

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja Putri

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2014 remaja adalah penduduk yang berusia 10-18 tahun. Remaja menurut WHO dibagi menjadi dua kategori, yaitu remaja awal (12-16 tahun) dan remaja akhir (17-25 tahun). Masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa ini, terjadi berbagai perubahan baik fisik, biologis mental dan emosional (Rahmawaty, 2022).

Masa remaja adalah masa dimana banyak terjadi pertumbuhan dan perkembangan yang menentukan kematangan remaja dimasa depan. Berbagai aktivitas fisik dapat mempengaruhi tumbuh kembang remaja. Secara umum aktivitas fisik remaja semakin meningkat dan beragam. Pola makan yang bergizi seimbang penting bagi remaja untuk memenuhi kebutuhan gizinya. Kelompok remaja putri perlu memperhatikan asupan gizi seimbang karena akan menjadi calon ibu yang akan melahirkan generasi penerus berikutnya (Susilowati dan Kuspriyanto, 2016).

Permasalahan kesehatan remaja dapat berawal saat usia dini. Gejala infeksi dan malnutrisi ketika masih anak-anak misalnya, dapat menjadi masalah saat usia remaja. Selain itu, beberapa masalah gizi remaja serupa ataupun lanjutan dari masalah gizi pada anak, yaitu anemia, kelebihan atau kekurangan berat badan penyakit.

B. Definisi Anemia

Anemia adalah suatu kondisi dimana kadar hemoglobin (Hb) di dalam darah kurang dari batas normal. Kadar Hb normal pada remaja putri adalah >12 g/dl, dengan kata lain apabila kadar Hb remaja putri dibawah 12 g/dl maka dikatakan anemia (Syahwal & Dewi, 2018). Remaja putri merupakan kelompok yang lebih besar kemungkinannya menderita anemia daripada remaja laki-laki. Hal tersebut terjadi karena dimana setiap bulannya remaja putri mengalami menstruasi. Selain itu, seringkali mereka menjaga penampilan ingin terlihat kurus sehingga mengurangi makan dan melakukan pantangan untuk tidak mengkonsumsi makanan tertentu. Pantangan ini menyebabkan tubuh kekurangan zat gizi tertentu seperti zat

besi. Hal tersebut merupakan faktor yang menyebabkan remaja putri menderita anemia. Kebutuhan gizi remaja usia 13-15 tahun adalah energi 2.050 Kkal, protein 65 g, lemak 70 g, karbohidrat 300 g, vitamin C 65 mg dan zat besi 20 g (AKG, 2019).

Penyebab anemia adalah karena kekurangan zat besi, vitamin C, vitamin B12 dan asam folat (Aragawal, 2015). Faktor penyebab tingginya anemia pada remaja putri antara lain rendahnya asupan zat besi, vitamin A, C asam folat, riboflami dan B12. Selain itu, anemia juga dapat disebabkan karena kesalahan dalam mengkonsumsi zat besi seperti mengkonsumsi zat besi Bersama dengan zat lain yang dapat mengganggu penyerapan zat besi (Zulqifni & Suandika, 2022).

C. Definisi Nugget

Nugget menurut Standar Nasional Indonesia (SNI 01-6683-2002) adalah produk olahan yang terbuat dari campuran daging giling kemudian diberi lapisan atau tanpa penambahan bahan lainnya. Berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI 6683:2014) bahan dalam pembuatan nugget ayam terdiri dari tepung terigu, daging ayam, tepung terigu, tepung roti dan bahan pangan lain yang diizinkan kemudian di cetak, dimasak dan dibekukan.

Bahan baku utama nugget yaitu daging ayam yang relative mahal menyebabkan tidak semua Masyarakat dapat menjangkaunya. Maka dari itu diperlukan alternatif dalam pembuatan nugget ayam dapat diganti dengan teri nasi untuk mengurangi biaya produk dan menambah nilai gizi dari nugget tersebut. Nugget ayam yang diganti teri nasi adalah salah satu cara untuk meningkatkan cita rasa dan kesukaan konsumen terhadap teri nasi, harga relative murah sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat serta sebagai alternatif makanan untuk mencegah anemia khususnya pada remaja putri.

Pembuatan nugget yang diberi bahan tambahan seperti teri nasi, bahan pengikat, isian sayuran berupa bayam merah, bahan pemanis dan bahan penambah cita rasa. Bahan pengikat yang digunakan adalah tepun terigu dan telur ayam. Bahan penambah cita rasa yang digunakan adalah bumbu dapur dan rempa, gula, dan garam untuk memberikan cita rasa

enak. Bahan pemanis yang digunakan adalah tepung panir atau tepung roti supaya memberikan tekstur nugget yang renyah.

D. Komposisi Nugget

1. Bayam Merah

Bayam merah (*Blitum rubrum*) adalah sayuran yang berasal dari Amerika. Bayam merah telah tersebar di daerah tropis yang dapat tumbuh sepanjang tahun. Daun bayam merah berbentuk bulat, tebal dan dengan warna merah di keseluruhan batang pohon hingga daunnya, memiliki rasa sedikit manis dan secara keseluruhan, rasa tidak jauh berbeda dengan rasa bayam hijau. Bayam merah mengandung pigmen merah sehingga tinggi kadar flavonoid yang dapat menangkal radikal bebas. Bayam merah memiliki berbagai kandungan gizi seperti protein, vitamin A, vitamin B, vitamin C, lemak, karbohidrat, zat besi, kalium, amarantin, rutin dan purin (Rahmawati & Retnaningrum, 2021). Berdasarkan Kemenkes RI (2018) dalam 100 gram bayam merah mengandung zat gizi seperti protein 2,2 gram, lemak 0,8 gram, karbohidrat 6,3 gram, vitamin C 62 mg, zat besi 7,0 mg, kalium 60 mg, dan kalsium 520 mg.

Mengonsumsi bayam merah dapat menurunkan risiko kanker, menurunkan kolesterol, memperlancar sistem pencernaan. Meskipun, bayam mengandung zat gizi yang bermanfaat untuk tubuh, akan tetapi bayam mengandung senyawa alergenik apabila dikonsumsi berlebihan dapat menyebabkan gangguan kesehatan dimana senyawa tersebut adalah oksalat. Kandungan oksalat yang tinggi pada makanan dapat mengganggu fungsi ginjal (Tob A, 2019).

2. Teri Nasi

Ikan teri nasi (*Engraulidae*) adalah salah satu jenis ikan laut dari keluarga *clupeidae* yang hidup secara bergerombol hingga mencapai ribuan ekor. Ikan teri umumnya memiliki ciri-ciri bentuk tubuhnya memanjang, terdapat selempang putih keperakan memanjang dari kepala sampai ekor, memiliki sisik kecil, tipis, dan tulang rahang atas memanjang mencapai celah insang (Fathona, 2022). Dalam 100 gram ikan teri nasi mengandung energi 144 kkal, protein 32,5 gram, lemak 0,6 gram, dan zat besi 3,6 mg (TKPI, 2020).

Teri nasi merupakan sumber protein dan kalsium yang penting bagi masyarakat Indonesia. Pemanfaatan ikan teri sampai saat ini masih tergolong terbatas yaitu dengan pengeringan dan dikonsumsi langsung. Menurut Asmoro (2012) ikan teri merupakan jenis ikan yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Jenis ikan teri yang diperjualbelikan adalah ikan teri nasi. Ikan ini menjadi salah satu favorit masyarakat karena rasanya enak serta bisa diolah menjadi berbagai jenis menu masakan seperti: rempeyek, sambal, sambal goreng, dan digoreng langsung bersama kacang tanah.

3. Tepung Terigu

Tepung terigu adalah bubuk halus berasal dari biji gandum yang telah dihaluskan, memiliki warna putih bersih (Pujiati, 2018). Tepung terigu terbagi menjadi tiga macam yaitu: tepung terigu protein rendah, sedang dan tinggi. Masing-masing memiliki fungsi, kelebihan dan kekurangan. Tepung ini biasanya digunakan untuk bahan dalam pembuatan mie, kue dan roti. Tepung terigu mengandung banyak karbohidrat yang terdiri dari zat pati dan protein berupa gluten yang membedakan dengan tepung lainnya.

4. Tepung Panir

Tepung panir adalah tepung yang terbuat dari roti yang dikeringkan kemudian dihaluskan (Hastuti, dkk 2015). Tepung ini biasanya memiliki beberapa warna seperti putih, kuning dan orange. Biasanya penggunaan tepung ini adalah untuk memberikan tampilan pada luar makanan yang renyah saat dimakan. Tepung panir biasa digunakan untuk membuat gorengan seperti: risoles, pisang nugget, kroket dan lain-lain.

