

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN TAHU PADA INDUSTRI “AFIFAH” DI KOTA PALU SULAWESI TENGAH

Analysis of Income and Marketing of “Afifah” Tofu Industry Industry in Palu City of Central Sulawesi

Narmin¹⁾, Made Antara²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu. E-mail: narmin.ladai@yahoo.com

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Tadulako. Palu. E-mail: yasinta90287@gmail.com

ABSTRACT

The agriculture and industry sectors are interrelated sectors, where agriculture is the provider of raw materials, while the industry processes the agricultural products to obtain added values. Small industries are very large parts of an economy. Some small industries are potential to be developed, one of which is tofu business. Central Sulawesi was one of suitable areas for soybean development. Some areas in Central Sulawesi had been processing the soybean plant, but they were only intended for sale and consumption. The entrepreneurs and businessmen in Palu City have begun to see these opportunities and developed agro-industry by processing soybeans into tofu. This study was conducted at “Afifah” Tofu Industry in Jl. Jati No. 08 Nunu Village Tatanga District Palu City, Central Sulawesi. This study aimed 1) to determine the form of marketing channel of “Afifah” Tofu Industry, and 2) to determine the marketing margin of “Afifah” Tofu Industry. Respondent determination was purposively selected including one chairman of “Afifah” Tofu Industry, one worker of “Afifah” Tofu Industry, and six tofu traders. The results showed that the revenue earned in September 2015 was IDR 7,219,206. There were two forms of marketing channel at “Afifah” Tofu Industry, namely 1) the producer sold its products to the retailers then the retailers sold them to the last consumers, and 2) the producer sold its products directly to the last consumers. Tofu marketing margin gained at the first channel was IDR 33,000, while there was no margin at the second channel because the producer sold its products directly to the consumers.

Key Words: Income, marketing channel, marketing margin, and tofu.

ABSTRAK

Sektor pertanian dan industri merupakan sektor yang saling terkait satu sama lain di mana pertanian sebagai penyedia bahan baku sedangkan industri mengolah hasil pertanian untuk memperoleh nilai tambah. Industri kecil mempunyai peranan yang sangat besar terhadap roda perekonomian suatu negara. Beberapa industri kecil potensial untuk dikembangkan, salah satunya adalah usaha pembuatan tahu. Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah yang cocok untuk pengembangan kedelai. Beberapa daerah di Sulawesi Tengah sudah mengolah kedelai, tetapi hanya bertujuan untuk penjualan kedelai dan konsumsi. Pengusaha di Kota Palu mulai melihat peluang ini dan mengembangkan agroindustri dengan mengolah biji kedelai menjadi tahu. Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Tahu “Afifah” di Jl. Jati No. 08 Kelurahan Nunu Kecamatan Tatanga Kota Palu Sulawesi Tengah. Penelitian bertujuan untuk 1) mengetahui bentuk saluran pemasaran Industri Tahu “Afifah”, dan 2) mengetahui margin pemasaran Industri Tahu “Afifah”. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan responden, yaitu 1 orang pimpinan Industri Tahu “Afifah”, 2 orang karyawan Industri Tahu “Afifah”, dan 6 orang pedagang tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pada bulan September 2015 adalah sebesar Rp.7.219.206. Ada dua bentuk saluran pemasaran Industri Tahu “Afifah”, yaitu 1) produsen menjual produknya ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjualnya ke konsumen akhir, dan 2) produsen menjual produknya langsung ke

konsumen akhir. Margin pemasaran tahu yang diperoleh pada saluran pertama adalah sebesar Rp. 33.000, sedangkan margin pemasaran pada saluran kedua tidak ada karena produsen menjual langsung ke konsumen.

Kata Kunci: Margin Pemasaran, Pendapatan, Saluran Pemasaran, dan Tahu.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian masih tetap memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena sektor pertanian masih memberikan sumbangan bagi produk domestik bruto, mampu menyerap angkatan kerja yang ada, mampu menyediakan keragaman menu pangan, mampu mendukung sektor industri hulu dan industri hilir, mampu meningkatkan pendapatan petani, dan masih mendorong kesempatan berusaha serta hasil pertanian yang dapat memberikan sumbangan devisa yang cukup besar.

