

**AGROINDUSTRI DAN PEMASARAN TAHU
(KASUS: AGROINDUSTRI TAHU SIKIM)
DI DESA SEJANGAT KECAMATAN BUKIT BATU
KABUPATEN BENGKALIS
PROVINSI RIAU**

Oleh :

**YESI NAZILA
174210347**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

BIOGRAFI PENULIS



Yesi Nazila dilahirkan di Sejangat Pada Tanggal 06 Agustus 1999, yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Arduan dan Ibu Nurhayati. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2011 di SDN 013 Sejangat kabupaten Bengkalis. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan SMP/ Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Bukit Batu kabupaten Bengkalis dan selesai pada tahun 2014. kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Bukit Batu kabupaten Bengkalis dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis kembali melanjutkan Studi Strata Satu (S1) di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Islam Riau. Penulis melakukan penelitian dengan judul **“Agroindustri dan Pemasaran Tahu (Kasus: Agroindustri Tahu Sikim) Di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau”**. Alhamdulillah Dengan izin Allah SWT akhirnya pada tanggal 05 Mei 2021 penulis dinyatakan lulus ujian komprehensif dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Penulis

Yesi Nazila, SP

Kata Persembahan

Bismillahirrohmaanirrohiim

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggenggam langit dan bumi, Dengan rahman Rahim yang menghampar melebihi luasnya Dunia.

Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa Merindukan Kemaha Besarannya Allah SWT.

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam. Pembangun peradaban manusia yang beradab Habibana wanabiyana Muhammad SAW.

Tetes penuh yang membasahi, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputusan yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkan atas karunia dan rizki yang Engkau berikan.

Pada akhirnya tugas akhir (skripsi) ini dapat diselesaikan dengan baik (InsyaAllah), bila meminjam pepatah lama "Tak ada gading yang tak retak" maka sangat lah pantas bila pepatah itu disandingkan dengan karya ini.

Karya ini merupakan wujud dari kegigihan dalam ikhtiar untuk sebuah makna kesempurnaan dengan tanpa berharap melampaui kemaha sempurna sang maha sempurna.

Dengan Mengharap Ridho-Mu Semata Kupersembahkan Karya Mungil Ini Sebagai Kado Keseriusanku Untuk Membalas Semua Pengorbananmu, Dalam Hidupmu Demi Hidupku Kalian Ikhlas Mengorbankan Segala Perasaan Tanpa Kenal Lelah, Dalam Lapar Berjuang Separuh Nyawa Hingga Segalanya yang Ku Tau Ini Belum Ada Apa-Apanya dan Takkan Pernah Setimpal. Ya Allah, Ya Rahman, Ya Rahim Berikan Lah Surgamu Kepada Orang tua ku Tercinta ayahnda ku ARDUAN dan ibunda ku NURHAYATI..

Aamiinyarabbal' alamin ...

Untuk mu Belahan Jiwa ku Bidadari Surgaku Yang Tanpamu Aku Bukanlah Siapa-Siapa di Dunia Fana Ini Ibunda Ku Tersayang NURHAYATI serta Ayahnda Ku ARDUAN yang

sampai saat ini alhamdulillah masih memberikan kecukupan dan rela banting tulang untuk bisa memenuhi permintaan anakmu yang banyak ini.

Dalam setiap langkah ku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan didiriku, meski belum semua itu kuraih insyallah atas dukungan doa dan restu semua mimpi itu akan terwujud dimasa penuh kehangatan nanti. Untuk itu ku persembahkan juga ungkapan terima kasih kepada kakak kandung ku SANTI JUHANA, Amd. Kep atas doa dan bantuan kakak selama ini. dan adik kandung ku DESI JUNISA atas doa dan support. Maaf belum bisa menjadi adik dan kakak yang seperti kalian mau, tetapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untuk kalian semua. Harapan ku semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses kelak dan bermanfaat bagi orang lain.. Terima Kasih juga Kepada Keluarga Besar dan Kecil Ku Yang Satu Persatu Tidak Bisa disebutkan. Saya hanya Mengucapkan Terima kasih Banyak Sudah Memberikan Doa dan Suport, Hanya Karya Kecil dan Mungil Ini Lah Yang Bisa Saya Balas Dan Membuat Hati Kalian Senang. Semoga keluarga besar dan kecil ku diberikan Surganya Allah SWT Kelak Nanti.

Aamiinyarabbal' alamin ...

Hidupku terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri Tanpa melibatkan bantuan Allah dan orang lain. "Tak ada tempat terbaik untuk berkeluh kesah selain Bersama sahabat-sahabat terbaik" Serta Terima kasih ku ucapkan kepada teman sejawat saudara seperjuangan Agribisnis terutama anggota Kelas B 2017.

Serta Terima kasih ku ucapkan kepada ibu/bapak dosen Faperta UIR atas jasa yang tak terhingga yang telah banyak mengajari ku selama kurang lebih 4 tahun ini.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku Bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec

Saya ucapkan terima kasih. Sebagai mahasiswa yang penuh keterbatasan tentu berulang kali menahan kemarahan dalam menuntunku. di antara tuntutan sebagai dosen, engkau juga selalu rela membagi waktu agar seluruh mahasiswa bisa lulus tepat waktu.

Pak, kini mahasiswamu telah genap menjadi sarjana.

Tentu ada banyak kejutan hidup yang menantikmu di depan sana.

Seluruh bekal ilmu yang pernah kau bagikan semoga menjadi modal untuk menjawab tantangan dimasa mendatang.

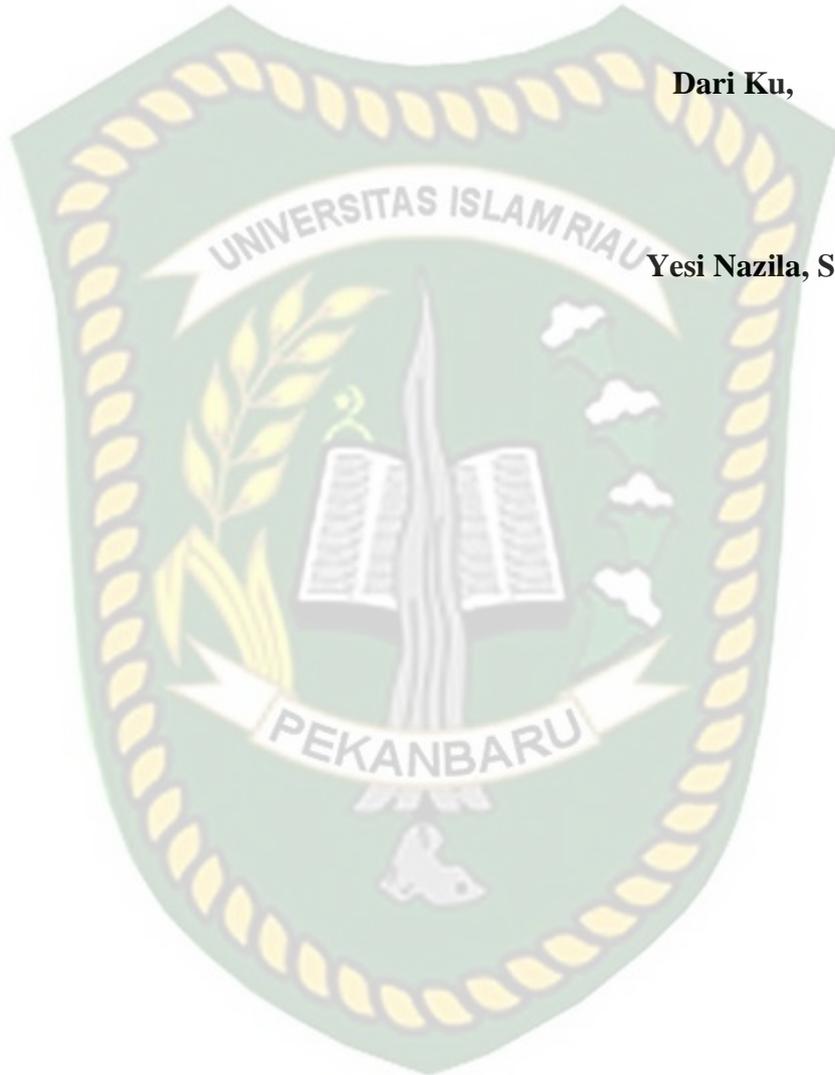
Untuk semua kemarahan, kritikan, dan tuntutan yang diberikan, aku mengucapkan banyak terimakasih, semoga kebaikan selalu menyertaimu.

*Akhir kata, semoga skripsi ini membawa manfaat bagi kita semua, jika hidup bisa
kuceritakan di atas kertas, entah berapa banyak kertas yang dibutuhkan hanya untuk ku.*

Demikian saya ucapkan terimakasih..☺☺

Dari Ku,

Yesi Nazila, SP



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

YESI NAZILA (174210347). Agroindustri dan Pemasaran Tahu (Kasus: Agroindustri Tahu Sikim) Di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Di Bawah Bimbingan Bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec.

Tahu merupakan makanan olahan kedelai yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dan memiliki peluang usaha dan menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1). Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang serta profil usaha agroindustri tahu Sikim, 2). Teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri tahu Sikim dan 3). Pemasaran tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Metode penelitian adalah metode study kasus pada agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Oktober 2020 sampai Maret 2021. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha, empat karyawan dan empat orang pedagang. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif, analisis manajemen usaha dan analisis nilai tambah dengan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengusaha berumur 52 tahun, tingkat pendidikan selama 12 tahun, pengalaman berusaha 13 tahun dan tanggungan keluarga sebanyak 1 jiwa. Karyawan rata-rata berumur 46 tahun, rata-rata tingkat pendidikan selama 9,75 tahun, pengalaman berusaha 6,5 tahun dan tanggungan keluarga sebanyak 3,5 jiwa. Sedangkan pedagang rata-rata berumur 49 tahun, tingkat pendidikan selama 12 tahun, pengalaman berusaha 9 tahun dan tanggungan keluarga sebanyak 3 jiwa. Usaha tahu sikim ini sudah berjalan selama 13 tahun, merupakan industri rumah tangga, modal usaha pribadi sebesar Rp. 14.938.000 dan memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang. Teknologi produksi yang digunakan tradisional. Jumlah bahan baku rata-rata 100 kg per proses produksi dan penggunaan bahan penunjang dalam satu kali proses produksi terdiri dari air 200 liter, kayu bakar 1,75 m³, minyak solar 0,5 liter, garam 3 kg, cuka 0,04 liter, obat tahu 0,04 liter dan listrik 18,57 watt. Biaya tetap sebesar Rp.37.630,93 dan biaya variabel sebesar Rp.1.096.354,64. Jumlah produksi 160 Kg. Pendapatan kotor sebesar Rp.1.280.000 dan pendapatan bersih sebesar Rp.146.014,43. Efisiensi sebesar Rp.1,13. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri tahu sebesar Rp.2.424,73/Kg dengan rasio nilai tambah 18,94%. Margin yang diperoleh sebesar Rp 4.800, dengan rasio pendapatan tenaga kerja 15,61%, sumbangan input lain 49,48% dan keuntungan perusahaan 34,90%. Lembaga pemasaran terdiri pedagang pengecer sebagai perantara penjual tahu sampai ke konsumen. Saluran pemasaran terdiri 2 yakni saluran I dari produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen, sedangkan saluran II yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Fungsi pemasaran tahu terdiri dari pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, pengolahan, pembiayaan, standarisasi, penggolongan produk penanggung resiko, dan penyediaan informasi pasar. Biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp 780,00/Kg. Margin pemasaran sebesar Rp 2.000,00/Kg atau 20%. Profit margin pada saluran I sebesar Rp 1.220,00/Kg. Efisiensi pemasaran pada saluran I adalah 0,20%. Sedangkan pada saluran II langsung untuk dikonsumsi sehingga saluran yang paling efisien adalah saluran II.

Kata Kunci: Tahu, Agroindustri, Nilai Tambah, Pemasaran

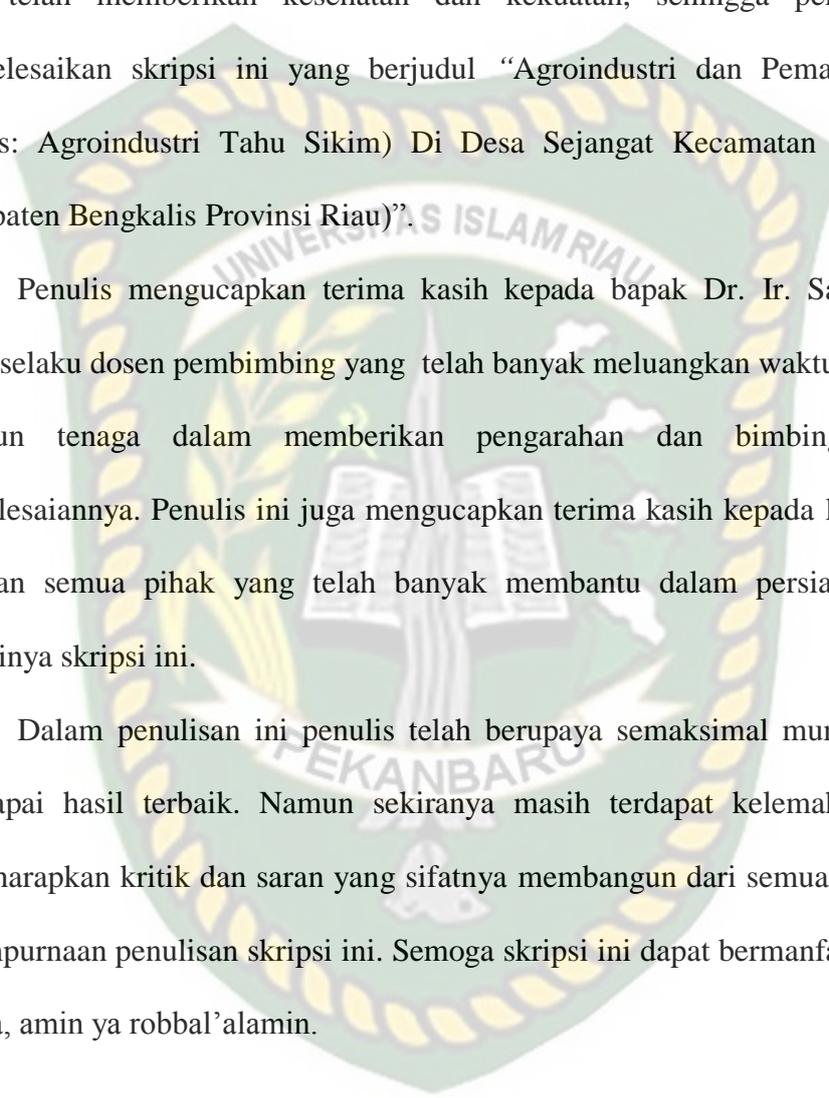
ABSTRACT

YESI NAZILA (174210347). Agro-industry and marketing Tofu's (Case: agro-industry Sikim Tofu's) in village Sejangat's of Bukit Batu Sub Dsitric of Bengkalis Province Riau). Supervisor Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec.