5. Tepung Tapioka

Tepung tapioka atau biasa disebut tepung kanji oleh masyarakat adalah tepung dari hasil ekstraksi umbi ketela pohon yang diperoleh dari beberapa tahapan yaitu: pengupasan, pencucian, pamarutan, pemerasan, penyaringan, pengendapan, pengeringan dan penggilingan (Bulkaini, dkk 2020). Tepung tapioka memiliki kandungan pati yang lebih tinggi dibandingkan dengan tepung maizena, tepung beras dan tepung ketan (Zulkarnain, 2013). Kandungan utama tepung

tapioka adalah pati, dimana pati ini digunakan sebagai bahan pengental dan menambah kekenyalan pada makanan ataupun kue.

6. Bawang Putih

Bawang putih (*Allium sativum* L.) adalah tanaman dari keluarga Alliaceae. Tanaman ini memiliki tinggi 20-40 cm dengan umbi yang memiliki aroma yang kuat dan rasa yang tajam (Strika dkk., 2017). Bawang putih dapat dengan mudah tumbuh dan berkembang di iklim sedang. Terdapat berbagai jenis atau subspecies bawang putih, terutama bawang putih hardneck dan bawang putih softneck (Bayat dkk, 2014). Bawang putih mengandung sekitar 65% air, 28% karbohidrat (fruktan), 2,3% senyawa organosulfur, 2% protein (alliinase), 1,2% asam amino bebas (arginine) dan 1,5% serat (Santhosha dkk., 2013). Bawang putih berasal dari Asia Tengah dan menjadi salah satu tanaman budidaya. Bawang putih memiliki aroma khas yang menyengat yang dihasilkan dari kandungan sulfur dalam bawang putih (Strika dkk., 2017). Senyawa sulfur yang terdapat pada bawang putih yaitu *allicin* dimana senyawa ini dihasilkan ketika bawang putih dicincang atau dikunyah (Fufa, 2019).

7. Garam

Penggunaan petak garam mempengaruhi kualitas garam yang dihasilkan. Petakan tanah atau biasa di sebut meja garam adalah lahan yang digunakan oleh para petani garam dalam proses pengkristalan air laut menjadi butiran-butiran kristal yang di sebut garam. Petakan tanah yang digunakan dalam pembuatan garam diupayakan mempunyai tekstur keras, kesap dan lahan tidak mudah rusak (Oktavian, 2013). Penggunaan meja tanah menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya kualitas dan kuantitas garam yang dihasilkan, karena kristal garam saat panen akan bercampur dengan tanah sehingga menyebabkan warna dari garam menjadi sedikit buram.

Garam adalah bumbu dapur yang penting bagi kehidupan masyarakat. Selain dikonsumsi, garam juga diperlukan dalam beberapa industri, diantaranya untuk bahan pengawetan dan campuran bahan kimia. Garam merupakan serbuk berwarna putih yang mengandung NaCl yang tinggi. Garam konsumsi beryodium

merupakan garam yang telah diperkaya dengan yodium yang diperlukan tubuh untuk pertumbuhan dan kecerdasan. Yodium difortifikasikan dalam garam sebagai zat adiktif atau suplemen dalam bentuk (KIO_3). Garam beryodium yang dianjurkan untuk dikonsumsi yang memenuhi SNI yaitu mengandung KIO_3 sebesar 30-80 ppm (Palupi, 2008).

8. Gula Pasir

Gula pasir berasal dari air tebu yang mengalami proses pengkristalan dan kemudian menjadi butiran yang kasar (Hakim, 2017). Gula pasir memiliki rasa manis dan dapat dengan mudah larut apabila dilarutkan dalam air terutama air panas. Gula pasir tidak memiliki aroma namun, berbau harum ketika sudah diolah menjadi karamel. Gula pasir mempunyai kandungan karbohidrat yang sederhana mudah diubah menjadi energi.

Gula pasir mampu menambah energi didalam tubuh karena kandungan karbohidratnya. Selain itu, gula pasir juga dijadikan untuk pemanis makanan atau minuman, sebagai bahan penyedap dalam makanan dan pengawet dalam makanan seperti selai, manisan dan dodol. Akan tetapi, konsumsi gula pasir juga harus diperhatikan dimana setiap hari konsumsi yaitu 2 sendok makan agar terhindar dari penyakit gula darah.

9. Telur Ayam Ras

Telur adalah salah satu produk hasil ternak selain daging dan susu. Telur merupakan salah satu bahan makanan hewani yang memiliki rasa enak, bergizi dan disukai oleh semua Masyarakat (Wijayanti, 2023). Putih telur mengandung berbagai zat gizi seperti: protein, vitamin B2, B6, B12, dan selenium. Sedangkan kuning telur sendiri mengandung lemak, kalori, kolesterol, dan berbagai jenis mineral. Telur ayam juga mengandung vitamin D, E, K, zinc dan senyawa antioksidan. Dalam 100 gram telur ayam mengandung energi 154 kkal, protein 12,4 gram, lemak 10,8 gram, karbohidrat 0,7 gram dan zat besi 3 mg.

10. Merica

Merica adalah salah satu tanaman yang berkembang biak dengan biji, namun para petani lebih memilih melakukan penyetekan untuk mengembangkannya. Merica mempunyai sebutan raja rempah-rempah (*The King of Spice*). Merica disebut juga lada dan mempunyai nama latin *Piper Albi Linn*. Rempah ini kaya akan kandungan kimia, seperti minyak merica, minyak lemak, juga pati. Panen merica dimulai setelah buahnya mulai berubah warna menjadi merah. Apabila buah sudah matang, buah merica akan berkurang rasa pedasannya.

Merica merupakan komoditas yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di dunia sebagai bumbu untuk masakan (Srinivasan, 2007). Selain sebagai rempah, lada juga banyak dimanfaatkan dalam bidang kesehatan seperti bahan baku jamu, karena memiliki banyak manfaat antara lain untuk memperbaiki sistem pencernaan, melancarkan peredaran darah, menurunkan kadar kolesterol, sebagai anti oksidan dan anti kanker (Kakarala dkk, 2010).

E. Pasca Produksi

1. Pengemasan

Pengemasan adalah penempatan suatu produk ke dalam kemasan untuk memberikan proteksi atau perlindungan sehingga umur simpan produk menjadi lebih Panjang, mudah saat disimpan dan didistribusikan. Pengemasan mencakup keseluruhan konsep termasuk kemasan langsung, bagian luar, pembungkus dan lain-lain. Kemasan yang digunakan adalah mika plastik plastik berbahan PVC (*Poliviniliden khlorida*). Pemanfaatan plastik mika sebagai kemasan produk supaya terlihat mewah, simple dan menjamin produk makanan dan minuman yang ada didalamnya tetap bersih dan higienis.

Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012) menginformasikan fungsi kemasan sebagai berikut:

- 1) Melindungi suatu produk dari sinar ultraviolet, kelembapan udara, benturan, kontaminasi dari mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.

- 2) Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan memberikan informasi kepada konsumen melalui merek dikemasan.
- 3) Meningkatkan efisiensi, memudahkan proses penghitungan pengiriman dan penyimpanan produk.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Pemasaran mencakup pengiklanan, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen. Selain itu, dalam pemasaran kemasan atau desain dibuat semenarik mungkin supaya banyak orang tertarik untuk membeli produk tersebut. Pemasaran juga membantu konsumen untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika pemasaran sudah sesuai targetnya, perusahaan dapat menarik banyak pembeli dan memperoleh keuntungan.

Adapun tujuan pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan penjualan produk dan pendapatan
Pemasaran yang tepat akan menarik banyak pembeli untuk membeli produk. Selain itu, pemasaran juga dapat membuat pelanggan ingin melakukan pembelian ulang produk sehingga akan membantu meningkatkan pendapatan penjualan produk. Berbagai strategi dalam pemasaran bisa dilakukan supaya target penjualan tercapai seperti: kemasan yang menarik, penawaran paket hemat, memberikan diskon, mempromosikan produk melalui media sosial.
- 2) Mengenalkan produk kepada khalayak umum
Pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Tujuannya adalah supaya semakin banyak masyarakat yang mengenal atau mengetahui bisnismu. Konsep pemasaran bisa dibuat unik dan kreatif agar dapat menarik minat banyak orang.
- 3) Mengetahui kepuasan pelanggan
Penjualan yang terjadi hanya akan menjadi keuntungan sesaat apabila tidak terjadi kepuasan terhadap konsumen. Artinya, untuk setiap penjualan yang terjadi diharapkan mendapatkan feedback

yang bisa menjadi nilai lebih dari penjualan. Pencapaian tertinggi dari pemasaran adalah ketika konsumen merasa puas ketika membeli produk kita.

F. Mutu Organoleptik

Penilaian mutu makanan secara organoleptik atau penilaian sensoris terhadap makanan adalah penilaian karakteristik mutu makanan dengan menggunakan kemampuan panca Indera (Khodijah, 2020). Panca indera yang dimaksud adalah indera penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, dan perasa. Keadaan makanan yang dinilai dan segi efek rangsangan makanan terhadap panca indera dapat membentuk warna, bau, tekstur, rasa, dan flavor. Terkadang hasil penilaian ini dapat memberikan hasil yang sangat teliti, karena dalam beberapa hal indera manusia bisa melebihi ketelitian alat yang paling sensitif sekalipun.

Panelis dalam penilalan organoleptik tidak hanya berfungsi sebagai instrumen tetapi juga sebagai konsumen. Dalam hal ini panelis berfungsi sebagai instrumen, diharapkan dari panelis adalah kemampuan untuk mendeteksi karakteristik mutu yang akan diukur (Hariani, 2022). Panelis berfungsi sebagai konsumen, penilaian yang diharapkan adalah sikap dari panelis untuk menyukai atau tidak menyukai karakteristik mutu produk yang diujikan. Penilaian ini selanjutnya dikenal sebagai Metode Hedonik. Hedonik berarti yang berhubungan dengan penerimaan atau kesukaan. Metode ini bertujuan untuk mengetahui apakah panelis menyukai atau tidak menyukai produk yang dinilai dan bagaimana derajat kesukaannya.

G. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Noviyanti, 2018). Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan akan menjadi puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan besar. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti: kualitas barang, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Kepuasan Konsumen adalah salah satu indikator utama keberhasilan bisnis. Hal ini mencerminkan sejauh mana produk atau jasa yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi merek. Sebaliknya, ketidakpuasan konsumen dapat menyebabkan penurunan penjualan produk, pemberian ulasan negatif dan bahkan hilangnya konsumen.

H. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu identifikasi sistematis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau bisnis spekulasi. Keempat faktor tersebut membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi oleh dunia bisnis (Rangkuti 2008).

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) adalah berbagai upaya yang digunakan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja suatu perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan layanan lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan menganalisis tren domestik dan global yang relevan (Nisak 2013). Menurut David (2008) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan di bidang fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuat atau lemah di semua bidang bisnis (Rangkuti 2008).

Sedangkan menurut Jogiyanto (2005) SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari sumber daya perusahaan serta peluang dan tantangan eksternal yang dihadapi. Berikut ini adalah gambaran umum tentang analisis SWOT:

1. Strengths (kekuatan), adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang berkaitan dengan pesaing suatu perusahaan dan

kebutuhan pasar yang ingin dipenuhi oleh perusahaan. Kekuatan adalah komponen khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

2. Weaknesses (kelemahan), adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat menjadi sumber dari kelemahan perusahaan.
3. Opportunities (peluang), adalah kondisi yang menguntungkan didalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan berkembangnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok yang memberikan peluang bagi perusahaan.
4. Threats (ancaman), adalah situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan gangguan besar terhadap posisi Perusahaan saat ini atau yang diinginkan. Adanya peraturan pemerintah yang baru atau revisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan suatu perusahaan.

I. Analisis Finansial

1. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk proses produksi sehingga barang atau jasa siap untuk dijual. Sedangkan menurut (Hasibuan, dkk 2016) harga pokok produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan supaya memperoleh faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang yang akan diproduksi. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan harga pokok produksi adalah semua pengeluaran yang digunakan suatu perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau produk. Tujuan penetapan harga pokok produksi adalah sebagai dasar dalam penetapan harga jual suatu produk.

2. Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan menentukan harga yang sesuai dengan produk yang dijual (Purnama dkk, 2017). Dalam menghasilkan laba, ada dua cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Pertama dengan menaikkan harga jual. Tindakan ini memang dapat meningkatkan laba, namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat perusahaan tidak mudah untuk menaikkan harga jual karena dapat menyebabkan konsumen lari ke produk pesaing yang harganya lebih murah dengan kualitas produk sama. Kedua adalah dengan menekan biaya produksi secara efisien dan mengelola komponen biaya sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat ditekan sekecil mungkin (Lasena, 2013).

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang atau berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan adalah salah satu unsur dan tujuan utama sebuah perusahaan dalam penyusunan laporan laba dan rugi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2016), pendapatan berasal dari kata "dapat" dengan pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya).

Menurut As'ad (2013) menyatakan bahwa pendapatan merupakan penghargaan dari energi karyawan yang dimanifestasikan sebagai hasil produksi, atau suatu jasa yang dianggap sama dengan itu, yang berwujud uang, tanpa suatu jaminan yang pasti dalam tiap-tiap minggu atau bulan. Dengan demikian, pendapatan adalah imbalan yang berupa hasil kerja sebenarnya seperti upah, gaji, honor dan lain-lain. Sangat jelas bahwa pendapatan berupa uang adalah wujud nyata yang harus dimiliki setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Nitisemito (2010) menyatakan bahwa jumlah pendapatan yang diterima mempunyai pengaruh terhadap semangat dan kegairahan kerja. Semakin besar pendapatan (gaji) maka kebutuhan akan semakin terpenuhi. Dengan demikian, mereka akan semakin percaya diri dalam melaksanakan tugasnya sehingga, bersemangat dan kegairahan kerjanya dapat kita harapkan. Pengertian ini sejalan dengan apa yang dikemukakan (Hasibuan, 2013) yaitu bahwa pendapatan adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima seseorang sebagai imbalan atas jasa yang telah diberikan kepada suatu perusahaan atau tempat dia bekerja.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah perolehan yang diterima seseorang dalam bentuk penghargaan dan imbalan atas kerja kerasnya selama bekerja, baik dalam bentuk uang seperti gaji, upah, honor dan tunjangan, maupun bukan uang seperti asuransi dan lain-lain demi meningkatkan kualitas hidupnya.

4. Keuntungan

Keuntungan adalah kelebihan pendapatan yang diperoleh suatu usaha dari modal yang dikeluarkan. Keuntungan disebut juga laba. Keuntungan adalah salah satu faktor yang paling diperhatikan oleh para pemilik usaha karena menjadi tolak ukur dari kinerja perusahaan atau usaha yang dijalankannya. Sebab, keuntungan menggambarkan manfaat finansial yang diperoleh ketika pendapatan dari suatu kegiatan usaha melebihi pengeluaran dan biaya lainnya.

Menurut Soemarso (2010), laba atau keuntungan adalah selisih lebih antara pendapatan dan biaya yang berkaitan dalam kegiatan usaha. Apabila pengeluaran melebihi pendapatan, maka selisihnya disebut rugi. Sementara itu, menurut Suwardjono (2008) berpendapat bahwa keuntungan merupakan imbalan atas usaha perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa.

Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, laba atau keuntungan diartikan sebagai selisih antara harga jual yang lebih tinggi dari harga beli atau biaya produksi. Keuntungan dapat diperoleh

melalui berbagai aktivitas, seperti menjual barang dengan harga yang lebih tinggi dari harga beli, membungakan uang, dan kegiatan lainnya.

Berdasarkan semua pengertian keuntungan yang telah dijelaskan di atas, semua mengaskan bahwa laba atau keuntungan hanya dapat dicapai apabila terjadi kelebihan pendapatan dengan menetapkan harga jual yang lebih tinggi dibanding harga beli ataupun biaya produksi.

5. Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah suatu kondisi dimana perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak memperoleh keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian (Kusumawardani & Alamsyah, 2020). Analisa Break Even Point (BEP) adalah suatu teknik analisis untuk mempelajari hubungan antara volume penjualan dan keuntungan. Analisis ini disebut juga dengan analisis impas merupakan suatu metode untuk menentukan suatu titik tertentu dimana penjualan dapat menutup biaya, sekaligus menunjukkan seberapa besar keuntungan atau kerugian perusahaan jika penjualan melebihi atau berada di bawah titik tersebut (Maruta, 2018).

Analisis impas (Break Event Point) juga merupakan suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar usaha tidak rugi, tetapi juga tidak memperoleh keuntungan (dengan kata lain laba sama dengan nol). Analisis titik impas memerlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Laba bersih dapat diperoleh apabila volume penjualan melebihi biaya yang dikeluarkan, sedangkan perusahaan bisa mengalami kerugian jika penjualan hanya menutup sebagian besar biaya yang dikeluarkan atau dapat dikatakan dibawah titik impas. Analisis break event point tidak hanya memberikan informasi mengenai posisi suatu perusahaan dalam keadaan impas atau tidak, namun analisis break event point juga sangat membantu manajemen dalam perencanaan dan pengambilan Keputusan (Bimayu, 2023).

6. Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue/ Cost Ratio merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya (Ranita & Hanum, 2018). Rasio penerimaan atas biaya menunjukkan berapa besarnya penerimaan yang diperoleh dari setiap biaya yang dikeluarkan dalam produksi usaha. Rasio penerimaan biaya produksi juga dapat digunakan untuk mengukur keuntungan dalam kegiatan usaha, artinya dari angka rasio penerimaan atas biaya tersebut dapat diketahui apakah usaha tersebut menguntungkan atau tidak.

7. Penyusutan

Penyusutan adalah jumlah suatu aset yang dapat disusutkan sepanjang masa manfaat yang diestimasi. Besarnya penyusutan untuk periode akuntansi dibebankan ke pendapatan baik secara langsung maupun tidak langsung (Mardjani, dkk 2015). Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menentukan besar biaya penyusutan seperti: saat dimulainya penyusutan, metode penyusutan, kelompok umur, tarif penyusutan dan harga perolehan. Dengan demikian, penyusutan adalah pengurangan nilai kegunaan aset tetap yang dibebankan secara bertahap sepanjang masa manfaat yang diestimasi.

8. Mark Up

Mark up adalah sejumlah rupiah yang ditambahkan ke dalam harga produk untuk mendapatkan harga jual. Oleh karena itu, mark-up digunakan untuk menutupi biaya overhead dan keuntungan perusahaan (Rahamdani, 2022). Mark-up ini biasanya ditentukan dengan persentase dari biaya produk atau harga jual. Pedagang grosir dan pengecer biasanya lebih banyak menentukan mark up nya berdasarkan harga jual, sedangkan produsen menentukan mark-up berdasarkan biaya. Menurut Darmawan (2023) mark up biasanya dihitung dalam persentase yaitu 30%-50%.

9. Payback Period

Menurut Utari, et al. (2016), metode payback period (PP) adalah suatu periode yang diperlukan untuk dapat menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan proceeds aliran kas netto (net cash flow), atau jumlah kas bersih dalam periode tertentu sama

dengan pengeluaran modal pada awal periode. Jika arus kas bersih (proceeds) setiap tahun sama jumlahnya, maka periode pengembalian (payback period) dari suatu investasi dapat dihitung dengan membagi jumlah total investasi dengan arus kas tahunan tersebut. Namun, jika arus kas tahunan tidak sama setiap tahun, maka perhitungan periode pengembalian harus dilakukan dengan cara yang berbeda. Semakin cepat investasi dapat kembali, semakin baik, karena ini mengurangi risiko yang mungkin timbul. Periode pengembalian (PP) adalah analisis yang digunakan untuk menghitung berapa lama waktu yang dibutuhkan oleh sebuah usaha untuk mengembalikan investasi awal.

J. Analisis Keberhasilan Usaha

Menjaga dan mengembangkan bisnis atau usaha memerlukan dedikasi, kerja keras, dan investasi waktu supaya keberhasilan suatu usaha dapat dicapai. Penting untuk memberikan perhatian sepenuh hati dalam mengelola bisnis tersebut agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang kompetitif dan dinamis. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk menjaga keberlanjutan bisnis:

1. Memahami Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) dari bisnis atau usaha. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis dengan tujuan tertentu. Setelah melakukan analisis SWOT, evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dalam produk atau bisnis tersebut.
2. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Strategi yang tepat dapat meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan perusahaan, membantu bisnis bertahan, bersaing, dan mengembangkan rencana yang sesuai dengan situasi bisnis.
3. Membangun sistem kerja yang efisien dan ergonomis. Merancang sistem kerja yang baik adalah langkah penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan efektif. Ergonomi adalah ilmu yang mempertimbangkan sifat, kemampuan, dan batasan

manusia dalam merancang sistem kerja agar tujuan pekerjaan dapat dicapai secara efisien dan aman.

4. Memantau perkembangan pasar dan tren. Mengikuti perkembangan pasar membantu bisnis supaya tetap berkembang dan sukses. Menyadari tren yang sedang berlangsung memungkinkan bisnis untuk memahami minat pelanggan dan menciptakan inovasi yang baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen.