AGRISCIENCE
Volume 7, Nomor 1, 2026, pp 64-75
https://doi.org/10.21107/agriscience.v7i1.24891

ISSN: 2301-9948
e-ISSN: 2407-6260

Manajemen UMKM Martabak Tirta Sonya

Khusnul Rahmah Setianingrum, Isdiana Suprapti*

Abstrak
Martabak menjadi salah satu makanan yang banyak kita jumpai di Indonesia dan biasa berjualan pada sore hingga malam hari. Martabak menjadi salah satu makanan yang dipesan paling banyak versi survei dari aplikasi pemesanan online dengan total pesanan sebanyak 7 juta kali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) manajemen usaha martabak yang meliputi *planning, organizing, actuating* dan *controlling* dan (2) analisis penjualan martabak, penerimaan, biaya dan keuntungan dari usaha Martabak Tirta Sonya. Penelitian ini dilakukan di Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta menggunakan analisis deskriptif yang menggambarkan tentang peminat jenis martabak, penerimaan, biaya, dan keuntungan. Peminat jenis martabak sejumlah 421 untuk manis dan 206 untuk martabak telur, *revenue* dari martabak manis sejumlah Rp 7.850.000 dan martabak telur Rp 4.055.000 dengan *total revenue* Rp 11.905.000. Total biaya dari analisis usaha Martabak Tirta Sonya sebesar Rp 6.179.728. Keuntungan sebesar Rp 5.725.272. Adapun saran untuk usaha martabak tirta sonya yaitu perlu mendaftarakan usahanya pada sertifikat halal dan pembuatan kemasan dengan informasi mengenai informasi jenis martabak yang dijual, no telpon dan logo halal.

Kata kunci: Manajemen; Martabak; Revenue

Abstract
Martabak is one of the foods that we often encounter in Indonesia and is usually sold in the afternoon until evening. Martabak is one of the foods ordered most frequently according to surveys from online ordering applications with a total of 7 million orders. This research aims to determine (1) martabak business management which includes planning, organizing, actuating and controlling and (2) analysis of martabak sales, revenue, costs and profits from the tirta sonya martabak business. This research was conducted in Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta using descriptive analysis which describes the interest in martabak types, acceptance, costs and profits. Interest in this type of martabak was 421 for sweet and 206 for egg martabak, revenue from sweet martabak was IDR 7,850,000 and egg martabak IDR 4,055,000 with total revenue of IDR 11,905,000. The total cost of analyzing the Tirta Sonya martabak business is IDR 6,179,728. Profit of IDR 5,725,272. The advice for the Tirta Sonya martabak business is that you need to register your business with a halal certificate and make

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunodjoyo Madura, Bangkalan

* Corresponding author
E-mail addres: isdiana@trunojoyo.ac.id (Isdiana Suprapti)

Article History
Submit : 19 Februari 2024
Accepted : 25 Maret 2026
Publish : 31 Maret 2026

© 2026 Author

packaging with information regarding the type of martabak being sold, telephone number and halal logo.

Keywords: *Management; Martabak; Revenue*

1. Pendahuluan

Martabak merupakan salah satu makanan camilan yang banyak kita jumpai di pinggir jalan di daerah Indonesia. Martabak sangat populer di mata masyarakat karena rasa dan varian yang cukup beragam, keberadaannya masih dibutuhkan masyarakat. Martabak juga menjadi salah satu kuliner yang populer di Indonesia. Bahkan martabak dinobatkan oleh aplikasi pesan antar makanan menjadi usaha yang menempati urutan pertama sebagai makanan terlaris dengan perolehan pesanan sebanyak 7 juta di tahun 2020 (BFI *Finance*). Penobatan tersebut bisa terjadi karena martabak sangat cocok dinikmati kapan saja dan penggemarnya juga datang dari berbagai kalangan usia (Survei Aplikasi Online Grab). Oleh karena itu, martabak bisa menjadi peluang usaha yang menguntungkan dengan cita rasa yang khas dan lezat yang mudah dijumpai.

Martabak memiliki dua jenis varian yaitu martabak manis dan martabak telur. Martabak manis adalah jenis kue dadar berupa adonan terigu terasa manis yang dipanggang, ditaburi gula, diberi mentega, susu, topping dan dilipat dengan tekstur berpori. Berdasarkan fungsinya bahan pembuatan martabak manis dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu bahan utama dan bahan pelengkap dimana bahan utama digunakan untuk membuat kulit martabak manis dan bahan pelengkap digunakan sebagai topping martabak manis (Ulva et al., 2022). Topping martabak manis saat ini juga semakin beragam mengikuti perkembangan zaman dan selera konsumen. Kemudian ada juga jenis martabak yang menggunakan telur atau martabak telur. Martabak telur terbuat dari campuran telur, daging dan daun loncang. Berbeda dengan martabak manis martabak telur memiliki cita rasa gurih dan dimasak dengan cara digoreng.