Beberapa industri kecil yang potensial untuk dikembangkan, salah satunya adalah usaha pembuatan tahu. Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah yang cocok untuk dikembangkan tanaman kacang kedelai. Beberapa daerah di Sulawesi Tengah sudah mengolah tanaman kacang kedelai, akan tetapi hanya bertujuan untuk penjualan kacang kedelai dan konsumsi. Pengusaha di Kota Palu mulai melihat peluang ini dan mengembangkan agroindustri dengan mengolah biji kedelai menjadi tahu.

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan sektor ekonomi khususnya industri, dalam hal ini pengembangan industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri) merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan nasional di sektor perindustrian. Pengembangan agroindustri dimaksudkan untuk memanfaatkan seoptimal mungkin potensi sektor pertanian dan sektor terkait lainnya dalam upaya meningkatkan produk nasional dan memperkuat struktur perekonomian. Efisiensi dan produktivitas agroindustri perlu terus di tingkatkan guna memperkuat daya saing produknya, baik dipasar internasional maupun domestik (Maftukhim, 1996).

Industri merupakan salah satu aktivitas yang dapat menunjang roda pembangunan ekonomi yang juga berkembang searah dengan pertumbuhan ekonomi. Industri yang merupakan bagian dari kehidupan ekonomi dengan sendirinya merupakan suatu komponen utama bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu komunitas masyarakat, sehingga keberadaan dan kehadiran industri pada dasarnya sangat membantu masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya.

Konsep agribisnis merupakan salah satu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Sektor bisnis pertanian yang bergerak dalam bidang pengolahan komoditi pertanian memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan, karena Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah dan sumber daya manusia yang dalam hal ini adalah ketersediaan tenaga kerja yang cukup melimpah pula. Kombinasi yang baik diantara keduanya diharapkan dapat menciptakan suatu usaha agribisnis yang tangguh (Soekartawi, 2003).

Kedelai adalah sumber protein nabati utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Bagi perekonomian Indonesia, kedelai memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku yang utama bagi industri tahu, tempe, tauco, kecap, dan pakan ternak. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk serta meningkatnya kesadaran penduduk tentang pentingnya mengkonsumsi makanan bergizi, mengakibatkan permintaan terhadap makanan olahan kedelai meningkat. Namun tingginya permintaan kedelai tersebut tidak diimbangi dengan meningkatnya produksi kedelai di dalam negeri. Kedelai merupakan suatu komoditi pertanian Indonesia yang memiliki prospek pengembangan yang

cukup cerah seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kecukupan gizi yang bersumber dari produk hasil olahan kedelai yang mempunyai kandungan protein nabati yang tinggi. Perkembangan tanaman kedelai di Sulawesi Tengah merupakan bagian dari sektor pertanian yang dianggap pertumbuhannya paling konsisten dari tahun ke tahun jika dilihat dari hasil produksi, luas areal lahan dan produktivitasnya, hal ini terlihat pada Tabel 1.

Berdasarkan data pada Tabel 1 perkembangan luas panen dan produksi kacang kedelai di Sulawesi Tengah mengalami peningkatan dan penurunan tiap tahunnya. Tahun 2013-2015 mengalami peningkatan produksi kacang kedelai, dikarenakan banyaknya permintaan konsumen produk tahu di Kota Palu dan sekitarnya. Industri Tahu “Afifah” di Kota Palu merupakan industri menengah, tujuan utama setiap usaha atau industri ialah untuk memperoleh pendapatan semaksimal mungkin dan pengeluaran biaya seminimal mungkin agar kegiatan usaha atau industri tersebut terus berkembang, oleh karena itu penting untuk mengetahui pendapatan dan pemasaran yang diperoleh industri tersebut, hal inilah yang menjadi latar belakang penelitian pada Industri Tahu “Afifah” di Kota Palu. Sulawesi tengah, khususnya Kota Palu terdapat beberapa Industri-

industri Tahu, dengan menggunakan kacang kedelai sebagai bahan baku utamanya.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (*Perindagkop*) Kota Palu, menyatakan bahwa terdapat beberapa agroindustri yang memproduksi produk Tahu, hal ini terlihat pada Tabel 2.

Berdasarkan data pada Tabel 2 terdapat beberapa industri tahu yang tersebar di Kota Palu, namun salah satu Industri tersebut memproduksi kacang kedelai dengan jumlah yang cukup besar yakni Industri Tahu “Afifah” dengan kapasitas produksi sebesar 200 ton perbulan. Produksi Tahu yang terendah, yaitu pada industri Mitra Cemangi sebesar 3 ton.

Besarnya jumlah produksi pada Industri Tahu “Afifah” disebabkan karena banyaknya permintaan konsumen dan pasar, permintaan produksi tahu lebih meningkat dibandingkan dengan industri-industri lain, sehingga produksi tahu yang dihasilkan Industri Tahu “Afifah” mengalami peningkatan dari sebelumnya. Industri Tahu “Afifah” di Kota Palu, memiliki pelanggan tetap dari dalam dan luar Kota Palu. Industri Tahu “Afifah” mampu memenuhi kebutuhan permintaan konsumen di Kota Palu dan sekitarnya.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Kacang Kedelai di Sulawesi Tengah, 2011-2015

No.	Tahun	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	2011	3618	4722	13.05
2	2012	2786	3555	12.76
3	2013	4632	6900	14.90
4	2014	5621	8203	14.59
5	2015	7642	12654	16.56
Rata-rata		4859,8	7206,8	14,372

Sumber: Data Badan Pusat Statistik, 2015.

Tabel 2. Nama-nama Industri Tahu di Kota Palu Tahun 2015

No	Industri	Pimpinan	Alamat	Produksi (Ton)
1	Reski	H.Slamet Harianto	Jln. Manggis No.41	80
2	Erie	Ahmad Sugawan	Jln. Teratai No.04	83
3	Tahu Vivi	Moh. Kodi	Jln. Buah pala	150
4	Tahu Afifah	Safran Renaldy.S.Hut	Jln. Jati No.81	200
5	MitraCemangi	Ishak. AM	Jln.Cemangi No.09	3
6	UD Mandiri	Sutran Indah Hariyono	Jln. Munif Rahman	180

Sumber: Data Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan usaha tahu 2) mengetahui bentuk saluran pemasaran Industri Tahu “Afifah”, dan 3) mengetahui margin pemasaran Industri Tahu “Afifah”.

METODE PENELITIAN

Penelitian Terdahulu. Utami, dkk (2012) melakukan penelitian tentang “pemanfaatan ILES-ILES (*Amorphophallus oncophyllus*) sebagai pengental pada pembuatan tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahu dengan penambahan ILES-ILES lebih banyak manfaatnya. Selain mengandung nutrisi tambahan seperti protein dan serat kasar, ILES-ILES dapat membuat tahu kenyal.

Dedy dan Sudarminto (2014), melakukan penelitian tentang “Penentuan atribut mutu tekstur tahu untuk direkomendasikan sebagai syarat tambahan dalam standar nasional Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kadar air paling tinggi terdapat pada sampel Tahu G sebesar 85.27 %, sedangkan kadar air terendah terdapat pada sampel Tahu I sebesar 78.82 %.

Setiawan dkk (2008), melakukan penelitian tentang “Analisa Produk Sampingan Dalam Menentukan Tingkat Pendapatan Produk Utama (Studi Kasus Pada perusahaan tahu yun – yi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk sampingan oncom setelah diproses lebih lanjut menghasilkan laba lebih kecil dibandingkan dengan tanpa proses lebih lanjut, yaitu sebesar Rp. 797.250.-, sedangkan tanpa proses lebih lanjut sebesar Rp. 900.000.-.

Santoso, dkk (2009) melakukan penelitian dan pembahasan tentang agroindustri tahu di Desa Pandansari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) Biaya produksi yang dikeluarkan untuk satu kali produksi dalam produksi dalam usaha agroindustri tahu di Desa Pandansari Kecamatan Ajibarang adalah sebesar Rp. 320.288,30. (2)

Pendapatan bersih yang diterima dalam satu kali produksi oleh para pengrajin tahu di Desa Pandansari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas adalah sebesar Rp. 72. 313,70.

Wiyono dan Rukavina, (2015) Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan yaitu penerimaan total yang diperoleh industri rumah tangga “WAJIANTO” dalam memproduksi tahu selama Bulan Agustus Tahun 2014 sebesar Rp. 28.000.000. Setelah dikurangi dengan biaya total didapat pendapatan bersih sebesar Rp. 10.414.786,6.

Tempat dan Waktu Penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Tahu “Afifah” di Kelurahan Nunu Kecamatan Tatanga Kota Palu. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa Industri Tahu ini merupakan salah satu usaha pengolahan Kacang kedelai menjadi tahu dengan bahan baku yang melebihi dari industri lain. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan September Tahun 2015.

Penentuan Responden. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa pimpinan usaha, tenaga kerja Industri Tahu “Afifah” serta pedagang tahu dapat memberikan informasi mengenai proses produksi, sehingga diharapkan dapat diperoleh data yang akurat sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini. Responden yang diambil, yaitu 1 orang pimpinan dimana seorang pimpinan bertugas untuk memajemen seluruh kegiatan perusahaan selama produksi berlangsung, sedangkan 2 orang karyawan yang mewakili dari sekian banyak tenaga kerja bertugas dalam bidang mengkoordinir kinerja karyawan yang memproduksi serta 6 orang pedagang tahu yang membeli dan memasarkan produknya kepada konsumen.

Pengumpulan Data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung Dari Industri Tahu “Afifah” dengan cara observasi dan wawancara

langsung dengan responden, yaitu pemilik atau pimpinan industri, karyawan serta pedagang tahu dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi yang terkait (BPS, Dinas Pertanian, beserta instansi terkait lainnya) dan berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Analisis Data.

Berdasarkan pengumpulan data di atas, maka alat analisis data yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh dari responden adalah:

Analisis Pendapatan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui total penerimaan dan total biaya, maka digunakan analisis $R/C=TR/TC$ yakni melihat perbandingan antara total penerimaan dengan total pengeluaran. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

$$\pi = TR-TC$$

Keterangan :

Π = Pendapatan Industri

TR = *Total Revenue*/Total Penerimaan (Rp)

TC = *Total Cost*/Total Biaya (Rp)

Saluran Pemasaran. Mengetahui saluran pemasaran tahu Afifah digunakan analisis yang menggambarkan bentuk saluran pemasaran tahu Afifah di Kota Palu. Menurut (Hamid, 1984), margin pemasaran adalah selisi antara harga yang di terima produsen dengan yang di bayarkan konsumen, untuk mengetahui besarnya margin pemasaran tiap saluran pemasaran menggunakan analisis sebagai berikut:

$$M = Hk-Hp$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran

Hk = Harga Konsumen

Hp = Harga Produsen

Margin Pemasaran. Menurut Kotler (1993), untuk mengetahui bentuk pemasaran Tahu “Afifah” dilakukan dengan menanyakan berapa harga Tahu yang diterima oleh Industri dalam memasarkannya. Kemudian untuk mengetahui margin pemasaran (M) digunakan model sebagai berikut:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp)

Hp = Harga Penjualan (Rp)

Hb = Harga Pembelian (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden, memiliki karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik yang dimaksud adalah tingkat umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berdagang.

Umur Responden. Umur merupakan salah satu factor yang mempengaruhi kemampuan kerja produsen baik secara fisik, mental maupun dalam hal mengambil keputusan, oleh karena itu produsen maupun pedagang sangat mempengaruhi cara berfikir dalam melaksanakan usahanya, usia produktif, yaitu antara umur 15-64 tahun (BPS,2014). jelasnya terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Umur Responden pada Industri Tahu “Afifah” dan Pedagang Pengecer, 2015

No	Umur (Tahun)	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	30-45	5	55,56
2	46-55	4	44,44
3	56-65	-	-
	Jumlah	9	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 4. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden pada Industri Tahu “Afifah” dan Pedagang Pengecer, Tahun 2015

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	S-1	1	11,11
2.	SD	2	22,22
3.	SMP	4	44,45
4.	SMA	2	22,22
Jumlah		9	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 3 menunjukkan bahwa umur 30-45 tahun terdiri dari 5 orang dengan persentase (55,56%), umur 46-55 tahun terdiri dari 4 orang dengan persentase (44,44%). Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan kerja baik secara fisik, mental maupun dalam hal pengambilan keputusan. Seseorang yang berumur relatif lebih muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang relatif tinggi, semangat kerja yang tinggi dan jiwa yang dinamis, sehingga lebih cepat dalam menerima teknologi baru yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan maupun melakukan perubahan penggunaan input–input baru dalam berproduksi, karena umur relatif muda menghendaki adanya perubahan yang terjadi untuk keberhasilan usahanya.

Tingkat Pendidikan. Tabel 4 menunjukkan bahwa pendidikan Strata-1 terdiri dari 1 orang dengan Persentase 11,11%, kemudian tingkat pendidikan SMP dari 4 orang dengan persentase 44,45%, sedangkan pendidikan SD dan SMA terdiri dari 2 orang dengan persentase 22,22%. Umumnya orang yang memiliki pendidikan lebih tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas terutama penghayatan akan arti pentingnya produktivitas yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan produktif. Pendidikan akan membentuk dan menambah pengetahuan seseorang dalam mengerjakan sesuatu dengan lebih cepat dan lebih tepat, dengan demikian tingkat produktivitas kerja seseorang semakin tinggi pula. Kemampuan dan skill selalu akan dipengaruhi oleh pengalaman seseorang, baik itu pengalaman pendidikan maupun pengalaman bekerja.

Jumlah Tanggungan Keluarga Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan 1-2 orang terdiri dari 3 jiwa (33,33%), 3-4 orang terdiri dari 5 jiwa (55,56%), dan 5-6 orang terdiri dari 1 jiwa (11,11%). Hal ini menunjukkan semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin banyak tanggungan pemikiran dalam menyelesaikan masalah termasuk keputusan untuk merubah kegiatan dalam usahatani namun disisi lain banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan membuat pengeluaran atau biaya semakin tinggi sehingga semakin kecil modal yang digunakan untuk proses produksi. Sebaliknya semakin kecil tanggungan keluarga semakin rendah pengeluaran atau biaya sehingga makin banyak modal yang dapat dialokasikan dalam upaya peningkatan usahanya.

Pengalaman Berusaha. Tabel 6 menunjukkan bahwa pengalaman berusaha tahun 1-10 terdiri dari 4 orang (44,44%), 11-20 terdiri dari 5 orang (55,56%). Dalam pengelolaan usahatani semakin lama petani berusahatani maka dapat mempengaruhi kebiasaan, kemahiran, dan keterampilan atau keahlian dalam melakukan kegiatan usahatani yang nantinya akan mempengaruhi baik tidaknya hasil produksi.

Pengalaman berhubungan dengan keterampilan dan penggunaan teknologi, yang didukung oleh usia petani yang produktif, maka petani akan melakukan penerapan teknologi usahanya. Pengalaman dalam berusaha juga dapat merupakan faktor yang cukup penting dalam menunjang seorang dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan kerjanya dalam berwirausaha.

Biaya Produksi. Biaya produksi dalam penelitian terbagi menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap umumnya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun proses produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya tetap ini meliputi biaya pajak bangunan dan penyusutan alat, yang dimaksud dengan penyusutan alat, yaitu besarnya biaya yang dikeluarkan pada saat membeli alat dikurangi dengan harga jual sekarang kemudian dibagi dengan nilai ekonomis atau lamanya alat tersebut dipakai. Biaya

variabel ialah biaya produksi yang jumlahnya berubah sesuai dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Jika produksi sedikit, biaya variabel sedikit dan sebaliknya jika produksi tinggi maka biaya variabel akan tinggi.

Biaya Tetap. Biaya tetap adalah biaya perusahaan yang besarnya tidak dipengaruhi oleh perubahan-perubahan baik dalam produksi maupun penjualan. Biaya tetap dalam penelitian ini meliputi biaya penyusutan, gaji pimpinan dan karyawan, serta pajak usaha terlihat pada Tabel 7.

Tabel 5. Klasifikasi Tanggungan Keluarga Responden pada Industri Tahu “Afifah” dan Pedagang Pengecer, Tahun 2015

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	1-2	3	33,33
2.	3-4	5	55,56
3.	5-6	1	11,11
	Jumlah	9	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015

Tabel 6. Klasifikasi pengalaman usaha Responden pada Industri Tahu “Afifah” dan Pedagang Pengecer, Tahun 2015

No	Pengalaman usaha (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	1-10	4	44,44
2.	11-20	5	55,56
	Jumlah	9	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 7. Biaya Tetap Produksi Industri Tahu “Afifah” Pada Bulan September, Tahun 2015

No	Jenis Biaya Tetap	Nilai (Rp/ Bulan)
1	Biaya Penyusutan	1.320.794
2	Gaji Karyawan	29.000.000
3	Pajak Usaha	1.820.000
	Jumlah	30.502.794

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 8. Biaya Variabel Produksi Industri Tahu “Afifah” Pada Bulan September, Tahun 2015

No	Jenis Biaya Variabel	Nilai (Rp/Bulan)
1	Bahan Baku Kedelai	39.717.000
2	Bahan Penolong	4.825.000
	Jumlah	44.542.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015

Tabel 7 menunjukkan bahwa biaya tetap produksi pada Industri Tahu “Afifah” selama bulan September terdiri dari biaya penyusutan sebesar Rp. 1.320.794, gaji karyawan sebesar Rp. 29.000.000, dan pajak usaha sebesar Rp. 1.820.000, sehingga total biaya tetap adalah sebesar Rp. 30.502.794.

Biaya Variabel. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya selalu berubah-ubah sesuai dengan volume produksi. Biaya variabel meliputi biaya bahan baku dan biaya bahan tambahan (Rekapitulasi biaya variabel dapat dilihat pada Tabel 9.

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya selalu berubah-ubah sesuai dengan volume produksi. Biaya variabel meliputi biaya bahan baku dan biaya bahan tambahan (Rekapitulasi biaya variabel terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8 menunjukkan penggunaan biaya variabel pada industri Tahu “Afifah” selama sebulan yang terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp. 39.717.000 dan biaya bahan penolong sebesar Rp. 4.825.000. Jadi total biaya variabel sebesar Rp. 44.542.000 yang harus di keluarkan dalam memproduksi

tahu pada industri Tahu Afifah, biaya variabel ini ditentukan oleh besar kecil jumlah produksi yang akan direncanakan.

Pendapatan Usaha. Pendapatan digunakan untuk mengetahui berapa besarnya pendapatan yang diperoleh industri Tahu Afifah. Menetapkan besarnya pendapatan yang diterima oleh Industri Tahu Afifah adalah selisi antara penerimaan dengan jumlah pengeluaran atau biaya yang berupa biaya tetap maupun biaya variabel. Besarnya pendapatan industri Tahu Afifah terlihat pada Tabel 9.

Tabel 9 menunjukkan bahwa hasil pendapatan yang diperoleh Industri Tahu Afifah dengan penerimaan sebesar Rp. 82.264.000 dikurangi dengan total biaya sebesar Rp. 75.044.794. Jumlah pendapatan sangat tergantung pada jumlah penerimaan dan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Pendapatan bersih produksi tahu industri Tahu Afifah, yaitu sebesar Rp. 7.219.206. Hal ini berarti cukup baik untuk diusahakan, karena memberikan pendapatan yang cukup besar kepada Industri Tahu Afifah.

Tabel 9. Pendapatan Usaha Industri Tahu “Afifah”, September 2015

No	Uraian	Jumlah	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan: Produksi 1.582 Kg Harga/loyang	Rp. 82.264.000 Rp. 82.264.000 Rp. 52.000	
2.	Biaya:		
a.	Biaya tetap		
	- Penyusutan alat	Rp. 1.320.794	
	- Pajak usaha	Rp. 1.820.000	
	- Tenaga kerja	Rp. 29.000.000	Rp. 30.502.794
b.	Biaya variabel		
	- Kacang kedelai	Rp. 39.717.000	
	Biaya lain-lain		
	- Listrik	Rp. 450.000	Rp. 44.542.000
	- Bahan bakar mobil(bensin)	Rp. 750.000	
	- Bahan bakar kayu	Rp. 3.625.000	
	Total Biaya:	Rp.75.044.794	
3.	Pendapatan Bersih (1) - (2)	Rp. 7.219.206	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 10. Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku pada Saluran 1, 2015

No.	Uraian	Volume Penjualan Tahu (loyang)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp)
1.	Pedagang Pengecer	11	1.500	2.000
2.	Konsumen	-	2.000	-

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 11. Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku pada Saluran 2, 2015

No.	Uraian	Volume Penjualan (Loyang Tahu)	Harga Beli (Rp)	Harga Jual (Rp/3 Iris)
1.	Produsen	50	-	1.000
2.	Konsumen	-	1.000	-

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 12. Margin Pemasaran Tahu Pada Saluran 1 Industri Tahu “Afifah”, 2015

No.	Uraian	Harga (Rp)	Margin (Hp-Hb)
1.	Harga Penjualan Produsen	1.500	
2.	Pedagang Pengecer		33.000
	a. Harga Penjualan (Hp)	85.000	
	b. Harga Pembelian (Hb)	52.000	
	Total Margin		33.000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Lembaga Pemasaran. Lembaga pemasaran Tahu “Afifah” adalah individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan produknya dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan konsumen semaksimal mungkin, kemudian konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa keuntungan (margin pemasaran). Jika hal ini terjadi, maka keduanya secara tidak langsung telah diuntungkan meski dalam bentuk yang berbeda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka lembaga pemasaran yang terlibat di industri Tahu “Afifah” dalam menyalurkan produknya ke konsumen terdiri atas Pedagang Pengecer. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli produk Tahu dari produsen tahu Afifah dan biaya transportasi ditanggung oleh industri karena diantarkan langsung ke pedagang pengecer.

Saluran Pemasaran. Penyaluran Tahu Afifah melibatkan kegiatan-kegiatan yang saling melengkapi. Lembaga pemasaran mutlak diperlukan untuk membantu produsen dalam menyalurkan hasil produknya sampai ketangan konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua saluran pemasaran tahu Afifah, yaitu:

1. Produsen => Pedagang pengecer => Konsumen
2. Produsen => Konsumen

Keterangan:

Saluran 1 : Industri menjual produk tahu ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen.

Saluran 2 : Industri menjual langsung tahu di tempat produksi sehingga konsumen yang ada di sekitar industri dapat membeli langsung ditempat produsen.

Pada saluran 1 industri menjual tahunya kepada pedagang pengecer dengan

harga Rp. 1.500/3 iris. Selanjutnya, pedagang pengecer menjual ke konsumen di pasar dengan harga Rp. 2.000/3 iris. Pada saluran 2 industri menjual produk tahunya langsung ke konsumen di tempat produksi itu sendiri dengan harga Rp. 1.000/3 iris.

Semakin panjang saluran pemasaran akan mengakibatkan semakin mahalnya produk yang diterima konsumen, karena semakin besarnya biaya yang dikeluarkan. Saluran pemasaran tersebut produk yang dipasarkan harus sampai ke konsumen dengan efektif dan efisien. Volume penjualan dan harga pada saluran 1 terlihat pada Tabel 10.

Tabel 10 menunjukkan bahwa pada saluran 1 volume penjualan dari pedagang pengecer ke konsumen sebesar 11 loyang tahu, dan pembelian tahu eceran dari produsen Rp. 1.500 harga jual tahu dari pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp.2000/3 iris tahu.

Aliran barang dari produsen ke konsumen pada saluran 2 relatif lebih pendek. Hal ini dikarenakan industri langsung menjual produk tahu di tempat produksi karena harganya yang lebih murah dibandingkan ke pedagang pengecer. Volume penjualan dan harga yang berlaku pada saluran 2 terlihat pada Tabel 11.

Tabel 11 menunjukkan bahwa pada saluran volume penjualan dari produsen langsung ke konsumen sebesar 50 loyang tahu dan volume penjualan dari produsen ke konsumen sebesar Rp.1.000/3 iris.

Karena harga dari tempat produksi lebih murah dibandingkan dengan pedagang pengecer sehingga produsen lebih sering membeli tahu di tempat produksi karena harganya yang terjangkau.

Margin Pemasaran. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir atau selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran.

Margin pemasaran menentukan harga tahu ditingkat konsumen. Margin

pemasaran juga diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proporsional bagi produsen dan lembaga pemasaran tahu sesuai dengan biaya, resiko, pengorbanan dan pelayanan yang ditanggungnya. Data margin pemasaran tahu pada saluran 1 terlihat pada Tabel 12.

Tabel 12 menunjukkan bahwa pada saluran 1, harga penjualan produsen ke pedagang pengecer dengan harga eceran Rp. 1.500 dan harga pembelian pedagang pengecer (perloyang) Rp. 52.000, penjualan pedagang pengecer ke konsumen Rp. 85.000, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 33.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan dari uraian hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pendapatan yang diperoleh industri tahu “Afifah” pada bulan September adalah sebesar Rp. 7.219.206.

Ada dua bentuk saluran pemasaran tahu “Afifah”, yaitu: produsen menjual produk tahunya ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual tahu langsung ke konsumen akhir yang ada di Pasar, kemudian produsen menjual produk tahunya langsung ke konsumen.

Margin pemasaran tahu yang diperoleh untuk saluran pertama, yaitu Rp. 33.000 dan margin pemasaran kedua tidak ada karena produsen menjual langsung ke konsumen.

Saran.

Disarankan pada produsen agar dapat menyalurkan hasil produknya menggunakan saluran 1 karena pada saluran pertama menguntungkan dibandingkan dengan saluran 2 sehingga dengan memperpendek saluran pemasaran memberi peluang peningkatan bagian harga di tingkat produsen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2014. *Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Menurut Provinsi Sulawesi Tengah*. Palu. Sulawesi Tengah
- Utami, C.P., Sukma AF. dan Kristina H. 2012. *Pemanfaatan ILES-ILES (Amorphophallus oncophylus) sebagai Pengenyal pada Pembuatan Tahu*. J. Teknologi Kimia Dan Industri. Vol. 1 (1) 79-89 : Jurusan tehnik Kimia. Fakultas Tehnik Universitas Diponegoro. Semarang.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan Dan Koperasi (PERINDAKOP). 2015. *Nama-nama Industri Tahu di Kota Palu Tahun 2015.*, Palu. Sulawesi Tengah
- Dedy N.M dan Sudarminto S.Y., 2014: *Penentuan Atribut Mutu Ekstur Tahu untuk Direkomendasikan Sebagai Syarat Tambahan dalam Standar Nasional Indonesia*. J. Pangan dan Agroindustri. Vol. 2 (4) 259-267 : FTP. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hamid, AK. 1984. *Tataniaga Pertanian*. Lembaga Penerbit Universitas Hasanuddin. Ujung Pandang.
- Kotler,P. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Maftukhim, 1996. *Kemungkinan Perluasan Pasar Emping Melinjo Melalui Kontrol Kualitas*. Proposal Penelitian Program Pasca Sarjana UNHAS. Ujung Pandang.
- Setiawan Hendra. H dan Hastoni.,2008., *Analisa Produk Sampingan Dalam Menentukan Tingkat Pendapatan Produk Utama (Studi Kasus Pada perusahaan tahu yun – yi)*.Vol. 10 (1) 56-60 : Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan., J. Ilmiah Kesatuan.
- Soekartawi, 2003. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Wiyono, T. dan Rukavina Baksh, 2015. *Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Usaha Tahu Pada Industri Rumah Tangga “ Wajianto “ Di Desa Ogurandu Kecamatan Bolano Lambunu Kabupaten Parigi Moutong*. Agrotekbis Vol. 3 (3) 421-426: Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu.
- Santoso, W. Pujiati Utami, dan Dumasari., 2009. *Analisis Pendapatan dan Biaya Produksi Agroindustri Tahu Di Desa Pandansari Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*. J. Agritech Vol. XI (1) 45-55 : Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto.