

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kue Nopia

1. Kue nopia

Kue nopia merupakan salah satu jenis kue kering yang sudah ada sejak tahun 1880 yang dipopulerkan oleh Ting Sing Piang yaitu seorang etnis keturunan Tionghoa yang tinggal di Banyumas pada saat itu, dan hingga saat ini keberadaan kue nopia masih eksis sebagai kuliner akulturasi budaya yang dilestarikan oleh masyarakat Banyumas. Kue nopia memiliki bentuk menyerupai telur dengan tekstur bagian kulit yang renyah dan berisi adonan gula merah yang lembut didalamnya, seiring dengan perkembangan zaman kue nopia kini memiliki bermacam-macam varian rasa isian seperti diantaranya rasa coklat, rasa durian, rasa nangka, rasa pandan, rasa bawang merah goreng, serta rasa original gula jawa (gula merah). Kue nopia selain memiliki bermacam varian rasa juga memiliki banyak nama sebutan yang diberikan oleh para penikmatnya, seperti *Ndog Gludhug* adalah nama yang diberikan oleh masyarakat Banyumas yang memiliki arti dalam Bahasa Indonesia adalah telur halilintar, sementara untuk kue nopia yang berukuran lebih besar biasa disebut dengan nama telur gajah dan ada juga yang menyebut kue ini dengan sebutan kue mino untuk kue yang berukuran kecil, sebutan mino sendiri berasal dari kata mini nopia. (Pinandita, 2021).

2. Proses pembuatan kue nopia

Proses pembuatan kue nopia pada tahap awal terbagi menjadi dua bagian yaitu pembuatan kulit nopia dan isiannya, proses pembuatan kulit nopia yaitu dengan cara mencampurkan tepung terigu protein rendah, gula, vanili, dengan air setelah semua bahan tercampur kemudian diaduk – aduk sampai menjadi adonan. Adonan tersebut dibentuk menjadi bulatan kecil seukuran ibu jari tangan kemudian dipipihkan untuk meletakkan isian di tengahnya yang terbuat dari campuran tepung terigu protein sedang, gula jawa, gula pasir, susu kental manis, minyak goreng dan air, setelah isian diletakkan ditengah adonan kulit yang pipih kemudian dibentuk kembali menjadi bulat. Tahapan selanjutnya adalah pemanggangan bulatan – bulatan adonan kue dengan menggunakan gentong yang berbentuk seperti mangkuk besar, proses pemanggangan kue nopia terbilang unik karena proses pemanggangan dilakukan dengan cara memanaskan gentong terlebih dahulu dengan cara membakar kayu atau arang didalam gentong tersebut kemudian ditunggu hingga api dalam gentong mati dan sudah bersuhu sekitar 45 - 50° C, setelah itu kayu dan arang yang berada di dalam gentong dikeluarkan dan dipercikan air kesekitar gentong hingga mendapatkan suhu yang dirasa cukup, setelah mendapatkan suhu yang cukup kemudian sisa kayu dan arang panas yang tadi dikeluarkan dimasukan kembali kedalam gentong, selanjutnya dilakukan proses pemanggangan adonan kue nopia dengan cara menempelkan adonan pada dinding gentong bagian dalam dan didiamkan hingga menggelembung selama kurang lebih setengah jam, jika

adonan didiamkan terlalu lama dalam gentong adonan tersebut dapat meletus. Kue nopia yang sudah matang diambil dari dinding gentong dengan cara dikerok, kue nopia ini dapat bertahan hingga 3 bulan dari waktu produksinya walaupun tanpa bahan pengawet, (Swaratama. E, 2016).

B. Home Industry

Home Industry atau industri rumah tangga merupakan suatu usaha yang melakukan kegiatan produksi barang/jasa dengan menggunakan tempat tinggalnya atau sekitar tempat tinggal sebagai tempat produksinya yang umumnya masih bersekala mikro. Menurut Pasal 1 Ayat 16 tentang Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28. Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, Gizi dan Pangan dimana yang dimaksud dengan Industri Rumah Tangga (*Home Industry*) Pangan adalah perusahaan pangan yang memiliki tempat usaha di tempat tinggal, dengan menggunakan peralatan manual hingga semi otomatis untuk proses pengolahannya (Retnowati, dkk, 2013).

Home industry dapat di tinjau dari jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan untuk menjalankan usahanya dan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dari setiap usaha dapat digunakan untuk mengetahui skala dari usaha tersebut dengan kriteria sebagai berikut (Badan Pusat Statistika, 2019) :

1. Industri rumah tangga, adalah industri yang memperkerjakan tenaga kerja berjumlah 1 – 4 orang, ciri dari industri ini yaitu memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja yang digunakan sebagian besar berasal dari anggota keluarga dan pemilik atau pengelola dari industri ini biasanya adalah kepala keluarga itu sendiri atau anggota keluarganya.

2. Industri kecil, merupakan industri dengan tenaga kerja sebanyak 5 – 19 orang, ciri dari industri kecil adalah modal yang dimiliki relative kecil, tenaga kerja yang dipekerjakan berasal dari lingkungan sekitar atau masih memiliki hubungan keluarga.
3. Industri sedang, merupakan industri yang memakai tenaga kerja berjumlah sekitar 20 – 99 orang, ciri dari industri ini adalah memiliki modal usaha yang cukup besar, tenaga kerja yang dipekerjakan memiliki keterampilan khusus dan pimpinan perusahaan harus memiliki kemampuan manajerial yang baik.
4. Industri besar, merupakan industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang, ciri dari industri besar adalah modal yang dimiliki besar, yang diperoleh dalam bentuk kepemilikan saham secara kolektif, tenaga kerja yang dipekerjakan harus memiliki suatu keterampilan khusus dan pemimpin dari perusahaan dipilih melalui suatu uji kemampuan dan kelayakan.

Sedangkan kriteria UMKM berdasar Undang – undang No 20 Tahun 2018, dapat diklasifikasikan berdasarkan dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, kriteria berdasarkan undang – undang tersebut adalah sebagai berikut (Yazfinedi, 2018) :

1. Usaha Mikro

Memiliki aset maximal sebanyak sebesar Rp.50.000.000, (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki omzet tahunan paling banyak sebesar Rp.300.000.000, (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Memiliki aset lebih dengan nilai dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan maksimal sebesar Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha atau mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak sebesar Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Memiliki aset lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat untuk usaha, atau memiliki omzet tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan nominal paling banyak sebesar Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

C. Analisis Biaya

Biaya adalah salah satu unsur yang sangat penting dalam suatu kegiatan usaha, dimana biaya dapat menjadi indikator dari keberhasilan usaha jika dilihat dari segi pendapatan yang didapatkan dari usahanya. Pendapatan yang maksimal dapat dicapai dari dua arah, yaitu dari segi harga produk yang dihasilkan dan dari pengaturan biaya. Pengaturan biaya merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha guna memaksimalkan pendapatan dari penekanan terhadap biaya-biaya yang dialokasikan. Sedangkan dari segi harga, pendapatan maksimal hanya dapat dicapai jika harga suatu produk dipasaran sedang memiliki nilai jual yang tinggi, namun demikian harga

pada umumnya ditentukan bukan oleh pelaku usaha melainkan dari berbagai faktor eksternal usaha. Oleh sebab itu maka alternatif terbaik yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk memaksimalkan pendapatannya adalah melalui pengaturan biaya produksi. Biaya produksi digolongkan menjadi dua berdasarkan sifatnya yaitu, biaya tetap (*Fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*Variabel cost*) (Soekartawi, 2016).

- a. Biaya tetap (*Fixed cost*), merupakan biaya yang tidak mempengaruhi jumlah barang yang diproduksi. Pelaku usaha harus tetap membayarnya, berapapun jumlah produksi yang dihasilkan dari usahanya. Pengeluaran yang termasuk dalam biaya tetap seperti, biaya sewa lahan, pajak bumi dan bangunan, penyusutan alat dan sebagainya.
- b. Biaya tidak tetap (*Variabel cost*), adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku bisnis dalam siklus penciptaan dan mempengaruhi berapa banyak penciptaan. Biaya variabel mencakup hal-hal seperti pembelian benih, pupuk, obat-obatan, dan tenaga kerja.
- c. Biaya total (*Total cost*), adalah total biaya yang dikeluarkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya. Persamaan yang digunakan untuk menghitung biaya dapat diuliskan sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC : *Total Cost* (Total biaya)

TFC : *Total Fixed Cost* (Total biaya tetap)

TVC : *Total Variabel Cost* (Total biaya tidak tetap)

D. Analisis Penerimaan

Penampilan dari sebuah kegiatan usaha tani dapat dilihat dari berbagai sisi termasuk dari sisi penerimaan. Penerimaan dapat dijadikan sebuah indikator penampilan dari suatu usaha tani untuk mengetahui keadaan dari usaha yang dijalankan dapat memberikan manfaat kepada pelaku usaha atau malah sebaliknya. Penerimaan pada suatu usahatani dapat berupa benda maupun berupa uang yang dihasilkan dari kegiatan usaha taninya. Penerimaan dalam bentuk benda dapat diartikan bahwa, hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha taninya digunakan untuk mencukupi kebutuhan konsumsi pelaku usaha sendiri tanpa menjualnya. Sedangkan penerimaan dalam bentuk uang, merupakan bentuk penerimaan dari usaha tani yang dikomersialkan dengan melakukan penjualan pada hasil usaha taninya, dengan harapan mendapatkan timbal balik berupa uang yang lebih dari apa yang telah dikorbankan dalam proses usaha taninya dan dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga pelaku usaha dengan menggunakan uang yang diperoleh dari hasil usahanya. Secara matematis penerimaan dapat dituliskan sebagai berikut (Soekartawi, 2016) :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR : *Total Revenue* (Total penerimaan)

P : *Price* (Harga barang)

Q : *Quantity* (Jumlah barang)

E. Analisis Pendapatan

Pendapatan adalah ukuran imbalan yang didapat oleh pelaku usaha tani dari penggunaan beberapa faktor, seperti faktor produksi, pengelolaan, dan banyaknya modal yang telah dialokasikan oleh pelaku usaha kedalam kegiatan usaha taninya. Pendapatan juga digunakan sebagai pengukuran untuk perbandingan penampilan antar usaha tani. Pendapatan usaha tani diketahui dari selisih antara penerimaan (pendapatan kotor) dan pengeluaran (biaya) total yang telah dikorbankan dalam kegiatan usaha taninya (Soekartawi, 2016).

Secara matematis, karena pendapatan didapatkan dari hasil selisih antara penerimaan dan biaya total, dimana penerimaan adalah hasil dari perkalian antara banyaknya jumlah produksi dengan harga berlaku produk sebelum dikurangkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dan biaya total yang terdiri dari penjumlahan biaya tetap (*Fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*Variabel cost*). Maka pendapatan dari usaha tani dapat diketahui dengan menggunakan persamaan yang dituliskan sebagai berikut (Soekartawi, 2016):

$$I = TR - TC$$

keterangan :

I : *Nett Income* (Pendapatan)

TR : *Total Revenue* (Total penerimaan)

TC : *Total Cost* (Total biaya)

F. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk membantu para pelaku usaha mengetahui kondisi dari usahanya, sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan apakah layak atau tidak usahanya untuk diteruskan. Kelayakan usaha dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan *Return Cost Ratio* (R/C ratio), dimana R/C ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Nilai yang tercipta dari pemeriksaan proporsi R/C menunjukkan berapa bayaran yang diperoleh pelaku bisnis untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk interaksi kreasi. Tingginya nilai proporsi R/C tersebut disebabkan oleh produksi yang diperoleh dan harga produk yang sangat mempengaruhi pengakuan peternak sebagai pelaku bisnis. Total penerimaan dan pengeluaran yang dikeluarkan oleh masing-masing petani berpengaruh nyata terhadap nilai R/C ratio. Apabila nilai $R/C > 1$ maka usaha tersebut mengalami keuntungan dan layak untuk dikembangkan sedangkan apabila nilai $R/C < 1$ maka usaha tersebut mengalami kerugian dan tidak layak untuk dikembangkan, apabila nilai $R/C = 1$ maka usaha tersebut berada dititik impas (BEP), yang menunjukkan bahwa usaha tersebut dalam posisi tidak untung dan tidak rugi. Secara matematis analisis R/C ratio dapat diformulasikan sebagai berikut (Suratiyah, 2015):

$$\text{Return Cost Ratio (R/C)} = \frac{\text{TR}}{\text{TC}}$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue*

TC = *Total Cost*

Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Hasil Penelitian
1	Penerapan smart exhaust fan pada produksi mini nopia	Tamam M T, dkk (2023)	<ul style="list-style-type: none"> Berdasarkan hasil pemantauan setelah alat terpasang para pekerja merasa lebih nyaman karena gangguan asap sudah diminimalisir Untuk kelanjutan program ini masih diperlukan kajian lagi agar ruangan benar-benar terbebas dari asap, misalnya dengan menambah smart exhaust fan dan menutup bagian ruangan yang masih terbuka bebas.
2	Rumusan Alternatif Strategi Pemasaran Olahan Pangan Kue Nopia di Desa Pekunden Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas	Ardani N, D. dkk (2021)	<ul style="list-style-type: none"> Strategi SO Meningkatkan proses produksi penjualan dengan mempertahankan kualitas dan harga pesaing. Pada strategi ini dilakukan untuk memuaskan konsumen saat membelinya supaya tidak kecewa dan tidak berpindah ke pesaing kue nopia dari Desa lainya Menguasai Daerah pemasaran dan pelanggan baru, strategi ini dilakukan supaya selalu mempunyai pelanggan baru dengan cara memasarkan produk diberbagi Daerah supaya lebih dikenal masyarakat. Strategi WO Memanfaatkan teknologi yang ada supaya promosi lebih luas. Strategi ini dilaksanakan supaya kue nopia lebih dikenal ke setiap Daerah, cara yang dapat dilakukan yaitu dengan cara

			<p>promosi melalui sosial media dan juga bisa dilakukan promosi menggunakan radio, surat kabar, brosur, ataupun secara langsung tatap muka.</p> <p>Memperluas tempat pembuatan dan membuka outlet supaya lebih di kenal konsumen. Strategi ini dilaksanakan supaya saat proses pembuatan kue nopia lebih mudah dan ketika konsumen membelinya dengan cara datang ke tempat pembuatannya secara langsung tidak sempit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategi WT Mempunyai banyak inovasi rasa pada produk kue nopia, strategi ini dilakukan supaya konsumen tidak bosan dengan citra rasa sehingga produsen memperbanyak inovasi rasa pada kue nopia. Menambah tenaga kerja, strategi ini dilakukan dengan cara menambah tenaga kerja supaya saat permintaan konsumen tinggi produsen tidak terburu-buru proses pembuatannya, misalnya seperti hari lebaran biasanya permintaan konsumen banyak karena biasanya dibawa untuk oleh-oleh.
3	Pengendalian kualitas Produk Mino di Home Industry “Sarang Sari” Banyumas	Handayani winahyu, dkk	<ul style="list-style-type: none"> • Grafik pengendali data atribut untuk data cacat pecah dan cacat gosong pada mino yang menggunakan grafik pengendali p menunjukkan jika grafik terkendali dengan nilai Garis Pusat = 0.06784. • Grafik pengendali data variabel untuk data berat mino yang menggunakan grafik pengendali \bar{x} menunjukkan jika grafik terkendali, dengan nilai BPA = 13.2182; GP = 12.0301; dan BPB = 10.8420. Sementara itu, untuk grafik pengendali R

			<p>dengan data yang telah direvisi, menunjukkan jika grafik telah terkendali dengan nilai BPA = 4.3553; GP = 2.0597; BPB = 0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grafik pengendali data variabel untuk data diametermino yang menggunakan grafikpengendali \bar{x} menunjukkan jika grafik sudahterkendali, sehingga didapat nilai BPA = 3.2875; GP = 3.1008; dan BPB= 2.9140. Sementara itu, untuk grafik pengendali R menunjukkan jika grafik telah terkendali dengan nilai BPA = 0.6846; GP = 0.3238; BPB = 0. • Ukuran kemampuan proses untuk data berat mino, didapat nilai Cpk = 1.1180, yang artinya proses sudah capableatau baik. Sedangkan untuk data diameter mino didapa t nilai Cpk = 0.9559, hal ini menunjukkan jika proses not capableatau tidak baik. • Setelah dilakukan analisis ekonomi, telah diketahui jika pemasukan sebesar Rp 126.900.000, pengeluaran sebesar Rp 117.337.000, dan keuntungan sebesar Rp 9.276.110, setelah dikurangi pajak sebesar 3 persen.
4	The Effect of Competency and Entrepreneurial Motivation on Nopia Snack Business in Banyumas District	Pangestika.T. W, dkk (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Profil Kewirausahaan nopia Produsen jajanan di Kabupaten Banyumas menunjukkan bahwa responden masih memiliki usia produktif, tergolong rendah tingkat pendidikan, memiliki pengalaman panjang dalam bisnis nopia, adanya kompetensi dan antusiasme dalam menjalankan usaha snack nopia, jumlah produksi snack nopia antara 10 kg sampai dengan 90 kg setiap orangnya masa produksi dan omzet penjualannya untuk satu masa produksi antara kurang dari Rp.

			<p>500.000, - hingga lebih dari Rp. 1.000.000,-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hasil pengujian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara stimulatif terhadap keberhasilan usaha produsen kue nopia di Kabupaten Banyumas.
5	Dampak Sosial Ekonomi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Kampoeng Nopia Mino di Desa Pekunden Kabupaten Banyumas	Floresti. D. A, dkk	<ul style="list-style-type: none"> • Desa Wisata kampoeng Nopia Mino yang berlokasi di Desa Pekunden Kabupaten Banyumas memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan seperti wisata edukasi pembuatan makanan khas Banyumas nopia mino, wisata sungai sebagai pemanfaatan keberadaan desa yang berada di tepian sungai serayu, wisata tanaman hias karena warga yang gemar bercocok tanam dan memiliki tanaman hias yang cukup beragam, dan wisata selfie karena banyak pemuda kreatif yang memiliki hobi melukis lukisan tiga dimensi. • potensi yang dimiliki memberikan pengaruh pada social ekonomi warga Desa Pekunden antara lain perbaikan dalam hal memberikan pendidikan untuk anak-anak, pemenuhan kebutuhan kesehatan untuk keluarga desa wisata dan memberikan pengaruh pada peningkatan pendapatan dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari keluarga • Strategi yang dapat dikembangkan dari desa wisata yaitu menambah sarana dan prasarana desa wisata, kerjasama yang kuat antar pengusaha, konsumen dan distributor, meningkatkan kualitas sumber daya, serta menciptakan inovasi rasa baru seperti nopia mino rasa jahe.