harga perunit karangan bunga yang akan dijual. Oleh karena itu, ada banyak faktor yang menentukan keuntungan bersih pedagang karangan bunga baik dari aspek penjualan ataupun dari aspek biaya. Keuntungan bersih satu pedagang karangan bunga dengan pedagang karangan bunga lainnya tentu berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena tingkat harga jual, tingkat penjualan, serta biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing pedagang berbeda. Selain itu, lama usaha juga menjadi penentu keuntungan usaha karangan bunga. Karena semakin lama usaha karangan bunga maka semakin banyak pelanggan atau konsumen yang dimiliki sehingga penjualan akan semakin meningkat dan keuntungan juga akan meningkat. Karena keuntungan dan biaya yang dikeluarkan setiap pedagang karangan bunga berbeda-beda, tentunya akan berpengaruh kepada berapa pengaruh *net benefit cost ratio* keuntungan terhadap biaya masing-masing pedagang karangan bunga. Apakah pedagang karangan bunga memiliki perilaku *net benefit cost ratio* lebih besar atau lebih kecil dari 1 itu juga menjadi satu hal yang menarik untuk diteliti.

Terkait dengan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap keuntungan pedagang karangan di Kota

Bandung. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis merumuskan judul penelitian yang terangkum dalam sebuah judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Pedagang Karangan Bunga di Kota Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam analisis ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi pedagang karangan bunga di Kota Bandung dilihat dari aspek penjualan, biaya dan keuntungan ?
2. Bagaimana *Net Benefit Cost Ratio* pedagang karangan bunga di Kota Bandung ?
3. Bagaimana hubungan antara harga, jumlah karangan bunga yang terjual, biaya tetap, biaya variabel, lama usaha terhadap keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dari analisis ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kondisi pedagang karangan bunga di Kota Bandung dilihat dari aspek penjualan, biaya dan keuntungan.
2. Untuk mengetahui *Net Benefit Cost Ratio* pedagang karangan bunga di Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui hubungan antara harga, jumlah karangan bunga yang terjual, biaya tetap, biaya variabel, lama usaha terhadap keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua manfaat, yaitu secara praktis dan teoritis yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Teoritis / Akademis

Searah dengan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan hasil dari penelitian tersebut dapat memberikan kegunaan teoritis atau akademis berupa tambahan sumber informasi dan sumber referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya mengenai teori keuntungan (*profit*), teori permintaan dan teori biaya khususnya pada jenis usaha yang mengkombinasikan antara produksi dan perdagangan.

1.4.2. Kegunaan Praktis / Empiris

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis atau empiris berupa :

1. Melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan.
2. Sebagai salah satu media latihan untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari.

3. Sebagai tambahan bahan referensi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Keuntungan

Dalam suatu usaha bahwa tujuan dari produsen atau pengusaha adalah untuk memperoleh laba yang maksimum. Laba yang maksimum merupakan tujuan satu-satunya dari produsen. Dalam kondisi ini produsen atau pengusaha akan berusaha untuk memilih kombinasi *input* terbaik dan tingkat *output* yang menghasilkan keuntungan. Jadi perusahaan akan berusaha membuat perbedaan yang sebesar-besarnya antara biaya produksi dan penerimaan total. Menurut Soekartawi (2002), pendapatan bersih selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan, yang dapat diformulasikan kedalam matematis : ($\pi = TR-TC$).

$$\pi = TR-TC$$

Dimana π adalah pendapatan bersih, TR (*total revenue*) adalah total penerimaan dari perusahaan yang diperoleh dari perkalian antara jumlah barang yang terjual dengan harga barang tersebut.

$$TR = P \cdot Q$$

TC (*total cost*) adalah total biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam menghasilkan *output*. Untuk mencari *total cost* (biaya total) adalah dengan

menjumlahkan *totalfixed cost* (biaya tetap total) dengan *total variable cost* (biaya variabel total).

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = *Total Cost*

TFC = *Total Fixed Cost*

TVC = *Total Variable Cost*

Kegiatan utama untuk mencapai tujuan perusahaan dengan meningkatkan *total revenue* (TR) dan Mengontrol *Total Cost* (TC) atau efisiensi biaya. Laba atau *profit* suatu perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut :

1. *Profit Positive*

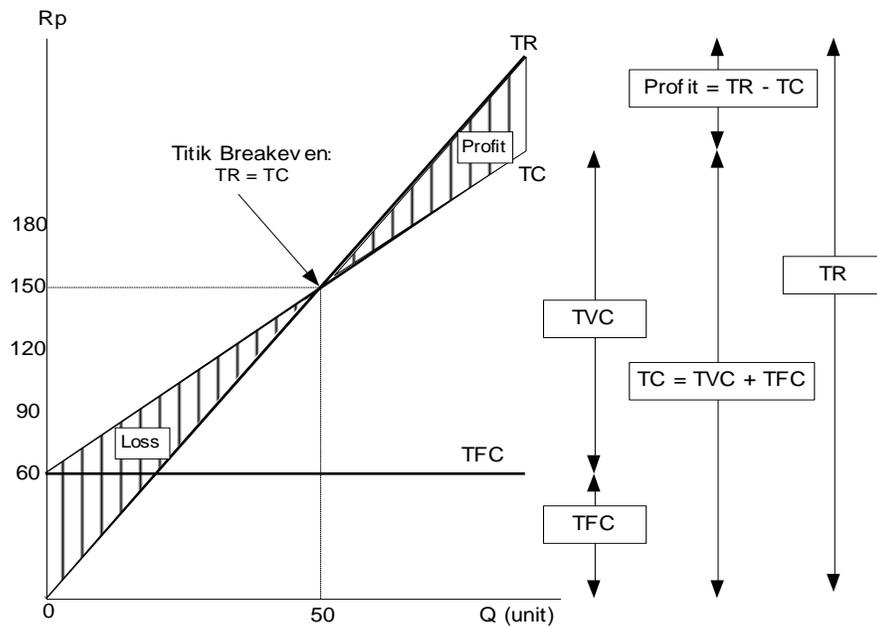
Profit positive merupakan keadaan dimana suatu usaha total penerimaannya lebih besar dibandingkan total biaya atau dikenal dengan istilah untung. Keadaan untung merupakan tujuan utama suatu perusahaan.

2. *Profit Negative*

Profit negative merupakan keadaan dimana suatu usaha total penerimaannya lebih kecil dibandingkan dengan total biaya atau dikenal dengan istilah rugi.

3. *Profit Nol*

Profit nol merupakan dimana keadaan suatu usaha yang total penerimaannya sama dengan total biaya atau dikenal dengan istilah impas atau *Break event point*.



Gambar 2.1
Kondisi *Loss* & *Profit* Berdasarkan Kondisi *Total Revenue* dan *Total Cost*

Pada gambar 2.1 dapat dilihat bahwa titik potong antara garis total biaya dengan garis total *revenue* merupakan titik *breakeven* atau dapat dikatakan total *revenue* sama dengan total biaya ($TR=TC$). Kemudian dimana garis total *revenue* diatas atau lebih besar dari pada garis total biaya merupakan daerah *profit* ($TR>TC$). Sebaliknya, dimana garis total biaya diatas garis total *revenue* merupakan daerah *loss* atau rugi ($TR<TC$).

2.1.1.1 Jenis-Jenis Keuntungan

Dalam menganalisis teori laba, laba dibedakan menjadi 2 jenis laba yaitu sebagai berikut :

1. Laba Bisnis (*Bussines Profit*)

Laba bisnis (*bussines profit*) merupakan profit seluruh penerimaan suatu perusahaan setelah dikurangi biaya eksplisit. biaya eksplisit adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi seperti gaji, bahan baku, sewa gedung, dan sebagainya.

2. Laba Ekonomi (*Economic profit*)

Laba ekonomi (*Economic profit*) adalah total *revenue* yang diterima oleh suatu perusahaan setelah dikurangi biaya eksplisit dan implisit. Biaya implisit adalah *opportunity cost*, misalnya gaji pemilik.

2.1.1.2 Teori-Teori Laba

Dalam suatu perusahaan laba merupakan pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya. Suatu perusahaan dapat mencapai beberapa posisi seperti yang digambarkan oleh teori laba sebagai berikut :

1. Teori Laba Menanggung Resiko (*Risk Bearing Theory Of Profit*)

Teori Laba Menanggung Resiko (*Risk Bearing Theory Of Profit*) mengatakan bahwa keuntungan ekonomi diatas normal akan diperoleh oleh perusahaan dengan resiko diatas rata-rata.

2. Teori Laba Friksional (*frictional Theory Of Profit*)

Teori Laba Friksional (*frictional Theory Of Profit*) menekankan bahwa *profit* yang timbul sebagai akibat gangguan- gangguan dari keseimbangan jangka panjang. Atau dapat dikatakan keuntungan meningkat sebagai suatu hasil dari friksi keseimbangan jangka panjang (*long run equilibrium*).

3. Teori Laba Monopoli (*Monopoly Theory Of Profit*)

Teori Laba Monopoli (*Monopoly Theory Of Profit*) mengatakan bahwa beberapa perusahaan dengan kekuatan monopoli dapat membatasi output dan menekankan harga yang lebih tinggi daripada bila perusahaan beroperasi dalam kondisi persaingan sempurna. Kekuatan monopoli ini dapat diperoleh melalui :

- Penguasaan penuh atas supply bahan baku tertentu
- Skala ekonomi
- Kepemilikan hak paten
- Pembatasan dari pemerintah

4. Teori Laba Inovasi (*innovation Theory of Profit*)

Didalam teori laba inovasi (*innovation Theory of Profit*) mengatakan bahwa laba diperoleh karena keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan inovasi atau penemuan baru.

2.1.2 Teori Pendapatan

Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Menurut (KBBI:2014) pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu.

Menurut Widyatama, (2015), pendapatan atau *income* dari seorang warga masyarakat adalah suatu hasil penjualan dari output yang dihasilkan dalam suatu proses produksi. Pengertian pendapatan terdapat penafsiran yang berbeda-beda bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu.

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang. Harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar produksi. Konsep

penghasilan antara jumlah output yang dijual dengan tingkat harga tertentu. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Rosyidi, 1998:237):

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

P = Harga barang yang dihasilkan

Q = Jumlah barang yang mampu dihasilkan

Hasil Produksi yang dijual sama dengan penjualan yang disebut TR (*total revenue*). Sehingga besar kecilnya pendapatan TR (*total revenue*) ditentukan oleh besar kecilnya barang produksi atau barang yang dijual.

