

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang yang tentunya mengalami permasalahan-permasalahan dalam perekonomiannya, terlebih lagi setelah terjadinya krisis moneter yang melanda Indonesia sejak pertengahan 1997 yang ditandai dengan melemahnya nilai tukar Rupiah (Rp) terhadap Dollar AS (\$). Krisis moneter ini sangat mempengaruhi perekonomian dalam negeri yaitu krisis moneter ini melumpuhkan sektor-sektor ekonomi yang merupakan tulang punggung bangsa dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Krisis moneter secara langsung mematahkan kekuatan perusahaan dalam segi keuangannya. Karena permasalahan keuangan tersebut banyak perusahaan gulung tikar atau *collapse* karena tidak mampu menanggung biaya produksi yang melambung tinggi sedangkan modal yang dimiliki sangat terbatas.

Perusahaan yang terkena imbas negatif dari krisis moneter tersebut bukan saja perusahaan-perusahaan besar yang awalnya sangat dipercayakan pemerintah bisa meningkatkan perekonomian bangsa tetapi juga berimbas pada usaha kecil menengah (UKM) yang merupakan usaha rakyat kecil. Dampak yang dirasakan oleh perusahaan besar relatif lebih besar daripada dampak yang dirasakan oleh UKM sehingga dalam keadaan krisis moneter usaha kecil dan menengah masih bisa bertahan, tidak sampai mengalami *collapse* seperti yang terjadi pada perusahaan-perusahaan besar.

Walaupun UKM merupakan usaha yang kecil tetapi sektor usaha ini mampu menyelamatkan perekonomian rakyat. Usaha kecil terus berperan nyata dalam meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat. UKM mampu menyerap tenaga kerja sehingga masyarakat dapat meningkatkan pendapatannya. Peningkatan penyerapan tenaga kerja dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah UKM, Tenaga Kerja dan Nilai Produk UKM

Tahun	UKM (juta)	Tenaga kerja (Orang)	Nilai (Rp)
1999	37.911.723	67.169.844	647.475.956
2000	38.723.987	70.407.439	689.493.807
2001	38.904.968	72.664.079	806.599.248
2002	40.764.668	75.643.750	915.912.858
2003	42.535.336	79.404.196	1.017.004.948
2004	43.707.412	75.490.253	1.271.990.000
2005	44.689.588	77.678.498	1.480.002.900

Sumber : Media Indonesia, September 2006

Dalam jangka waktu 6 tahun sejak tahun 1999 sampai 2005, UKM mampu menyerap tenaga kerja secara baik. Pada tahun 2005 UKM berhasil menyerap tenaga kerja sebanyak 77,6 juta orang atau sekitar 35 % dari jumlah total penduduk Indonesia. Untuk tahun 2006 penyerapan tenaga kerja oleh UKM akan semakin besar. Kegiatan UKM ini dapat disebutkan sebagai solusi permasalahan pengangguran. Menurut proyeksi Bapenas “ Penyerapan tenaga kerja akan mencapai 10.2 juta orang.”

Pengusaha kecil merupakan salah satu pendukung sektor perdagangan yang cukup penting di Kabupaten Bandung, perkembangan industri kecil di Kabupaten Bandung selalu meningkat dari tahun ke tahun. Indikator dari perkembangan industri kecil di Kabupaten Bandung dapat dilihat dari jumlah pengusaha kecil, jumlah asset, jumlah omzet penjualan dan jumlah tenaga kerja

yang dapat diserap oleh industri kecil. Tabel 1.2 dibawah ini dapat menggambarkan perkembangan industri kecil di Kabupaten Bandung.

Tabel 1.2
Rekapitulasi Perkembangan Industri Kecil di Kabupaten Bandung
Tahun 2001-2004

Tahun	Σ Pengusaha Kecil	%	Jumlah Asset (Rp)	%	Omzet	%	Σ Tenaga Kerja	%
2001	1.307	-	75.722.683	-	193.295.992	-	8.395	-
2002	1.953	49,43	105.961.244	39,93	218.714.183	13,15	9.833	17,13
2003	2.045	4,71	110.784.201	4,50	226.988.080	3,78	10.150	3,22
2004	3.487	70,51	273.912.650	147,25	501.087.428	120,75	22.284	119,55

Sumber: BPS Kabupaten Bandung, Data diolah kembali

Dari Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa industri kecil di Kabupaten Bandung mengalami peningkatan terutama pada tahun 2004 . Jumlah pengusaha kecil meningkat sebesar 70,51 % dari tahun 2003, jumlah assetpun meningkat 147,25% dibandingkan tahun 2003, omzet pengusaha meningkat 120,75% dan jumlah tenaga kerja yang bekerja pada sektor industri kecil meningkat sebesar 119,55%. Dilihat dari peningkatan yang sangat signifikan baik dari jumlah pengusaha kecil, jumlah asset maupun dari jumlah tenaga kerjanya sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha kecil di Kabupaten Bandung memberikan pengaruh yang sangat positif perekonomian regional Kabupaten Bandung.

Pada masa sekarang dimana lapangan pekerjaan sangat sulit untuk didapatkan maka cara pandang masyarakat mulai maju dengan cara menjadikan sektor pertanian menjadi agrobisnis. Masyarakat mengembangkan usaha di bidang pertanian dimana hasil produksinya dilakukan dengan cara yang berbeda.

Ciwidey merupakan kota dengan kondisi tanah yang sangat subur. Sektor pertanian akan dapat berhasil dengan baik di kota Ciwidey ini. Tapi dengan

keadaan ekonomi setelah krisis moneter sektor pertanian di Ciwidey sebagai sektor yang dapat menghasilkan pendapatan bagi masyarakatnya mulai diragukan. Krisis moneter telah membuat biaya produksi pertanian di wilayah Ciwidey meningkat, contohnya saja harga pupuk yang melonjak sampai 2 kali lipat dari harga semula.

Produk pertanian yang paling khas dari kota dingin ini adalah buah strawberry sehingga banyak penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani strawberry. Berdasarkan data yang diperoleh dari pra penelitian yang dilakukan oleh penulis, terlihat bahwa pendapatan para pengusaha strawberry di Ciwidey masih banyak yang berpendapatan rendah. Ukuran pendapatan rendah adalah kurang dari Rp 1.500.000 didasarkan pada UMR Jawa Barat sebesar Rp 800.000 yang merupakan batasan minimum pendapatan yang harus didapatkan seseorang untuk menunjang kelayakan hidupnya.

Tabel 1.3
Laba Pengusaha strawberry di Kecamatan Ciwidey

Laba Usaha (Rp)/Bulan	Jumlah	(%)
< 1.500.000	8	53
1.500.000 – 3.000.000	3	20
3.100.000 – 4.000.000	2	13.3
> 4.000.000	2	13.3
Jumlah	15	100

Sumber: Wawancara (hasil pengolahan)

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa laba pengusaha strawberry berpendapatan kurang dari Rp1.500.000 sebanyak 8 orang (53 %), laba diantara 1.500.000 – 3.000.000 sebanyak 3 orang atau 20%, laba diantara Rp 3.100.000 – Rp 4.000 000 sebanyak 2 orang atau 13.3% dan laba yang lebih dari Rp 4.000.000 sebanyak 2 orang atau 13.3%. Rendahnya laba yang diperoleh pengusaha strawberry tentu sangat berpengaruh pada kesejahteraan pengusaha strawberry

tersebut. Melihat data bahwa pengusaha berpenghasilan kurang dari Rp 1.500.000 sangat dominan yaitu 53% maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan masih banyaknya pengusaha strawberry yang masih berpenghasilan rendah.

Dilihat dari pengertiannya bahwa "Laba adalah selisih antara total hasil pendapatan suatu perusahaan dengan total biayanya. Dengan kata lain bahwa laba itu merupakan total penjualan dikurangi dengan biaya atau ongkos (upah, gaji, sewa, bahan baku, bunga, pajak dll).

Menurut **Samuelson (1999:327)** laba dipandang sebagai hasil pengembalian implisit yaitu sebagian dari laba merupakan pendapatan bagi pemilik perusahaan untuk upah tenaga kerja yang mereka keluarkan dan modal yang mereka tanamkan (faktor-faktor produksi yang mereka sediakan) dan laba sebagai imbalan atas resiko yang telah mereka pikul. Pendapatan dipengaruhi oleh harga, dimana setiap perusahaan yang beroperasi dalam pasar persaingan monopolistik akan memaksimalkan keuntungan melalui penentuan harga jual (P) diatas biaya rata-rata. Sedangkan menurut **Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi (2003 : 176)** mengemukakan bahwa perusahaan akan memperoleh keuntungan positif karena harga tercipta berada diatas kurva biaya rata-rata.

Rendahnya laba yang diperoleh pengusaha strawberry tersebut diduga karena pengaruh tingkat harga jual yang terlalu rendah, modal kerja yang relatif kecil, perilaku kewirausahaan yang belum dimiliki secara menyeluruh dan upah yang terlalu tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka saya sebagai penulis mengambil judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA PENGUSAHA STRAWBERRY (Suatu Kasus Pada Pengusaha Strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung).**

2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka penulis dapat merumuskan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh harga jual terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung
- b. Seberapa besar pengaruh modal kerja terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.
- c. Seberapa besar pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.
- d. Seberapa besar pengaruh upah tenaga kerja terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung .
- b. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh modal kerja terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.
- c. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.
- d. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh upah tenaga kerja terhadap laba pengusaha strawberry di Desa Panundaan Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung.

3.2 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi semua pihak yang berhubungan dengan laba yang diperoleh pengusaha strawberry dan juga diharapkan penelitian ini memberikan solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Selain itu penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Secara Teoritis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya khasanah ilmu ekonomi.

2. Secara Praktis

Sedangkan secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi kepada para pengusaha strawberry dalam rangka meningkatkan laba usahanya.
- b. Memberikan sumbangan kepada pemerintah atau instansi yang bergerak di bidang UKM khususnya usaha kecil strawberry.
- c. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha, pemerintah dan pihak terkait untuk kebijakan yang mendukung usaha kecil menengah.

4. Kerangka Pemikiran

Harapan yang dimiliki oleh perusahaan atau suatu unit usaha dalam menjalankan usahanya adalah mengharapkan adanya keuntungan atau laba dari usaha yang dia jalani. Pengusaha merupakan orang yang menjalankan kegiatan usaha baik usaha jual-beli, maupun usaha produksi yang tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan dan menanggung resiko yang akan terjadi dalam kegiatan usahanya. Pengusaha yang merupakan pemilik perusahaan memiliki misi utama yaitu mencari suatu strategi bagaimana mereka dapat meningkatkan keuntungan atau laba setinggi mungkin dengan tingkat resiko yang sekecil-kecilnya.

Keuntungan usaha atau dalam bahasa ekonomi disebut dengan laba merupakan selisih antara seluruh penerimaan dengan seluruh pengeluaran yang merupakan suatu pengorbanan perusahaan dalam menunjang usahanya.

Menurut **Samuelson (1999:327)** laba dipandang sebagai hasil pengembalian implisit yaitu sebagian dari laba merupakan pendapatan bagi pemilik perusahaan untuk upah tenaga kerja yang mereka keluarkan dan modal yang mereka tanamkan (faktor-faktor produksi yang mereka sediakan) dan laba sebagai imbalan atas resiko yang telah mereka pikul. Pendapatan dipengaruhi oleh harga, dimana setiap perusahaan yang beroperasi dalam pasar persaingan monopolistik akan memaksimalkan keuntungan melalui penentuan harga jual (P) diatas biaya rata-rata. Sedangkan menurut **Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi (2003 : 176)** mengemukakan bahwa perusahaan akan memperoleh keuntungan positif karena harga tercipta berada diatas kurva biaya rata-rata.

Menurut **Sadono Sukirno (2004:391)** menjelaskan tentang laba yaitu :

Keuntungan (laba / profit) ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Biaya yang dikeluarkan meliputi pengeluaran untuk bahan mentah, pembayaran upah, pembayaran bunga, sewa tanah, dan penghapusan. Apabila hasil penjualan yang diperoleh dikurangi dengan biaya-biaya tersebut nilainya adalah positif maka diperolehlah keuntungan. Keuntungan (laba/profit) pendapatan yang diperoleh para pengusaha sebagai pembayaran dari melakukan kegiatan berikut :

1. Menghadapi resiko ketidakpastian di masa yang akan datang.
2. Melakukan inovasi atau pembaharuan di dalam berbagai kegiatan ekonomi.
3. Mewujudkan kekuasaan monopoli di dalam pasar.

Dalam kegiatan usaha suatu perusahaan atau suatu unit usaha, laba atau keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi hasil penjualan yang diperoleh dengan berbagai biaya yang dikeluarkan. Dalam selisih antara penjualan dengan

biaya, tentu akan terdapat tiga kemungkinan. Kemungkinan pertama, adalah penjualan lebih besar dari biaya, yang disebut untung. Kedua penjualan lebih kecil dari biaya disebut rugi dan ketiga penjualan sama dengan biaya disebut impas. Sehingga dipertegas pernyataan laba oleh pengertian laba yang dikemukakan oleh Dominick Salvator (1994:50) menjelaskan bahwa “Keuntungan total sama dengan penerimaan total (TR) dikurangi dengan biaya total (TC). Jadi keuntungan total mencapai maksimum apabila selisih yang positif antara Total Revenue (TR) dengan total cost (TC) mencapai angka terbesar”.

Lincoln Arsyad Dalam bukunya ekonomi manajerial menyatakan bahwa laba pengusaha merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya. Sedangkan menurut Vincent Gaspersz (1996:291) keuntungan ekonomis merupakan besar penerimaan (Total Revenue = TR) yang melebihi biaya ekonomis total (Total Economis Cost = TC).

$$\text{Keuntungan Ekonomis} = \text{Penerimaan Total} - \text{Biaya Ekonomis Total}$$

$$\pi = \text{TR} - \text{TC}$$

Dimana :

π = Tingkat Laba Atau Keuntungan

TR (Total Revenue) = Total Penerimaan

TC (Total Cost) = Total Biaya

Teori laba banyak dikemukakan oleh para pakar ekonomi. Teori laba yang pertama adalah teori laba yang dikemukakan oleh David Ricardo yang disebut dengan teori laba klasik yang dikutip oleh Sadono Sukirno (2004:391) yang mengemukakan bahwa Keuntungan (laba / profit) ditentukan dengan cara mengurangkan berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang

diperoleh. Biaya yang dikeluarkan meliputi pengeluaran untuk bahan mentah, pembayaran upah, pembayaran bunga, sewa tanah, dan penghapusan.

Menurut **Lincoln Arsyad** (1996:25) dalam bukunya yang berjudul ekonomi manajerial mengemukakan beberapa teori alternatif yang menjelaskan beberapa perusahaan menerima laba ekonomis.

1. Teori Laba Ekonomis Friksional

Suatu penjelasan umum dari para ekonom tentang laba ekonomis (atau kerugian) adalah bahwa keseimbangan jangka panjang jarang terjadi di pasar. Pasar justru sering mengalami ketidakseimbangan (*disequilibrium*) karena perubahan permintaan akan produk atau biaya yang tidak terduga.

2. Teori Laba Ekonomis Monopolis

Teori ini menyatakan bahwa beberapa perusahaan karena faktor-faktor seperti skala ekonomis, kebutuhan-kebutuhan modal, atau hak paten bisa bertindak sebagai monopolis yang memungkinkan mereka untuk mempertahankan laba di atas normal untuk jangka panjang.

3. Teori Laba Ekonomis Inovatif

Pada teori ini laba di atas normal merupakan kompensasi dari inovasi yang berhasil. Penerimaan yang sangat tinggi terjadi karena kesuksesannya mengembangkan dan memasarkan suatu yang inovatif dan baru. Penerimaan laba super normal ini akan terus terjadi sampai perusahaan-perusahaan lain memasuki bidang tersebut.

4. Teori Laba Ekonomis Kompensasi

Teori ekonomis kompensasi ini menyatakan bahwa tingkat penerimaan diatas normal merupakan suatu imbalan bagi perusahaan yang berhasil memenuhi keinginan konsumen, mempertahankan cara kerja yang efisien, dan seterusnya.

Dilihat dari rumus matematis dari laba maka dapat dilihat bahwa laba dipengaruhi oleh 2 sisi yaitu sisi penerimaan dan sisi biaya.

1. Sisi Penerimaan

Penerimaan Total pengusaha (TR) biasanya diidentikkan dengan hasil penjualan. Dimana hasil penjualan ini mengandung arti seluruh jumlah pendapatan yang diterima perusahaan dari menjual barang yang diproduksikannya. Total Revenue atau hasil penjualan dipengaruhi oleh banyaknya jumlah barang yang terjual (Q) dengan harga jual (P), maka $TR = P \times Q$.

Untuk meningkatkan hasil penjualan atau penerimaan suatu pengusaha maka pengusaha harus melihat 2 hal yang sangat berpengaruh.

Pertama dilihat dari segi harga. Untuk meningkatkan permintaan maka pengusaha harus melakukan penetapan harga yang tepat sehingga dapat menjadi kekuatan usahanya dalam memenangkan persaingan di pasar. Faktor Harga sangat berpengaruh terhadap permintaan konsumen, seperti bunyi dari hukum permintaan yang pada hakekatnya merupakan hipotesis yang menyatakan : makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha terlalu kecil guna meningkatkan jumlah penjualan maka pihak pengusaha akan mengalami kerugian tetapi jika pengusaha menetapkan harga terlalu tinggi untuk meningkatkan laba maka jumlah penjualan akan semakin kecil yang akhirnya justru akan mengurangi laba, maka pengusaha harus dapat menetapkan harga yang tepat.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya manajemen pemasaran (2002 : 301) menyatakan bahwa perusahaan dalam menentukan harga tergantung pada apa tujuan perusahaan tersebut.

Adapun tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah sebagai berikut :

1. Kelangsungan hidup (*Survival*) yang berarti jika perusahaan masih dapat beroperasi dan persediaan masih bisa berputar pihak perusahaan akan memangkas biaya.
2. Laba berjalan maksimum (*Maximum Current Profit*) ini berarti perusahaan berusaha menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba berjalan.
3. Pendapatan berjalan maksimum (*Maximum Current Revenue*) yang berarti perusahaan akan menetapkan harga yang dapat memaksimalkan pendapatan dimana perusahaan tersebut harus memahami fungsi permintaan.
4. Pertumbuhan penjualan maksimum (*Maximum Sales Growth*) ini berarti perusahaan akan menetapkan harga terendah dengan menganggap pasar sensitive terhadap harga.
5. Penjaringan pasar maksimum (*Maximum Market Skimming*) dengan upaya menetapkan harga jual untuk menjaring pasar (market skimming pricing) lewat upaya memunculkan berbagai produk dengan harga yang berbeda-beda.
6. Kepemimpinan kualitas produk (*Produk-Quality Leadership*). Strategi meningkatkan kualitas produk yang berdampak pada harga yang tinggi akan menciptakan keuntungan yang senantiasa lebih tinggi.
7. Tujuan penetapan harga yang lain. Perusahaan non laba dan organisasi publik memiliki tujuan lain dalam menetapkan harga seperti universitas dengan tujuan untuk menutupi biaya. Rumah sakit berusaha untuk menutupi seluruh biaya sedangkan agen layanan sosial berusaha menetapkan harga sosial.

Kedua dilihat dari jumlah barang yang terjual (Q). Jumlah barang tersebut berhubungan dengan kegiatan produksi. Menurut Tati Suhartati Joesron (2003:77) kegiatan produksi merupakan mengkombinasikan berbagai input atau masukan untuk menghasilkan suatu output. Hubungan teknis antara input dan output tergambar dalam fungsi produksi yaitu sebagai berikut:

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

Dimana :

Q = Output

L = Jumlah Tenaga Kerja

T = Tingkat Teknologi / Kewirausahaan

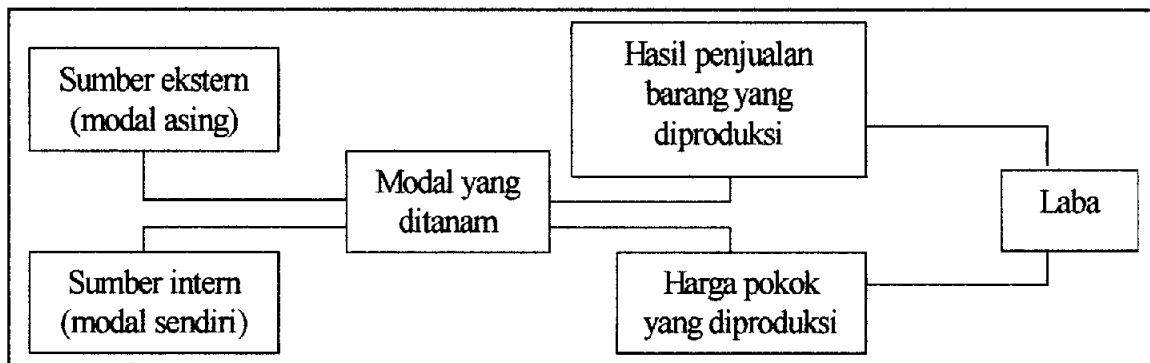
K = Modal

R = Kekayaan Alam

Agar output yang dihasilkan bisa meningkatkan yang nantinya akan meningkatkan jumlah penjualan maka faktor modal memiliki peranan yang sangat penting, jika modal dalam usaha tersebut besar secara otomatis kesempatan pengusaha tersebut dalam memproduksi akan lebih besar. Jenis modal yang sangat menentukan hasil produksi dan nantinya akan meningkatkan volume penjualan adalah modal kerja.

Bambang Riyanto (1991 :129) mengemukakan bahwa modal kerja sangat berpengaruh terhadap berjalannya operasi suatu perusahaan sehingga modal kerja harus senantiasa tersedia dan terus menerus diperlukan bagi kelancaran usaha, dengan modal yang cukup akan dapat dihasilkan produksi yang optimal.

Hubungan antara modal kerja dengan volume penjualan dan laba dijelaskan dalam suatu diagram yang dikemukakan oleh Ojat Drajat yang dikutip Donna Yulianty (2005 :26) sebagai berikut :



Gambar 1.1
Hubungan Modal Dengan Laba
 (Ojat Drajat yang dikutip oleh Donna Yulianty (2005:26))

Disamping modal, ada pula faktor yang berpengaruh yaitu perilaku kewirausahaan (entrepreneurship) yang dimiliki oleh para personilnya. Perilaku kewirausahaan sangat penting dimiliki oleh para personil perusahaan untuk menunjang kelancaran dan peningkatan kualitas dari usahanya. Perilaku kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Menurut Suryana (2006:13) “Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa serta kemakmuran.” Lebih lanjut diterangkan oleh Peter Hisrich yang dikutip oleh Suryana yang mengemukakan bahwa definisi kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, resiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

2. Sisi Biaya

Keseluruhan jumlah biaya produksi disebut dengan total biaya (Total Cost) dipengaruhi oleh total fixed cost (TFC) atau biaya tetap dan total variable cost (TVC) atau biaya variabel yang selalu harus dikeluarkan setiap memproduksi

satu unit barang, seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2004:206) bahwa “Keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen dapat dibedakan kepada dua jenis pembiayaan yaitu biaya yang selalu berubah-ubah dan biaya tetap”. Rumus matematis dari fungsi biaya tersebut adalah sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana :

TC (Total Cost) = Total Biaya

TFC (Total Fixed Cost) = Total Biaya Tetap

TVC (Total Variable Cost) = Total Biaya Variabel

Dalam penelitian ini, objek yang diambil adalah para pengusaha strawberry yang memasuki pasar tidak sempurna. Pasar yang dimasukinya yaitu pasar persaingan monopolistik karena ciri-ciri pasar strawberry ini sama dengan ciri- ciri pasar persaingan monopolistik.

Menurut Sadono Sukirno (2002:298-299) pengertian dan ciri-ciri pasar persaingan monopolistik sebagai berikut :

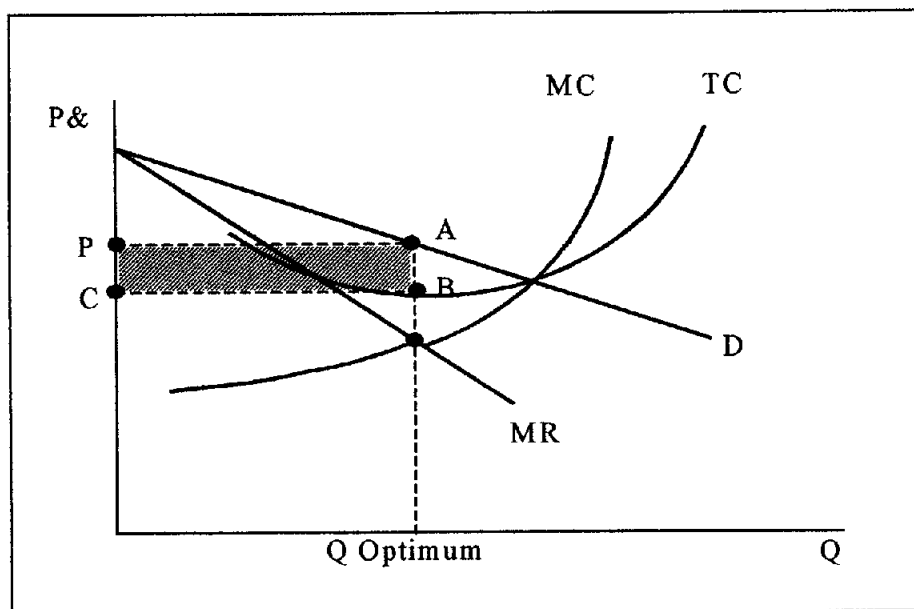
Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai suatu pasar dimana terdapat produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (differentiated product).

Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik ini sebagai berikut :

1. Terdapat penjual dan pembeli.
2. Barangnya bersifat berbeda corak.
3. Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga.
4. Kemasukan dalam industri relatif mudah.
5. Persaingan mempromosikan penjualan sangat aktif.

Dalam pasar monopolistik, kurva permintaan adalah menurun sedikit demi sedikit, dan sebagai akibatnya kurva MR tidak berimpit dengan kurva permintaan. Keseimbangan yang dicapai suatu perusahaan dalam pasar persaingan monopolistik adalah sama seperti keseimbangan di pasar monopoli. Bedanya, di dalam monopoli yang dihadapi adalah permintaan dari seluruh pasar, sedangkan

dalam persaingan monopolistik, permintaan yang dihadapi perusahaan adalah sebagian dari seluruh permintaan pasar. Keuntungan yang maksimum akan diperoleh apabila perusahaan memproduksi pada tingkat dimana keadaan $MC = MR$ dapat tercapai. Hal tersebut tergambar dalam grafik di bawah ini :



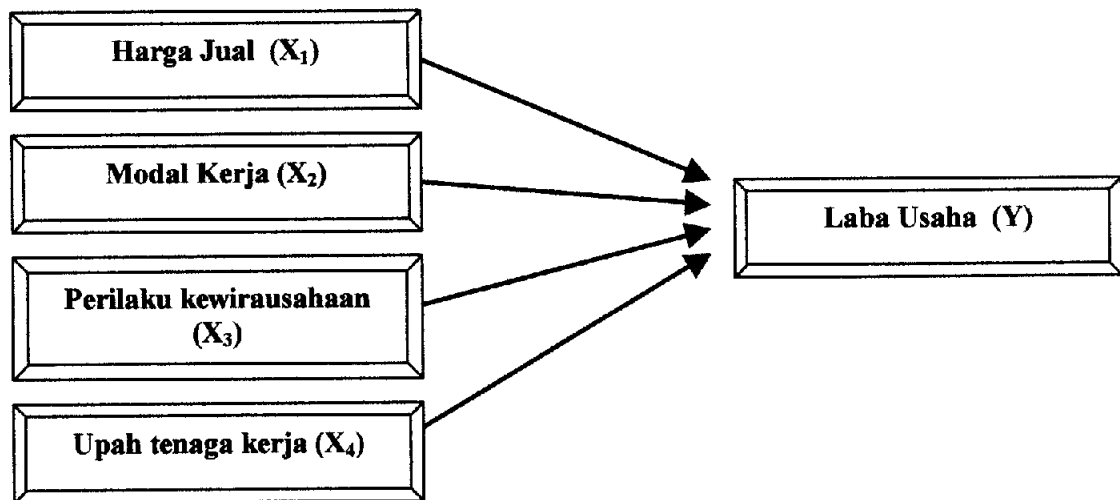
Gambar 1.2
Keuntungan Maksimum di Pasar Monopolistik
 (Sadono Sukirno (2002:301))

Keuntungan maksimum akan tercapai apabila jumlah produksi (Q) dan tingkat harga (P) membentuk segi empat PABC yang menunjukkan keuntungan maksimum yang dinikmati perusahaan monopolis tersebut.

Kesimpulan dari paparan diatas bahwa laba dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor penerimaan total dan biaya total.

1. Penerimaan Total (TR) yang dipengaruhi oleh harga jual barang, modal kerja dan perilaku kewirausahaan yang dimiliki oleh setiap personilnya.
2. Biaya Total (TC) yang dipengaruhi oleh upah tenaga kerja.

Dari pemaparan diatas, diketahui bahwa harga jual, modal kerja, perilaku kewirausahaan dan upah tenaga kerja berpengaruh terhadap peningkatan laba pengusaha. Sehingga dari uraian tersebut dapat di buat paradigma berfikir di bawah ini :



Gambar 1.3
Alur Berpikir

Keterangan :

X_1 = Harga

X_2 = Modal Kerja

X_3 = Perilaku Kewirausahaan

X_4 = Upah Tenaga Kerja

Y = Laba Usaha

1.5 Asumsi

Asumsi dasar dalam penelitian ini adalah :

- Faktor lain selain harga jual, modal kerja, perilaku kewirausahaan dan upah tenaga kerja (seperti bahan baku, saluran distribusi, teknologi, diferensiasi produk dan lain-lain) dianggap tetap.

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu permasalahan dalam penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Pengertian hipotesis menurut *Sugiono (2006:71)*, yang mengemukakan bahwa "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, bukan didasarkan fakta empiris yang diperoleh dari data di lapangan.

1.6.1 Hipotesis Mayor

Faktor harga jual, modal kerja, perilaku kewirausahaan dan upah tenaga kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba usaha pengusaha strawberry.

1.6.2 Hipotesis Minor

- a. Harga jual berpengaruh positif terhadap laba pengusaha strawberry.
- b. Modal kerja berpengaruh positif terhadap laba pengusaha strawberry.
- c. Perilaku kewirausahaan berpengaruh positif terhadap hasil laba pengusaha strawberry.
- d. Upah tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap laba pengusaha strawberry.

