

# **Titik Impas dan Bauran Pemasaran Bunga Rosella pada UD Bali Gendis di Desa Dawan Kelod Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung**

JESSICA ARILA  
I NYOMAN GEDE USTRIYANA  
IDA AYU LISTIA DEWI\*)

PS Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana  
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232 Bali  
Email: listiadewi60@yahoo.co.id

## **ABSTRACT**

### **Break Even and Marketing Mix of Rosella Flowers at UD Bali Gendis in The Village Dawan Kelod, District of Dawan, Sub District of Klungkung**

The research was conducted from early November 2012 until the end of January 2013 with the aim to determine the break-even of business gained and marketing mix applied by UD Bali Gendis. The analysis applied is the analysis of Break Even Point (BEP) to determine how much break even earned, both in the form of rupiah breakeven, breakeven point in units and breakeven point based on the corresponding gains desired by companies. The other analysis is the marketing mix applied to the analysis of the 4P (Product, Price, Place, and Promotion). UD Bali Gendis has production beyond breakeven point obtained in which in the form of rupiah at Rp 20,313,277.73 and produced Rosella flower tea production above the breakeven point unit is equal to 1354.21 units with a unit selling price of Rp 15.000 per box. From the analysis of the marketing mix it was found that the products produced by UD. Bali Gendis including consumable products. Pricing method used is the method of cost plus pricing and distribution channel marketing using direct and indirect distribution. UD Gendis Bali promotion includes personal selling and mouth to mouth method.

*Keyword : business analysis, marketing mix, rosella, UD Bali Gendis*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan hasil alamnya, salah satunya adalah tanaman hortikultura. Salah satu jenis tanaman hortikultura adalah tanaman Rosella. Tanaman Rosella memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan prospek yang bagus untuk dikembangkan (Bahar, 2008). Masyarakat di Indonesia, khususnya di Bali, mulai melirik obat-obatan yang berbahan alami atau herbal. Obat herbal menjadi alternatif dalam pengobatan ataupun sebagai konsumsi sehari-hari sebagai pola hidup yang lebih sehat (Syukur dan Hernani, 2001). Obat-obatan berbahan herbal dipercaya memiliki khasiat yang lebih manjur dan lebih aman untuk

dikonsumsi. Salah satu produk konsumsi yang terbuat dari bahan baku bunga Rosella adalah Teh Rosella.

Teh Bunga Rosella merupakan produk konsumsi berbahan alami yang terbuat dari Bunga Rosella yang dikeringkan. Teh Bunga Rosella memiliki banyak khasiat antara lain menurunkan darah tinggi, sebagai minuman diet, dan lain-lain (Bina UKM, 2012). UD Bali Gendis adalah salah satu usaha yang mengolah Bunga Rosella menjadi Teh Bunga Rosella yang terletak di Desa Dawan Kelod, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Produk Teh Rosella UD Bali Gendis telah lulus sertifikasi Dinas Kesehatan Bali dan MUI.

UD Bali Gendis selama ini hanya melakukan perhitungan yang sederhana dalam menjual produk teh Bunga Rosellanya, sehingga UD Bali Gendis kurang mengetahui seberapa jelas UD Bali Gendis mendapatkan keuntungan dan berapa titik impas yang harus mereka dapatkan dalam menjual produk teh Bunga Rosellanya. Metode promosi UD Bali Gendis juga masih terbilang sederhana dalam memasarkan produk teh Bunga Rosellanya karena masih menggunakan cara promosi dari mulut ke mulut saja. Padahal kini makin banyak produsen sejenis yang juga mengolah teh Bunga Rosella dan melakukan promosi yang besar-besaran dalam menarik minat konsumen sehingga makin menambah persaingan diantara produsen teh Bunga Rosella.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian tentang “Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran pada UD Bali Gendis di Desa Dawan Kelod Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana analisis usaha bunga Rosella UD Bali Gendis ditinjau dari perbandingan antara pendapatan dengan titik impas (*Break Even Point*) yang diperolehnya?
2. Apabila perusahaan menargetkan laba sebesar Rp 13.500.000, berapa titik impas yang harus UD Bali Gendis capai ?
3. Bagaimana bauran pemasaran teh Bunga Rosella yang dijalankan UD Bali Gendis ditinjau dari produk, harga, tempat, dan promosinya ?
4. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh UD Bali Gendis dalam usaha memasarkan produk teh Bunga Rosellanya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Menganalisis Usaha teh Bunga Rosella UD Bali Gendis ditinjau dari perbandingan antara pendapatan dengan titik impas (*Break Even Point*) yang diperolehnya.

2. Untuk mengetahui berapa titik impas yang harus dicapai UD Bali Gendis jika menargetkan laba sebesar Rp 13.500.000,-.
3. Mengetahui Bauran Pemasaran usaha teh Bunga Rosella yang dijalankan UD Bali Gendis ditinjau dari produk, harga, tempat dan promosinya.
4. Untuk mengetahui Kendala-Kendala yang dihadapi UD.Bali Gendis dalam memasarkan produk teh Rosellanya.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Dawan Kelod, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung dari awal bulan November 2012 hingga akhir Januari 2013. Penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan teknik purposive (sengaja) dengan pertimbangan : (1) UD Bali Gendis merupakan salah satu produsen teh Bunga Rosella yang memiliki sertifikat MUI dan terdaftar resmi di Dinas Kesehatan Bali (2) UD Bali Gendis merupakan produsen teh Bunga Rosella yang bersedia diteliti dan (3) belum pernah dilakukan penelitian mengenai analisis usaha dan bauran Bunga Rosella pada UD Bali Gendis.

### 2.2 Populasi, Sampel dan Responden Penelitian

Penelitian ini memiliki populasi penelitian sebanyak enam orang yang terdiri dari pemilik usaha dan lima orang karyawan UD Bali Gendis. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* atau secara sengaja dengan pertimbangan agar mendapatkan informasi penelitian yang lebih akurat dan mendalam. Dan responden penelitian yang menjadi sampel adalah pemilik UD Bali Gendis, yaitu Bapak Nengah Mulyadi karena dianggap lebih mengetahui secara mendalam mengenai aspek tertentu yang diperlukan untuk tujuan penelitian ini.

### 2.3 Metode Analisis Data

Dalam melakukan analisis data digunakan beberapa metode analisis untuk mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut.

#### a. Menentukan analisis usaha

Titik impas (BEP) dapat diketahui apabila biaya, pendapatan serta keuntungan sudah diketahui dengan pasti. Untuk mengetahui total biaya dapat diketahui dengan rumus : **Total Biaya = Biaya tetap + Biaya variabel** (Hernanto, 1993). Sedangkan untuk mencari pendapatan dapat diketahui dengan rumus : **Pendapatan = Jumlah Unit produksi yang terjual x Harga jual produksi per Unit** (Soekartawi, 1995). Keuntungan dapat diketahui dengan rumus : **Laba = Pendapatan – Biaya**.

Menurut Kuswadi (2007), *Break Even Point* (BEP) adalah suatu titik atau kondisi pada suatu tingkat volume penjualan (produksi) tertentu, dengan harga penjualan tertentu, perusahaan tidak mengalami laba ataupun rugi. Menentukan *Break Even Point* (BEP) dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut.

a. Atas dasar rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{FC}}{1 - \frac{\text{TVC}}{\text{S}}}$$

Keterangan :

FC = Biaya tetap

TVC = Total biaya variabel

S = Total penjualan

VC = Biaya variabel per unit

P = Harga jual per unit

BEP (Rp) = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam rupiah

BEP (Q) = Jumlah produk yang dihasilkan impas dalam unit

b. Atas dasar unit

$$\text{BEP (Q)} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}}$$

### ***b. Untuk menghitung laba sesuai keinginan perusahaan***

$$I = Y_r - Y_e \dots\dots\dots(1)$$

$$I = p \cdot x - V_c \cdot x - F_c \dots\dots\dots(2)$$

Sehingga :

$$I(x) = \frac{\text{FC} + I}{\text{P} - \text{VC}}$$

$$I(p \cdot x) = p \cdot \frac{\text{FC} + I}{\text{P} - \text{VC}}$$

Keterangan :

$Y_r$  = Total penghasilan penjualan

$Y_e$  = Jumlah total biaya

$p$  = Harga jual satuan

$x$  = Kuantitas penjualan

$V_c$  = Biaya variabel per satuan

$F_c$  = Jumlah total biaya tetap

$I$  = Laba

$I(x)$  = Kuantitas penjualan yang harus dicapai pada tingkat laba yang diinginkan

$I(p \cdot x)$  = Jumlah rupiah penjualan yang harus dicapai pada tingkat laba yang diinginkan

### ***c. Menentukan Bauran Pemasaran***

Menurut Kotler dan Armstrong (2011) untuk mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. Bali Gendis, dapat diketahui dengan menggunakan analisis *marketing mix* dengan metode 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).

### ***d. Mengetahui Kendala Yang Dihadapi UD. Bali Gendis Dari Aspek Sosial dan Produksi***

Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi UD. Bali Gendis ditinjau dari aspek sosial dan produksinya, dapat diketahui dengan menggunakan metode analisis deskriptif.

### Gambaran Umum Perusahaan

UD Bali Gendis berdiri sejak tanggal 10 Januari 2009 dan didirikan oleh Bapak Nengah Mulyadi. Tempat usaha UD Bali Gendis termasuk sebagai rumah tinggal pendiri, yakni Bapak Nengah Mulyadi bersama keluarganya karena UD Bali Gendis masih tergolong usaha rumah tangga. UD Bali Gendis juga memiliki lahan Rosella sendiri seluas 12 Are.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada analisis usaha Bunga Rosella UD. Bali Gendis, data yang diambil sebagai bahan analisis adalah data pendapatan dan pengeluaran UD. Bali Gendis selama periode bulan Juli s.d Desember 2012 (Enam bulan).

#### 3.1 Analisis Usaha Teh Bunga Rosella UD Bali Gendis Ditinjau dari Perbandingan Pendapatan dengan Titik Impas yang Diperoleh

Dalam menghitung analisis BEP usaha Bunga Rosella perlu diketahui penggolongan biayanya selama periode penelitian (Juli 2012 s.d Desember 2012), antara lain.

Biaya Tetap UD. Bali Gendis selama Enam Bulan	: Rp 9.540.000,00
Biaya Variabel UD. Bali Gendis selama Enam Bulan	: Rp 20.310.000,00
Biaya Variabel Per Unit Produk UD. Bali Gendis	: Rp 7.955,00
Harga Jual Produk Per Unit	: Rp 15.000,00
Penjualan Total UD. Bali Gendis Selama Periode Penelitian:	Rp 38.295.000,00

Setelah diketahui penggolongan biayanya, maka dapat dilakukan perhitungan BEP, ditinjau dari BEP Rupiah dan BEP Unitnya, antara lain sebagai berikut.

##### 3.1.1 Titik Impas Teh Bunga Rosella dalam Rupiah (Rp)

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{FC}{1 - \frac{TVK}{S}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{9.540.000}{1 - \frac{20.310.000}{38.295.000}}$$

$$= \text{Rp } 20.313.277,73,-$$

##### 3.1.2 Titik Impas Teh Bunga Rosella dalam Unit

$$\text{BEP (Q)} = \frac{FC}{P - VC}$$

$$\text{BEP (Q)} = \frac{9.540.000}{15.000 - 7.955}$$

$$= 1.354,21 \text{ unit}$$

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat diketahui bahwa titik impas yang harus diperoleh UD. Bali Gendis adalah sebesar Rp 20.313.277,73,- untuk titik impas

dalam rupiah dan 1.354,21 unit untuk titik impas dalam unitnya. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa UD. Bali Gendis telah berada di atas titik impas karena memproduksi rata-rata diatas 1.354,21 yaitu sebanyak 2.553 unit dan menerima pendapatan rata-rata lebih dari Rp 20.313.277,73,- yaitu dengan menerima pendapatan sebesar Rp 38.295.000,- selama periode Juli s.d Desember 2012.

Untuk titik impas unit perbulannya, diketahui bahwa total penjualan produk teh Bunga Rosella UD Bali Gendis selama periode bulan Juli – Desember 2012 telah berada di atas titik impas per bulan, yang diketahui dengan menggunakan rumus :  $BEP (Q) / 6$  (Total bulan penelitian) , yaitu  $1.354,21/6$  yang menghasilkan titik impas per bulan sebesar 225,70 unit. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjualan dalam unit produk teh Bunga Rosella UD Bali Gendis selama bulan Juli hingga Desember tahun 2012.

Tabel 1. Jumlah Produksi UD. Bali Gendis Bulan Juli – Desember 2012

Bulan	Jumlah Produksi Teh Rosella (Unit)
Juli	591
Agustus	350
September	354
Oktober	353
November	398
Desember	507
Jumlah	2.553
Rata-Rata	425,5

Sumber : Data Primer, 2012

Dari Tabel 1 di atas diketahui bahwa tiap bulannya rata-rata UD Bali Gendis telah berhasil menghasilkan produk teh Bunga Rosella di atas titik impas per bulannya, yakni sebesar 225,70 dengan menghasilkan produk rata-rata sebanyak 425,5 tiap bulannya. Sedangkan untuk jumlah produksi teh Bunga Rosella UD Bali Gendis tiap bulannya, selama bulan Juli hingga Desember 2012, semuanya telah berada jauh di atas titik impas.

### 3.2 Analisis BEP Berdasarkan Laba Yang Diinginkan Oleh Perusahaan

Pada tahun 2013, UD Bali Gendis menargetkan agar bisa mendapatkan laba sebesar Rp 13.500.00,-. Oleh karena itu perlu dilakukan perhitungan menggunakan Break Even Point untuk menghitung kuantitas unit penjualan dan jumlah rupiah penjualan yang harus dicapai sesuai dengan tingkat laba yang diinginkan.

### 3.2.1 Kuantitas Penjualan yang harus dicapai pada tingkat laba yang diinginkan

$$\begin{aligned} I(x) &= \frac{FC+I}{P-VC} \\ &= \frac{9.540.000+13.500.000}{15.000-7.955} \\ &= 2.896,16 \text{ Unit} \end{aligned}$$

### 3.2.2 Jumlah Rupiah Penjualan yang harus dicapai pada tingkat laba yang diinginkan

$$\begin{aligned} I(p.x) &= p \cdot \frac{FC+I}{P-VC} \\ &= 15.000 \cdot 2.896,16 \\ &= \text{Rp } 43.442.481,54 \end{aligned}$$

Jadi dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa untuk mendapatkan laba sebesar Rp 13.500.000, UD Bali Gendis harus menjual produk teh Bunga Rosellanya dengan jumlah unit sebanyak 2.896,16 unit dan mendapatkan hasil penjualan sebesar Rp 43.442.481,54,-.

### 3.3 Analisis Bauran Pemasaran Bunga Rosella UD. Bali Gendis

Analisis bauran pemasaran usaha Bunga Rosella pada UD. Bali Gendis dengan menggunakan metode analisis 4P menghasilkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Produk yang dihasilkan oleh UD Bali Gendis adalah produk konsumsi, yaitu teh Bunga Rosella dengan merek “Bali Gendis”. Teh Rosella produksi UD Bali Gendis ini dikemas dengan menggunakan kemasan karton yang dicetak dengan menarik dan disegel dengan segel plastik. Dalam pembuatannya, produk teh Bunga Rosella diolah dengan melalui beberapa tahap sebelum menjadi produk konsumsi jadi, yaitu dengan melalui tahapan seperti pemanenan, pengeringan, pengolahan dengan mencampur beberapa bahan rempah-rempah dan pengemasan.
2. Metode penentuan harga yang digunakan oleh UD. Bali Gendis adalah metode penentuan harga biaya-plus (*cost-plus pricing method*). Penentuan harga biaya-plus adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan persentase tertentu dari total biaya (ammarawirausaha, 2010). Di mana dalam hal ini UD Bali Gendis menambahkan persentase keuntungan sekitar 47% di atas biaya variabel produk per satuannya.
3. UD Bali Gendis menggunakan dua saluran distribusi, yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Distribusi tidak langsung UD Bali Gendis adalah dengan mendistribusikan produknya ke pedagang besar, yaitu

swalayan, untuk menjual produk teh Bunga Rosellanya. Sedangkan distribusi langsungnya, UD Bali Gendis menggunakan jasa seorang agen penjualan (sales) dalam menjual produknya ke konsumen-konsumen. Dalam menentukan tempat yang strategis untuk menjual produk teh Bunga Rosellanya, UD Bali Gendis memilih pusat-pusat perbelanjaan dan pusat oleh-oleh. Sedangkan untuk objek sasaran produk teh Bunga Rosellanya, UD Bali Gendis memilih menjual produk teh Bunga Rosellanya untuk semua kalangan usia diatas lima tahun, karena memang teh Bunga Rosella bermanfaat sebagai minuman herbal yang menyehatkan, baik tua maupun muda.

4. Promosi yang dilakukan oleh UD.Bali Gendis menggunakan metode penjualan perorangan (*personal selling*) dan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

### **3.4 Kendala yang Dihadapi UD. Bali Gendis dari Aspek Sosial dan Produksi**

Dalam memasarkan produk teh Bunga Rosellanya, UD.Bali Gendis juga mengalami beberapa kendala dari berbagai sisi, baik dari sisi sosial dan sisi produksi,. Kendala-kendala itu antara lain :

#### **a. Sosial**

Kendala pemasaran yang dihadapi UD.Bali Gendis yang selanjutnya adalah kendala dalam sisi sosialnya. Saat ini masyarakat belum terlalu mengenal manfaat dari teh Rosella dan masih banyak yang belum mengetahui apa itu teh Bunga Rosella. Karena itu akan semakin menyulitkan UD. Bali Gendis dalam menjual produknya. Salah satu cara yang telah ditempuh oleh UD. Bali Gendis adalah dengan rajin menghadiri workshop atau seminar-seminar sehingga bisa memperkenalkan produk teh Bunga Rosellanya ke masyarakat umum.

#### **b. Produksi**

Satu-satunya kendala pemasaran UD. Bali Gendis dari sisi produksinya adalah mengandalkan produsen Rosella dari Solo apabila stok kelopak Rosella yang dipanen masih belum mencukupi kebutuhan untuk menjadi bahan baku produk teh Rosellanya. Satu-satunya cara agar UD. Bali Gendis tidak selalu tergantung pada produsen Rosella di Solo adalah dengan memperluas lahan budidaya Rosella merah miliknya, sehingga bisa meningkatkan jumlah produksi Rosella yang akan dipanen.

## **4. Kesimpulan dan Saran**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis usaha dan bauran pemasaran terhadap UD. Bali Gendis untuk mengetahui titik impas yang diperoleh UD. Bali Gendis serta bauran pemasaran yang diterapkannya, maka didapatkan beberapa kesimpulan antara lain.

1. Titik impas dalam penjualan teh Bunga Rosella adalah Rp 20.313.277,73 dan titik impas kuantitas adalah 1.354,21 unit. Sedangkan total penjualan usaha

selama periode bulan Juli 2012 – Desember 2012 telah mencapai Rp 38.295.000,00 dan untuk jumlah produksinya telah mencapai 2.553 unit. Dengan demikian, usaha teh Bunga Rosella UD. Bali Gendis ini sudah berada diatas titik impas (untung).

2. Pada tahun 2013, UD Bali Gendis menargetkan untuk mendapatkan laba sebesar Rp 13.500.000,00. Dengan perhitungan BEP sesuai laba yang diinginkan suatu perusahaan, diketahui untuk mendapatkan laba sebesar yang diinginkan, UD Bali Gendis harus mampu memproduksi sebanyak 2.896,16 unit teh Bunga Rosella dan mendapatkan hasil penjualan sebesar Rp 43.442.481,54.
3. Untuk analisa bauran pemasaran yang terdiri dari empat variabel (produk, harga, tempat, promosi), diperoleh kesimpulan bahwa produk dari usaha bunga Rosella UD. Bali Gendis tergolong ke dalam produk konsumsi dimana produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung, tanpa diproses lagi menjadi bentuk atau olahan yang berbeda. Untuk metode penentuan harga jual yang digunakan adalah metode penentuan harga biaya plus (*cost plus pricing*). Distribusi yang dilakukan adalah distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Promosi yang dilakukan oleh UD. Bali Gendis dalam mempromosikan produk teh Bunga Rosellanya adalah dengan menggunakan metode *personal selling* dan belum pernah mencoba mempromosikan produknya melalui media elektronik maupun media cetak.
4. Kendala-kendala yang dihadapi oleh UD. Bali Gendis baik dari aspek sosial maupun produksinya, antara lain.
  - a) Masih banyaknya masyarakat yang kurang mengetahui dan memahami manfaat Rosella juga turut menjadi kendala sosial yang dihadapi oleh UD. Bali Gendis dalam menjual produk teh Rosella.
  - b) Satu-satunya kendala pemasaran UD. Bali Gendis dari sisi produksinya adalah mengandalkan produsen Rosella dari Solo apabila stok kelopak Rosella yang dipanen masih belum mencukupi kebutuhan untuk menjadi bahan baku produk teh Rosellanya.

#### 4.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka selanjutnya dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Kegiatan promosi UD. Bali Gendis harus lebih ditingkatkan lagi. Untuk mengatasi masalah dalam pemasaran cara yang bisa digunakan misalnya menyebarkan brosur-brosur di tempat-tempat umum atau dengan melakukan promosi penjualan dengan memasarkan produk teh Rosella dengan menggunakan jasa sales promotion girl/boy dan membuat stand-stand teh Rosella “Bali Gendis” di swalayan-swalayan yang terkemuka di Bali dan acara-acara seperti pameran, misalnya saat Pesta Kesenian Bali (PKB).

2. Untuk mengatasi masalah dalam aspek sosialnya, cara yang bisa ditempuh oleh UD. Bali Gendis adalah dengan rajin menghadiri workshop atau seminar-seminar sehingga bisa memperkenalkan produk teh Rosellanya ke masyarakat umum dan menambah wawasan pada masyarakat banyak akan manfaat teh Rosella.
3. Sedangkan untuk mengatasi masalah dalam aspek produksi, satu-satunya cara agar UD. Bali Gendis tidak selalu tergantung pada produsen Rosella di Solo adalah dengan memperluas lahan budidaya Rosella merah miliknya sehingga bisa meningkatkan jumlah produksi Rosella yang akan dipanen.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih sebesar-besarnya pada Bapak Nengah Mulyadi, selaku pemilik usaha UD Bali Gendis, beserta karyawan, yang telah menyempatkan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan penelitian Bunga Rosella ini.

### **Daftar Pustaka**

- Agums. 2008. *Kesegaran Rosella Semakin Dinikmati*. Jakarta : Majalah Herba Indonesia
- Bahar, Yul Harry. 2008. Pengembangan Komoditas Hortikultura. Internet. [artikel online]. Di dapat dari : <http://www.hortikultura.deptan.go.id>. Diunduh pada tanggal 6 Oktober 2012
- Hernanto, F. 1993. *Ilmu Usahatani*. Jakarta : PT. Penebar Swadaya
- Kuswadi. 2007. *Analisis Keekonomian Proyek*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Edisi Kedelapan, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Radisahara, Gunadarma. 2013. Internet. [artikel online]. Di dapat dari : [http://radisahara.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/12988/4\\_cpv.doc](http://radisahara.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/12988/4_cpv.doc) . Diunduh pada tanggal 11 April 2013
- Soekartawi. 1995. *Dasar Penyusunan Proyek*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Syukur, Cheppy dan Hernani. 2001. *Budidaya Tanaman Obat Komersial*. Jakarta : Penebar Swadaya
- UKM, Bina. 2012. Internet. [artikel online]. Di dapat dari : <http://binaukm.com/2012/02/sekilas-mengenai-budidaya-tanaman-rosella/>. Diunduh pada tanggal 30 Januari 2013
- Wirausaha, Ammara. Internet. [artikel online]. Di dapat dari : <http://ammarawirausaha.blogspot.com/2010/04/macam-macam-penetapan-harga.html>. Diunduh pada tanggal 11 April 2013