Hubungan antara barang yang diproduksi dengan barang yang dijual dapat :

- Barang yang diproduksi lebih besar daripada barang yang dijual
- Barang yang diproduksi sama dengan barang yang dijual (biasanya terjadi pada kegiatan penjualan yang barang dijual langsung diproduksi setelah ada permintaan) terutama untuk barang-barang yang tidak bisa di stok. Oleh karena itu untuk kasus penjualan karangan bunga, maka diasumsikan jumlah produksi sama dengan jumlah penjualan.

2.1.3 Teori Produksi

Produksi merupakan suatu proses mengubah input menjadi output sehingga nilai barang tersebut bertambah. Input dapat berupa terdiri dari barang atau jasa yang digunakan dalam proses produksi, dan output adalah barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi. Pengertian lain teori produksi merupakan hasil

akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa (Sukirno, 2002:193). Dalam teori produksi komponen input dapat diuraikan berdasarkan jenis atau kearakteristik. Secara umum input atau faktor produksi dapat diklasifikasikan menjadi dua macam :

1. Faktor Produksi Tetap (*Fixed Inputs*), yaitu faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya dengan cepat, kecuali dengan biaya yang sangat mahal. Contoh faktor produksi tetap dalam karangan bunga adalah tanah dan peralatan/perengkapan produksi.
2. Faktor Produksi Berubah (*Variable Inputs*), yaitu faktor produksi yang jumlahnya dapat diubah-ubah dengan mudah. Contoh faktor produksi berubah dalam karangan bunga adalah bahan baku, bahan pelengkap dan tenaga kerja.

2.1.3.1 Fungsi Produksi

Fungsi produksi menurut Robert S Pindyck dan Daniel L Rubinfeld dalam buku Mikroekonomi menyatakan dalam bentuk rumus, yaitu seperti berikut:

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Dimana K adalah jumlah stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja dan ini meliputi berbagai jenis tenaga kerjadan keahlian keusahawanan, R adalah kekayaan alam, dan T adalah tingkat teknologi yang digunakan. Q adalah jumlah produksi yang

dihasilkan oleh berbagai jenis faktor – faktor produksi tersebut, yaitu secara bersama digunakan untuk memproduksi barang yang sedang dianalisis sifat produksinya.

Persamaan tersebut merupakan suatu pernyataan matematik yang pada dasarnya berarti bahwa tingkat produksi suatu barang tergantung kepada jumlah modal, jumlah tenaga kerja, jumlah kekayaan alam, dan tingkat teknologi yang digunakan. Jumlah produksi yang berbeda-beda dengan sendirinya akan memerlukan berbagai faktor produksi tersebut dalam jumlah yang berbeda-beda juga. Di samping itu, untuk satu tingkat produksi tertentu dapat pula digunakan gabungan faktor produksi yang berbeda.

2.1.3.2 Produksi Jangka Pendek dan Jangka Panjang

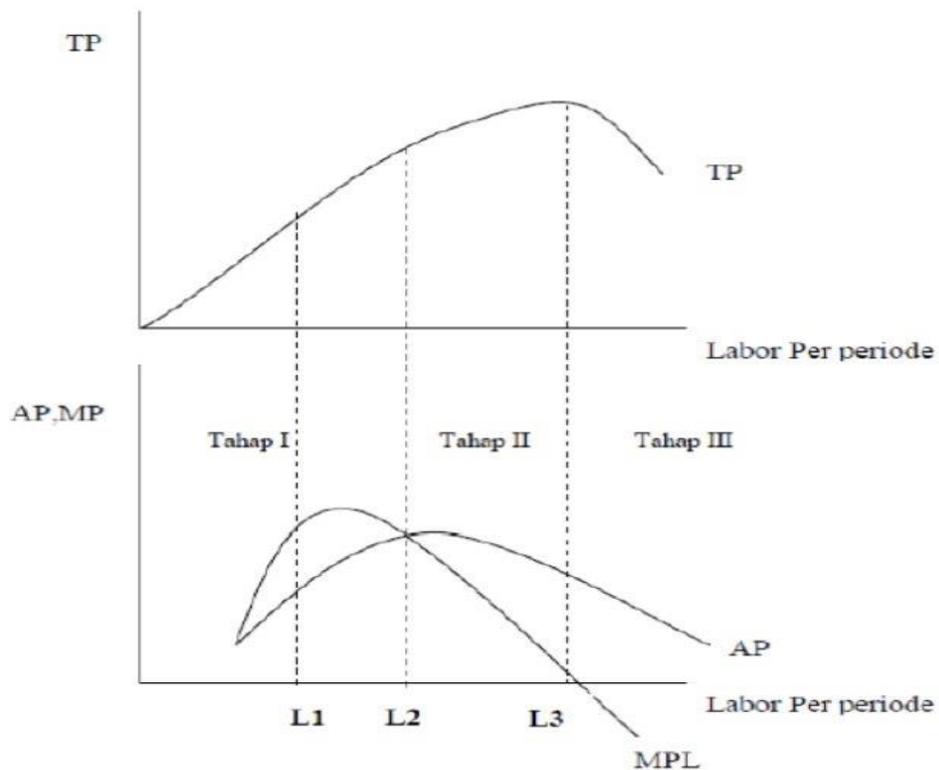
Jangka pendek (*short run*) mengacu pada jangka waktu yang mana satu atau lebih faktor produksi tidak bisa diubah. Dengan kata lain, dalam jangka pendek paling tidak terdapat satu faktor yang tidak dapat divariasikan, seperti sebuah faktor yang disebut input tetap (*fixed input*).

Jangka panjang (*long run*) adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membuat semua input menjadi variabel. Keputusan-keputusan yang harus dibuat perusahaan itu lebih sulit dalam jangka pendek daripada jangka panjang. Semua input tetap dalam jangka pendek adalah hasil dari keputusan jangka panjang yang dahulu dibuat berdasarkan perkiraan perusahaan tentang yang menguntungkan dapat mereka produksi dan jual. Dimana faktor produksi dapat diubah-ubah jumlahnya atau *variable inputs*.

2.1.3.3 Fungsi Produksi Dengan Satu Input Variabel

Teori Produksi yang menjelaskan hubungan antara tingkat produksi dengan satu jenis faktor produksi yang dapat diubah (*variable input*). Dalam analisa disini diasumsikan fungsi produksinya $Q = f(K, L)$ dimana tenaga kerja (L) adalah *variable input* dan modal (K) adalah *fixed input*. Hukum hasil lebih yang semakin berkurang mengatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya (biaya variabel seperti tenaga kerja) terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak penambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif. Sifat pertambahan produksi seperti ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya mencapai tingkat maksimum dan kemudian menurun (Sukirno, 2010).

Dalam gambar di bawah ini terlihat hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata-rata terdapat pada 3 tahapan. Tahap I menunjukkan tenaga kerja yang masih sedikit, apabila ditambah akan meningkatkan total produksi, produksi rata – rata dan produksi marginal. Tahap II produksi total terus meningkat sampai produksi optimum sedangkan produksi rata – rata menurun dan produksi marginal menurun sampai titik nol. Tahap III penambahan tenaga kerja menurunkan total produksi dan produksi rata-rata, sedangkan produksi marginal negatif. Di bawah ini pada gambar 2.2 merupakan kurva hubungan total produksi, produksi marginal dan produksi rata – rata :



Gambar 2.2

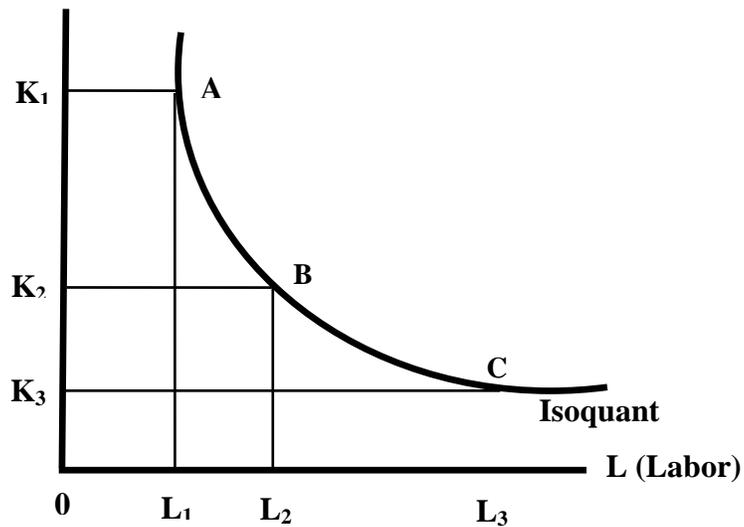
Kurva Kurva Total Produksi, Produksi Marginal Dan Produksi Rata – Rata

2.1.3.4 Fungsi Produksi Dengan dua Input Variabel

Jika faktor produksi yang dapat berubah adalah jumlah tenaga kerja dan jumlah modal atau sarana yang digunakan, maka fungsi produksi dapat dinyatakan $Q = f (K,L)$. Pada fungsi produksi ini diketahui, bahwa tingkat produksi dapat berubah dengan merubah faktor tenaga kerja (L) dan atau jumlah modal (K). Perusahaan mempunyai dua alternatif jika berkeinginan untuk menambah tingkat produksinya. Perusahaan dapat meningkatkan produksi dengan menambah tenaga kerja, atau menambah modal atau menambah tenaga kerja dan modal.

a. Isoquant

Isoquant menunjukkan kombinasi dua macam input yang berbeda yang menghasilkan output yang sama. Isoquant adalah sebuah kurva yang memperlihatkan semua kemungkinan kombinasi dari input yang menghasilkan output yang sama.

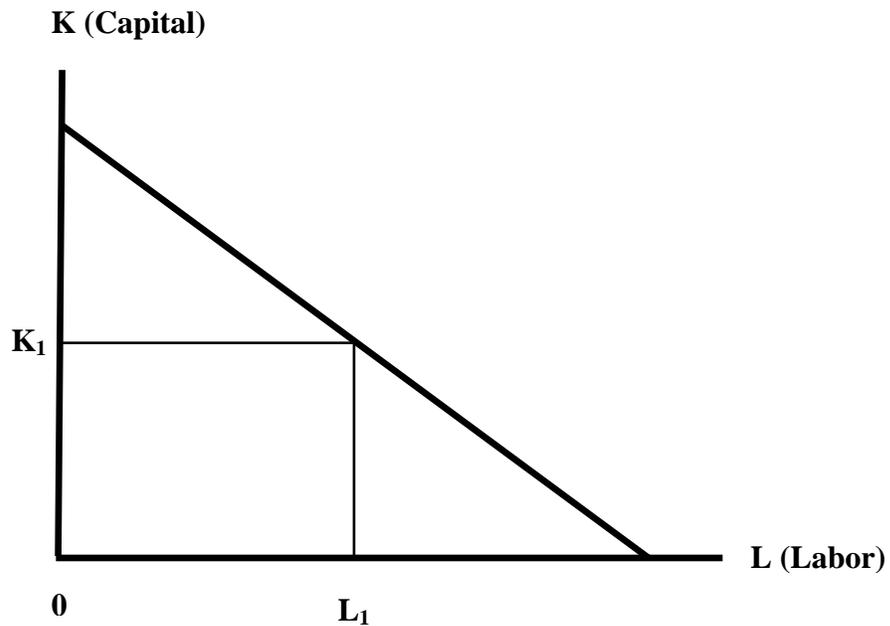


Gambar 2.3
Kurva Produksi Sama (Isoquant)

Isoquant produksi menunjukkan berbagai kombinasi input yang diperlukan sebuah perusahaan untuk memproduksi suatu jumlah output tertentu.

b. Isocost

Isocost menggambarkan gabungan faktor-faktor produksi yang dapat diperoleh dengan menggunakan sejumlah biaya tertentu. Untuk menghemat biaya produksi dan memaksimalkan keuntungan, perusahaan harus meminimumkan biaya produksi. Untuk membuat analisis mengenai peminimuman biaya produksi perlulah dibuat garis biaya atau isocost.



Gambar 2.4
Kurva Garis Biaya Sama (Isocost)

2.1.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi

A. Modal

Modal adalah barang-barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi. Modal dapat digolongkan berdasarkan sumber bentuknya, berdasarkan kepemilikannya serta berdasarkan sifatnya. Berdasarkan sumbernya modal dapat dibagi 2 yakni : modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari perusahaan sendiri. Sedangkan modal asing adalah modal yang bersumber dari luar perusahaan. Misalnya modal yang berasal dari pinjaman bank. Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak. Modal konkret adalah modal yang dapat dilihat secara nyata dalam

proses produksi. Sedangkan modal abstrak adalah modal yang tidak memiliki bentuk nyata, tetapi mempunyai nilai bagi perusahaan misalnya hak paten, hak merk, dan lainnya. Berdasarkan pemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya.

B. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan penduduk yang berada dalam usia kerja. Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama dan sesudah masa kerja. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Secara garis besar penduduk suatu negara dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu tenaga kerja dan bukan tenaga kerja.

Tenaga kerja adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga (Payaman Simanjuntak, 2001). Jadi yang dimaksud dengan tenaga kerja yaitu individu yang sedang mencari atau sudah melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sudah memenuhi persyaratan ataupun batasan usia yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang yang bertujuan untuk memperoleh hasil atau upah untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Di bawah ini merupakan gambar klasifikasi tenaga kerja menurut Payaman Simanjuntak (2001).

C. Bahan Baku

Menurut Sumaryo (2011) fungsi produksi menggambarkan hubungan input dan output, sehingga apabila input bertambah maka output juga meningkat. Bertambahnya jumlah bahan baku yang digunakan maka akan meningkatkan hasil produksi. Bahan baku dalam penelitian ini merupakan jumlah bahan baku yang digunakan berupa bunga potong menunjang produksi karangan bunga. Jika harga bahan baku meningkat maka perusahaan biasanya akan mengurangi jumlah produksi yang dihasilkan untuk menekan biaya produksi, atau perusahaan juga dapat memutuskan untuk meningkatkan harga jual output. Akan tetapi jika harga jual meningkat, maka permintaan akan output akan menurun dan produksi pun ikut menurun.

D. Lama Usaha

Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 1994). Seseorang yang bekerja lebih lama akan memiliki strategi khusus ataupun cara tersendiri dalam berdagang karena memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam menekuni usahanya.

Lama usaha merupakan ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas suatu pekerjaan dan melaksanakannya dengan baik. Lamanya seorang pelaku usaha menekuni bidang usahanya akan memberi pengaruh terhadap kemampuan profesionalnya. Semakin

lama seseorang menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan dalam berdagang yang semakin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang dijaring. Semakin lama usaha seseorang dalam membuka usaha maka semakin terampil melakukan pekerjaan dan semakin sempurna pola berpikir dan sikap dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu lama usaha yang dijalani seseorang akan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan usaha tersebut sehingga akan dapat meningkatkan produktivitas usaha tersebut.

2.1.4 Teori Biaya

Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis :

1. Biaya eksplisit (*explicit cost*), pengeluaran perusahaan yang secara nyata dikeluarkan oleh perusahaan dalam bentuk pembayaran kepada pemilik faktor-faktor produksi.
2. Biaya implisit (*implicit cost*), taksiran besarnya nilai faktor-faktor produksi yang dimiliki dan dipergunakan dalam proses produksi perusahaan. Taksiran ini dilakukan dengan cara menghitung *opportunity cost* dari setiap faktor produksi

yang dimiliki perusahaan. *Opportunity cost* merupakan nilai tertinggi suatu faktor produksi dalam penggunaan alternatif yang terbaik.

Didalam teori biaya ada beberapa istilah biaya – biaya diantaranya sebagai berikut :

a) *Accounting Cost*

Accounting Cost tidak hanya mencakup uang nyata yang dihabiskan oleh bisnis, tetapi juga mencakup ketentuan untuk kerugian atau depresiasi bahwa bisnis membuat lebih dari satu periode akuntansi. Jadi setelah semua biaya ini dikurangi dari total pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan bisnis, jika jumlah yang tersisa adalah positif, itu adalah laba akuntansi.

b) *Economics Cost*

Economics Cost adalah suatu ukuran dari biaya ekonomi yang harus dikeluarkan dalam rangka memproduksi suatu barang atau jasa tertentu dalam kaitannya dengan alternatif lain yang harus dikorbankan.

c) *Incremental Cost*

Konsep *incremental cost* hampir sama dengan konsep *marginal cost* yaitu mengukur besarnya biaya tambahan karena timbulnya output atau produksi. Tetapi konsep *incremental cost* lebih luas, yaitu menyangkut tambahan biaya yang disebabkan tidak hanya karena tambahan output saja, tetapi juga dapat disebabkan

oleh faktor lain, atau semua biaya yang terkait dengan proses pengambilan keputusan. Misalnya tambahan biaya yang disebabkan karena perusahaan memutuskan memproduksi produk baru atau karena perusahaan mengganti teknologi produksi.

d) *Sunk Cost*

Sunk cost merupakan biaya – biaya yang dikeluarkan di waktu yang lampau atau biaya – biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan proyek jangka pendek karena biaya ini tak akan kembali. *Sunk cost* selalu ada dalam suatu proyek.

2.1.4.1 Jenis Biaya Menurut Periode Produksi

1. Biaya Produksi Jangka Pendek

Biaya jangka pendek merupakan periode dimana minimal satu jenis faktor produksinya adalah faktor produksi tetap (*fixed input*). Dengan demikian di dalam jangka pendek ada biaya yang harus dikeluarkan untuk faktor produksi tetap (*Fixed cost* atau *FC*) dan ada biaya yang harus dikeluarkan untuk faktor produksi variabel (*Variabel cost* atau *VC*). Ada beberapa istilah biaya dalam teori biaya yaitu sebagai berikut :

a. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang timbul akibat penggunaan sumber daya tetap dalam proses produksi. Sifat utama biaya tetap adalah jumlahnya tidak berubah

walaupun jumlah produksi mengalami perubahan (naik atau turun). Keseluruhan biaya tetap disebut biaya total (*total fixed cost*).

b. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel atau sering disebut biaya variable total (*total variable cost* atau TVC) adalah jumlah biaya produksi yang berubah menurut tinggi rendahnya jumlah output yang akan dihasilkan. Semakin besar output atau barang yang akan dihasilkan, maka akan semakin besar pula biaya variabel yang akan dikeluarkan.

c. Biaya Total (*Total Cost*)

Biaya total adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek. Biaya total diperoleh dari total biaya tetap dikurangi total biaya variabel atau dalam matematis : ($TC = TFC - TVC$).

d. Biaya tetap rata-rata (*Average Fixed Cost*)

Biaya tetap rata-rata adalah hasil bagi antara biaya tetap total dan jumlah barang yang dihasilkan.

$$AFC = \frac{TC}{Q}$$

Keterangan:

$TC = Total Cost$

$Q = Quantity$

Besar kecilnya AFC tergantung dari jumlah barang yang dihasilkan. Artinya, jika barang yang dihasilkan semakin banyak, maka AFC akan semakin kecil

(berbanding terbalik). Hal ini juga menggambarkan bahwa pada unit produksi yang banyak AFC akan terlihat besar, sedangkan pada unit produksi yang banyak AFC akan kecil jumlahnya.

e. Biaya variabel rata-rata (*Average Variable Cost*)

Biaya variabel rata-rata adalah biaya variabel yang dibebankan pada tiap unit produk yang dihasilkan.

$$AFC = \frac{TVC}{Q}$$

keterangan:

$TVC = \text{total variable cost}$

$Q = \text{quantity}$

f. Biaya total rata-rata (*Average Cost*)

Biaya total rata-rata adalah biaya keseluruhan untuk menghasilkan suatu output tertentu dibagi dengan jumlah unit produk yang dihasilkan atau merupakan biaya perunit produksi.

$$AC = \frac{TC}{Q} = AFC + AVC$$

keterangan:

$TC = \text{Total cost}$

$Q = \text{quantity}$

$AFC = \text{Average Fixed Cost}$

$AVC = \text{Average Variable Cost}$

g. Biaya Marginal (*Marginal Cost*)

Biaya Marginal adalah perubahan biaya total akibat penambahan satu unit output (Q). Biaya marginal timbul akibat pertambahan satu unit output sehingga dapat dirumuskan:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$$

Keterangan:

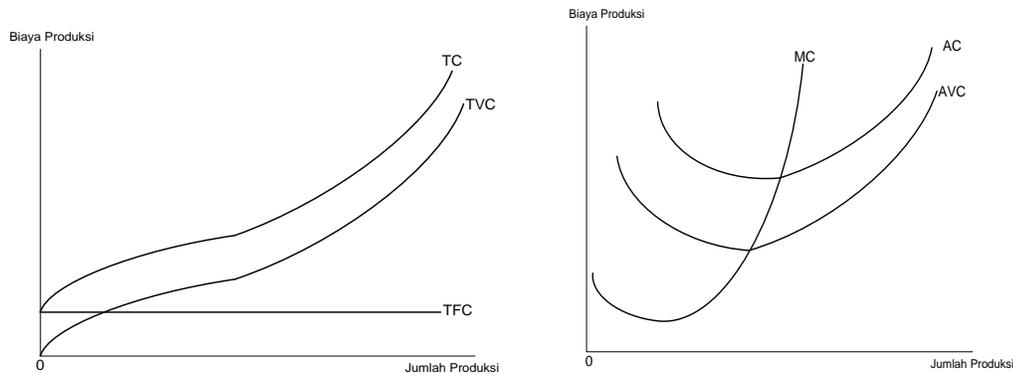
ΔTC = Perubahan total biaya

ΔTVC = Perubahan total biaya variabel

ΔQ = Perubahan *quantity*

Oleh karena tambahan produksi satu unit output tidak akan menambah atau mengurangi biaya produksi tetap (*Total Fixed Cost*), maka tambahan biaya marginal ini akan menambah biaya variable total (*Total Variable Cost*).

Kurva TC (*Total Cost*) pada gambar 2.5 dibawah ini merupakan penjumlahan kurva TFC (*Total Fixed Cost*) dan kurva TVC (*Total Variable Cost*). Oleh karena itu kurva TC (*Total Cost*) berawal dari pangkal TFC (*Total Fixed Cost*), dengan bentuk mengikuti bentuk kurva TVC (*Total Variable Cost*). Jarak antara kurva TC (*Total Cost*) dan TVC (*Total Variable Cost*) menunjukkan nilai biaya tetapnya TFC (*Total Fixed Cost*).



Gambar 2.5

Kurva *Total Cost*, *Total Fixed Cost*, *Total Variable Cost*

2. Biaya Produksi Jangka Panjang

Dalam jangka panjang perusahaan dapat mengubah semua faktor produksinya. Oleh karena itu, dalam jangka panjang tidak perlu lagi dibedakan antara biaya tetap dan biaya berubah. Semua biaya yang dikeluarkan merupakan biaya berubah (*variable cost*).

Cara meminimumkan biaya jangka panjang dapat memperluas kapasitas produksinya, perusahaan harus menentukan besarnya kapasitas pabrik yang akan meminimumkan biaya produksi dalam analisis ekonomi kapasitas produksi dapat digambarkan dengan kurva biaya rata-rata (AC). Sehingga analisis bagaimana produsen menganalisis kegiatan produksinya dalam usaha meminimumkan biaya dengan memperhatikan kurva AC untuk kapasitas yang berbeda-beda.

Faktor yang menentukan kapasitas produksi yang digunakan yaitu tingkat produksi yang dicapai serta sifat dari pilihan kapasitas pabrik yang tersedia.

a) Biaya Total Jangka Panjang (*Long Run Total Cost*)

Biaya Total Jangka Panjang (*Long Run Total Cost*) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi seluruh output dan semuanya bersifat variabel.

b) Kurva Biaya Total Jangka Panjang (*Long Run Total Cost Curve*)

Kurva biaya total jangka panjang menggambarkan biaya total jangka panjang minimum untuk memproduksi berbagai tingkat (jumlah) produksi. Kurva biaya total jangka panjang diturunkan dari kurva *expansion path*.

c) Kurva *Expansion Path*

Kurva *expansion path* menggambarkan kombinasi faktor produksi yang paling optimal untuk menghasilkan berbagai jumlah produksi.

d) Biaya Rata-Rata Jangka Panjang (*Long Run Average Cost*)

Biaya rata-rata jangka panjang merupakan biaya rata-rata yang paling minimum untuk berbagai tingkat produksi apabila perusahaan dapat selalu berubah kapasitas produksinya. Biaya rata-rata jangka panjang dapat dihitung menggunakan rumus :

$$LAC = \frac{LTC}{Q}$$

Keterangan :

LAC = Biaya rata-rata jangka panjang

Q = Jumlah output

e) Biaya Marginal Jangka Panjang (*Long Run Marginal Cost*)

Biaya Marginal Jangka Panjang merupakan biaya tambahan karena menambah produksi sebanyak satu unit. Perubahan biaya total sama dengan perubahan biaya variabel. Biaya marginal jangka panjang dapat dihitung menggunakan rumus :

$$LMC = \frac{\Delta LTC}{\Delta Q}$$

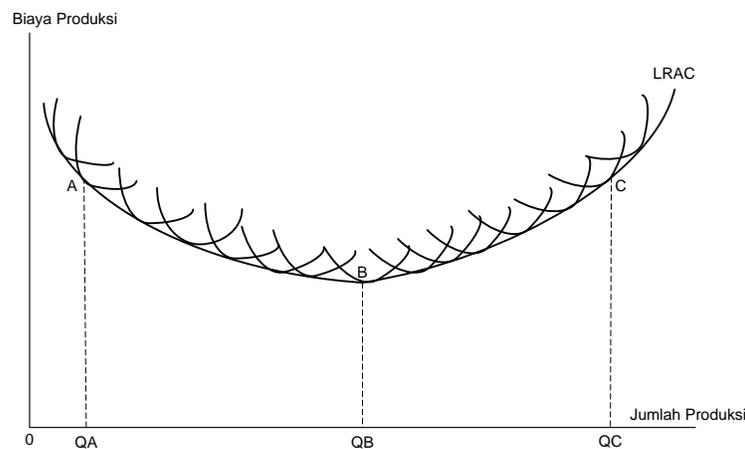
Keterangan :

LMC = Biaya marginal jangka panjang

ΔQ = Perubahan output

Kurva Biaya Total Rata-Rata Jangka Panjang (*Long Run Average Cost*) atau LRAC dapat didefinisikan sebagai kurva yang menunjukkan biaya rata-rata yang paling minimum untuk berbagai tingkat produksi apabila perusahaan dapat selalu mengubah kapasitas produksinya. Kurva LRAC dibentuk bukan hanya didasarkan kepada beberapa kurva AC (*average cost*) saja, tetapi berdasarkan kepada kurva AC yang jumlahnya tidak terhingga. Sehingga menyebabkan bentuk kurva LRAC seperti huruf U (berupa garis lengkung).

Kurva LRAC ini merupakan kurva yang menyinggung berbagai kurva AC jangka pendek. Titik-titik persinggungan tersebut merupakan biaya produksi yang paling minimum untuk berbagai tingkat produksi yang akan dicapai perusahaan dalam jangka panjang.



Gambar 2.6

Kurva Biaya Total Rata-Rata Jangka Panjang

2.1.4.2 Skala Ekonomi dan Skala Tidak Ekonomi

Kurva LRAC yang berbentuk huruf U, disebabkan karena faktor-faktor skala ekonomi (*economies of scale*) dan skala tidak ekonomi (*diseconomies of scale*).

1. Skala Ekonomi (*economics of scale*)

Kegiatan produksi dalam jangka panjang dikatakan bersifat skala ekonomi apabila pertambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi

semakin rendah. Dari gambar LRAC, kondisi skala ekonomi ini diperlihatkan oleh daerah dari A ke B atau dari QA ke QB.

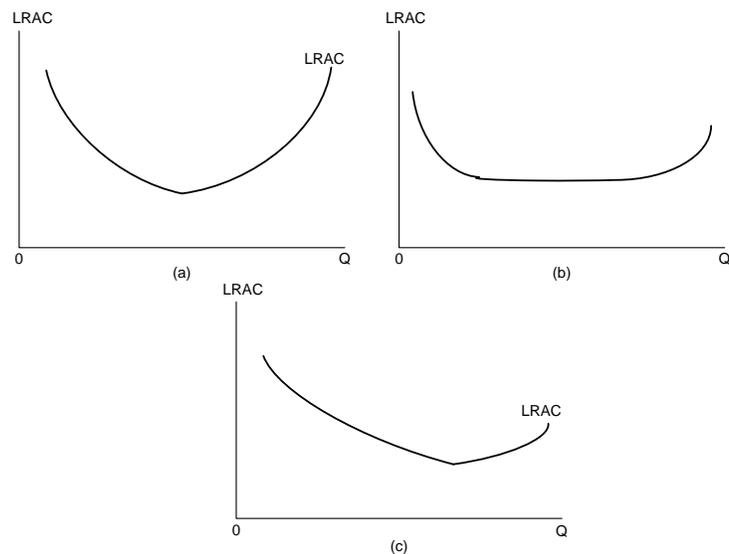
Faktor-faktor yang dapat menimbulkan skala ekonomi diantaranya adalah:

- a. Spesialisasi faktor-faktor produksi
- b. Pengurangan harga faktor produksi
- c. Memungkinkan memproduksi produk sampingan
- d. Mendorong perkembangan usaha lain.

2. Skala Tidak Ekonomi (*Diseconomies of scale*)

Kegiatan produksi dalam jangka panjang dikatakan bersifat skala tidak ekonomi apabila penambahan produksi menyebabkan biaya produksi rata-rata menjadi semakin tinggi. Skala tidak ekonomi ini diperlihatkan oleh daerah dari B ke C atau dari QB ke QC.

Skala tidak ekonomi ini dapat terjadi, biasanya pada saat perusahaan menjadi semakin besar, sehingga kegiatan dan organisasi perusahaan menjadi semakin kompleks. Kebijakan dan pengambilan keputusan menjadi semakin kaku, dan memerlukan waktu yang lama. Keadaan ini menyebabkan peningkatan biaya karena perusahaan sudah tidak efisien lagi.



Gambar 2.7

Kurva Biaya Total Rata-Rata Jangka Panjang

2.1.4.3 Analisis *Breakeven* dan *Operating Leverage*

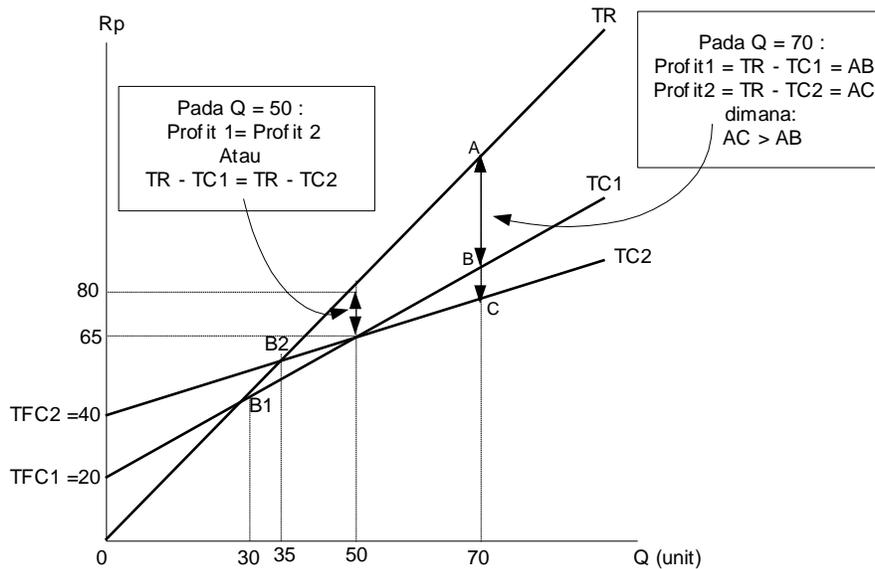
1. Analisis *Breakeven*

Analisis breakeven adalah suatu teknik analisis yang dipergunakan untuk mempelajari hubungan diantara biaya, pendapatan, dan *profit*. Dalam menganalisis kondisi *breakeven* ini, diasumsikan bahwa fungsi biaya maupun fungsi pendapatan (*revenue*) merupakan fungsi linier.

2. Analisis *Operating Leverage*

Operating leverage menunjukkan ratio atau perbandingan antara *total fixed cost* dengan *total variable cost*. Semakin besar rasionya dikatakan perusahaan semakin kapital intensif, atau biaya tetapnya semakin meningkat sedangkan biaya

variabelnya turun (biaya variabel digantikan oleh biaya tetap). Karena biaya *overhaed* semakin besar, maka *breakeven* outputnya juga semakin besar. Semakin besar ratio *total fixed cost* terhadap *total variable cost*, berarti semakin sensitif *profit* perusahaan terhadap perubahan output atau penjualannya.



Gambar 2.8

Kurva Total Cost, Total Fixed Cost, Total Variable Cost

Karena TC2 lebih *leverage* dibandingkan TC1, maka biaya tetapnya (TFC2) lebih tinggi dari biaya tetap pada TC1 (TFC1), sehingga *overhead cost* TC2 lebih besar dari *overhead cost* pada TC1, sehingga breakeven point TC2 lebih tinggi dari breakeven point TC1. Semakin leverage total biaya (semakin besar ratio TFC terhadap TVC) maka semakin besar perubahan *profit* yang disebabkan perubahan output atau penjualannya.

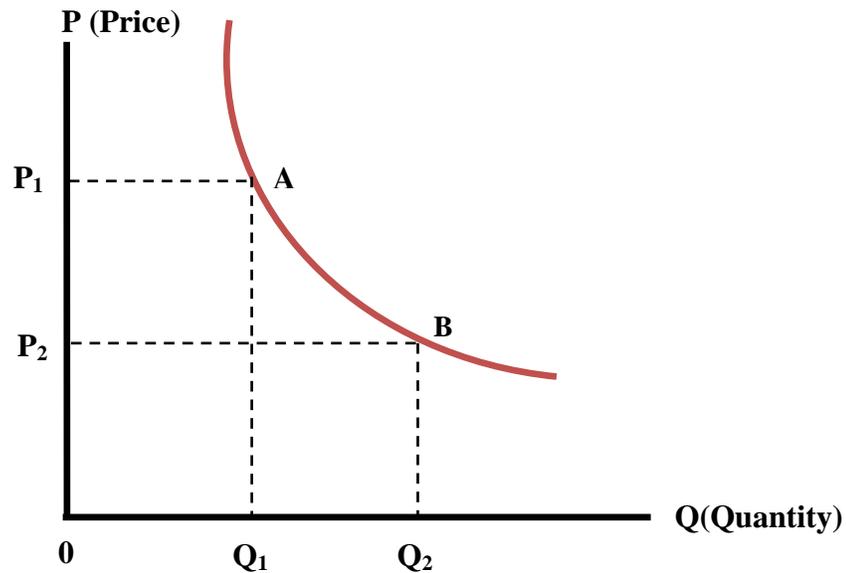
2.1.5 Teori Permintaan

Sukirno (2005) mengatakan bahwa teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan (Rosyidi, 2009:291). Menurut Gilarso (2007), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa “*Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat*”.

Pada gambar 2.9 menggambarkan bahwa kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau jika ada salah satu variabel

naik (misalnya harga) maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah yang diminta).



Gambar 2.9

Kurva Permintaan

2.1.5.1 Ability To Pay (ATP) dan Willingness To Pay (WTP)

Dalam permintaan itu menyangkut dua hal yang harus dipenuhi yaitu *Ability To Pay* (ATP) dan *Willingness To Pay* (WTP). *Ability To Pay* (ATP) adalah kemampuan seseorang untuk membayar barang dan jasa yang diterimanya berdasarkan penghasilan yang dianggap ideal. *Willingness To Pay* (WTP) adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas barang dan jasa yang diperolehnya. Permintaan akan barang dan jasa akan terjadi jika kedua hal ATP dan WTP tersebut terpenuhi.

Kesediaan yang digunakan untuk membayar barang dan jasa mengeluarkan imbalan atas barang dan jasa yang diperoleh itu timbul karena adanya kebutuhan masyarakat. Dengan adanya kebutuhan masyarakat maka munculah permintaan. Seperti yang dikatakan oleh Maslow tentang teori kebutuhan, variasi kebutuhan manusia dipandang tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Dalam mencapai pemenuhan kebutuhan, seseorang harus berjenjang, tidak peduli seberapa tinggi jenjang yang sudah dilewati, kalau jenjang dibawah tidak terpenuhi atau tingkat pemenuhnya masih sangat kecil, dia akan kembali ke jenjang yang tak terpenuhi itu sampai memperoleh tingkat terpenuhi yang dikehendaki. Setiap jenjang kebutuhan dapat dipenuhi jika hanya jenjang sebelumnya telah (relatif) terpenuhi menyajikan jenjang *basic need* atau *deviciency need*, dan satu jenjang *metaneeds* atau *growth need*.

Dalam piramida jenjang kebutuhan, kebutuhan tersier adalah jenjang yang paling tinggi. Terdapat berbagai macam kebutuhan tersier yang pada umumnya ditunjukkan untuk kebutuhan yang sifatnya memberikan kepuasan hiburan, aktualisasi diri atau hanya sekedar untuk menonjolkan status seseorang. Diantara sekian banyak kebutuhan tersier, salah satunya adalah karangan bunga.

Seperti halnya kebutuhan tersier seperti karangan bunga yang banyak dibeli oleh seseorang yang sifatnya untuk hiburan diri sendiri maupun hiburan kepada orang lain. Karangan bunga menjadi simbol untuk mengungkapkan rasa kasih sayang, simpati, turut berduka, turut berbahagia atau ungkapan memberikan

semangat. Selain itu, karangan bunga juga sering digunakan untuk sebagai komunikasi bisnis antara lembaga instalasi pemerintah maupun swasta.

2.1.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*) perubahan permintaan atas suatu barang dan jasa semata-mata ditentukan oleh harga dari barang atau jasa tersebut, *ceteris paribus*. Namun dalam kenyataannya, banyak permintaan terhadap suatu barang atau jasa juga ditentukan oleh faktor-faktor lain selain faktor harga itu sendiri. Oleh sebab itu perlu juga dijelaskan bagaimana faktor-faktor yang lain akan mempengaruhi permintaan.

Menurut Sukirno (2010) faktor-faktor selain harga barang itu sendiri yang juga berperan penting dalam mempengaruhi permintaan akan suatu barang atau jasa adalah sebagai berikut :

A. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplemen, dan independen.

- Bila harga barang pengganti (substitusi) turun, maka permintaan suatu barang akan turun, maka akan beralih ke barang substitusi yang turun harganya.

- Bila harga barang pelengkap (komplementer) turun, maka permintaan barang akan naik. Jika barang komplementer turun maka permintaan barang harga tersebut naik, sebagai barang pelengkap.
- Barang independen, adalah barang yang permintaanya tidak tergantung atau tidak terpengaruh pada harga barang lainnya.

B. Tingkat pendapatan Masyarakat

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Secara teoretis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Peningkatan konsumsi dan meningkatkan permintaan barang dan jasa. Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

C. Selera

Selera merupakan variabel yang mempengaruhi banyak sedikitnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umur konsumen atau jenis kelamin, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

D. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk merupakan faktor yang sangat dominan terhadap perubahan permintaan. Semakin banyak jumlah penduduk mengakibatkan peningkatan permintaan atas barang dan jasa.

E. Ekspektasi Di Masa Yang Akan Datang

Perubahan-perubahan yang diperkirakan akan terjadi di masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Perkiraan bahwa harga-harga akan bertambah tinggi di masa yang akan datang, dapat mendorong jumlah pembelian yang lebih banyak pada saat ini, demikian juga sebaliknya bila perkiraan harga-harga akan turun, maka hal tersebut akan mendorong penundaan pembelian sehingga mengurangi jumlah pembelian saat ini.

2.1.6 Teori *Net Benefit Cost Ratio* (*Net B/C Ratio*)

Net Benefit Cost Ratio (*Net B/C Ratio*) adalah suatu analisis dengan prosedur yang sistematis membandingkan serangkaian biaya dan manfaat yang relevan dengan sebuah aktivitas atau proyek. Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah secara akurat membandingkan kedua nilai yang manakah yang lebih besar. Selanjutnya dari hasil perbandingan ini pengambilan keputusan dapat dipertimbangkan untuk melanjutkan suatu rencana atau tidak dari sebuah aktivitas, produk atau proyek, atau dalam konteks evaluasi atas sesuatu yang telah berjalan adalah menentukan keberlanjutannya.

Dengan kata lain, *Net B/C* adalah perbandingan antara jumlah PV net benefit yang positif dengan jumlah PV *net benefit* yang negatif. Jumlah *Present value* positif sebagai pembilang dan jumlah *present value* negatif sebagai penyebut.

Net B/C ini menunjukkan gambaran berapa kali lipat manfaat (*benefit*) yang diperoleh dari biaya (*cost*) yang dikeluarkan. Apabila *net B/C* > 1, maka proyek atau gagasan usaha yang akan didirikan layak untuk dilaksanakan. Demikian pula sebaliknya, apabila *net B/C* < 1, maka proyek atau gagasan usaha yang akan didirikan tidak layak untuk dilaksanakan. *Net B/C* ratio merupakan manfaat bersih tambahan yg diterima proyek dari setiap 1 satuan biaya yg dikeluarkan.

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}} \text{ atau } = \frac{\sum_{t=0}^n NPV\ positif}{\sum_{t=0}^n NPV\ negatif}$$

Keterangan :

B_t = Manfaat (*Benefit*) pada tahun ke-t

C_t = Biaya (*Cost*) pada tahun ke-t

i = *Discount Factor*

t = Umur Usaha

Indikator *NET B/C Ratio* adalah :

- Jika *Net B/C Ratio* > 1, maka usaha layak untuk dijalankan atau menguntungkan.
- Jika *Net B/C Ratio* < 1, maka usaha tidak layak untuk dijalankan atau tidak menguntungkan.

2.1.6.1 Nilai Waktu Uang

Pemahaman nilai waktu uang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha. Banyak keputusan dan teknik yang memerlukan pemahaman nilai waktu uang. Dalam nilai waktu uang terdapat perhitungan *present value* (PV) dan *future value* (FV).

1. *Present Value* (PV)

Present Value digunakan untuk untuk mengetahui nilai investasi sekarang dari suatu nilai dimasa datang. Ada lima parameter yang ada dalam fungsi *present value* diantaranya sebagai berikut :

- Rate, tingkat suku bunga pada periode tertentu bisa perbulan ataupun pertahun.
- Nper, jumlah angsuran yang dilakukan.
- Pmt, besar angsuran yang dibayarkan.
- Fv, nilai akan datang yang akan dihitung nilai sekarang.
- Type, jika bernilai 1 pembayaran dilakukan diawal periode, jika bernilai 0 pembayaran dilakukan diakhir periode.

$$PV = FV \frac{1}{(1 + r)^n}$$

Keterangan :

PV = Nilai sekarang pada tahun ke 0

FV = Nilai pada akhir tahun ke n

r = Suku bunga

n = Waktu (tahun)

2. *Future Value* (FV)

Future Value (FV) atau nilai yang akan datang merupakan nilai uang di masa yang akan datang berdasarkan tingkat bunga tertentu. Ada lima parameter yang ada dalam fungsi *future value* (FV) atau nilai yang akan datang diantaranya sebagai berikut :

- Rate, tingkat suku bunga pada periode tertentu bisa perbulan ataupun pertahun.
- Nper, jumlah angsuran yang dilakukan.
- Pmt, besar angsuran yang dibayarkan.
- Pv, nilai saat ini yang akan dihitung nilai akan datangnya
- Type, jika bernilai 1 pembayaran dilakukan diawal periode, jika bernilai 0 pembayaran dilakukan diakhir periode.

$$FV = PV (1 + i)^n$$

Keterangan :

FV = Nilai pada akhir tahun ke n

PV = Nilai sekarang pada tahun ke 0

i = Suku bunga

n = Waktu (tahun)

2.1.7 Penelitian Sebelumnya

Untuk memperkaya perspektif penelitian ini, maka selain dari kajian teori yang telah dijelaskan, dilakukan juga review terdahulu beberapa penelitian sebelumnya.

2.1.7.1 Penelitian Niken Widyaningsih , Sri Marwanti, Shofia Nur Awami (2013)

Penelitian ini yang ditulis dalam jurnal ilmiah dengan judul “Analisis Usaha Rangkaian Bunga” Tujuan penelitian untuk mengetahui berapa biaya, keuntungan bersih dan faktor yang mempengaruhi laba bersih di Florist Kalisari Semarang. Kalisari merupakan salah satu sentra usaha rangkaian bunga yang besar di Kota Semarang dengan luas kios untuk usaha rangkaian bunga mencapai 998,00 m².

Metode pengambilan sampel digunakan adalah teknik sampling (*purposive sampling*), sampel adalah 31 pengusaha rangkaian bunga. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi berganda.

Total biaya dalam penelitian ini adalah biaya tetap dan biaya variabel. Rata-rata biaya tetap Rp 5.701.172,00 dan rata-rata biaya variabel Rp15.418.063,00. Pendapatan rata-rata bisnis Rp 24.720.000,00 dengan rata-rata jumlah total biaya Rp

21.112.140,00 perbulan Februari. Rata-rata *net* pendapatan yang diperoleh Rp 3.607.860,00 di “kios” dengan luas rata-rata 32,20 m².

Penggunaan faktor-faktor produksi yang diperoleh rata-rata produksi 124 unit sebagai rangkaian bunga. Analisis regresi menunjukkan bahwa semua variabel, biaya penyusutan peralatan dan investasi berpengaruh positif nyata pada usaha bersih penerimaan rangkaian bunga sementara biaya tenaga kerja secara signifikan negatif.

2.1.7.2 Penelitian Licky N. Rapar¹, Celcius Talumingan, O. Esry H. Laoh, Eyverson Ruauw (2012).

Penelitian ini yang ditulis dalam jurnal ilmiah dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Bunga Hias di Kelurahan Kakaskasen Kota Tomohon” Kota Tomohon terletak pada garis Wallace yang menyebabkan beberapa jenis tanaman hias yang spesifik di Indonesia tumbuh di Kota Tomohon. Bunga hias di Kota Tomohon sendiri, telah menjadi bagian dari budaya. Setiap tahun selalu diadakan festival bunga yang diikuti tidak hanya pengusaha bunga lokal tetapi juga pengusaha bunga dari luar kota ataupun dari manca negara.

Kegiatan itu adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah selain untuk memperkenalkan tetapi juga untuk meningkatkan semangat petani tanaman hias untuk terus melakukan terobosan-terobosan dalam rangka meningkatkan mutu dari bunga hias. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan Pedagang Bunga Hias dan efisiensi dari Usaha Bunga Hias di Kelurahan Kakaskasen Kota Tomohon.

Hasil penelitian menunjukkan besar pendapatan Pedagang Bunga Hias di Kelurahan Kakaskasen Kota Tomohon dalam satu kali proses produksi adalah Rp 6.694.673,61 per pedagang dan Rp 18.093.712,46 per hektar. Efisiensi Usaha Bunga Hias diperoleh melalui Analisis R : C menghasilkan nilai lebih besar dari satu yaitu 4,29. Hal ini berarti bahwa usaha Bunga Hias di Kelurahan Kakaskasen Kota Tomohon relatif menguntungkan, sehingga layak untuk tetap dikelola bahkan lebih dikembangkan.

2.1.7.3 Penelitian Jefri Rinald Patra (2011)

Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa Universitas Riau dengan judul “Prospek Industri Kecil Florist di Kota Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh prospek Industri Florist di Kota Pekanbaru di masa akan datang serta besarnya keuntungan yang diperoleh. Fenomena yang terjadi industri jasa Florist atau Papan bunga yang mempunyai perkembangan dan peluang usaha yang sangat menggiurkan bagi para wirausahaan. Ini terlihat banyaknya kegiatan-kegiatan yang bertaraf nasional hingga bertaraf provinsi. Dan berdampak terhadap meningkatnya jumlah penggunaan jasa tersebut dari hari ke hari. Ini memperlihatkan besarnya kesempatan di sektor jasa di Kota Pekanbaru yang dari hari ke hari selalu mengalami peningkatan. Florist tersebut telah ada di berbagai kota-kota besar di Indonesia, di antaranya Jakarta, Bandung, Medan, Palembang, Makassar dan kota-kota lainnya.

Dalam analisis data ini penulis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif analisis deskriptif. Dari hasil penelitian dapat diperoleh bahwa industri florist di Kota Pekanbaru memiliki prospek yang baik ditinjau dari analisis kelayakan usaha dan perhitungan break even point (BEP), dan hasil B/C ratio. Dimana diperoleh nilai B/C ratio $1,642641161 > 1$, artinya industri florist di Kota Pekanbaru layak dan memenuhi kriteria untuk dijadikan usaha. Sedangkan nilai BEP per satuan produk 41 unit dan BEP penjualan produksi Rp. 981.863, artinya untuk mencapai titik impas harus memproduksi minimal 41 unit papan bunga dengan nilai penjualan produksi senilai Rp. 981.863.

2.1.7.4 Penelitian Alfian Arif Adhiatma (2011)

Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang kayu glondong di Kelurahan Karangkebagusan Kabupaten Jepara. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah *Saturation Sampling*, teknik pengumpulan sampel menggunakan sampling jenuh. Penelitian ini menggunakan 52 responden sebagai sampel. Analisis menggunakan regresi linier berganda dengan pendapatan sebagai variabel dependen dan tiga variabel independen adalah modal awal, lama usaha dan jam kerja. Hasil uji penyimpangan asumsi klasik menunjukkan data terdistribusi secara normal dan tidak diperoleh penyimpangan. Berdasarkan perhitungan SPSS 16.0, diperoleh nilai F sebesar 16,308 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan kurang 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen modal awal, lama usaha dan jam kerja

bersama-sama mempengaruhi pendapatan pedagang kayu glondong diterima. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh variabel modal awal, lama usaha dan jam kerja dapat menjelaskan variabel pendapatan sebesar 47,4 % dan sisanya 52,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2.2 Kerangka Pemikiran

Karangan bunga merupakan salah satu barang yang banyak dibeli oleh konsumen yang sifatnya untuk hiburan diri sendiri maupun hiburan kepada orang lain. Karangan bunga menjadi simbol untuk mengungkapkan rasa kasih sayang, simpati, turut berduka, turut berbahagia atau ungkapan memberikan semangat. Selain itu, karangan bunga juga sering digunakan untuk sebagai komunikasi bisnis antara lembaga instalasi pemerintah maupun swasta. Seiring dengan semakin berkembangnya zaman trend karangan bunga dari masa ke masa semakin populer tersebut berpengaruh terhadap keuntungan pedagang karangan bunga. Keuntungan pedagang karangan bunga sangat ditentukan oleh berapa nilai penjualannya dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Nilai penjualan pedagang karangan bunga ditentukan oleh berapa unit jumlah karangan bunga yang terjual dikalikan dengan harga karangan bunga peunitnya. Sementara biaya-biaya yang harus dikeluarkan terdiri dari biaya investasi dan biaya operasional pedagang karangan bunga.

Menurut Soekartawi (2002), pendapatan bersih selisih antara penerimaan dan semua biaya yang dikeluarkan. Maka jika dihubungkan dengan keuntungan pedagang karangan bunga penerimaan dihasilkan dari harga karangan bunga per unit

dikalikan dengan jumlah karangan bunga yang terjual. Dan biaya merupakan jumlah biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan untuk usaha karangan bunga. Biaya tetap dalam usaha karangan bunga diantaranya modal awal, biaya pembelian atau sewa kios dan nilai kendaraan. Dan biaya variabel dalam usaha karangan bunga diantaranya biaya pembelian bahan baku, biaya pembelian bahan pelengkap, biaya upah dan lainnya.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh usaha dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Di dalam hukum permintaan terdapat hubungan yang terbalik antara harga dari barang itu sendiri dan juga kuantitas atau jumlah permintaan barang perperiode waktu (Salvatore 2004). Maka jika harga karangan bunga naik maka jumlah karangan bunga yang terjual akan menurun dan penerimaan akan berkurang sehingga keuntungan pedagang karangan bunga akan menurun begitupun sebaliknya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pedagang karangan bunga yang menjual dengan harga relatif murah dibandingkan dengan pedagang lain maka akan dapat menjual lebih banyak sehingga keuntungan juga akan lebih tinggi (*Ceteris Paribus*).

Nicholson (2001), menyatakan bahwa dalam melakukan aktivitasnya, perusahaan akan menjual barang pada berbagai tingkat *output* (Q). Dari penjualan pengusaha akan menerima pendapatan (*revenue*) sebanyak $P(Q) \cdot Q = R(Q)$. Terlihat bahwa besar penerimaan tergantung pada jumlah barang yang terjual. Maka dapat

dikatakan jumlah karangan bunga yang terjual sangat mempengaruhi terhadap keuntungan pada pedagang karangan bunga. Semakin besar jumlah karangan bunga yang terjual maka semakin besar pula penerimaan yang diperoleh yang berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh pedagang karangan bunga.

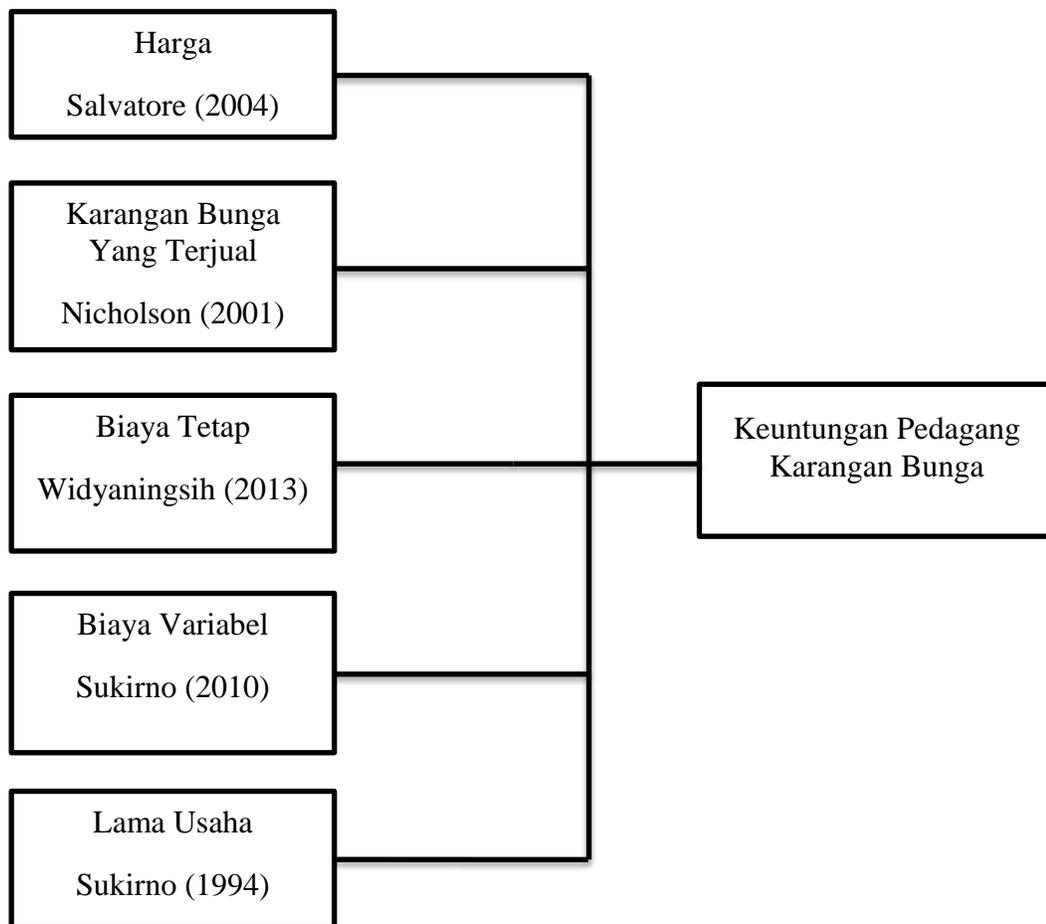
TC (*Total cost*) terdiri dari biaya total tetap atau TFC (*total fixed cost*) dan biaya berubah total atau TVC (*total variabel cost*). TFC (*total fixed cost*) keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. Widyarningsih (2013) mengatakan, bahwa biaya tetap berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerimaan bersih usaha rangkaian bunga. Semakin tinggi TFC (*total fixed cost*) dibandingkan TVC (*total variabel cost*) maka perusahaan dikatakan semakin *leverage*, atau dapat dikatakan bahwa semakin besar biaya tetap maka semakin besar penjualannya dan semakin tinggi keuntungannya (Hanafi, 2004).

TVC (*total variabel cost*) keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah. Hukum hasil lebih yang semakin berkurang mengatakan bahwa apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya (biaya variabel seperti tenaga kerja) terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak penambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif. Sifat pertambahan produksi seperti ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya mencapai tingkat maksimum dan kemudian menurun (Sukirno, 2010). Maka dapat dikatakan,

penambahan biaya variabel akan mempengaruhi *Total Cost* (TC). Jika biaya Total Cost (TC) bertambah maka keuntungan akan menurun.

Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno, 1994). Semakin lama usaha maka pedagang sudah dikenal cukup baik oleh konsumen sehingga semakin banyak konsumen tetap atau pelanggan. Selain itu, lamanya usaha juga indentik dengan telah tercapainya skala usaha ekonomis (*economies of scale*). Oleh karena pedagang yang sudah lama usahanya sudah memiliki pelanggannya banyak sehingga penjualan bertambah yang menyebabkan kebutuhan bahan baku meningkat sehingga pembelian bahan baku bisa dibeli dengan harga murah. Maka dari itu, pedagang bisa menjual karangan bunga dengan harga yang lebih murah dibandingkan pedagang karangan bunga lainnya. Dengan harga yang lebih murah pedagang akan bisa bersaing dalam sisi harga dengan pedagang lainnya yang akan menarik minat konsumen meningkat maka penjualan akan bertambah dan keuntungan meningkat.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keuntungan usaha karangan bunga diatas akan mempengaruhi berapa *net benefit cost ratio* yang dihasilkan pada setiap pedagang karangan bunga apakah lebih dari 1 atau kurang dari 1. Hasil *net benefit cost ratio* setiap pedagang akan berbeda-beda tergantung kepada seluruh biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang dihasilkan setiap pedagangnya.



Gambar 2.10
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Suharsimi (2010: 110) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan suatu penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Apabila peneliti telah mendalami permasalahan penelitiannya dengan seksama serta menetapkan anggapan dasar, maka membuat suatu teori sementara

yang sebenarnya masih perlu diuji (di bawah kebenaran). Inilah hipotesis peneliti harus berfikir bahwa hipotesisnya itu dapat diuji.

Berdasarkan kajian teoritis diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

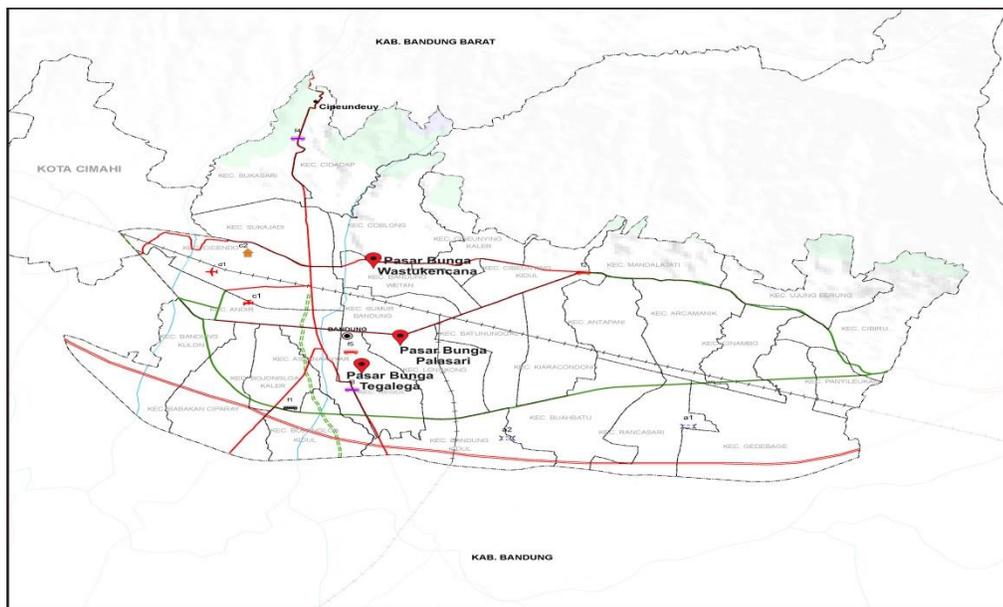
1. Harga berpengaruh negatif terhadap keuntungan pedagang karangan bunga.
2. Jumlah karangan bunga yang terjual berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang karangan bunga.
3. Biaya Tetap berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang karangan bunga.
4. Biaya Variabel berpengaruh negatif terhadap keuntungan pedagang karangan bunga.
5. Lama usaha berpengaruh positif terhadap keuntungan pedagang karangan bunga.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian yang dilakukan oleh peneliti difokuskan pada 3 tempat pasar bunga terbesar yang berada di Kota Bandung yaitu Pasar Bunga Wastukencana, Pasar Bunga Palasari dan Pasar Bunga Tegalega seperti yang digambarkan pada gambar 3.1



Gambar 3.1

Peta Kota Bandung

Pasar Bunga Wastukencana termasuk dalam Kecamatan Bandung Wetan merupakan salah satu dari 30 kecamatan yang berada di Kota Bandung dengan memiliki luas tanah sebesar 339 Ha. Secara Geografis Kecamatan Bandung Wetan berbatasan dengan :

- Bagian Selatan : Kecamatan Sumur Bandung
- Bagian Utara : Kecamatan Coblong
- Bagian Timur : Kecamatan Cibeunying Kaler dan Cibeunying Kidul
- Bagian Barat : Kecamatan Sukajadi

Pasar Bunga Palasari termasuk dalam Kecamatan Lengkong merupakan salah satu dari 30 kecamatan di Kota Bandung yang termasuk bagian dari Wilayah Karees. Rata-rata ketinggian tanah di permukaan Kecamatan Lengkong adalah sekitar 700 meter dpl (di atas permukaan laut), dengan luas wilayah sebesar 574 hektar. Secara Geografis Kecamatan Lengkong berbatasan dengan :

- Bagian Selatan : Kecamatan Bandung Kidul
- Bagian Utara : Kecamatan Sumur Bandung
- Bagian Timur : Kecamatan Batununggal
- Bagian Barat : Kecamatan Regol

Pasar Bunga Tegalega termasuk dalam kecamatan Regol dengan luas wilayah sekitar 430 Ha. Kecamatan Regol berada di ketinggian 675 meter dpl (di atas

permukaan laut). Secara geografis Kecamatan Regol berada ditengah Kota Bandung. Secara Geografis Kecamatan Regol berbatasan dengan :

- Bagian Selatan : Kecamatan Bandung Kidul
- Bagian Utara : Kecamatan Sumur Bandung
- Bagian Timur : Kecamatan Lengkong
- Bagian Barat : Kecamatan Astana Anyar

Tabel 3.1

Jumlah Kios dan Pedagang Karangan Bunga di Pasar Bunga Wastukencana, Pasar Bunga Palasari dan Pasar Bunga Tegalega Pada Tahun 2016

Tempat	Jumlah Kios	Jumlah Pedagang
Pasar Bunga Wastukencana	45 kios	25 orang
Pasar Bunga Palasari	13 kios	9 orang
Pasar Bunga Tegalega	33 kios	25 orang

Sumber : Data primer, diolah

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pedagang karangan bunga Kota Bandung. Berdasarkan Tabel 3.1 jumlah pedagang dan jumlah kios pada Pasar Bunga Wastukencana, Pasar Bunga Palasari dan Pasar Bunga Tegalega jumlahnya berbeda karena adanya beberapa pedagang yang memiliki jumlah kios lebih dari satu.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif ini menggambarkan mengenai kondisi

pedagang karangan bunga dilihat dari aspek-aspek penjualan, biaya dan keuntungan. Setelah diketahui kondisi pedagang dari aspek-aspek tersebut, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *Net Benefit Cost Rasio (Net B/C Ratio)*. Selanjutnya, analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara harga, karangan bunga yang terjual, biaya tetap, biaya variabel dan lamanya usaha terhadap keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung.

3.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperoleh adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder yaitu data yang diperoleh lembaga pengumpulan data. Adapun data yang digunakan penelitian ini diperoleh dari Survei Sosial Ekonomi Nasional Kota Bandung yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung, Badan Pusat Statistik Kota Bandung, dan Koperasi Pasar Bunga Wastukencana. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan responden yang relevan dengan survei lapangan (kuesioner). Data primer yang dikumpulkan penelitian ini melalui pengisian kuesioner oleh responden.

3.2.2 Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh pedagang karangan bunga yang berada di Pasar Bunga Wastukencana sebanyak 25 orang, Pasar Bunga Palasari sebanyak 9 orang dan Pasar Bunga Tegalega sebanyak 25 orang. Penelitian ini

dilakukan dengan cara data sensus yaitu jumlah sampel sama dengan jumlah populasi.

3.2.3 Model Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif, metode analisis *Benefit Cost Ratio* dan analisis regresi linear berganda.

3.2.3.1 Metode Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi, (Sugiyono: 2015).

Dengan statistik deskriptif data yang terkumpul dianalisis dengan perhitungan rata-rata dan persentase, sehingga dapat menggambarkan berapa rata-rata keuntungan pedagang karangan bunga di Kota Bandung dan bagaimana kondisi kelayakan usaha pedagang karangan bunga di Kota Bandung.

3.2.3.2 Metode Analisis *Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)*

Dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan analisis *NetBenefit Cost Ratio (Net B/C Ratio)*. Dengan rumus *NetBenefit Cost Ratio (Net B/C Ratio)* sebagai berikut :

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t - B_t}{(1+i)^t}} \text{ atau } = \frac{\sum_{t=0}^n NPV\ positif}{\sum_{t=0}^n NPV\ negatif}$$

B_t = Manfaat (*Benefit*) pada tahun ke-t

C_t = Biaya (*Cost*) pada tahun ke-t

i = *Discount Factor*

t = Umur Usaha

Indikator *NET B/C Ratio* adalah :

- Jika *Net B/C Ratio* > 1, maka usaha layak untuk dijalankan atau menguntungkan.
- Jika *Net B/C Ratio* < 1, maka usaha tidak layak untuk dijalankan atau tidak menguntungkan.

3.2.3.3 Metode Analisis Regresi Berganda Linier

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Maka fungsi persamaan yang digunakan dalam keuntungan karangan bunga pada penelitian ini adalah:

$$K = f (P, Q, TFC, TVC, LU) \dots \dots \dots (3.1)$$

Adapun model regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$K = \beta_0 - \beta_1 P_i + \beta_2 Q_i + \beta_3 TFC_i - \beta_4 TVC_i + \beta_5 LU_i + e \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

K = Keuntungan Pedagang Karang Bunga (Juta Rupiah /Bulan)

P = Harga Karang Bunga yang Terjual (Rupiah/Unit)

Q = Jumlah Karang Bunga Yang Terjual (Unit/Bulan)

TFC = Biaya Tetap pada usaha karangan bunga (Juta Rupiah /Bulan)

TVC = Biaya Variabel pada usaha karangan bunga (Juta Rupiah /Bulan)

LU = Lama Usaha pedagang karangan bunga (Tahun/Pedagang)

β_0 = *Intercept* (Konstanta)

β_1, \dots, β_4 = Koefisien Regresi Variabel Bebas

e = *error term*

i = Pedagang Karang Bunga ke i

n = Jumlah Responden

$\beta_2, \beta_3, \beta_5 > 0$

$\beta_1, \beta_4 < 0$

3.2.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi, 2010). Variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Dependent

Variabel dependent adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Dalam penelitian ini variabel dependentnya adalah Keuntungan Pedagang Karangan Bunga di Pasar Bunga Kota Bandung yang dinotasikan dengan huruf K.

2. Variabel Independent

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi masing-masing variabel dependent. Adapun dalam penelitian ini variabel bebas dengan notasinya masing-masing sebagai berikut :

- a. Harga Jual (P)
- b. Jumlah Karangan yang Terjual (Q)
- c. Biaya Tetap (TFC)
- d. Biaya Variabel (TVC)
- e. Lama Usaha (LU)

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Tabel Operasionaisasi Variabel

No	Nama Variabel	Operasionaisasi Variabel	Satuan Variabel
1	Keuntungan (K)	pendapatan yang didapatkan pedagang karangan bunga setelah dikurangi dengan biaya-biaya setiap bulannya.	Juta Rupiah/ Bulan/ Pedagang
2	Harga Jual (P)	Harga karangan bunga yang dijual oleh setiap pedagang disetiap lokasi	Rupiah/ Unit/pedagang
3	Jumlah Karangan Bunga Terjual(Q)	Jumlah rata-rata karangan bunga yang terjual setiap bulannya.	Unit/ Bulan/pedagang
4	Biaya Tetap (TFC)	Jumlah biaya yang dikeluarkan dalam usaha diantaranya modal awal, biaya pembelian perlengkapan dan peralatan pada saat awal memulai usaha, biaya kios beli dan nilai kendaraan. Biaya tetap diwakili oleh nilai nominal kendaraan-kendaraan yang dimiliki oleh pedagang karangan bunga.	Juta Rupiah/ Bulan/pedagang
5	Biaya Variabel (TVC)	Jumlah dari biaya-biaya pembelian bahan baku, bahan pelengkap, upah tenaga kerja dan biaya operasional lainnya.	Juta Rupiah/ Bulan/pedagang
6	Lama Usaha (LU)	Lamanya pedagang dalam menjalankan usaha karangan bunga.	Tahun/ Pedagang

3.2.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan dan mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan (*field research*)

Studi Lapangan dilakukan dengan cara:

a. Kuisioner

Teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu yang kemudian diberikan kepada pedagang karangan bunga.

b. Wawancara (*interview*)

Penulis mengadakan tanya jawab secara langsung baik secara formal maupun non formal dengan pedagang karangan bunga Kota Bandung dalam permasalahan yang akan diteliti

2. Studi Kepustakaan (*library research*)

Yaitu dengan mendatangi perpustakaan dan mencari buku-buku literatur yang sesuai dengan masalah yang diangkat, dan informasi yang didapat digunakan untuk memecahkan masalah yang berkaitan. Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan adalah sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten dibidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti, dalam melakukan studi kepustakaan ini penulis berusaha mengumpulkan data sebagai berikut:

- a. Mempelajari konsep dan teori dari berbagai sumber yang berhubungan dan mendukung pada masalah yang sedang diteliti.
- b. Mempelajari materi kuliah dan bahan tertulis lainnya
- c. Jurnal yang berhubungan dengan penelitian

3. Studi Internet (*Internet Research*)

Sehubungan dengan adanya keterbatasan sumber referensi dari perpustakaan yang ada, penulis melakukan pencarian melalui situs-situs internet guna mendapatkan referensi yang terpercaya.

3.2.6 Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Uji Statistik

Uji statistik terhadap regresi berganda. Untuk membuktikan hipotesis ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan maka dilakukan uji F dan uji t.

a. Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga dapat dibuat keputusan yang tegas, yaitu apabila H_0 ditolak pasti H_1 diterima (Sugiyono, 2012:87). Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dibuat hipotesa:

$H_0: \beta_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

H1: $\beta_i \neq 0$, artinya ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

$t_{\text{statistik}} < t_{\text{tabel}}$:Artinya hipotesa nol (H_0) diterima dan hipotesa alternatif (H_1) ditolak yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

$t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$:Artinya hipotesa nol (H_0) ditolak dan hipotesa alternatif (H_1) diterima yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen

b. Pengujian Arti Keseluruhan Regresi (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan derajat signifikan nilai F.

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$, artinya bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$, artinya bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan t tabel dengan

ketentuan sebagai berikut :

$F_{\text{statistik}} < F_{\text{tabel}}$: Artinya hipotesa nol (H_0) diterima dan hipotesa alternatif (H_1) ditolak yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

$F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$: Artinya hipotesa nol (H_0) ditolak dan hipotesa alternatif (H_1) diterima yang menyatakan bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

c. Pengujian Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Gujarati (2001:98) dijelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Koefisien determinasi sebagai alat ukur kebaikan dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau presentase variasi total dalam variabel terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan :

- Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka variasi-variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi-variasi dalam variabel bebasnya.
- Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka variasi-variasi variabel terikat semakin tidak bisa dijelaskan oleh variasi-variasi dalam variabel bebasnya.

3.2.6.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh *error* dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji *Durbin-Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

H_0 = Tidak ada autokorelasi

H_1 = Terdapat autokorelasi

Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson(D-W):

$$D - W = \frac{\sum e_t - e_{t-1}}{\sum e_t^2}$$

Kriteria uji: Bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

- a) Jika $D-W < dL$ atau $D-W > 4 - dL$, kesimpulannya pada data tersebut terdapat autokorelasi
- b) Jika $dU < D-W < 4 - dU$, kesimpulannya pada data tersebut tidak terdapat

autokorelasi.

c) Tidak ada kesimpulan jika: $dL \leq D-W \leq dU$ atau $4 - dU \leq D-W \leq 4 - dL$

Apabila hasil uji Durbin-Waston tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*.

b. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001).

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat heteroskedastisitas

H_1 : Terdapat heteroskedastisitas

Dengan pengujian kriteria sebagai berikut :

Jika P Value $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat heteroskedastisitas

Jika P Value $\geq 5\%$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menyatakan bahwa linear sempurna diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Ada atau tidaknya

multikolonieritas dapat dilihat dari koefisien masing-masing variabel bebas. Jika koefisien kolerasi diantara masing-masing variabel bebas lebih dari 0,8 maka terjadi multikolonieritas dan sebaliknya jika koefisien kolerasi diantara masing-masing variabel bebas kurang dari 0,8 maka tidak terjadi multikolonieritas.

Hipotesis H_0 : Tidak terdapat multikolonieritas.

H_1 : Terdapat multikolonieritas.

Dengan pengujian kriteria sebagai berikut :

Jika koefisien $> 0,8$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat multikolonieritas.

Jika koefisien $< 0,8$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat multikolonieritas.