Martabak Tirta Sonya adalah salah satu usaha martabak yang beroperasi di daerah Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Usaha ini memiliki 3 cabang gerobak martabak yang berjualan di depan rumah orang/Balai Desa Baleharjo, di depan Hotel Santika Playen, dan di depan Rumah Sakit Multazam. Usaha martabak ini tergolong usaha martabak biasa bukan martabak premium seperti salah satu jenis usaha martabak premium bernama Markobar milik Gibran Rakabuming Raka. Pemilik dari martabak tirta sonya ini adalah Ibu Atun Sanyoto yang juga tinggal di Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Martabak tirta sonya menjual dua jenis martabak yaitu martabak manis dan martabak telur. Harga martabak manis bervariasi tergantung topping dimulai dari harga yang paling murah Rp 12.000 untuk kosongan, 1 varian rasa Rp 17.000 hingga yang paling mahal dengan 5 varian rasa dengan harga Rp 37.000. Untuk harga martabak telur ayam varian biasa Rp 17.000 hingga varian big puls seharga Rp 37.000. Kemudian untuk harga martabak telur bebek paling murah Rp 18.000 dan termahal Rp 47.000 dengan varian big plus. Martabak tirta sonya buka setiap hari mulai pukul 15.00-24.00 WIB dengan 3 pekerja.

Makanan martabak menjadi usaha yang cukup berpeluang dan hampir tidak pernah mati, artinya usaha ini masih menguntungkan. Peluang bisnis atau wirausaha ini penuh potensi, prospek, dan menjadi berkembang untuk kedepannya dengan cukup cepat. Begitu pun dengan martabak tirta sonya yang keberadaannya ingin memenuhi kebutuhan masyarakat akan

© 2026 Author

makanan cemilan yang bisa kita jumpai di sore hingga malam hari. Selain itu, usaha martabak ini juga bisa merekrut karyawan yang berkaitan dengan membuka peluang kerja baru di bidang makanan. Manajemen yang baik dari usaha martabak tirta sonya juga perlu digali lagi untuk mengetahui bagaimana manajemen yang diterapkan martabak tirta sonya agar tetap eksis di tengah persaingan penjualan makanan yang cukup ketat khususnya usaha martabak yang sudah menjamur di mana- mana. Sehingga untuk mengatasi persaingan dagang yang ketat pelaku usaha perlu mempertahankan eksistensi dan keunggulan usaha dibanding pesaingnya (Utama, 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mencoba meneliti terkait manajemen (planning, organizing, actuating, and controlling) dari usaha martabak tirta sonya agar bisa menjadi contoh pengelolaan usaha yang baik agar usaha yang dijalankan menjadi usaha yang sukses dari segi pendapatan juga dari segi membuka lapangan pekerjaan baru. Sehingga judul ‘’Manajemen UMKM Martabak Tirta Sonya’’ akan menjadi penelitian yang harus dilakukan dengan rumusan masalah sebagai berikut (1) bagaimana manajemen usaha martabak yang meliputi planning, organizing, actuating dan controlling dan (2) bagaimana analisis peminat jenis martabak, penerimaan, biaya dan keuntungan dari usaha martabak ini. Kemudian tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui (1) manajemen usaha martabak yang meliputi planning, organizing, actuating dan controlling dan (2) analisis penjualan martabak, penerimaan, biaya dan keuntungan dari usaha martabak tirta sonya.

2. Tinjauan Pustaka

Manajemen secara umum adalah proses menentukan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai serta menentukan cara dan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan se efisien dan se efektif mungkin (Sumadi et al., 2020). Manajemen adalah suatu proses pengurusan usaha atau dalam pengertian lain yaitu mengurus, mengatur, membina, memimpin agar tujuan suatu usaha dapat tercapai sesuai yang diinginkan (Ruyatnasih dan Megawati, 2018). Terdapat 3 istilah dalam manajemen yaitu (1) manajemen suatu proses, dimana pelaksanaan suatu tujuan tertentu dilakukan, diselenggarakan dan diawasi, (2) manajemen sebagai suatu kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu serta (3) manajemen sebagai suatu seni dan ilmu. Manajemen dalam seni adalah untuk mencapai tujuan nyata yang menguntungkan, sedangkan manajemen sebagai ilmu adalah untuk menjelaskan unsur pengetahuan yang digunakan atau dinyatakan oleh peraturan umum. James A.F Stoner dalam Paramarta, et al (2021) menjelaskan bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya dari organisasi serta penggunaan sumber daya yang ada pada organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kemudian Mary Parker Folltet berpendapat bahwa manajemen adalah suatu seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Artinya definisi Mary ini mengandung perhatian pada kenyataan bahwa manajer mencapai suatu tujuan organisasi dengan cara mengatur orang-orang lain untuk melaksanakan apa saja yang perlu dalam pekerjaan tersebut, bukan dengan cara melaksanakan pekerjaan itu oleh dirinya sendiri. Pendapat Mary ini juga dilaksanakan pada UMKM martabak tirta sonya yang melakukan manajemen dimana pemilik hanya tau mengenai bagi hasil dan semua proses mulai dari persiapan hingga melayani pelanggan atau berjualan dilakukan oleh orang lain (karyawan).

© 2026 Author

Pengertian *planning* yaitu proses untuk mendefinisikan suatu tujuan dari usaha, membuat strategi guna mencapai tujuan, serta mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Manfaat dari perencanaan yaitu sebagai *protective benefit* (meminimalisir risiko) dan *positive* benefit (memastikan arah dan tujuan yang tertuang dalam visi dan misi). *Organizing* (pengorganisasian) yaitu proses penyusunan atau alokasi sumber daya yang meliputi sumber daya manusia (SDM), sumberdaya fisik dan sumberdaya operasional dalam bentuk struktur organisasi sesuai dengan tujuan dari suatu usaha. *Actuating* (pelaksanaan) yaitu suatu tindakan untuk mengusahakan supaya semua anggota kelompok berusaha dalam mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial. Dalam actuating implementasi strategi sangat penting dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, kepemimpinan juga berdampak pada efektivitas pelaksanaan rencana ataupun implementasi strategi. *Controlling* (kontrol atau evaluasi) yaitu fungsi manajemen yang fungsinya untuk melakukan kontrol maupun evaluasi terhadap kinerja organisasi. Pengendalian akan dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu penetapan standar, pengukuran hasil pekerjaan, dan koreksi apabila terdapat perbedaan antara standar dengan kenyataan (Briandana & Irfan, 2019). Dalam *controlling* juga dimungkinkan untuk memonitor kemungkinan ditemukannya penyimpangan dalam praktik pelaksanaannya sehingga bisa segera terdeteksi kemudian bisa dilakukan pencegahan dan perbaikan (Aditama, Angger Roni, 2020:11-20)

Dari beberapa makanan, martabak merupakan salah satu makanan yang banyak digemari oleh masyarakat. Terdapat 2 jenis martabak khas yaitu martabak manis dan martabak telur. Martabak yang khas dan terkenal berasal dari Tegal dan merebak hingga ke luar daerah Tegal, sehingga banyak yang serius menekuni kuliner ini. Meskipun beberapa wirausaha martabak berasal dari berbagai daerah di Tegal, namun yang terkenal dengan panganan khas ini berada di Kecamatan Lebaksiu khususnya di Desa Lebaksiu Kidul, Lebaksiu Lor,dan Kajen (Widyakto et al., 2023). Mayoritas masyarakat terjun untuk berwirausaha martabak yang sekarang tersebar di seluruh Indonesia. Termasuk martabak tirta sonya karyawannya juga berasal dari Tegal.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) martabak manis adalah makanan yang terbuat dari adonan terigu, telur, gula, yang ditaburi bubuk kacang tanah dan coklat kemudian dipanggang dan dilipat. Sedangkan untuk martabak telur yaitu jenis martabak yang terbuat dari adonan tepung terigu (lapisan luar) dan adonan telur, daging giling (cincang), dan rempah (untuk bagian isi) yang kemudian digoreng (kbbi.web.id). Martabak manis aslinya bernama Hok Lo Pan yang merupakan makanan khas Bangka Belitung. Sedangkan martabak telur berawal dari seorang pemuda dari Tegal Jawa Tengah bernama Ahmad bin Abdul Karim yang merantau ke kota besar yaitu Semarang untuk berdagang pada tahun 1930 (Mutiarni et al., 2021).

Dalam berusaha tentunya hal yang paling penting adalah memperoleh laba. Laba merupakan kelebihan pendapatan yang dihasilkan dari usaha dengan menghitung selisih antara pendapatan dan beban (biaya) yang terjadi dalam periode tertentu Triyuwono dan As'udi dalam Addury (2023). Dalam pengertian lain laba adalah pendapatan (penerimaan penjualan martabak) dikurangi biaya variabel dan biaya tetap (Grandl et al., 2019). Penerimaan biaya serta keuntungan akan kita dapatkan setelah melalui proses perhitungan. Pengertian penerimaan adalah jumlah yang diterima dari penjualan produk. Nilainya sama dengan jumlah unit yang terjual (Q) dikali dengan harga yang diterima per unitnya (P) (Widhi Rachmawati & Yusnita, 2021) . Sedangkan keuntungan adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya. Biaya adalah

© 2026 Author

setiap pengeluaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang memiliki manfaat (Sasongko et al 2018:23). Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang dan jasa yang bermanfaat untuk masa kini ataupun dimasa mendatang (Puri & Lisiantara, 2023). Biaya dibedakan menjadi 2 yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap (variable cost). Biaya tetap *(fixed cost)* adalah biaya yang tidak bergantung pada jumlah produk yang diproduksi atau bisa juga disebut dengan fungsi konstan. Sedangkan biaya variabel atau biaya tidak tetap yaitu biaya yang berubah ubah atau besarnya bergantung dari jumlah produk yang akan diproduksi.

3. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta pada bulan November – Desember 2023. Objek studi yaitu usaha martabak tirta sonya yang sudah memiliki 3 cabang dan cukup ramai pelanggan. Jenis data berasal dari data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa keterangan-keterangan dan tidak diberikan dalam bentuk angka yang diperoleh dari wawancara langsung kepada pemilik dan karyawan. Data kuantitatif berupa angka, catatan dan laporan dari karyawan. Sumber data berasal dari data primer yang diperoleh dari pengamatan langsung serta wawancara dengan pemilik usaha serta karyawan. Kemudian data sekunder diperoleh dari kajian literatur buku dan jurnal serta dokumen pendukung yang lain.

Menurut Sugiyono (2019) teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner menggunakan lembar isian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data tentang tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi yaitu dengan mengamati secara langsung terhadap kegiatan dan proses yang ditemukan di lokasi yang berkaitan dengan fokus penelitian.
2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pemilik dan karyawan yang berhubungan langsung (informan) dengan menggunakan kuesioner
3. Dokumentasi dalam penelitian membantu pengumpulan data dari lokasi penelitian dengan cara menggali data yang sudah di dokumentasikan.

Instrumen Penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data dengan wawancara berupa pertanyaan dan observasi data dengan lembar isian daftar harga dan daftar bahan olahan. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu jenis penelitian yang ingin menggambarkan secara lengkap mengenai hubungan antara fenomena yang diuji (Langdon et al., 2015).

Pengolahan data terkait penerimaan, biaya dan keuntungan.

1. Penerimaan: R= P x Q.....(1)
   Keterangan:
   R= *revenue* (penerimaan)
   P= harga per/unit

© 2026 Author

Q= *quantity* produksi

2. Biaya tetap fixed cost = FC = k .....(2)
   dengan k= konstanta positif
3. Biaya tidak tetap (*variable cost*) = VC= P x Q.....(3)
   dengan : P= biaya produksi per unit
   Q= jumlah produk yang diproduksi
4. Keuntungan = Pendapatan – Biaya.....(4)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Profil Usaha Martabak Tirta Sonya

Martabak tirta sonya adalah salah satu usaha martabak di Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta. Martabak tirta sonya dirintis sejak tahun 2022 dengan pemilik bernama Atun Sanyoto. Martabak tirta sonya memiliki tiga cabang yang berjualan di depan balai Desa Baleharjo, Rumah Sakit Multazam, dan di depan Hotel Santika Playen. Memiliki 3 karyawan yang bernama Amin, Sigit Pranoto dan Arie Udi Pangaso.

4.2. Manajemen

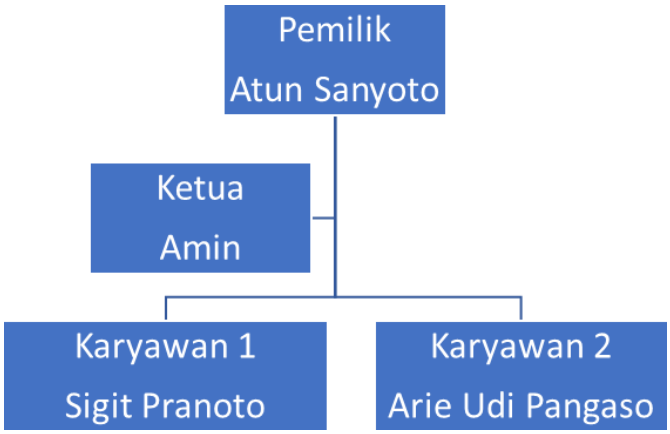
Manajemen yang dilakukan pada usaha martabak tirta sonya meliputi planning (persiapan pra produksi), organizing (pembuatan struktur organisasi), actuating (memastikan operasional usaha sesuai dengan planning awal), dan controlling (mengontrol jalannya usaha).

Planning (perencanaan) yaitu pelaksanaan atau perencanaan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dan melakukan strategi agar usaha martabak tirta sonya bisa laku dipasaran serta mendapatkan pelanggan tetap setiap harinya. Menurut Pramezwary et al. (2021) perencanaan strategis memiliki beberapa aspek penting yaitu mengadopsi pendekatan sistem yang dimulai untuk mencapai tujuan akhir, kegiatan manajerial difokuskan pada hasil dan peningkatan kinerja dan mendorong hasil dengan fokus kebutuhan pelanggan dan pemangku kepentingan. Perencanaan yang dilakukan pada martabak tirta sonya yaitu dengan mempersiapkan bahan baku martabak yang berkualitas, mulai dari pemilihan tepung yang sesuai yaitu untuk martabak telur menggunakan tepung berprotein tinggi cakra dari bogasari, sedangkan untuk martabak manis menggunakan tepung berprotein sedang, segitiga biru bogasari, dengan pertimbangan tepung tersebut memiliki kualitas bagus untuk membuat adonan martabak, topping yang beraneka rasa mulai dari kosongan, coklat susu, kacang susu, nanas susu, strawberry susu, blueberry susu, wijen susu, kacang coklat susu, coklat nanas susu, coklat strawberry susu, coklat wijen susu, keju susu, coklat keju, keju, coklat susu, keju kacang susu, keju blueberry susu, keju nanas susu, keju strawberry susu, keju kacang cokelat, keju blueberry coklat, keju strawberry coklat, keju coklat wijen, spesial keju, spesial campur – kombinasi. Selanjutnya dari segi rasa, rasa martabak manis yang bervariasi dari toppingnya dan juga kualitas martabak yang baik dari kulitnya bertekstur, berpori, dan tidak menyisakan rasa getir di tenggorokan setelah dimakan. Martabak tirta sonya membuat solusi agar tidak getir dengan dinetralkan dengan konsep dasar ilmu kimia tentang asam basa, yakni menggunakan soda kue yang bersifat asam, dinetralkan dengan ditambah baking soda yang bersifat basa dengan perbandingan 1:1. Kemudian untuk martabak telur juga ada variasi dengan menggunakan 2 jenis telur yang berbeda yaitu telur ayam dan telur bebek. Dari segi harga yang bersaing dengan usaha martabak lain sehingga harga tidak terlalu mahal ataupun tidak terlalu murah atau sesuai dengan kualitas martabak. Dalam perencanaan juga direncanakan tempat jualan/ pangkalan dan

© 2026 Author

menurut observasi yang sudah dilakukan kemudian ditentukan 3 tempat jualan martabak tirta sonya yaitu di depan Balai Desa Baleharjo, depan Rumah Sakit Multazam dan di depan Hotel Santika Playen. Pemilihan tempat berjualan martabak ini dipilih karena dekat dengan jalan raya yang ramai dengan orang lalu lalang sehingga peluang masyarakat untuk membeli dan melihat usaha martabak tirta sonya ini cukup besar. Berdasarkan penelitian Biantoro (2021) lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga semakin baik penilaian lokasi oleh pelanggan akan menyebabkan keputusan pembelian martabak juga meningkat. Kemudian pemilihan tempat ini juga didasari dengan pertimbangan harga sewa untuk berjualan. Selanjutnya sangat penting juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan 3 S (Senyum, Salam, Sapa),

Organizing (pengorganisasian) merupakan proses penyusunan anggota dalam bentuk struktur organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dengan sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya baik intern maupun ekstern. Pengorganisasian juga merupakan kegiatan dalam Menyusun struktur organisasi untuk mengetahui peran masing-masing (Cahyo et al., 2023). Dua aspek utama dalam organisasi yaitu departementasi dan pembagian kerja yang merupakan dasar proses pengorganisasian (pengaturan tenaga kerja yaitu ada yang menjadi kepala dan karyawan biasa). Organizing dalam usaha martabak tirta sonya dibuat dengan membuat struktur organisasi sederhana. Pemilik menempati puncak organisasi yang artinya ia memiliki kewenangan penuh terhadap hal-hal yang berkaitan dengan usaha yang dijalankannya. Kemudian ada ketua karyawan yang memiliki tugas untuk mengatur 2 karyawan lain serta memberikan motivasi dalam kegiatan berdagang agar lebih baik dalam semangat berjualan, ia juga termasuk dalam karyawan martabak tirta sonya, kemudian 2 karyawan lain bertugas untuk menjalankan usaha jualan martabak berdasarkan pengaturan lokasi yang telah ditentukan. Selanjutnya struktur organisasi martabak tirta sonya dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 1
Struktur organisasi usaha martabak Tirta Sonya
Sumber: usaha martabak tirta sonya, 2023

Actuating yaitu pelaksanaan dalam usaha martabak tirta sonya dimana *owner* (pemilik) akan terus mengelola dan melaksanakan rencana awal yang sudah dibuat sebaik mungkin dan menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif. *Actuating* dilakukan

© 2026 Author

untuk meningkatkan produktivitas usaha (Ramadhina & Priyanti, 2023). *Owner* akan memimpin dan berkomunikasi kepada orang-orang yang mau bekerja sama dengan usaha martabak tirta sonya. Jalannya usaha dilakukan pure oleh karyawan dan *owner* hanya mengawasi jalannya pekerjaan para karyawan (*checking*). Pelaksanaan usaha martabak tirta sonya ada di lokasi dagang atau pangkalan dagang dengan membuat pesanan yaitu martabak manis atau telur.

Controlling pengendalian (kontrol) adalah salah satu fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaturan staf, dan pengarahan. Pengendalian merupakan fungsi yang sangat penting karena membantu untuk memeriksa kesalahan dan mengambil tindakan korektif sehingga meminimalkan penyimpangan dari standar dan mengatakan bahwa tujuan organisasi telah tercapai dengan cara yang baik. Menurut G.R. Terry dalam Wibowo et al. (2021) *controlling* menjadi proses penentuan terhadap apa yang harus dicapai, menilai pelaksanaan, bilamana perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan dapat sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pengendalian atau antisipasi yang akan dilakukan pada usaha martabak tirta sonya adalah ketika konsumen mulai bosan dengan jajanan ini, sehingga usaha martabak tirta sonya akan memberikan sesuatu yang berbeda, bisa dengan menurunkan harga (diskon), membuat rasa atau topping baru, membuat martabak custom dsb.

Dengan cara demikian diharapkan mampu menarik konsumen kembali untuk membelinya. Pengendalian terkait dengan persiapan yaitu mempersiapkan bahan baku untuk berjualan dan juga mengontrol kinerja karyawan agar tercapai suatu tujuan yaitu keuntungan dengan cara mengatur karyawan agar giat bekerja dan mengedepankan pelayanan yang baik agar pelanggan juga banyak.

4.3. Analisis Usaha Martabak Tirta Sonya

Analisis penjualan martabak tirta sonya bulan Desember 2023



Gambar 1 Analisis Penjualan Martabak
Sumber: data primer diolah, 2023

Pada bulan Desember 2023 penjualan martabak manis tirta sonya sebanyak 421 porsi dan permintaan martabak telur sebanyak 206 porsi total penjualan martabak tirta sonya selama bulan Desember sebesar 627 porsi, porsi tersebut khusus penjualan di depan Balai Desa

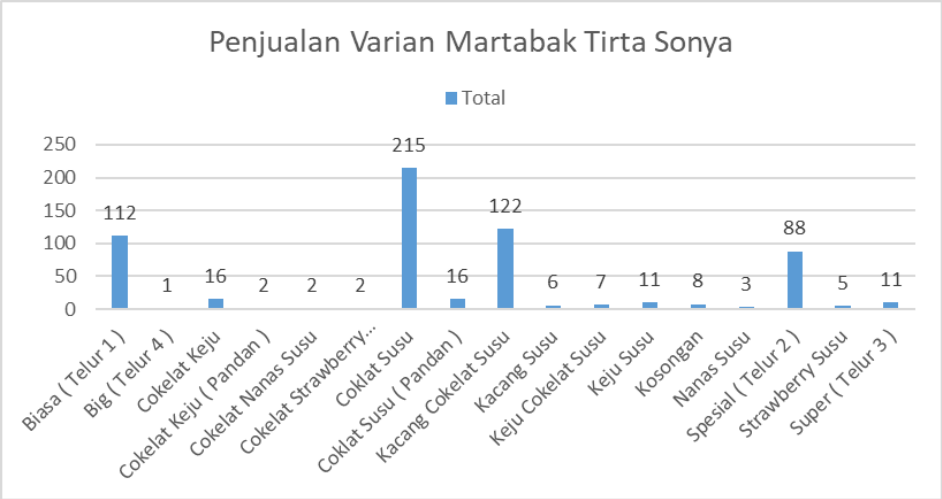
© 2026 Author

Baleharjo atau tepatnya di depan toko andaru, yang dikelola oleh karyawan yang bernama Amin.



Gambar 2 Revenue
Sumber: data primer diolah, 2023

Revenue (pendapatan) martabak tirta sonya pada bulan Desember untuk martabak manis sejumlah Rp 7.850.000 dan untuk martabak telor sejumlah Rp 4.055.000 dan total revenue martabak tirta sonya pada bulan Desember sebesar Rp 11.905.000. Hasil pendapatan ini dihitung dari penjualan di cabang martabak tirta sonya yang berjualan di depan balai desa Baleharjo.



Gambar 3 Penjualan Varian Martabak Tirta Sonya
Sumber: data primer diolah, 2023

Selama bulan Desember 2023 martabak Tirta Sonya berhasil menjual varian martabak telur biasa sebanyak 112 porsi, big 1 porsi, special 88 porsi, dan super sebanyak 11 porsi. Kemudian untuk varian martabak manis usaha martabak tirta sonya berhasil menjual varian coklat keju sebanyak 16, coklat keju (pandan) 2 porsi, coklat nanas susu 2 porsi, coklat strawberry 2 porsi, coklat susu 215 porsi, coklat susu (pandan) 16 porsi, kacang coklat susu 122 porsi, kacang susu 6 porsi, keju coklat susu 7 porsi, keju susu 11 porsi, kosongan 8 porsi, nanas susu 3 porsi, strawberry susu 5 porsi. Berdasarkan tebel penjualan jenis martabak diketahui

© 2026 Author

bahwa varian biasa menjadi varian favorit yang dibeli oleh konsumen untuk jenis martabak telur dengan jumlah penjualan sebanyak 112 porsi. Sedangkan untuk martabak manis varian favoritnya yaitu coklat susu dengan total penjualan sebanyak 215 porsi.

Tabel 4 Analisis Usaha Martabak Tirta Sonya Selama Bulan Desember 2023

Fixed Cost	**Jumlah**	
Sewa Tempat	Rp	200.000
Gaji Karyawan	Rp	2.635.000
Total	**Rp**	**2.835.000**
Variabel Cost		**Jumlah**
Mentega	Rp	150.000
Coklat	Rp	290.000
Susu	Rp	129.800
Saos	Rp	72.000
Keju	Rp	60.000
Gula pasir	Rp	32.000
Telur	Rp	402.875
Minyak	Rp	108.500
Kacang	Rp	30.000
Kemasan	Rp	520.410
Kertas minyak	Rp	16.000
Soda kue dan baking soda	Rp	14.000
Pewarna pandan	Rp	5.000
Plastik kemasan	Rp	105.963
Selai nanas	Rp	3.000
Selai strawberry	Rp	3.000
Loncang	Rp	144.000
Daging ayam	Rp	180.000
Bumbu-bumbu	Rp	20.000
Tepung Martabak manis	Rp	610.600
Tepung martabak telur	Rp	88.580
Gas	Rp	144.000
Biaya makan	Rp	155.000
Bensin	Rp	60.000
Total	**Rp**	**5.979.728**
Total Biaya	**Rp**	**6.179.728**
Revenue	**Rp**	**11.905.000**
Keuntungan	**Rp**	**5.725.272**

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan perhitungan menggunakan Excel diketahui bahwa total biaya tetap (fixed cost) adalah Rp 2.835.000. Biaya fixed cost meliputi sewa tempat dan gaji karyawan. Untuk biaya sewa tempat sudah include di dalamnya biaya listrik dan air. Kemudian total biaya variabel (variable cost) adalah Rp 5.979.728. Sehingga total biaya adalah Rp 6.179.728. Untuk keuntungan martabak tirta sonya pada bulan desember adalah Rp 5.725.272.

© 2026 Author

5. Kesimpulan

Martabak tirta sonya menerapkan sistem manajemen meliputi planning, organizing, actuating dan controlling. Martabak tirta sonya memiliki tiga cabang yaitu di depan balai desa Baleharjo, di depan rumah sakit Multazam dan di depan hotel Santika Playen. Berdasarkan analisis bisnis usaha martabak tirta sonya berhasil menjual 421 porsi martabak manis dan 206 porsi martabak telur dengan total penjualan martabak sebesar 627 porsi selama bulan Desember 2023. Revenue yang didapatkan untuk martabak manis sebesar Rp 7.850.000 dan Rp 4.055.000 untuk martabak telur sehingga total Revenue yang didapatkan berdasarkan penjualan bulan Desember sebesar Rp 11.905.000. Kemudian untuk total biaya yang dikeluarkan untuk usaha martabak tirta sonya pada bulan Desember sebesar Rp 6.179.728 sehingga keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 5.725.272.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih ditujukan kepada usaha martabak tirta sonya karena telah mengizinkan untuk saya melakukan penelitian ini, kemudian diucapkan terimakasih kepada pembimbing yang selalu membimbing saya untuk membuat skripsi ini.

Daftar pustaka

Addury, M. M. (2023). Pemaknaan Laba Usaha di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah. 5(2), 105–116.

Admin BFI. 2022. Laris Manis, Ini Dia Peluang Usaha Martabak dan Estimasi Keuntungannya.

Aditama, Angger Roni.2020. Pengatar Manajemen Teori dan Aplikasi. AE Publising:Malang.

Biantoro, R. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Bapr. Performa, 6(1), 40–49. https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1911.

Briandana, R., & Irfan, M. (2019). Broadcasting Management : The Strategy of Television Production Configuring for Sustainability in the Digital Era. 6, 1879– 1886.

Cahyo, A. D., Suteja, I. W., & Kartini, N. L. (2023). Pengelolaan Kawasan Cakranegara Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Mataram. Journal Of Responsible Tourism, 2(3), 531–546. https://doi.org/10.47492/jrt.v2i3.2544.

Grandl, F., Furger, M., Kreuzer, M., & Zehetmeier, M. (2019). Impact of longevity on greenhouse gas emissions and profitability of individual dairy cows analysed with different system boundaries. Animal, 13(1), 198–208. https://doi.org/10.1017/S175173111800112X

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). https://kbbi.web.id/. Diakses pada 14 Desember 2023, Pukul 09.26 WIB.

Langdon, R. J., Yousefi, P. D., Relton, C. L., & Suderman, M. J. (2015). Analisis Peluang E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Produk Batik (Studi Kasus pada Usaha Batik di Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(4), 42–49. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9226.

Mutiarni, Yusriandi, Azizah, N., Sakinah, N., Resky, Suyuti, E., Ibrahim, M. I., & Reskiana, V. (2021). Analisis Biaya Martabak Guna Meningkatkan Usaha Martabak (Penelitian Pada Martabak Surabaya). Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi, 6(2), 1663–1670. https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss2.2020.615.

Paramarta, dkk. 2021. Teori Manajemen Soal-soal dan Jawaban. Cipta Media Nusantara (CMN): Surabaya.

© 2026 Author

Puri, E. T. P., & Lisiantara, G. A. (2023). Fenomena Penerapan Metode Variable Costing Dalam Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Martabak. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen, 2(2), 91–107.

Pramezwary, A., Juliana, & Hubner, B. I. (2021). Kuliner dan Belanja Kota Bandung. Pariwisata, 8(1), 10–21. https://media.neliti.com/media/publications/489205-none-967ecd8d.pdf.

Ruyatnasih dan Megawati. 2018. Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus edisi 2. CV. Absolute Media: Yogyakarta.

Ramadhina, A. P., & Priyanti, E. (2023). Manajemen Pemerintahan Desa Ciangsana Dalam Meningkatkan Produktivitas BUMDes. JDKP Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik, 4(1), 52–61. https://doi.org/10.30656/jdkp.v4i1.6224.

Rohim, A., & Kurniawan, I. (2017). Manajemen Usaha Dan Produksi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Carang Wulung Wonosalam.

Comvice : Journalof Community Service, 1(1), 23–28. https://doi.org/10.26533/comvice.v1i1.116.

Sasongko, C., Firdaus, A. D., & Wasilah, A. (2018). Akuntansi Biaya (4th ed.). Salemba Empat.

Sumadi, Irawan, N., & Ma'aruf, H. M. (2020). Implementation Of The Concept And Theory Of Management Functions In Efforts To Improve Quality. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 2020(2), 353–360.

Ulva, S. M., Soimah, N., Hariyati, T., & Imelda, D. Q. (2022). Pendampingan Produksi Martabak Manis Ubi Ungu. Jurnal Benuanta, 1(1), 13–17. https://doi.org/10.61323/jb.v1i1.18.

Utama, M. A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Martabak Mertua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. September, 68–79.

Wibowo, A. P., Dewayani, E. K. U., & Budiono. (2021). Pengembangan Menejemen Produk Kuliner Pada Siswa Lembaga Pelatihan Sosial Rinjani Skill Development Center Universitas Muhammadiyah Malang. Abdimas Siliwangi, 4(2), 179–189. http://dx.doi.org/10.22460/as.v4i2p%25p.6518.

Widhi Rachmawati, D., & Yusnita, E. (2021). Manajemen Keuangan Kewirausahaan Dilihat Dari Analisis Break Even Point Informasi Artikel. Riset Akuntansi Tridinanti), 2(2), 47–54. http://www.univ- tridinanti.ac.id/ejournal/index.php/ratri.

Widyakto, A., Soleh, N., Triyani, D., & Prapti, L. (2023). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di UMKM Martabak "Mas Da'i". Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 2(2).

© 2026 Author