Tofu's that is a processed food that can be consumed by society and has a business opportunity and profitable. The objectives the study are to analyze: 1). Characteristics of entrepreneurs, employees and traders and the profile of agro-industry enterprises Sikim Tofu's, 2). Technology production, use of production factors, costs, production, revenue, efficiency and value-added Sikim Tofu and 3). Marketing Sikim Tofu's in village Sejangat's Bukit Batu Sub distric in Bengkalis District. Research method was case study on agro-industry Sikim Tofu's in a village Sejangat's Bukit Batu Sub distric in Bengkalis District. The study was carried out in six months from October 2020 to March 2021. The respondents in this study are entrepreneurs, four employees and four traders. Data source obtained from primary and secondary data. Data analysys were used quantitative and qualitative descriptive and value-added analysis by Hayami's methods. Research shows that a 52-year-old businessman, 12 years of education, 13 years of experience and a total of 1 human family. The average worker age was 46 years old, with a 9.75 year average education rate, 6.5 year experience and a number family was 3.5. While the average employees age 49 years, 12 years of education, 9 years of experience and a number family was 3. The business of the sikim has been running for 13 years, a home industry, a private venture capital by Rp 14,938,000 and has a 4 person labor force. Production technologies are still traditionally. The average supply of raw materials was 100 Kg/Process and the use of an ingredient in a process consist 200 liters of water, 1,75 m³ firewood, 0,5 liters of solar oil, 3 kg salt, 0,04 liters of vinegar, 0,04 liters tofu medicin and 18,57 watts of electrcty. Fixed costs of Rp.37,630,93 and variable costs of Rp.1,096,3564. Production was 160 kg. Gross income was Rp.1,280,000 and net income was Rp.146,014.43. Efficiency was 1.13. RCR. Value added was Rp. 2.424/kg. Margin was Rp.4,800. Value added ratio was 18,94% Labor income ratio was 15,61%, another input contribution was 49.48% and company profit 34.90%. The marketing agencies consist of retailers as middlemen to the consumer. The marketing channel was two, channel I of the from producer to retail to consumer, whereas a second line from producer to direct consumer. Tofu's marketing functions include purchasing, sales, storage, transportation, processing, financing, standardization, directorate of hazardous products, and the provision of market information. The cost of marketing at the I channel was Rp.780,000/ kg. A marketing margin of Rp.2,000,000.00 / kg or 20%. Profit margin on the I channel was Rp.1,220.00 / kg. The efficiency of marketing on channel I was 0.20%. While on channel II directly to be consumed so that the most efficient channel was channel II.

Keywords: Tofu, Agroindustry, Added Value, Marketing

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Agroindustri dan Pemasaran Tahu (Kasus: Agroindustri Tahu Sikim) Di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau)”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyelesaiannya. Penulis ini juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam persiapan hingga selesainya skripsi ini.

Dalam penulisan ini penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk mencapai hasil terbaik. Namun sekiranya masih terdapat kelemahan penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, amin ya robbal' alamin.

Pekanbaru, 05 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Agroindustri dan Pemasaran Dalam Perspektif Islam.....	9
2.2. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang serta Profil Usaha	17
2.2.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang	18
2.2.2. Profil Usaha.....	20
2.3. Industri Rumah Tangga	23
2.4. Agroindustri.....	24
2.5. Tahu.....	25
2.6. Analisis Usaha	27
2.6.1. Teknologi Produksi	28
2.6.2. Faktor Produksi	34
2.6.3. Biaya.....	35
2.6.4. Produksi.....	36
2.6.5. Pendapatan	37
2.6.6. Efisiensi Usaha.....	38

2.6.7. Nilai Tambah.....	39
2.7. Pemasaran.....	40
2.7.1. Pengertian Pemasaran.....	40
2.7.2. Lembaga Pemasaran.....	41
2.7.3. Saluran Pemasaran	42
2.7.4. Fungsi-Fungsi Pemasaran	43
2.7.5. Biaya Pemasaran	48
2.7.6. Margin Pemasaran.....	49
2.7.7. Profit Margin	49
2.7.8. Efisiensi Pemasaran.....	50
2.8. Penelitian Terdahulu.....	50
2.9. Kerangka Berfikir Penelitian.....	57
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	59
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	59
3.3. Teknik Pengumpulan Data	60
3.4. Konsep Operasional	61
3.5. Analisis Data	64
3.5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Tahu.....	64
3.5.2. Teknologi Produksi, Penggunaan Faktor Produksi, Biaya, Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu	64
3.5.3. Analisis Pemasaran Tahu	70
1. Lembaga Pemasaran.....	71
2. Saluran Pemasaran	71
3. Fungsi Pemasaran.....	71
4. Biaya Pemasaran	71
5. Margin Pemasaran.....	71

6. Profit Margin	72
7. Efisiensi Pemasaran.....	72
BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	74
4.1. Geografi dan Topografi	74
4.2. Demografi dan Kependudukan	75
4.3. Pendidikan.....	76
4.4. Sarana dan Prasarana	78
4.5. Profil Agroindustri Tahu Sikim	79
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
5.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang serta Profil Usaha Tahu	81
5.1.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang	81
5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Tahu	87
5.2. Teknologi Produksi, Penggunaan Faktor Produksi, Biaya, Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu.....	91
5.2.1. Teknologi Produksi.....	91
5.2.2. Penggunaan Faktor Produksi	96
5.2.3. Biaya Produksi Tahu Sikim	98
5.2.4. Produksi	100
5.2.5. Pendapatan.....	100
5.2.6. Efisiensi	101
5.2.7. Nilai Tambah	102
5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Tahu	105
5.3.1. Lembaga Pemasaran	106
5.3.2. Saluran Pemasaran.....	107
5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran	108
5.3.4. Biaya Pemasaran.....	110
5.3.5. Margin Pemasaran	112
5.3.6. Profit Margin.....	112
5.3.7. Efisiensi Pemasaran	112

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
6.1. Kesimpulan	114
6.2. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	121



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kedelai di Indonesia, Tahun 2014-2018	2
2. Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kedelai di Provinsi Riau, Tahun 2014-2018	3
3. Impor Kedelai Menurut Negara Asal Utama, Tahun 2015-2019.....	4
4. Perbandingan Produksi Tahu Cara Lama dan Baru.....	32
5. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami Tahun 1987.....	69
6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Menurut Desa/Kelurahan pada 31 Desember Tahun 2019.....	76
7. Jumlah Sekolah Menurut Tingkatan di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Menurut Desa/Kelurahan pada Tahun 2019..	78
8. Distribusi Umur Pengusaha, Karyawan dan Pedagang Pada Agroindustri Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	82
9. Distribusi Tingkat Pendiikan Pengusaha, Karyawan dan Pedagang Pada Agroindustri Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	83
10. Distribusi Pengalaman Berusaha Pengusaha, Karyawan dan Pedagang Pada Agroindustri Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	85
11. Distribusi Jumlah Tanggungan Pengusaha, Karyawan dan Pedagang Pada Agroindustri Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	86
12. Modal Investasi Agroindustri Tahu Sikim	89
13. Penggunaan Tenaga Kerja Agroindustri Tahu Sikim.....	91
14. Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pembuatan Tahu Sikim Dalam Satu Kali Proses Produksi	97

15. Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Agroindustri Tahu Sikim.....	99
16. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis	103
17. Fungsi Pemasaran Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis	110
18. Biaya, Margin, Profit Margin dan Efisiensi Pemasaran Tahu Sikim	111



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Skema Pembuatan Tahu.....	27
2. Mesin Penggiling Kedelai dengan Penggerak Motor Listrik.....	28
3. Mesin Pemecah Kedelai.....	30
4. Ketel Uap Untuk Industri Tahu.....	31
5. Kerangka Berfikir Penelitian Analisis Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis	58
6. Luas Daerah menurut Kecamatan (%), 2019 (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).....	74
7. Jumlah Sekolah Menurut Kecamatan, 2018/2019 (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).....	77
8. Perendaman Kacang Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	92
9. Penggilingan Kacang Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	92
10. Pemasakan Santan Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	93
11. Pentirisan pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021	94
12. Pencetakan tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	94
13. Pemotongan Tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	95
14. Pengemasan tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	95
15. Bagan Proses Pengolahan Tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.....	96



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	121
2. Profil Usaha pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	122
3. Distribusi Biaya Penyusutan dalam Proses Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	123
4. Distribusi Biaya Variabel Produksi Agroindustri Tahu Sikim Per Proses Produksi.....	124
5. Jumlah Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Kerja pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Per Proses Produksi Tahun 2021	125
6. Distribusi Produksi dan Pemasaran pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Per Proses Produksi Tahun 2021.....	126
7. Dokumentasi Saat Wawancara pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.....	127

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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. Sebagian besar penduduk Indonesia menjadikan sektor pertanian sebagai sumber penghidupan. Sektor pertanian juga berorientasi pada sumberdaya alam lokal sehingga tidak banyak menggunakan bahan impor untuk input produksinya yang telah mampu bertahan ditengah badai krisis ekonomi dunia. Sehingga perlu adanya pembangunan nasional yang bertumpu pada pembangunan pertanian.

Industrialisasi pertanian dikenal dengan nama agroindustri, yang dapat menjadi salah satu pilihan strategis dalam menghadapi masalah guna upaya peningkatan perekonomian masyarakat di pedesaan serta dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat hidup di pedesaan. Sektor industri pertanian merupakan suatu sistem pengelolaan secara terpadu antara sektor pertanian dengan sektor industri guna meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Agroindustri merupakan usaha untuk meningkatkan efisiensi sektor pertanian hingga menjadi kegiatan produktif melalui proses modernisasi. Modernisasi di sektor industri dalam skala nasional dapat meningkatkan penerimaan nilai tambah sehingga pendapatan ekspor akan lebih besar (Saragih, 2004).

Berbagai upaya pengembangan agroindustri dilaksanakan dengan tujuan diantaranya; (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan

nilai tambah, (d) menciptakan lapangan pekerjaan dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2001).

Dalam perkembangannya, salah satu subsektor yang mendapat perhatian utama adalah tanaman pangan, khususnya komoditas kedelai. Kedelai (*Glycine max*) merupakan komoditas pangan terpenting ketiga setelah padi dan jagung. Perkembangan produksi kedelai di Indonesia tahun 2014-2018 menunjukkan bahwa produksi kedelai mengalami fluktuasi seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kedelai di Indonesia, Tahun 2014-2018

Tahun	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2014	615,685	954,997	15,51
2015	614,095	963,183	15,68
2016	576,987	859,653	14,90
2017	355,799	538,728	15,14
2018	680,373	982,598	14,44

Sumber : BPS Pusat, 2019

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi kedelai meningkat dari 538,728 ton di tahun 2017 dengan luas areal 355,799 ha menjadi 982,598 ton di tahun 2018 dengan luas areal 680,373 ha. Hal ini menunjukkan bahwa kedelai di Indonesia terjadi peningkatan produksi yaitu pada produk industri rumahan makanan (tahu, tempe) dan pakan ternak. Peningkatan produksi juga dapat memperbaiki pendapatan perkapita Indonesia, karena pendapatan yang diperoleh akibat kegiatan produksi tersebut.

Produksi yang meningkat membutuhkan kedelai untuk kebutuhan pangan di provinsi Riau, dimana pada tahun 2014-2018 luas areal di Provinsi Riau, produksi dan produktivitas tanaman kedelai mengalami fluktuasi seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kedelai di Provinsi Riau, Tahun 2014-2018.

Tahun	Luas Areal (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2014	2.030	2.332	11.49
2015	1.516	2.145	14.15
2016	2.207	2.654	12.02
2017	966	1.119	11.58
2018	5.287	6.488	12.27

Sumber : BPS Pusat, 2019

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa produksi kedelai meningkat dari 1.119 ton di tahun 2017 dengan luas areal 966 ha dan produktivitas 11.58 ton/ha menjadi 5.287 ton di tahun 2018 dengan luas areal 6.488 ha dan produktivitas 12.27 ton/ha.

Produksi kedelai di dalam negeri hanya mampu memenuhi sekitar 65,61% konsumsi domestik (FAO, 2013). Ketidakstabilan produksi kedelai di Indonesia disebabkan oleh adanya penurunan luas panen kedelai yang tidak diimbangi dengan peningkatan produktivitas kedelai (Malian, 2004). Kebutuhan kedelai dalam negeri sebesar 35% dipenuhi dari kedelai impor (Departemen Pertanian, 2008). Indonesia adalah negara dengan konsumsi kedelai terbesar di dunia setelah Cina. Lonjakan konsumsi kedelai disebabkan peningkatan konsumsi produk industri rumahan (tahu, tempe), yang mana jenis makanan ini semakin populer digunakan sebagai substitusi produk hewani pada beberapa kondisi. Ketidakseimbangan antara produksi dan konsumsi kedelai nasional menyebabkan impor kedelai yang cukup besar setiap tahunnya. Fakta menyatakan bahwa produksi dalam negeri belum dapat memenuhi kebutuhan secara nasional yang mencapai 2 juta ton/tahun. Sehingga melakukan impor untuk memenuhi permintaan kedelai.

Perkembangan impor kedelai di Indonesia tahun 2015-2019 menunjukkan bahwa impor kedelai mengalami peningkatan seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Impor Kedelai Menurut Negara Asal Utama, Tahun 2015-2019.

No	Negara Asal	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
		Berat bersih: 000 Kg				
1	Amerika Serikat	2206433,8	2236864,1	2637125,0	2520253,2	251311,4
2	Kanada	26117,2	7404,9	12104,0	54531,3	128911,8
3	Malaysia	13079,3	5647,3	9505,5	10413,1	8683,5
4	Argentina	1000,3	7498,3	5000,0	-	-
5	Uruguay	4787,1	2727,5	2568,2	-	-
6	Ethiopia	2180,0	-	-	-	-
7	Tiongkok	2225,4	1520,4	0,0	11,8	-
8	Brazil	1002,6	0,0	500,9	0,0	18900,0
9	Myanmar	96,0	0,0	0,0	0,0	46,0
10	Singapura	-	-	303,4	1,9	1,7
11	Prancis	-	-	-	126,8	231,0
12	Lainnya	0,0	140,8	4807,1	471,0	1,0
	Jumlah	2256931,7	2261803,3	2671914,1	2585809,1	2670086,4

Sumber : BPS Pusat, 2020

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa konsumsi kedelai meningkat dari 2.585.809,1 ribu Kg di tahun 2018 menjadi 2.670.086,4 ribu Kg di tahun 2019. Dengan volume impor kedelai terbesar yakni dari Amerika Serikat.

Konsumsi kedelai terjadi di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Di Desa Sejangat terdapat industri rumah tangga yang bergerak dibidang pengolahan kedelai, salah satunya adalah industri pengolahan bahan makanan yang berbahan baku kedelai yaitu tahu. Usaha pembuatan tahu ini merupakan industri skala rumah tangga yang pada awal pendiriannya terdorong motivasi untuk berusaha sendiri. Sebagian besar tenaga kerja dalam usaha pembuatan tahu berasal dari dalam keluarga. Walaupun skalanya masih kecil, tetapi usaha pembuatan tahu dapat dijadikan sumber pendapatan bagi

pengusaha di desa tersebut. Disisi lain, tahu merupakan makanan yang banyak digemari masyarakat, khususnya masyarakat Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis, hal tersebut karena harganya yang murah dan juga memiliki kandungan protein, sehingga menjadi peluang pasar yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha tahu.

Di Desa Sejangat terdapat satu pengusaha tahu yaitu Tahu Sikim. Tahu Sikim ini sudah 13 tahun berjalan dan juga telah dibina oleh PT. Pertamina RU II Sungai Pakning sehingga memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan usaha tahunya. Peluang usaha meliputi tingginya permintaan atau banyaknya konsumsi kedelai serta berkembangnya kuliner berbahan baku kedelai. Cara pembuatan tahu Sikim berbeda dengan tahu lainnya yakni dengan dimasak menggunakan kayu bakar sedangkan pengusaha tahu lainnya dengan ketel uap. Penggunaan kayu bakar akan memperoleh rasa tahu yang lebih enak dan matang serta lebih bagus. Perbedaan lain dapat dilihat dari segi waktu pengerjaan yang lebih lama, tekstur yang tebal, rasanya yang enak tidak masam, bisa langsung dimakan, lebih tahan lama, serta biaya yang lebih mahal daripada tahu lain. Tahu Sikim ini sudah terkenal sebagai tahu yang lezat baik di desa bahkan diluar kota. Tahu Sikim dapat diperoleh jika dipesan terlebih dahulu paling lama sehari sebelum pembuatan tahu, dengan kata lain tahu di produksi sesuai pesanan. Untuk pemesanan setiap harinya diproduksi sekitar 100-250 bungkus. Sehingga usaha ini baik untuk dijalankan. Dalam melaksanakan usaha tahu dapat memperoleh keuntungan dengan memperhatikan manajemen usaha berkaitan dengan besarnya biaya, penerimaan, dan pendapatan usaha tahu tersebut.

Pembuatan tahu menggunakan kedelai sebagai bahan bakunya. Bahan baku kedelai memiliki peluang untuk menambah nilai tambah bagi pengusaha agroindustri. Untuk menambah nilai tambah tersebut diperlukan bahan baku yang cukup. Akan tetapi, ketersediaan bahan baku kedelai di Desa Sejangat masih kurang. Berkurangnya bahan baku kedelai tersebut mempengaruhi kelangsungan usahanya terutama dalam pengolahan tahu. Selain bahan baku, bahan penunjang yakni obat yang dipakai selama proses pembuatan tahu juga masih kurang tersedia. Sehingga pengusaha membeli kedelai dan obat tahu dari luar daerah yakni impor dari Malaysia dan juga berdampak pada kelangsungan usaha industri tahu dan pemasaran tahu kedepannya.

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa agroindustri tahu Sikim ini telah berjalan cukup lama, namun belum diketahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan, apakah agroindustri tahu ini menguntungkan mengingat spesifiknya proses pengolahan dan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan proses pembuatan tahu biasa. Bagaimana sistem pemasaran yang dijalankan, sehingga agroindustri tahu Sikim ini tetap bertahan sampai saat ini.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Agroindustri dan Pemasaran Tahu (Kasus: Agroindustri Tahu Sikim) Di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang serta profil usaha agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau?
2. Bagaimanakah teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau?
3. Bagaimanakah pemasaran tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang serta profil usaha agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau.
2. Teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau.
3. Pemasaran tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau.

Manfaat penelitian ini adalah untuk:

1. Bagi pelaku usaha hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam peningkatan usaha sehingga mampu memberikan pendapatan yang lebih baik.

2. Bagi Pemerintah, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber pemikiran dan pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan menyangkut usaha pembuatan tahu serta mengembangkan usaha berbahan baku kedelai.
3. Bagi Akademis, semoga penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi, wawasan, pengetahuan dan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup agroindustri dan pemasaran tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau: (1) karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha serta jumlah tanggungan dan profil usaha yang meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, permodalan serta tenaga kerja, (2) teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah dan (3) pemasaran tahu Sikim. Analisis pemasaran yang menyangkut lembaga, saluran, fungsi pemasaran, biaya, margin, profit margin dan efisiensi. Hal ini perlu dijelaskan untuk menghindari terjadinya perluasan pemikiran terhadap penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Agroindustri dan Pemasaran Dalam Perspektif Islam

Menurut pandangan Islam, istilah agroindustri merupakan salah satu sub sistem agribisnis adalah salah satu tuntutan agama yang bersifat *fardhu kifayah*, artinya dalam mempelajarinya harus ada sekelompok masyarakat yang upayakan dan berempati terhadap agroindustri untuk kemaslahatan umat. Dan segala bentuk usaha dan kegiatan untuk upayakan kemaslahatan umat ini termasuk juga yang terkait dengan agroindustri ini, termasuk juga didalamnya penelitian-penelitian dibidang agroindustri, inovasi, iptek dan lain sebagainya, itu semua dipandang sebagai suatu ibadah, dan mempunyai nilai pahala yang akan diperhitungkan sebagai amalan di akhirat kelak dengan memanfaatkan bumi dan seisinya (Fajar, 2015).

Ibnu Asyur dalam al-Tanwir menjelaskan bahwa Allah swt menjadikan bumi dan segala kenikmatanya bukan sekadar dijelajahi, melainkan untuk dikenali dan disadari manusia bahwa bumi dan segala isinya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan cara ditanam, dipupuk, diolah dan dituai dari, oleh dan untuk manusia. Selanjutnya setelah memakan sebagian dari rezeki-Nya hendaknya manusia kembali mengorientasikan diriya kepada Allah swt sebagai bekal menuju kehidupan akhirat kelak. Sebagaimana Al Qur'an tertera pada surat al Mulk ayat 15, Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ

رِزْقِهِ وَالْيَهُ النَّشُورُ - ١٥

Huwallazii ja'ala lakumul-ardho zaluulang famsyuu fii manaakibihaa wa kuluu mir rizqih, wa ilaihin-nusyuur

Artinya:

Dialah yang menjadikan kamu bumi itu mudah (untuk dimanfaatkan), maka berjalanlah di segala penjurunya, dan makanlah dari rezeki yang dikaruniakan Allah; dan (ingatlah) kepada Allah jualah (tempat kembali) sesudah kami dibangkitkan. (maka sukurlah nikmatNya dan takutilah kemurkaanNya) (QS al Mulk ayat 15).

Berbagai Ayat-ayat dalam Al Qur'an mengisyaratkan jika segala sesuatu yang diciptakaan Allah di muka bumi, semuanya diperuntukkan untuk seluruh makhlukNya. Pengelolaan dengan sebaik-baiknya oleh manusia dengan mengambil pelajaran, mengadakan pengamatan dan penelitian adalah sesuatu yang akan diberikan apresiasi yang lebih olehNya. Apalagi keduanya saling bersinegri dengan baik hingga manusia akhirnya selain mengambil manfaat dari alam, ia juga mampu meningkatkan keteguhan iman dari pelaku agroindustri pada khususnya (Fajar, 2015).

Allah juga memberikan tanda-tanda atas segala yang dibutuhkan oleh manusia sebagaimana firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala QS. Al-A'raf: 7, Ayat 58 yang berbunyi:

وَالْبَلَدُ الطَّيِّبُ يَخْرُجُ نَبَاتُهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبثَ لَا يَخْرُجُ إِلَّا نَكِدًا

كَذَلِكَ نُصَرِّفُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَشْكُرُونَ □ - ٥٨

Wal-baladuth-thoyyibu yakhruju nabaatuhuu bi`izni robbih, wallazii khobusa laa yakhruju illaa nakidaa, kazaalika nushorriful-aayaati liqoumiy yasykuruun

Artinya:

“Dan tanah yang baik, tanaman-tanamannya tumbuh subur dengan izin Tuhan; dan tanah yang buruk, tanaman-tanamannya tumbuh merana. Demikianlah Kami menjelaskan berulang-ulang tanda-tanda (kebesaran Kami) bagi orang-orang yang bersyukur” (QS. Al-A’raf 7: Ayat 58).

Ibnu ‘Abbas berkata ayat ini adalah suatu perumpamaan yang diberikan Allah bagi orang mukmin dan orang kafir, bagi orang baik dan orang jahat. Allah menyerupakan orang-orang itu dengan tanah yang baik dan yang buruk, dan Allah mengumpamakan turunnya Alquran dengan turunnya hujan.

Semua kegiatan dapat berlangsung di suatu tempat. Dalam Al-Qur’an dijelaskan bahwa adanya bumi yang dipersiapkan untuk manusia agar dapat berjalan, berkebun, bercocok tanam, dan membangun kehidupan. Sebagaimana firman Allah Subhanahu Wa Ta’ala QS. Ta-Ha 20: Ayat 53 yang berbunyi:

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ مَهْدًا وَوَسَّلَكَ لَكُمْ فِيهَا سُبُلًا وَأَنْزَلَ مِنَ
السَّمَاءِ مَاءً فَآخَرَ جَنَابًا بِهٖ أَرْوَاغًا مِّنْ نَّبَاتٍ شَتَّى - ٥٣

Allazii ja’ala lakumul-ardho mahdaw wa salaka lakum fiihaa subulaw wa angzala minas-samaaa`i maaa`aa, fa akhrojnaa bihiiii azwaajam min nabaating syattaa
Artinya:

“(Tuhan) yang telah menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu, dan menjadikan jalan-jalan di atasnya bagimu, dan yang menurunkan air (hujan) dari langit. Kemudian Kami tumbuhkan dengannya (air hujan itu) berjenis-jenis aneka macam tumbuh-tumbuhan.” (QS. Ta-Ha 20: Ayat 53).

Islam sangat cermat mengamati turunan hasil tumbuhan yang tidak saja menghasilkan satu macam saja, yakni makanan atau buahan yang bisa dimakan. Seperti kurma dan anggur bisa menjadi selai, minuman yang memabukkan atau campuran roti/makanan lainnya. Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَالْأَعْنَابِ تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَرِزْقًا حَسَنًا إِنَّ
فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ - ٦٧

Wa ming samarootin-nakhiili wal-a'naabi tattakhizuuna min-hu sakarow wa riqqon hasanaa, inna fii zaalika la'aayatal liqoumiy ya'qiluun

Artinya:

“Dan dari buah kurma dan anggur yang kamu buat daripadanya minuman yang memabukkan ada juga rejeki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian itu tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berakal” (An-Nahl ayat 67).

Dalam ayat ini mengandung maksud walau secara ekonomi industri minuman anggur ini sangat menguntungkan dan banyak permintaan dari seluruh dunia, namun karena Islam melarang minuman memabukkan ini beredar dan dikonsumsi, maka tinggalkanlah usaha yang haram ini. Karena Islam mendorong tercapainya kemakmuran dalam bidang agroindustri secara halal. Jika Islam mengatakan haram, maka akan buruklah akibatnya yang ditimbulkan. Sebaliknya jika dikatakan halal maka doronglah industri tersebut untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Khaldun dalam Irham dkk (2011), menyatakan bahwa secara naluriah manusia membutuhkan apa yang dapat menghasilkan makanan pokok dan

memberikan ongkos dalam berbagai keadaan dan tahapannya, sejak awal pertumbuhannya sampai ketika dewasa hingga tua. Allah menciptakan semua yang ada di alam ini untuk manusia dan menganggap semua itu sebagai nikmat dari-Nya. Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ
مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ
بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْأَنْهَارَ - ٣٢

Allohullazii kholaqos-samaawaati wal-ardho wa anzala minas-samaaa`i
maaa`ang fa akhroja bihii minas-samarooti rizqol lakum, wa sakhkhoro lakumul-
fulka litajriya fil-bahri bi`amrih, wasakhkhoro lakumul-an-haar

Artinya:

“Allah yang menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air dari langit, kemudian Ia mengeluarkan dengan air itu buah-buahan sebagai rezeki bagi kamu, dan Dia menundukkan bahtera bagi kamu supaya berlayar di lautan dengan kehendakNya, dan Dia telah menundukkan bagimu sungai-sungai” (Surat Ibrahim ayat 32).

Selalu saja Al Qur'an memberi tempat yang cukup istimewa bagi orang-orang yang mau kreatif, ide cemerlang untuk mengolah hasil bumi menjadi produk yang lebih berfungsi dan manfaat yang lebih hingga bisa mengeksploitasi kegunaan hasil hortikultura dan tanaman pangan dengan maksimal (Fajar, 2015).

Dalam kaca mata Islam, berwirausaha pasti ada resiko yang demikian merupakan ujian-ujian atau cobaan yang datangnya dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

مَثَلُ مَا يُنْفِقُونَ فِي هَذِهِ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا كَمَثَلِ رِيحٍ فِيهَا صِرٌّ
أَصَابَتْ حَرْثَ قَوْمٍ ظَلَمُوا أَنفُسَهُمْ فَأَهْلَكَتَهُ^١ وَمَا ظَلَمَهُمُ اللَّهُ وَلَكِنْ
أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ - ١١٧

Masalu maa yungfiquuna fii haazihil-hayaatid-dun-yaa kamasali rihiing fiihaa shirrun ashooobat harsa qouming zholamuuu angfusahum fa ahlakat-h, wa maa zholamahumullohu wa laakin angfusahum yazhlimuun

Artinya:

“Perumaan harta yang mereka nafkahkan dalam kehidupan dunia ini seperti perumpamaan angin yang mengandung hawa yang sangat dingin yang menimpa ladang kaum yang menganiaya dirinya, lalu angin itu membinasakannya. Dan Allah tidak menganiaya mereka, tetapi merekalah yang menganiaya diri mereka sendiri” (Ali Imran ayat 117).

Cara meminimalisasikan resiko dalam agroindustri yakni dengan cara mentransfer resiko dan mengurangi dampak suatu resiko terhadap bisnis tersebut, semisal dengan membeli polis asuransi syari'ah. Jika penurunan itu berupa penurunan kualitas maka ditanggulangi dengan penerapan teknologi budi daya dan teknologi pasca panen yang tepat. Bisa dilakukan dengan cara diversifikasi, integrasi vertical, kontrak dimuka, pasar masa depan, usaha perlindungan dan beberapa opsi dalam bidang pertanian (Fajar, 2015).

Untuk resiko finansial dari berbagai kemungkinan, maka pebisnis di bidang ini diharapkan bisa menabung. Meski terkadang seringkali tidak memungkinkan. Namun amat sangat disarankan jika memperoleh keuntungan yang cukup signifikan dalam bisnis agribisnis ini, maka paling tepat menyimpan kelebihan pendapatan dalam bentuk tabungan atau asuransi. Sebagai sarana jaga-jaga, karena bisnis ini menanggung resiko yang tak pernah dapat diprediksi (Fajar, 2015).

Islam lebih dahulu sudah mengisyaratkan hal tersebut dalam surat Al Waqi'ah dalam Al Qur'an. Islam memang mengadaptasi semua kemungkinan hukum alam semesta. Surat Al Waqi'ah ini merupakan surat ke 56 terdiri dari 96 ayat. Sebagian besar diturunkan di Mekah kecuali ayat 39,40,81 dan 82 yang diturunkan di Madinah. Arti dari Waqi'ah adalah hari kiamat. Surat ini istimewa, karena Rasulullah SAW sendiri mengisyaratkan:

“Barang siapa membaca surat Al Waqi'ah setiap malam, tidak akan ditimpa kemiskinan selama-lamanya” (Dari Abdullah bin Mas'ud dalam riwayat Ibnu Asakin dan Abi Dzabiah).

Hal ini dilakukan bukan dengan tanpa usaha. Karena makna tersurat dan tersirat dari Al Waqi'ah adalah anjuran bagi setiap muslim untuk berlomba-lomba meningkatkan usaha dan melakukan amal saleh. Usaha yang diberkahi dalam Islam tentu usaha yang halal, apalagi yang hasilnya diperlukan oleh masyarakat banyak, seperti usaha dibidang agroindustri ini.

Manusia sebagai wakil Allah di bumi atau Khalifah seperti yang tertera dalam surat Al Baqarah ayat 30, mengandung arti jika manusia diharapkan bisa memelihara ciptaan Allah dan mengurus seluruh potensi yang ada dimuka bumi

untuk dikembalikan memakmurkan bumi. Tugas berat yang dipikul manusia saat harus mengapresiasi sumber daya alam, mengkondisikan dan memikirkan agar keseimbangan alam maupun sumber daya alam bisa terus bermanfaat. Dalam surat Ibrahim ayat 32-33 berulang Allah mengatakan jika Allah menundukkan (*sakhhara*) kapal, matahari, bulan, malam dan siang yang mempunyai makna jika manusia diharapkan menyeimbangkan hak dan kewajibannya terhadap ciptaan Allah tersebut dengan menyerahkan segala daya pikirnya (Fajar, 2015).

Salah satu ayat terpenting dalam agroindustri terlihat dalam surat Yasin (36) ayat 35: Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ - ٣٥

Liya`kuluu ming samarihi wa maa 'amilat-hu aidiihim, a fa laa yasykuruun

Artinya:

“Agar mereka dapat makan dari buahnya dan dari hasil usaha tangan mereka. Maka mengapa mereka tidak bersyukur?” (QS Yasin (36) ayat 35).

Ayat ini secara tersirat menganjurkan manusia untuk memanfaatkan produk tumbuhan yang melimpah di alam raya ini. Manusia diizinkan pula mengolah berikut memodifikasi produk alam sesuai dengan daya kepandaian manusia, berupa molekul organikpun diperbolehkan melakukan perubahan atau modifikasi baik atas struktur kimia maupun genetisnya. Namun hal ini ada catatannya yakni semuanya untuk kemaslahatan manusia dan makhluk hidup lainnya namun jika menimbulkan mudharat maka hal tersebut haram dilakukan.

Ada sebuah hadis yang saat diperhatikan secara seksama hadis tersebut memberikan semacam *code of conduct*, yakni kode berperilaku atau etika yang harus dipegang umat Islam dalam realisasinya dengan makhluk berupa

tetumbuhan, hewan atau bahkan semacam mikroorganisme juga perlakuan terhadap makhluk hidupnya (*environment* maupun *biosphere*). Hadis ini adalah:

“Ada dua hal yang aku hafal betul dari ajaran Rasulullah. Beliau bersabda, ”Sesungguhnya Allah telah mewajibkan berlaku baik kepada apapun. Karenanya, jika kalian membunuh (hewan) maka hendaknya ia membunuhnya dengan baik. Apabila kalian menyembelih maka lakukanlah penyembelihan dengan baik; tajamkanlah pisau kalian dan biarkanlah hewan sembelihan kalian merasa nyaman” (Riwayat Muslim dari Syaddad bin Aus dalam Fajar, 2015).

Ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip dan karakteristik yang sangat berbeda dengan ekonomi mainstream saat ini, yaitu ekonomi kapitalis, secara filosofis ada tiga hal yang menjadi ciri khas ekonomi Islam, yaitu filosofi religiusitas yang melahirkan ekonomi dengan atribut pelarangan riba, keadilan yang melahirkan nisbah bagi hasil, dan kemaslahatan yang melahirkan pelebagaan zakat, pelarangan *israf dan tabdhir*, dan pembiayaan bisnis halal yang dituntut oleh nilai *falah*, bukan utilitarianisme dan rasionalisme (Yahya dan Agungnanto dalam Fathoni, 2018).

2.2. Karakteristik Pengusaha, karyawan dan Pedagang serta Profil Usaha

Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Profil usaha dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Profil usaha meliputi skala usaha, bentuk usaha, tujuan usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

2.2.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang

Indra (2020), menyatakan bahwa karakteristik seseorang menggambarkan kondisi atau keadaan serta status seseorang serta karakteristik seorang pengusaha memiliki beberapa ragam karakter berupa demografis, sosial serta kondisi ekonomi. Menurut Nuthall (2019), karakteristik seseorang berkomponen seimbang dan dipengaruhi oleh pendukung keluarga yang dapat memberikan konstruksi seperti gaya manajemen dari pengalaman berusaha.

A. Umur

Hasyim (2006), menyatakan bahwa umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan agroindustri, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Umur seseorang dapat menentukan kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik, maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggungjawab, semakin tua umur seseorang semakin berpengalaman (Suratiah, 2008).

B. Tingkat Pendidikan

Kartasapoetra (2008), menyatakan bahwa tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Sehingga pengusaha yang berpendidikan diharapkan dapat lebih aktif, optimis pada masa depan, lebih efektif agar lebih produktif.

C. Pengalaman Berusaha

Fauzia (2010), menyatakan bahwa pengalaman seseorang dalam berusaha sangatlah berpengaruh terhadap menerima inovasi dari luar. Di dalam mengadakan suatu penelitian, lamanya berusaha diukur mulai sejak kapan pengusaha itu aktif secara mandiri mengusahakan usahanya tersebut. Pengalaman ini merupakan modal dasar dalam menerima inovasi untuk dapat meningkatkan kemajuan usaha yang mereka kelola. Semakin lama pengusaha menekuni usaha yang dilakukan maka semakin meningkat pengetahuan, keterampilan dan pengalamannya serta pengalaman pengrajin dalam berusaha berbeda-beda atau tidak sama antara pengrajin yang satu dengan yang lainnya (Indra, 2020).

Nuthall (2019), menyatakan ada lima variabel pengalaman berusaha yaitu; 1) tahun pengalaman, 2) orang (sentris pengalaman), 3) penentu keputusan, 4) problem-problem utama yang dialami, dan kesalahan yang telah dilakukan.

D. Jumlah Tanggungan Keluarga

Hasyim (2006), menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau yang harus dipenuhi. Adapun dengan jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya akan memberikan dorongan yang kuat akan peningkatan pendapatan.

2.2.2. Profil Usaha

Profil usaha dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Profil usaha meliputi skala usaha, bentuk usaha, tujuan usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

A. Skala Usaha

Menurut undang-undang No. 20 Tahun 2008, menyatakan bahwa skala usaha dapat dibedakan menjadi: 1) usaha mikro, usaha produktif milik orang atau perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak lima puluh juta rupiah dimana tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak tiga ratus juta rupiah. 2) usaha kecil, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang atau badan perorangan dan bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari lima puluh juta rupiah sampai dengan lima ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak dua miliar lima ratus juta rupiah. 3) usaha menengah, usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dengan kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari lima ratus juta rupiah sampai sepuluh miliar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dua miliar lima ratus juta rupiah sampai dengan lima puluh miliar rupiah. 4) usaha besar, usaha ekonomi produktif yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

B. Bentuk Usaha

Nilasari dkk (2006) menyatakan bahwa bentuk usaha terdiri dari; perseroan firma, perseroan komanditer, perseroan terbatas, BUMN dan koperasi. Perseroan adalah bentuk usaha yang pemiliknya adalah perorangan, mengawasi jalannya usaha, memperoleh semua keuntungan dan resiko yang ada. Bentuk perusahaan yang biasanya dipilih dalam usaha kecil atau pemulaan. Tidak ada ketentuan khusus dari pemerintah untuk tata cara perizinan biasanya perizinan dikeluarkan oleh pemerintah setempat. Perseroan firma dimana kekuasaan tertinggi adalah pada sekutu atau anggota, setiap anggota firma bertanggungjawab secara pribadi untuk keseluruhan.

Perseroan komanditer (CV) adalah suatu persekutuan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk antara satu orang atau lebih di mana sebagian sekutu bertanggung jawab secara terbatas sementara sekutu lainnya bertanggung jawab secara terbatas. Sedangkan perseroan terbatas yaitu suatu badan hukum yang berdiri berdasarkan perjanjian dengan melakukan kegiatan usaha dengan modal tertentu yang terbagi dalam suatu saham. Para pemilik dapat memegang saham dan mempunyai tanggung jawab yang sangat terbatas pada jumlah nominal dari saham yang dimilikinya. Saham merupakan sertifikat atau surat berharga yang menunjukkan tanda bukti bahwa seseorang pernah menyetorkan modal ke dalam suatu PT dan menjadi pemilik dari PT yang bersangkutan.

Badan usaha milik negara (BUMN) adalah badan usaha yang sebagian atau seluruh kepemilikannya dimiliki oleh negara yang terdiri atas tiga jenis yaitu perusahaan perseroan, perusahaan jawatan dan perusahaan umum. Sedangkan koperasi menurut UU No. 25 Tahun 1992 pada pasal 1 ayat 1, menyatakan bahwa

koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan-badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat.

C. Tujuan Usaha

Adapun tujuan usaha mikro, kecil dan menengah meliputi untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional (seimbang, berkembang dan berkeadilan), menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan (UU No. 20 Tahun 2008).

D. Permodalan

Permodalan menyatakan bahwa bagaimaa asal/sumber modal dan jumlah modal yang digunakan dalam suatu usaha. Sumber modal dapat berasal dari modal pribadi maupun pinjaman. Modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai pokok untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan (Nugraha, 2011). Oleh karena itu, dikatakan bahwa sejumlah uang yang dipergunakan dalam menjalankan kegiatan usaha.

E. Tenaga Kerja

Firdaus (2012), menyatakan bahwa tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi yang terbagi atas tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung di mana tenaga kerja yang terlibat dalam suatu proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk dari usaha yang dijalankan,

sedangkan tenaga kerja tidak langsung di mana tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam suatu proses produksi.

2.3 Industri Rumah Tangga

Rizky (2012) menyatakan bahwa industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Penggolongan industri oleh BPS menurut banyaknya tenaga kerja adalah sebagai berikut:

1. Industri besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih;
2. Industri sedang, dengan jumlah tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang;
3. Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang;
4. Industri rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang.

Manfaat industri kecil antara lain menciptakan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah, turut mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilisasi tabungan domestik, industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang karena industri kecil menghasilkan yang relatif lebih murah dan sederhana. Tohar (2000), secara umum perusahaan dalam skala kecil baik usaha persorangan maupun persekutuan memiliki daya tarik dan kelebihan antara lain: a) pemilik merangkap manajer perusahaan dan merangkap semua fungsi manajerial, seperti marketing, finance, dan administrasi. b) resiko usaha menjadi beban pemilik. c) pertumbuhannya lambat, tidak teratur, tetapi kadang-kadang terlalu cepat dan bahkan prematur. d) bebas menentukan harga produksi atas barang dan jasa. e) pemiliknya menerima seluruh laba. f) umumnya mampu untuk survive.

2.4. Agroindustri

Agroindustri merupakan bagian dari serangkaian system agribisnis. Istilah Agroindustri mengacu lebih pada pengolahan bahan baku dari hasil on farm yang kemudian diolah menjadi bahan setengah jadi (Intermediate Product) atau menjadi bahan jadi (Finished Product). Peranan yang cukup signifikan dari agroindustri akan ketara karena pada dasarnya mempunyai kemampuan memberikan nilai tambah dari produk yang dihasilkan secara alami dari hasil pertanian atau peternakan bahkan kehutanan.

Agroindustri adalah salah satu kegiatan industri yang dapat memanfaatkan produk primer hasil pertanian sebagai bahan baku untuk diolah sedemikian rupa menjadi produk baru, baik bersifat setengah jadi maupun yang dapat segera dikonsumsi. Kegiatan agroindustri ini merupakan kelanjutan agribisnis (Aziz, 2008). Sehingga ada tanda-tanda atau proses untuk memperoleh bahan/sesuatu yang dibutuhkan selama kegiatan produksi berlangsung.

Pembangunan agroindustri dihadapkan pada berbagai tantangan, baik tantangan atau permasalahan yang ada di dalam negeri atau di luar negeri. Beberapa permasalahan agroindustri antara lain : 1). beragamnya permasalahan berbagai agroindustri menurut macam usahanya, khususnya kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu. 2). kurang nyataanya peran agroindustri di pedesaan karena masih berkonsentrasi pada agroindustri di perkotaan. 3). kurang konsistennya kebijakan terhadap agroindustri. 4). kurangnya fasilitas permodalan (perkreditan) dan kalau pun ada prosedurnya ketat (Soekartawi, 2000).

2.5. Tahu

Tahu berbahan baku kedelai. Tanaman kedelai (*Glycine Max*) yang umumnya dibudidayakan adalah spesies *Glycine Max* (biji kedelai kuning-kuningan) dan *Glycine Soja* (biji kedelai berwarna hitam). *Glycine Max* merupakan tanaman asli daerah Asia subtropik seperti RRC dan Jepang Selatan. *Glycine Soja* merupakan tanaman asli Asia tropis seperti Asia Tenggara, kedelai hitam umumnya digunakan untuk bahan baku pembuatan kecap, sedangkan jenis kedelai yang digunakan untuk membuat tempe, tahu, susu kedelai, oncom adalah jenis kedelai kuning (Adisarwanto, 2014).

Klasifikasi ilmiah kacang kedelai yakni; kerajaan: plantae, filum: Magnoliophita, kelas: Magnoliopsida, ordo: Fabales, famili: Fabaceae, Upafamili: Faboideae, genus: *Glycine* (L.) Merr, spesies: *Glycine Max*, *Glycine Soja* (Adisarwanto, 2014).

Tanaman kedelai akan tumbuh dengan baik jika berada pada daerah yang tepat, yang memiliki struktur tanah dan iklim yang baik. Pada ketinggian 50-500 meter di atas permukaan laut dengan suhu optimal antara 25°C-27°C dan rata-rata curah hujan tidak kurang dari 2000 mm per tahun. Kadar keasaman tanah yang sesuai dengan pertumbuhan tanaman kedelai pada PH 5,0-7,0. Tanaman ini membutuhkan penyinaran yang penuh, minimal 10 jam perhari dengan kelembapan rata-rata 65 persen (Irwan, 2006).

Dalam daftar analisis bahan makanan Fak. Kedokteran UI, Jakarta (2015), menyatakan bahwa kedelai memiliki kandungan unsur gizi yang relatif tinggi dan lengkap yakni per 100 gr pada kedelai terdiri atas; energi 442 kal; air 7,5 gram; protein 34,9 gram; lemak 18,1 gram; karbohidrat 34,8 gram; mineral 4,7 mg;

kalsium 227 mg; fosfor 585 mg; zat besi 8 mg; vitamin A 33 mg; vitamin B 1,07 mg.

Suprati (2005), menyatakan bahwa jenis dan varietas kedelai yang sesuai dengan kebutuhan dengan cara dan proses dalam pembuatan susu kedelai, jenis kedelai yang paling cocok adalah yang memiliki kandungan protein lebih dari 35%.

Kata tahu berasal dari bahasa Cina yaitu *tao-hu* atau *teu-hu*. *Tao* atau *teu* berarti kedelai, sementara *hu* berarti lumat atau menjadi bubur. Di Jepang, tahu di kenal dengan nama *tofu*, sedangkan dalam bahasa Inggris disebut *soybean curd* atau juga *tofu* (Supriatna, 2005)

Tahu merupakan produk makanan yang tingkat produksinya relatif tinggi. Tahu mempunyai nilai gizi yang tinggi, dimana tahu mengandung kalori 68 kalori; kalsium 124 mg; air 84,8 gram; protein 7,8 gram; dan lemak 4,6 gram (Cahyadi, 2007). Sehingga memiliki banyak khasiat bagi kesehatan, seperti mencegah penyakit jantung, meningkatkan produksi energi, menurunkan berat badan, serta mencegah osteoporosis.

Bagi penduduk dunia terutama orang Asia, tahu merupakan makanan yang umum. Di Indonesia, peningkatan kualitas kesehatan secara langsung merupakan bagian dari peningkatan produk makanan yang terbuat dari kedelai, seperti tahu, tempe, kecap dan produk lain yang berbasis kedelai. Industri tahu di Indonesia berkembang pesat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk. Namun di sisi lain industri ini menghasilkan limbah cair yang berpotensi mencemari lingkungan. Industri tahu membutuhkan air untuk memprosesnya, yaitu untuk proses sortasi, perendaman, pengupasan kulit, pencucian, penggilingan, perebusan, dan

penyaringan. Secara umum, skema proses pembuatan tahu dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema pembuatan tahu (Winarno, 2004)

2.6. Analisis Usaha

Hernanto (2009), analisis usaha yang dimaksud untuk mengetahui kekuatan pengelola secara menyeluruh sebagai jaminan atau agunan bank serta usahanya. Informasi ini penting bagi pengelola dalam kedudukannya terkait dengan kredit, pajak usaha dan kekayaan. Tiga unsur utama yang berkaitan

dengan analisis usaha secara keseluruhan merupakan analisis keuangan tentang arus biaya dan penerima, neraca dan pendapatan.

2.6.1. Teknologi Produksi

Teknologi proses produksi yang dapat diterapkan untuk agroindustri sangat beragam, dari yang sederhana (fisik, mekanik seperti pengeringan), teknologi sedang (reaksi hidrolisis) sampai ke teknologi tinggi (proses bioteknologis). Dengan ragam teknologi yang demikian luas, maka diperlukan strategi pemilihan teknologi yang tepat untuk pengembangan agroindustri dengan prinsip dasar pendayagunaan sumberdaya pertanian menjadi produk agroindustri yang mampu bersaing di pasaran duni (Mangunwidjaja dkk, 2005).

Teknologi pembuatan tahu dapat dilihat dari mesin penggiling kedelai yang ada selama ini dengan penggerak motor diesel yang mengeluarkan suara dan getaran keras dan berisik. Sebagaimana diketahui, aktivitas penggilingan dimulai sekitar pukul 04.00 pagi, sehingga industri mitra sering diprotes warga. Untuk mengatasinya adalah dengan mengganti mesin giling dengan penggerak motor listrik yang suaranya halus sehingga walaupun dinyalakan pagi hari tidak akan mengganggu warga sekitar (Sunyoto dkk, 2014).



Gambar 2. Mesin Penggiling Kedelai dengan Penggerak Motor Listrik (Sunyoto dkk, 2014).

Spesifikasi teknis mesin penggiling kedelai sebagai berikut:

- Nama mesin : Mesin penggiling kedelai
Fungsi : Menggiling kedelai dan mengupas kulit ari kedelai
Sumber tenaga : Motor listrik 1 HP (735 Watt)
Kapasitas produksi : 100 Kg/jam

Dibandingkan mesin yang dimiliki sebelumnya dengan penggerak motor diesel, dari segi kapasitas produksi lebih rendah, karena daya penggerak juga lebih rendah. Mesin diesel yang dimiliki saat ini memiliki daya 8 HP dengan kapasitas produksi sekitar 150 Kg/jam. Seperti disampaikan sebelumnya, mesin diesel mengeluarkan suara yang keras dan berisik sehingga mengganggu warga sekitar. Dengan memakai motor listrik, permasalahan gangguan suara dapat diatasi. Namun pihak produsen harus menyiapkan daya listrik yang lebih besar, paling tidak dibutuhkan daya listrik PLN 1300 Watt. Jika listrik yang dimiliki saat ini hanya 900 watt kemungkinan kurang karena listrik juga dipakai untuk keperluan lain. Sebagai konsekuensinya mitra harus menaikkan daya listrik dan pihak mitra sudah menyatakan sanggup untuk menaikkan daya listrik PLN menjadi minimal 1300 Watt. Apabila penggunaan listrik dianggap boros, atau kapasitas produksi kurang, pihak mitra masih tetap bisa menggunakan mesin penggiling penggerak motor diesel apabila waktu sudah di atas pukul 06.00 pagi. Dengan demikian kedua mesin penggiling dengan penggerak motor listrik maupun motor diesel dapat digunakan semua. Ketika sebelum pukul 06.00 menggunakan penggiling penggerak motor listrik dan setelah pukul. 06.00 dapat menggunakan penggiling penggerak motor diesel. Apabila daya listrik PLN besar (di atas 1300 Watt) sebenarnya dapat menggunakan mesin penggiling kedelai

penggerak motor listrik dengan kapasitas yang lebih besar, misalnya 2 HP (1470 Watt). Namun mengingat daya listrik yang dimiliki masih kecil maka untuk sementara cukup menggunakan mesin penggiling motor listrik daya 1 HP (735 Watt). Manajemen produksi sudah lebih baik dari sebelumnya, hal ini tampak dari penataan mesin dan alat, lingkungan. tempat kerja lebih bersih, dan perlengkapan K3 (keselamatan dan kesehatan kerja) bagi pekerja yang lebih baik. Dalam kegiatan ini juga telah diberikan mesin pemecah kedelai (Sunyoto dkk, 2014).

Berdasarkan ujicoba dengan melibatkan mitra, dapat diketahui bahwa mesin ini sangat membantu pekerjaan mitra. Dalam 1 menit mampu memecah kedelai sebanyak 5 Kg, dengan kata lain dalam waktu satu jam mampu memecah kedelai sebanyak 300 Kg. Sebelumnya mitra memecah kedelai secara manual dengan cara diinjak-injak yang membutuhkan tenaga dan waktu lama.



Gambar 3. Mesin Pemecah Kedelai (Sunyoto dkk, 2014).

Spesifikasi teknis mesin pemecah kedelai sebagai berikut:

- Nama mesin : Mesin pemecah kedelai
Fungsi : Memecah kedelai dan mengupas kulit ari kedelai
Sumber tenaga : Motor bensin 5,5 PK
Kapasitas produksi : 300 Kg/jam

Dibandingkan cara lama, yaitu dengan diinjak-injak yang membutuhkan waktu 15 menit untuk memecahkan 15 Kg kedelai atau 60 Kg/jam, mesin ini mempunyai kapasitas produksi 300 Kg/jam atau dapat meningkatkan kapasitas produksi hingga lima kali lipat. Keuntungan lain adalah tenaga lebih ringan, lebih bersih dan lebih higienis. Sebagai sumber tenaga adalah motor bensin dengan kelebihan tidak bergantung pada listrik PLN. Walaupun daya listrik rumah tangga hanya 450 Watt, atau listrik PLN mati, mesin ini tetap bisa dijalankan asal ada bensin yang mudah didapat pula. Walaupun harus mengeluarkan ongkos untuk membeli bensin, pemilik tetap untung karena beberapa kelebihan yang dimiliki mesin pemecah kedelai (Sunyoto dkk, 2014).

Selain teknologi pada penggilingan kedelai, pada proses pemasakkan kedelai menjadi tahu juga ada teknologi. Teknologi ini yang mempermudah dan mempercepat menjadi tahu yaitu dengan ketel uap.



Gambar 4. Ketel Uap Untuk Industri Tahu (Sudarman dkk, 2015).

Satu set ketel uap ini terdiri dari:

1. Tabung boiler tempat air yang dipanaskan dengan ukuran $d = 75$ Cm dan $t = 120$ Cm.
2. Di dalam tabung boiler terdapat 14 pipa api $d = 2$ inch

3. Di bagian luar bodi tabung dipasang: 1) *termometer*, 2) *manometer*, 3) *safety valve*, 4) pipa penduga air dalam ketel
4. Cerobong asap $d = 15 \text{ Cm}$, $t = 120 \text{ Cm}$
5. Pipa saluran uap $d = 1,5 \text{ inch}$
6. Dua buah panci tempat memasak bubur kedelai dengan ukuran $d = 80 \text{ Cm}$ dan $t = 60 \text{ Cm}$, atau volume = $\pm 300 \text{ ltr}$
7. Blower udara dengan ukuran pipa $d = 2,5 \text{ inch}$

Perbandingan produksi tahu antara cara lama dan baru dapat dilihat pada Tabel 1. Ketel uap yang telah jadi dipasang pada industri mitra dan selanjutnya dilakukan uji coba pemakaian atau produksi tahu dengan panas uap. Berdasarkan uji coba pengoperasian ketel uap, dapat diperoleh data sebagai berikut; lama pemanasan air pertama kali: 1,5 jam (tek. 2 Kg/Cm^2 , suhu 120° C), lama pengaliran uap: 30 menit, serta lama pemanasan berikutnya: 20 menit.

Tabel 4. Perbandingan Produksi Tahu Cara Lama dan Baru

Indikator	Cara lama (tanpa ketel uap)	Cara baru (dengan ketel uap)	Keterangan
Volume panic	4 x 100 ltr = 400 ltr	2 x 300 ltr = 600 ltr	50% lebih banyak
Waktu memasak	60 menit	30 menit	50% lebih hemat
Jeda waktu pemasakan	60 menit	20 menit	66% lebih cepat
Jumlah bahan bakar	1 m ³	2/3 m ³	33% lebih hemat
Biaya produksi (bahan bakar)	Rp 75.000,-	Rp 50.000,-	33% lebih hemat
Kualitas tahu	Kemungkinan sangat (bau asap)	Bebas dari sangat (bau asap)	Kualitas dan rasa lebih enak

Sumber: Sudarman dkk, 2015.

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa penerapan ketel uap pada industri tahu terbukti lebih efisien dan dapat meningkatkan kualitas tahu. Dapat disimpulkan bahwa ketel uap mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan pemasakan dengan tungku sebelumnya, yaitu; 1) Hemat waktu (lebih singkat), 2) Hemat biaya (bahan bakar lebih sedikit), 3) Hemat tenaga (waktu produksi lebih singkat), 4) Lebih higienis/asap tidak masuk ruang produksi tahu, 5) Kapasitas produksi lebih banyak (vol panci 2 x 300 ltr), 6) Kualitas dan rasa tahu lebih enak (tidak sangit).

Kegiatan penerapan dan pengembangan teknologi tepat guna (TTG) ini telah selesai dilaksanakan, dan secara umum telah berhasil sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya. Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari aspek pendukung, antara lain dukungan dari industri mitra yang aktif terlibat dalam kegiatan ini sehingga kegiatan ini berjalan lancar. Dukungan lain adalah dari tim pelaksana, teknisi serta sarana-prasarana kegiatan, sehingga tim pelaksana tidak mengalami kendala yang berarti. Apa yang telah diberikan tim pelaksana diharapkan betul-betul bermanfaat bagi mitra. Tim pelaksana telah berusaha maksimal agar bantuan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, dan peralatan yang diberikan betul-betul berfungsi dengan baik. Keuntungan dapat dilihat dari dua aspek, yaitu materi non materi. Keuntungan materi dapat dilihat dari sejauh mana peningkatan produksi, kualitas, dan pendapatan. Keuntungan non materi juga penting, antara lain dari pekerjaan yang lebih ringan, waktu luang yang lebih banyak, kepuasan kerja, serta berkurangnya komplain dari konsumen (Sudarman dkk, 2015).

Penerapan ketel uap pada industri tahu sangat membantu peningkatan produktivitas dan kualitas tahu yang dihasilkan. Walaupun demikian masih terdapat tahapan proses produksi tahu yang memerlukan pengembangan mesin/peralatan agar produktivitas dan kualitas tahu lebih meningkat lagi. Sebagai contoh mitra masih melakukan proses pemerasan bubur kedelai dan pengepresan tahu dengan peralatan sederhana/manual. Melalui pengembangan dan penerapan teknologi tepat guna pada kesempatan lain diharapkan dapat dibuat mesin pemeras dan alat pres tahu yang lebih baik (Sudarman dkk, 2015).

2.6.2. Faktor Produksi

Faktor produksi secara umum ada empat yakni lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen. Keempat faktor tersebut harus ada ketika melakukan produksi. Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Menurut Griffin (2005), menyatakan bahwa secara total ada lima hal yang dianggap sebagai faktor produksi, yaitu tenaga kerja (*labor*), modal (*capital*), sumberdaya fisik (*physical resources*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), dan sumberdaya informasi (*information resources*).

Tenaga kerja merupakan faktor produksi di mana dapat diperoleh dari dalam keluarga dan luar keluarga. Tenaga kerja terbagi lagi menjadi tenaga kerja laki-laki, tenaga kerja perempuan, serta tenaga kerja anak-anak di mana batasan tenaga kerja anak-anak adalah berumur 14 tahun ke bawah (Hernanto, 2009).

Modal merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam suatu produksi pertanian dalam arti sumbangannya pada nilai produksi (Mubyarto, 1989). Dalam pengertian ekonomi modal adalah barang atau uang yang bersama

faktor produksi, tanah, tenaga kerja, dan faktor produksi lainnya menghasilkan barang-barang pertanian.

Modal dalam agroindustri akan digunakan untuk pembelian bahan baku dan bahan penunjang. Bahan baku adalah bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan sesuatu produk yang mana bahan tersebut dapat dijadikan wujud yang lainnya. Menurut Hanggana (2010), bahan penunjang adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan yang disatukan menjadi suatu barang jadi bahan baku dan bahan penunjang ini memiliki arti yang sangat penting dikarenakan modal terjadinya proses produksi sampai hasil produksi dengan mengelompokkan bahan baku dan penunjang untuk pengendalian, diprioritaskan pada bahan yang relatif lebih tinggi yaitu bahan baku. Selain dari itu modal juga akan digunakan untuk pengadaan peralatan, upah tenaga kerja.

2.6.3. Biaya

Rosyidi (2006), menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output. Produksi dapat dilaksanakan apabila tersedia faktor-faktor produksi. Untuk mendapatkan semua faktor produksi itu tidak dapat diperoleh dengan cuma-cuma melainkan harus dibeli karena tidak ada satu faktor produksi yang merupakan barang bebas, semuanya adalah barang ekonomi yang jumlah atau tersedianya langka sehingga untuk mendapatkannya tentu harus dilakukan pengorbanan dengan cara pembelian, biaya produksi dapat dikemukakan menjadi: biaya tetap, biaya variabel.

Weygandt dkk (2010), menyatakan bahwa biaya terdiri atas biaya bahan/material langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. Biaya

bahan/material langsung adalah biaya yang dikeluarkan dari bahan mentah yang secara fisik dan langsung dapat dikaitkan dengan produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya untuk pekerjaan karyawan yang secara fisik dan langsung dapat dikaitkan dengan mengubah bahan mentah menjadi barang jadi. Sedangkan biaya *overhead* adalah biaya secara tidak langsung terkait dengan pembuatan produk, contohnya termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, penyusutan bangunan pabrik, asuransi, pajak, pemeliharaan fasilitas pabrik.

Hanafie (2010), biaya tetap adalah semua jenis biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi. Seperti penyusutan, gaji, promosi, pajak, izin usaha dan jaminan kesehatan karyawan. Oleh karena itu, biaya yang dikeluarkan dalam usaha tidak pengaruh dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Menurut Garrison (2009), menyatakan bahwa biaya variabel adalah jenis biaya yang difungsikan untuk melengkapi biaya tetap dan bersifat dinamis. Biaya variabel terdiri dari bahan baku, bahan penunjang, upah, transportasi, listrik, dan tunjangan hari besar atau hari raya karyawan.

2.6.4. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input (Nicholson dan Wahyu, 2002). Kegiatan produksi mengandung hubungan antar tingkat penggunaan faktor-faktor produksi dengan produk atau hasil yang diperoleh sehingga mengkombinasikan berbagai input atau masukan untuk menghasilkan output.

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat, kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri untuk bisa melalukan produksi, orang

memerlukan tenaga manusia, sumber-sumber alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi (*Factor Of Production*). Jadi semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang disebut sebagai faktor-faktor produksi. Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa (Sukirno, 2006).

2.6.5. Pendapatan

Rahim dan Hastuti (2007), menyatakan bahwa pendapatan merupakan selisih penerimaan dengan semua biaya produksi. Pendapatan meliputi pendapatan kotor dan pendapatan bersih (keuntungan). Pendapatan kotor adalah sebagai nilai produksi total dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Total biaya diperoleh dari nilai semua masukan yang habis terpakai atau tidak terpakai dalam satu kali proses produksi (Soekartawi, 2000). Keuntungan atau Pendapatan bersih merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha. Pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi (Suratiah, 2006). Menurut Reksopraستیo (2004), pendapatan (revenue) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang disumbangkan.

Winardi (2010), mengemukakan pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang dari pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu. Selanjutnya pendapatan dapat dibedakan antara lain:

1. Sektor pekerja pokok yaitu menjadi sumber utama kehidupan keluarga
2. Sektor pekerjaan sampingan yaitu pekerjaan yang hasilnya dipakai sebagai penunjang untuk mencukupi kebutuhan hidup suatu keluarga
3. Sektor subsistem yaitu sumber pendapatan yang sering diartikan sebagai pekerjaan yang menghasilkan sesuatu untuk dikonsumsi sendiri.

2.6.6. Efisiensi Usaha

Efisiensi merupakan ukuran tingkat penggunaan sumberdaya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit dalam penggunaan sumberdaya, maka prosesnya dikatakan akan semakin efisien. Proses efisiensi ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Untuk menghitung analisis efisiensi dengan menggunakan rumus RCR (Soekartawi, 2000). Pendapatan bersih yang dapat menentukan layak tidaknya suatu usaha, dapat diukur dari efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost of Ratio* (RCR) merupakan perbandingan antara total output dan total input dari usaha tersebut. Semakin tinggi rasio output terhadap input, maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai.

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan nilai input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang di capai. Efisiensi yang dijelaskan oleh Nicholson dan Wahyu (2002), sebagai pencapaian output maksimum dari penggunaan sumberdaya tertentu. Jika

output yang dihasilkan lebih besar dari sumberdaya yang digunakan maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi yang dicapai.

2.6.7. Nilai Tambah

Hayami dkk (1987), menyatakan bahwa nilai tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan margin adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja. Dalam margin ini tercakup komponen faktor produksi yang digunakan yaitu tenaga kerja, input lainnya dan balas jasa pengusaha pengolahan.

Sudiyono (2004) menyatakan nilai tambah dapat dilihat dari dua sisi yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Nilai tambah untuk pengolahan dipengaruhi oleh faktor teknis yang meliputi kapasitas produksi, jumlah bahan baku dan tenaga kerja serta faktor pasar yang meliputi harga output, harga bahan baku, upah tenaga kerja dan harga bahan baku lain selain bahan bakar dan tenaga kerja. Besarnya nilai tambah suatu hasil pertanian karena proses pengolahan merupakan pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Bisa dikatakan bahwa nilai tambah merupakan gambaran imbalan bagi tenaga kerja, modal dan manajemen.

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena komoditas tersebut telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi. Nilai tambah ini merupakan balas jasa terhadap

faktor produksi yang digunakan seperti modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan yang dinikmati oleh produsen maupun penjual (Suhendar, 2002).

Adapun manfaat dari analisis nilai tambah metode Hayami adalah; (1) dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas. (2) dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi. (3) prinsip nilai dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran (Suprpto, 2006).

2.7. Pemasaran

Pemasaran pertama kali dipelajari sebagai bidang usaha pada tahun 1902. Pada waktu itu pemasaran masih disebut sebagai distribusi barang dan berpangkal pada suatu proses distribusi. Pemasaran kemudian diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai. Pada era tahun 1960-an titik berat pemasaran beralih pada manajemen pemasaran didefinisikan sebagai manajemen aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pada tahun 1970-an konsep pemasaran diperluas lagi, yang juga meliputi kegiatan-kegiatan dari lembaga/organisasi non-laba (Sunarto, 2004).

2.7.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, *pricing*, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan sekaligus atau pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai (*The American Marketing Association dalam Iswanto, 2008*).

Swatha dan Irawan (2003), menyatakan bahwa sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Proses pemasaran mengandung segi mental dan fisik. Segi mental penjual harus paham apa yang diinginkan pembeli, selain itu pembeli juga harus paham apa yang mau dibeli. Segi fisik berarti barang-barang harus dipindahkan ketempat dimana mereka dibutuhkan pada waktu tertentu dengan jumlah serta kualitas yang diinginkan konsumen (Saefuddin dan Hanafiah, 2006).

Pemasaran agribisnis adalah sejumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang/jasa yang dipertukarkan kepada konsumen/pemakai dalam bidang agribisnis atau pemasaran input dan alat pertanian, pemasaran produk pertanian, pemasaran produk agroindustri, serta pemasaran jasa pendukung agribisnis (Gumbira dan Harizt, 2001).

2.7.2. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yaitu badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dimana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen (Saefuddin dan Hanafiah, 1986). Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Sudiyono, 2001).

2.7.3. Saluran Pemasaran

Hasyim (2012), menyatakan saluran pemasaran sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Oleh karena itu, saluran pemasaran merupakan suatu jalur arus barang yang dilalui dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen akhir.

Assauri (2016), menyatakan bentuk pola saluran pemasaran dapat dibedakan atas dua saluran, yaitu produsen langsung dan saluran tidak langsung. Saluran pemasaran langsung yaitu produsen langsung menjualnya ke konsumen, sedangkan saluran pemasaran tidak langsung dapat berupa; 1) Produsen, pengecer, konsumen; 2) Produsen, pedagang besar atau menengah, pengecer, konsumen; dan 3) Produsen, pedagang besar, pedagang menengah, pengecer, konsumen.

Gumbira dan Harizt (2001), menyatakan bahwa saluran pemasaran terlihat secara vertikal dan horizontal yang meliputi petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Saluran pemasaran secara vertikal dapat dilihat dari arah tanda panah dari atas ke bawah atau tegak lurus, sedangkan secara horizontal dari kanan ke kiri atau sebaliknya.

Saluran pemasaran merupakan jalan yang sistematis untuk mengalihkan produk yang sesungguhnya serta hak pemilikan seefisien mungkin. Hal ini didorong dengan peranan masing-masing lembaga pemasaran seperti pengecer, pedagang, agen dan lembaga pemasaran lainnya dalam memasarkan suatu produk. Selain itu juga dibutuhkan berbagai macam bentuk strategi dalam pendistribusian produk (Kotler, 2002).

2.7.4. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Gumbira dan Harizt (2001), menyatakan bahwa fungsi pemasaran adalah serangkaian kegiatan fungsional yang dilakukan oleh lembaga pemasaran, baik aktivitas proses fisik maupun aktifitas jasa, yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan atau penambahan kegunaan bentuk, waktu, tempat, dan kepemilikan terhadap suatu produk. Adapun klasifikasi fungsi-fungsi pemasaran agribisnis sebagai berikut:

1. Fungsi Pertukaran, meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan hak milik suatu barang dan atau jasa melalui suatu proses pertukaran. Proses pertukaran tersebut dapat terjadi apabila antara pembeli dan penjual menemukan kesepakatan dan menyetujui suatu nilai atau tingkat harga tertentu terhadap suatu jumlah unit tertentu dari suatu barang atau jasa yang akan diperjualbelikan. Fungsi ini meliputi:
 - 1) Fungsi Pembelian, merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pedagang perantara (yakni pedagang besar, pengumpul, atau pengecer) untuk dijual kembali dan oleh produsen untuk dijadikan bahan baku atau masukan dalam proses produksi, seperti input-input dan alat-alat pertanian yang dibeli oleh petani, pembelian hasil pertanian oleh industri pengolahan, dan pembelian produk setengah jadi oleh industri untuk diolah lebih lanjut menjadi produk jadi. Adapun langkah-langkah dalam fungsi pembelian meliputi; 1) Mengidentifikasi kebutuhan, 2) Menentukan jenis, mutu, dan jumlah barang yang akan dibeli, 3) Mengidentifikasi dan menetapkan prioritas sumber-sumber pembelian, 4)

Menyusun rencana implementasi, dan 5) Melakukan negosiasi dan transaksi pembelian.

- 2) Fungsi Penjualan, mencakup serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam proses pemindahan hak milik produk dari produsen atau lembaga perantara pemasaran, yang mempunyai hak kepemilikan kepada konsumen atau pemakai, termasuk di dalamnya kegiatan promosi dan periklanan. Adapun keputusan-keputusan dalam usaha penjualan meliputi; 1) Menentukan jenis produk yang akan dijual, 2) Menentukan mutu produk yang akan dijual, 3) Menentukan jumlah produk yang akan dijual, 4) Menentukan waktu penjualan, 5) Menentukan tempat penjualan, dan 6) Menetapkan cara penjualan.

2. Fungsi Fisik Pemasaran, adalah untuk menangani, menggerakkan, dan mengubah produk secara fisik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen terkait dengan kegiatan fungsional pemasaran yang menimbulkan kegunaan waktu, tempat, dan bentuk. Fungsi fisik pemasaran meliputi:

- 1) Fungsi Penyimpanan, berupaya untuk mengatur dan mengontrol persediaan untuk kebutuhan selama periode tertentu. Ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian yakni; 1) Jumlah stok yang dimiliki, 2) Jumlah stok regional, nasional, dan dunia, 3) Cara pengelolaan dan pembiayaan stok, 4) Cara mengurangi biaya operasi penyimpanan dan pengelolaan persediaan, 5) Tingkat volume stok yang efisien dan efektif, dan 6) Perkiraan lama penyimpanan yang akan dilakukan.
- 2) Fungsi Pengangkutan, yakni memperlancar perpindahan produk dari lokasi produksi sampai ke lokasi konsumen akhir serta mengakibatkan

besarnya biaya pemasaran sehingga akan memperbesar tingkat harga produk di konsumen akhir.

- 3) Fungsi Pengolahan, yakni menambah dan melengkapi kegunaan bentuk kepada produk pertanian serta dapat dilakukan secara sederhana dan murah serta dilakukan secara besar-besaran dan mahal (teknologi canggih).

3. Fungsi Fasilitas Pemasaran, mencakup semua kegiatan yang dapat membantu kelancaran proses pemasaran meliputi:

- 1) Fungsi Standarisasi Dan Penggolongan Produk.

Standarisasi produk, pembeli, penjual, dan lembaga memiliki kesamaan bahasa suatu ukuran tingkat mutu mempermudah proses pertukaran. Pengelompokkan berdasarkan ukuran volume, tingkat kematangan dan kerusakan, dilakukan hanya secara visual seperti menyotir (memisahkan yang bermutu). Bagi kelancaran sistem pemasaran ditetapkan grade (gelar dalam skala), yaitu; A (ISTIMEWA), B (PILIHAN), C (KOMERSIL), dan D (EKONOMIS).

- 2) Fungsi Pembiayaan.

Berperan dalam perencanaan pembiayaan, pelaksanaan pembiayaan, pengawasan pembiayaan, pengevaluasian pembiayaan, dan pengendalian pembiayaan.

- 3) Fungsi Penanggung Risiko, yakni suatu kegiatan yang sangat penting dalam menjalankan fungsi penanggungan risiko.

- 4) Fungsi Penyediaan Informasi Pasar

Untuk memperbaiki tingkat efisiensi proses pemasaran (cepat, tepat dan diperlukan oleh semua pihak), sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen pemasaran, dilakukan secara sederhana dan kompleks (jenis dan data yang dibutuhkan), data/informasi diperoleh dari berita perdagangan, buletin asosiasi perdagangan, berita harian dan majalah bisnis, publikasi pemerintah seperti berita harga, produksi, publikasi dan dokumen perusahaan, hasil observasi dan penelitian bidang pemasaran dan bidang lainnya yg berhubungan dengan proses pemasaran.

5) Fungsi Penelitian Pemasaran

Fungsi ini untuk memperoleh informasi pemasaran yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan yang efektif dan efisien. Fungsi fasilitas pemasaran yang berperan menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat kepada pemasar melalui informasi dimana digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan kesempatan pemasaran, sehingga kegiatan pemasaran meningkat, menyaring, dan mengevaluasi dan memonitor keragaman sistem pemasaran, membangun pengertian dan menanamkan pemahaman tentang pemasaran sebagai suatu sistem proses.

Fungsi pemasaran yaitu melihat dan membandingkan tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran itu sendiri adalah pedagang yang ikut menyampaikan barang dan jasa produsen ke konsumen melalui saluran pemasaran tertentu (Suprpto, 2006). Adapun fungsi pemasaran yaitu sebagai berikut :

1. Fungsi penjualan adalah mengalikan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.
2. Fungsi pembelian adalah perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
3. Fungsi pengangkutan adalah pemindahan barang-barang dari tempat produksi atau penjualan ketempat barang-barang tersebut akan dipakai menciptakan kegunaan tempat.
4. Fungsi penyimpanan adalah menahan barang-barang selama jangka waktu antar dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual, menciptakan kegunaan waktu.
5. Fungsi permodalan atau pembiayaan adalah mencari dan mengurus modal yang berkaitan dengan transaksi dalam arus barang.
6. Fungsi penanganan resiko adalah ketidak pastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian, kerusakan.
7. Fungsi informasi pasar adalah pengumpulan informasi (fakta-fakta dan gejala-gejala) yang timbul disekitar arus barang.
8. Fungsi *standarisasi* dan *grading*. Standarisasi adalah penentu atau penetapan golongan kelas atau derajat untuk barang-barang sedangkan *grading* yaitu memilih barang untuk dimasukkan ke dalam kelas yang telah ditetapkan dengan standarisasi produkyang dipilih (disortir) mempunyai ciri hampir sama dengan hal bentuk dan ukuran.

Hanafiah dan Saefuddin (2006), menyatakan bahwa fungsi-fungsi pemasaran dikelompokkan atas tiga fungsi pemasaran yakni: 1) fungsi pertukaran, yakni kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dari barang dan

barang yang dipasarkan (pembelian dan penjualan). 2) fungsi resiko, semua tindakan yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa sehingga proses tersebut menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu (fungsi penyimpanan dan pengangkutan). 3) fungsi fasilitas, tindakan untuk memperlancar proses terjadinya pertukaran fisik yang terjadi antara produsen dan konsumen (standarisasi dan grading, penanggung resiko, pembiayaan dan informasi pasar).

2.7.5. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, pungutan dan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain karena disebabkan berbedanya macam komoditi, lokasi pemasaran, macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2000).

Biaya pemasaran yaitu sejumlah pengeluaran perusahaan atau petani yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh lembaga yang bersangkutan (Seafuddin dan Hanafiah, 2006).

Dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran akan terkait terhadap biaya pemasaran. Biaya pemasaran yaitu biaya yang diperlukan untuk mendapatkan gambaran kemampuan tiap segmen hasil penjualan dalam menyumbang keuntungan kepada perusahaan. Termasuk dalam pos-pos biaya adalah biaya penjualan, penyimpanan, transportasi, bongkar muat, bunga kredit, dan promosi (Siswanto, 2003).

2.7.6. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan ditingkat konsumen. Margin pemasaran berbeda dengan biaya pemasaran meskipun ada kemungkinan besarnya margin pemasaran sama dengan biaya pemasaran. Terkadang margin pemasaran lebih kecil daripada biaya pemasaran karena ada pelaku pasar yang menanggung kerugian (Seafuddin dan Hanafiah, 2006).

Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu segi harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran sering menggunakan konsep margin yang dipandang dari sisi harga. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima petani/produsen, dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

2.7.7. Profit Margin

Salah satu konsep yang perlu diketahui oleh pelaku usaha adalah profit margin atau margin keuntungan, untuk menghitung tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Profit margin ditunjukkan oleh persentase. Angka persentase itu menunjukkan berapa rupiah keuntungan yang diperoleh suatu usaha dibandingkan dengan penjualan (Suprpto, 2006).

Munawir (2007), profit margin adalah besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

2.7.8. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan memasarkan suatu produk untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan input yang serendah-rendahnya untuk memperoleh output semaksimal mungkin. Pengukuran efisiensi pemasaran yang menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2001).

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Seafuddin dan Hanafiah, 2006).

2.8. Penelitian Terdahulu

Simajuntak (2016) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tahu di Desa Pandan Wangi Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya produksi, produksi, harga pendapatan, dan efisiensi usaha agroindustri tahu. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode survei terhadap agroindustri tahu di Desa Pandan Wangi Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis manajemen usaha secara deskriptif dan kuantitatif, nilai tambah dan SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha dengan umur pengusaha tahu berkisar antara 25-38 tahun, pendidikan rata-rata 8 tahun, pengalaman berusaha rata-rata 7 tahun, jumlah tanggungan keluarga rata-rata 4 jiwa. Profil usaha dengan bentuk usaha industri kecil, tujuan usahanya merupakan sumber pendapatan keluarga, manajemen usaha rumah tangga. Biaya produksi agroindustri tahu dengan rata-rata biaya sebesar Rp. 1.434.400,24/proses produksi. Produk tahu yang dihasilkan per proses produksi sebanyak 263,93 Kg. Rata-rata pendapatan kotor sebesar Rp. 1.649.562,50 dan pendapatan bersih Rp. 215.612,26/proses produksi. Efisiensi sebesar 1,15. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan 1 Kg kacang kedelai menjadi tahu adalah Rp. 3.554,77/Kg. Persentase imbalan tenaga kerja terhadap nilai tambah adalah 58,96% per Kg. Keuntungan adalah sebesar Rp. 54,77/Kg atau dapat memfokuskan kegiatan dalam strategi SO: memperluas jangkauan distribusu tahu seperti menjalin kerjasama dengan restaurant dan rumah makan, dengan memanfaatkan harga tahu yang murah dan rasa yang enak, meningkatkan produksi dan menjaga kualitas tahu yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang bagus dan memperluas jangkauan pemasaran, mulai memasuki pasar yang berada di luar daerah.

Nasution (2016) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Agroindustri Tahu dan Tempe Di Kecamatan Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu”. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) karakteristik pengrajin dan profil usaha agroindustri (2) proses produksi, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah, saluran dan lembaga pemasaran. (3) fungsi pemasaran, biaya, margin, profit margin dan efisiensi pemasaran.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan jumlah responden sebanyak 12 responden yang berada di Desa Sukadamai terdapat 5 produsen tahu dan 2 produsen tempe, sedangkan di Desa Pematang Tebih terdapat 4 produsen tahu dan 1 produsen tempe di Kecamatan Ujungbatu Kabupaten Rokan Hulu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur produsen agroindustri tahu adalah 45,56 tahun sedangkan tempe adalah 45 tahun. Memiliki lama pendidikan untuk produsen tahu dengan rata-rata 10 tahun dan produsen tempe 9 tahun. Jumlah tanggungan keluarga rata-rata produsen tempe dan tahu berturut-turut adalah Rp.1950.737,43 dan Rp.1.329.736,10 dengan harga rata-rata setiap potong untuk tahu besar Rp.200,00 dan potong kecil Rp175,00. Sedangkan untuk tempe besar Rp.3.750,00 dan potong kecil Rp1.750,00. Sehingga penerimaan rata-rata yang diperoleh setiap pengusaha tahu adalah Rp.2.272.416,67 dan penerimaan rata-rata tempe adalah Rp. 1.458.333,33. Keuntungan rata-rata yang diperoleh pengusaha tahu adalah Rp 283.456,82 dan tempe Rp. 122.867,59. Usaha tersebut memiliki nilai efisiensi untuk tahu sebesar 1,14 artinya setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan keuntungan sebesar 0,14 kali dari biaya yang dikeluarkan. Efisiensi untuk tempe sebesar 1,09, artinya setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan keuntungan sebesar 0,09 kali dari biaya yang dikeluarkan. Di samping itu, usaha tersebut memiliki nilai tambah untuk tahu sebesar Rp. 2.947,64 artinya setiap 1 Kg bahan baku mendapat keuntungan sebesar Rp. 2947,64 dan nilai tambah untuk tempe sebesar 3.781,32 artinya setiap 1 Kg bahan baku mendapat keuntungan sebesar Rp. 3.781,32.

Purnama, dkk (2017) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usaha Agroindustri Tahu (Studi Kasus di Kelurahan Indihiang Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) besarnya biaya yang dikeluarkan pada agroindustri tahu dalam satu kali proses produksi, (2) besarnya pendapatan dan penerimaan dari agroindustri tahu dalam satu kali proses produksi, (3) besarnya R/C pada agroindustri tahu dalam satu kali proses produksi. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan Metode Survei dengan populasi perajin tahu yang ada di Kelurahan Indihiang Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya sebanyak 13 orang, dan seluruh perajin secara sensus dijadikan responden. Metode analisis yang digunakan adalah dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) besarnya biaya produksi rata-rata yang diperlukan oleh perajin tahu yang ada di Kelurahan Indihiang Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya sebesar Rp. 1.979,841 pada satu kali proses produksi. (2) pendapatan rata-rata yang diperoleh perajin adalah sebesar Rp.337,338 pada satu kali proses produksi, dan penerimaan rata-rata yang diperoleh perajin adalah sebesar Rp.2.265,938 pada satu kali proses produksi. 3) besarnya nilai R/C adalah sebesar 1,15 artinya setiap Rp. 1,0 biaya yang dikeluarkan diperoleh penerimaan sebesar 1,15 dan memperoleh pendapatan atau keuntungan sebesar 0,15.

Gunanda dan Septina (2016) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Agroindustri Kedelai di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha agroindustri kedelai meliputi (1) Biaya produksi, pendapatan, efisiensi, nilai tambah dan tingkat

pengembalian investasi (ROI), dan (2) Sikap kewirausahaan pengusaha agroindustri kedelai. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pengambilan responden dilakukan secara sensus terhadap 9 pengusaha dan 7 pengusaha tempe di Kabupaten Indragiri Hulu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis nilai tambah, secara deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha agroindustri tahu dan tempe merupakan usaha kecil perseorangan, teknologi semi mekanis, belum memiliki merek dagang dan izin usaha secara resmi. Bahan baku yang digunakan dalam satu kali proses untuk agroindustri tahu adalah kedelai sebanyak 144 Kg, dengan bahan penunjang berupa air cuka, solar, kayu bakar, dan plastik. Biaya produksi sebesar Rp 1.002.222, biaya terbesar adalah untuk bahan baku yaitu Rp. 1.002.222 (88,88%), pendapatan bersih 649.384, Nilai tambah sebesar Rp 1.360, RCR sebesar 1,95, dan ROI sebesar 59,24%. sedangkan pada agroindustri tempe, penggunaan kedelai sebanyak 157 Kg, dengan bahan penunjang berupa ragi, daun pisang, kayu bakar, listrik, dan solar. Biaya produksi agroindustri tempe sebesar Rp 1.089.286 (85,06%), pendapatan bersih 565.921, RCR sebesar 1,43, nilai tambah diperoleh sebesar Rp 1.665/Kg, dan ROI sebesar 43,68%.

Siahian (2017) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Agroindustri dan Pemasaran Tahu di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri tahu, (2) penggunaan bahan baku, teknologi pengolahan, proses produksi dan penggunaan tenaga kerja agroindustri tahu, (3) menganalisis biaya, pendapatan dan efisiensi agroindustri tahu, (4) nilai tambah agroindustri tahu, dan (5) lembaga, saluran, fungsi–fungsi pemasaran,

biaya, margin dan efisiensi pemasaran agroindustri tahu. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei dengan pengambilan responden dilakukan secara sensus terhadap 8 pengusaha tahu di Kecamatan Ujung Batu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur rata-rata pengusaha termasuk dalam usia produktif yaitu 49 tahun, lama pendidikan rata-rata 6 tahun, pengalaman usaha selama 15 tahun dengan jumlah tanggungan keluarga rata-rata 5 jiwa. Profil usaha agroindustri tahu merupakan industri skala usaha mikro dengan sumber modal sendiri. Penggunaan bahan baku kacang kedelai untuk 1 kali proses produksi rata-rata 150 Kg dengan penggunaan bahan penunjang, meliputi: kayu bakar 20 ikat, bensin 6 liter, asam tahu 1 liter dan listrik Rp. 257. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.651.472/proses produksi, dengan biaya tetap sebesar Rp. 12.965 (0,79%) dan biaya variabel Rp. 1.638.507 (99,21%), pendapatan kotor sebesar Rp. 2.000.000/proses produksi dan pendapatan bersih sebesar Rp. 384.528/proses produksi. *Return cost Ratio* (RCR) yang diperoleh sebesar 1,21 dan nilai tambah sebesar Rp. 5.036,11/Kg. Selanjutnya terdapat 2 lembaga pemasaran yang terlibat memasarkan tahu di Kecamatan Ujung Batu, yakni saluran I pengusaha ke pedagang pengecer (di pasar) lalu ke konsumen. Saluran II pengusaha ke konsumen. Margin pemasaran I adalah Rp. 3000/Kg dengan efisiensi adalah 3,37%. Margin pemasaran II adalah Rp. 3000/Kg dengan efisiensi 3,43%.

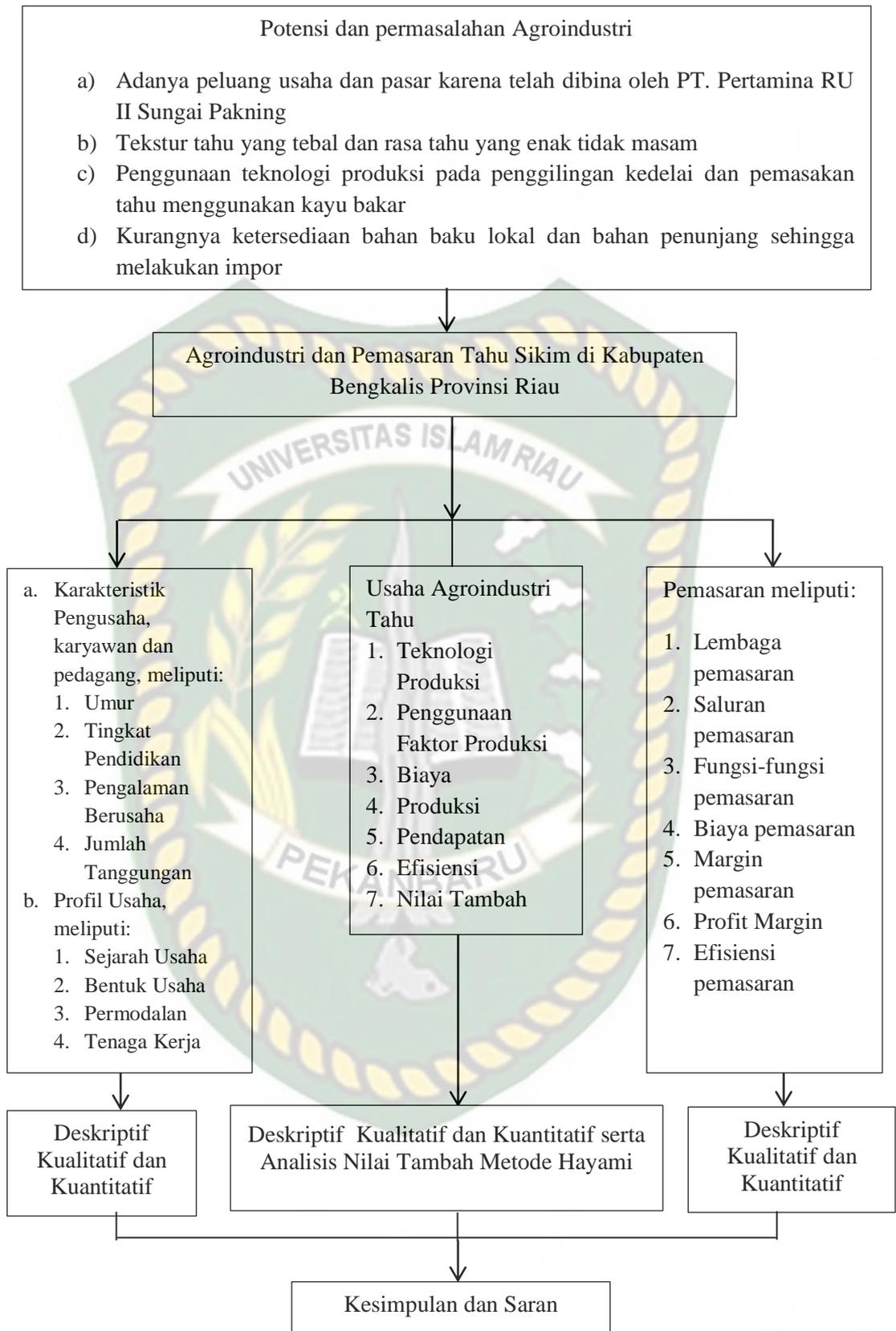
Indra Praja (2020) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usaha Agroindustri Gula Kelapa di Kelurahan Sapat Kecamatan Kuala Indragiri Kabupaten Indragiri Hilir”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1)

karakteristik pengusaha dan profil usaha, (2) ketersediaan bahan baku dan penunjang, proses produksi dan teknologi pengolahan, (3) biaya, produksi, pendapatan, efisiensi, keuntungan dan nilai tambah yang diperoleh dari pembuatan gula kelapa. Penelitian ini menggunakan metode survei. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* di Kelurahan Sapat Kecamatan Kuala Indragiri Kabupaten Indragiri Hilir. Pengambilan sampel dilakukan secara sensus terhadap 10 pengusaha gula kelapa. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengrajin gula kelapa rata-rata umur 37,40 tahun, tingkat pendidikan 5,70 tahun, tanggungan keluarga 3,50 jiwa. Profil usaha agroindustri gula kelapa rata-rata tenaga kerja 2,3 orang tenaga kerja dalam keluarga, luas lahan 0,66 Ha atau sebanyak 28,8 pohon sadap, umur tanaman 21,9 tahun, jumlah modal Rp. 1.520.000. bahan baku nira kelapa tersedia pada usaha tergantung kepada pemilik lahan, teknologi, yang digunakan masih sangat sederhana, produksi yang diperoleh usaha berupa nira kelapa sebanyak 51 liter dan gula kelapa 9,6 Kg. Total biaya agroindustri gula kelapa sebesar Rp. 105.864. Pendapatan usaha gula kelapa sebesar Rp. 124.800. pendapatan kotor pengusaha gula kelapa sebanyak Rp. 18.936. Efisiensi usaha sebesar 1,17. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri gula kelapa sebesar Rp. 58.820 per proses. Marjin yang diperoleh sebesar Rp. 122.800 dengan rasio sumbangan input lain sebesar 52,10% dengan keuntungan pengusaha sebesar 47,49% dalam satu kali produksi.

2.9. Kerangka Berfikir Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Adapun kerangka penelitian ini dimulai dari menganalisis karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang tahu dimulai dari umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, serta jumlah tanggungan keluarga dan profil usaha yaitu sejarah usaha, bentuk usaha, sumber modal, tenaga kerja dianalisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Kemudian mendeskripsikan ketersediaan bahan baku dan penunjang, penggunaan teknologi produksi dan cara pembuatan tahu, tekstur dan rasa tahu, peluang usaha dan pasar dianalisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Selanjutnya untuk usaha agroindustri tahu yang meliputi teknologi pengolahan, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dari pengolahan tahu dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Nilai tambah dianalisis dengan metode hayami. Kemudian untuk menganalisis pemasaran meliputi lembaga, saluran dan fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, profit margin dan efisiensi pemasaran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Untuk lebih jelasnya disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Kerangka Berfikir Penelitian Analisis Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada agroindustri tahu Sikim di Desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*), dengan pertimbangan: 1) Usaha tahu Sikim ini sudah berjalan selama 13 tahun, 2) Proses produksinya menggunakan teknologi tradisional untuk menghasilkan tahu berkualitas baik, 3) Rasa dan tekstur yang unik tidak masam karena cara pembuatannya dengan dimasak sehingga menghasilkan tahu yang lezat.

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 6 bulan dari bulan Oktober 2020 sampai Maret 2021. Beberapa rangkaian kegiatan penelitian antara lain penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data lapangan, tabulasi data, pengolahan dan analisis data serta penyusunan laporan akhir. Untuk lebih jelasnya rangkaian penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 2.

3.2. Teknik Pengambilan Responden

Responden penelitian ini adalah pengusaha, karyawan dan pedagang tahu Sikim yang ada di agroindustri tahu Sikim. Total responden adalah sebanyak 9 orang yang terdiri satu pengusaha, empat orang karyawan dan empat orang pedagang yang diambil secara sensus. Pedagang diambil berdasarkan penelitian pendahuluan saluran pemasaran pada usaha tahu di Kabupaten Bengkalis yaitu:

1. Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen
2. Produsen – Konsumen

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diambil sebagai berikut:

1. Karakteristik pengusaha dan karyawan. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha dan karyawan tahu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha serta jumlah tanggungan keluarga.
2. Profil usaha. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha dan karyawan tahu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, permodalan dan tenaga kerja.
3. Analisis usaha agroindustri tahu. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha tahu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan meliputi penggunaan bahan baku, penggunaan bahan penunjang, harga bahan baku, harga bahan penunjang, teknik pengolahan, proses produksi, produksi, harga produksi.
4. Pemasaran. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha dan karyawan tahu dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, biaya pemasaran.

Data sekunder diperoleh dari instansi terkait berupa; letak geografi dan topografi, demografi dan kependudukan, pendidikan,, sarana dan prasarana yang mendukung penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman mengenai pengertian tentang istilah-istilah dalam penelitian, maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Karakteristik pengusaha dan karyawan adalah sifat/hal yang berhubungan dengan umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha serta jumlah tanggungan keluarga (Tahun/jiwa).
2. Profil usaha meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, permodalan dan tenaga kerja dalam usaha tahu.
3. Sejarah usaha adalah menjelaskan cerita asal muasal seseorang berusaha.
4. Bentuk usaha adalah terdiri dari; perseroan firma, perseroan komanditer, perseroan terbatas, BUMN dan koperasi.
5. Permodalan adalah terdiri atas sumber modal dan jumlah modal yang dikeluarkan dalam berusaha (Rp).
6. Tenaga Kerja adalah orang yang bekerja untuk kegiatan proses produksi agroindustri pengolahan kacang kedelai, mulai dari pembuatan sampai produk siap dipasarkan (HOK/Proses Produksi).
7. Proses produksi adalah urutan-urutan pengolahan kacang kedelai mejadi tahu menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenga kerja, alat, bahan baku dan biaya (Rp/Kg).
8. Satu kali proses produksi adalah lamanya waktu yang digunakan dalam proses produksi tahu mulai dari pengadaan bahan baku sampai dengan tahu siap untuk dipasarkan (18 Jam).

9. Teknologi Produksi adalah alat yang digunakan dalam memproduksi olahan kacang kedelai seperti mesin penggiling (Kg, Liter, Unit)
10. Penggunaan faktor produksi adalah penggunaan bahan baku, bahan penunjang serta peralatan yang dibutuhkan dalam pembuatan tahu (Kg, Liter, Unit/Proses Produksi).
11. Bahan Baku adalah kacang kedelai yang akan diproses untuk pembuatan tahu (Kg/Proses Produksi).
12. Bahan Penunjang adalah input produksi yang digunakan dalam pengolahan kacang kedelai selain bahan baku, seperti: cuka, obat, garam, air, minyak solar dan lainnya (Kg, Liter, Unit/Proses Produksi).
13. Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi, terdiri dari biaya penyusutan peralatan dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/Proses Produksi).
14. Biaya variabel adalah biaya yang besarnya selalu berubah tergantung dari besar kecilnya produksi, terdiri dari biaya bahan baku, biaya bahan penunjang, biaya penjualan, biaya pengemasan, biaya bahan bakar, serta biaya listrik dan penggilingan kedelai dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/Proses Produksi).
15. Biaya total adalah keseluruhan biaya tetap dan variabel yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/Proses Produksi).
16. Produksi adalah jumlah tahu yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi dihitung dalam satuan (Kg/Proses Produksi).
17. Upah Tenaga Kerja adalah nilai upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja (Rp/HOK).

18. Harga adalah nilai uang atau standar ketetapan nilai jual dari produk tahu (Rp).
19. Harga Bahan Baku adalah harga kacang kedelai untuk membuat tahu (Rp/Proses Produksi).
20. Harga Jual adalah harga yang ditetapkan dalam penjualan tahu (Rp/Kg).
21. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima atas penjualan produk tahu kepada konsumen (Rp/Proses Produksi).
22. Pendapatan Kotor adalah jumlah produksi agroindustri tahu di kalikan dengan harga jual pada saat penelitian (Rp/Proses Produksi).
23. Pendapatan Bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari selisih pendapatan kotor dengan biaya produksi dalam agroindustri tahu (Rp/Proses Produksi).
24. Efisiensi Usaha (RCR) adalah ukuran keberhasilan usaha agroindustri yaitu, perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi pada agroindustri tahu.
25. Nilai Tambah adalah nilai produk jadi dikurangi nilai bahan baku dan nilai bahan penunjang agroindustri tahu (Rp/Kg).
26. Lembaga Pemasaran adalah orang atau kelompok yang terlibat dalam penyaluran produk olahan kacang kedelai dari produsen ke konsumen
27. Saluran Pemasaran adalah jalur yang digunakan untuk menyampaikan produk olahan kacang kedelai dari produsen ke konsumen.
28. Fungsi Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan dalam agroindustri tahu untuk menyelesaikan sebuah proses pemasaran.
29. Biaya Pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran olahan kacang kedelai, meliputi biaya transportasi, pengemasan (Rp).

30. Keuntungan Pemasaran adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang diperoleh dalam tiap lembaga pemasaran. Keuntungan di tiap lembaga pemasaran diperoleh dari margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran di lembaga pemasaran tersebut (Rp).
31. Margin Pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk produk tahu dengan harga yang diterima oleh produsen tahu (%).
32. Efisiensi Pemasaran adalah perbandingan antara total biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran tahu dan total keuntungan atau nilai tahu yang dipasarkan setiap saluran pemasaran (%).

3.5. Analisis Data

Data yang dikumpulkan kemudian dikelompokkan dan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, selanjutnya dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Profil Usaha Agroindustri Tahu

Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang agroindustri tahu meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga di analisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Untuk profil usaha agroindustri tahu meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, permodalan dan tenaga kerja dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

3.5.2. Teknologi Produksi, Penggunaan Faktor Produksi, Biaya, Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu

Untuk melihat teknologi produksi, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri tahu dapat dianalisis secara Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif.

A. Teknologi Produksi

Teknologi produksi adalah cara untuk meningkatkan produksi dan produktivitas dalam berusaha meliputi tahapan-tahapan kerja, teknologi yang digunakan setiap tahapan kerja yang dianalisis secara Deskriptif Kualitatif.

B. Penggunaan Faktor Produksi

Penggunaan faktor produksi dianalisis meliputi penggunaan bahan baku, bahan penunjang serta peralatan yang dibutuhkan dalam memproduksi dapat dianalisis secara Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif.

C. Biaya

Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan baik biaya tetap maupun biaya variabel. Biaya produksi dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Hernanto (2009):

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- TC = Total Biaya (Rp/proses produksi)
- TVC = Total Biaya Variabel (Rp/proses produksi)
- TFC = Total Biaya Tetap (Rp/proses produksi)

Dalam penelitian ini untuk menentukan total biaya produksi digunakan persamaan sebagai berikut :

$$TC = TFC + X1.Px1 + X2.Px2 + X3.Px3+ X4.Px4+ X5.Px5+ X6.Px6+ Xn.Pxn$$

Keterangan:

- TC = Total Biaya (Rp/proses produksi)
- TFC = Biaya penyusutan (Rp/proses produksi)
- X1 = Jumlah Bahan Baku Tahu (Kg/proses produksi)
- Px1 = Harga Bahan Baku (Kedelai) (Rp/Kg)

- X2 = Jumlah Obat (Kg/proses produksi)
- Px2 = Harga Obat (Rp/Kg)
- X3 = Jumlah Cuka (botol/proses produksi)
- Px3 = Harga Cuka (Rp/botol)
- X4 = Jumlah Air (liter/proses produksi)
- Px4 = Harga Air (Rp/liter)
- X5 = Jumlah Kayu Bakar (Kg/proses produksi)
- Px5 = Harga Kayu Bakar (Rp/Kg)
- X6 = Jumlah Minyak Tanah (liter/proses produksi)
- Px6 = Harga Minyak Tanah (Rp/liter)
- Xn = Jumlah Bahan Penunjang Ke-n (Kg/proses produksi)
- Pxn = Harga Bahan Penunjang Ke-n (Rp/Kg)

D. Produksi

Produksi adalah jumlah produk yakni tahu yang dihasilkan dalam satuan kilogram per proses produksi yang dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

E. Pendapatan

1. Pendapatan Kotor

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima atas penjualan tahu Sikim kepada konsumen. Pendapatan Kotor adalah jumlah produksi tahu Sikim dikalikan dengan harga jual pada saat penelitian. Untuk menentukan pendapatan kotor dapat dihitung dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) berikut ini:

$$TR = Y \cdot Py \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- TR = Pendapatan Kotor Usaha Tahu (Rp/proses produksi)
- Y = Total Produksi Tahu (Kg/proses produksi)

P_y = Harga Tahu (Rp/Kg)

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan Bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari selisih pendapatan kotor dengan biaya produksi tahu Sikim. Pendapatan bersih dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\Pi = Y \cdot P_y - (X_1 \cdot P_{X1} + X_2 \cdot P_{X2} + X_3 \cdot P_{X3} + D) \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

Π = Pendapatan Bersih Tahu Sikim (Rp/Proses Produksi)

Y = Produksi Tahu Sikim (Rp/Proses Produksi)

P_y = Harga Produksi Yang Digunakan (Rp/Proses Produksi)

X_1 = Jumlah Bahan Baku Tahu (Kg/Proses Produksi)

P_{X1} = Harga Bahan Baku (Rp/Kg)

X_2 = Jumlah Bahan Penunjang (Kg/Proses Produksi)

P_{X2} = Harga Bahan Penunjang (Rp/Kg)

X_3 = Jumlah Tenaga Kerja (HOK/Proses Produksi)

P_{X3} = Upah Tenaga Kerja (Rp/Proses Produksi)

D = Penyusutan Alat (Rp/Proses Produksi)

Dalam penelitian ini untuk menentukan mengetahui besarnya biaya penyusutan digunakan persamaan sebagai berikut:

$$D = \frac{C-SV}{UL} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

D = Nilai Penyusutan (Rp/Unit/Tahun)

C = Harga Beli Alat (Rp/Unit)

SV = Nilai Sisa (Rp/Unit)

UL = Masa Pakai Alat (Tahun)

F. Efisiensi

Efisiensi Usaha adalah ukuran keberhasilan usaha agroindustri yaitu, perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi pada olahan kacang kedelai. Efisiensi usaha dihitung menggunakan kriteria *return cost ratio* (RCR) dengan rumus menurut Hernanto (2009):

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

RCR = Efisiensi Agroindustri Tahu

TR = Total Revenue (Rp/Proses Produksi)

TC = Total Cost (Rp/Proses Produksi)

Kriteria:

RCR > 1, berarti agroindustri tahu sudah efisiensi dan menguntungkan

RCR = 1, berarti agroindustri tahu berada pada titik impas (balik modal)

RCR < 1, berarti agroindustri tahu tidak efisiensi atau rugi

G. Nilai Tambah

Salah satu tujuan daripada diolahnya produk primer pertanian itu adalah untuk menghasikan nilai tambah. Analisis nilai tambah produk agroindustri tahu Sikim menggunakan metode Hayami. Nilai tambah yang dihitung yakni nilai tambah untuk pengolahan, yaitu pengolahan kedelai menjadi tahu. Prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami Tahun 1987

Variabel	Nilai
I. Output, Input dan Harga	
1. Output (Kg)	(1)
2. Input (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konveksi	$(4) = (1) / (2)$
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	$(5) = (3) / (2)$
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga bahan baku (Rp/Kg)	(8)
9. Sumbangan input lain (Rp/Kg)	(9)
10. Nilai output (Rp/Kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. rasio nilai tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan tenaga kerja (Rp)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. pangsa nilai tambah (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp)	$(13a) = 11a - 12a$
b. tingkat keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
14. Margin (Rp/Kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan tenaga kerja (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$
b. Sumbangan input lain (%)	$(14b) = (9) \times (14) / 100$
c. Keuntungan pengusaha (%)	$(14c) = (13a) \times (14) / 100$

Berdasarkan pada Tabel 5 secara operasional perhitungan tersebut dibuat keterangan sebagai berikut:

1. *Output* adalah jumlah tahu yang dihasilkan dalam satu proses produksi (Kg).
2. *Input* adalah jumlah kedelai yang diolah untuk satu proses produksi (Kg).
3. Tenaga kerja adalah banyaknya jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam satu kali proses produksi tahu (HOK).
4. Faktor konversi adalah banyaknya output yang dihasilkan dalam satu satuan input, yakni banyaknya produk tahu yang dihasilkan dalam satu kilogram kedelai.
5. Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu kilogram satuan input (HOK/Kg).

6. Harga output adalah harga jual produk per kilogram (Rp/Kg).
7. Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang diterima tenaga kerja langsung untuk mengolah produk (Rp/HOK).
8. Harga bahan baku adalah harga beli bahan baku kedelai per kilogram (Rp/Kg).
9. Sumbangan input lain adalah biaya pemakaian input lain per kilogram produk (Rp/Kg).
10. Nilai output menunjukkan nilai output tahu dengan nilai bahan baku utama tahu dan sumbangan input lain (Rp/Kg).
11. Nilai tambah adalah selisih nilai output tahu dengan nilai bahan baku utama tahu dan sumbangan input lain (Rp/Kg).
12. Rasio nilai tambah adalah menunjukkan persentase nilai tambah dari nilai produk (%).
13. Pendapatan tenaga kerja adalah hasil kali antara koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja langsung (Rp/Kg).
14. Pangsa tenaga kerja adalah menunjukkan persentase pendapatan tenaga kerja dari nilai tambah (%).
15. Keuntungan adalah nilai tambah dikurang pendapatan tenaga kerja (Rp).
16. Tingkat keuntungan adalah menunjukkan persentase keuntungan terhadap nilai tambah (%).

3.5.3. Analisis Pemasaran Tahu.

Analisis pemasaran agroindustri meliputi lembaga, saluran, fungsi, biaya, margin, profit margin, efisiensi pemasaran dianalisis melalui deskriptif kualitatif dan Kuantitatif.

1. Lembaga Pemasaran

Lembaga Pemasaran adalah orang atau kelompok yang terlibat dalam penyaluran produk tahu dari produsen ke konsumen dianalisis secara deskriptif kualitatif.

2. Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran adalah jalur yang digunakan untuk menyampaikan produk tahu dari produsen ke konsumen dianalisis secara deskriptif kualitatif.

3. Fungsi Pemasaran

Fungsi Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan dalam agroindustri tahu untuk menyelesaikan sebuah proses pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif. Fungsi Pemasaran meliputi fungsi penjualan, pembelian, pengangkutan, pengolahan, standarisasi dan penggolongan produk, penanggung resiko dan penyediaan informasi pasar.

4. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran olahan kacang kedelai, meliputi biaya transportasi, pengemasan (plastik), bongkar muat dan sopir. Rumus yang digunakan untuk menentukan biaya pemasaran sebagai berikut:

$$BP = BP_1 + BP_2 + \dots + BP_n \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

BP = Biaya pemasaran Tahu (Rp/Kg)

BP₁, BP₂, ..., BP_n = Biaya Pemasaran Tiap Lembaga Pemasaran (Rp/Kg)

5. Margin Pemasaran

Margin Pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk produk tahu dengan harga yang diterima oleh produsen

tahu. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen. Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus:

$$M = Hk - Hp \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Hk = Harga Konsumen (Rp/Kg)

Hp = Harga Pada Pengolah Tahu (Rp/Kg)

6. Profit Margin

Profit margin adalah besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya. Untuk mengetahui profit (keuntungan) digunakan rumus sebagai berikut:

$$\Pi = M - BP \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan:

Π = Profit (keuntungan) (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

BP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan memasarkan suatu produk untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan input yang serendah-rendahnya untuk memperoleh output semaksimal mungkin. Efisiensi pemasaran digunakan untuk mengetahui perbandingan antara biaya pemasaran dengan biaya penerimaan. Efisiensi pemasaran (E_p), dihitung dengan menggunakan rumus:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100 \% \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TC = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

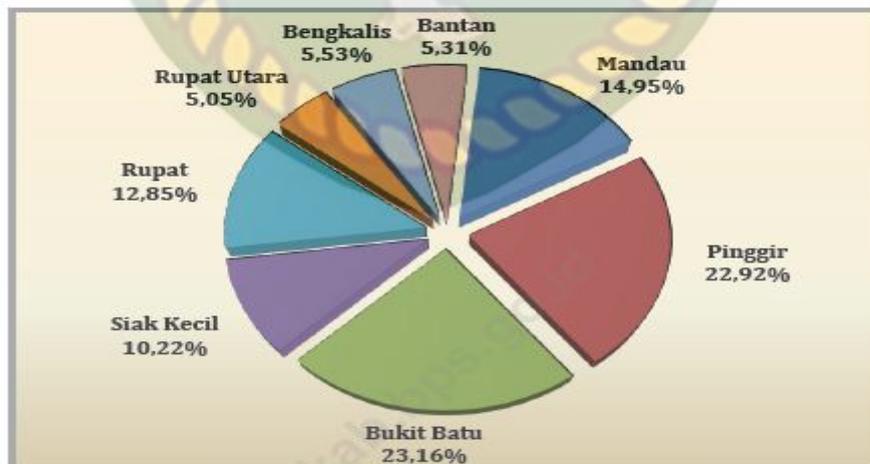
TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)



BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi

Kabupaten Bengkalis memiliki luas wilayah 8.403,28 km², terdiri dari pulau-pulau dan lautan. Tercatat sebanyak 15 pulau utama disamping pulau-pulau kecil lainnya yang berada di wilayah Kabupaten Bengkalis. Jika dirinci luas wilayah menurut kecamatan dan dibandingkan dengan luas Kabupaten Bengkalis, Kecamatan Bukit Batu merupakan kecamatan yang terluas yaitu 1.946,41 km² (23,16%) dan kecamatan yang terkecil adalah Kecamatan Rupert Utara dengan luas 424,59 km² (5,05%). Jarak terjauh antara ibukota kecamatan dengan ibukota Kabupaten Bengkalis adalah ibukota Kecamatan Bathin Solapan yaitu Desa Sebangar dengan jarak lurus 106 km. Dan jarak terdekat selain Kecamatan Bengkalis adalah ibukota Kecamatan Bantan, yaitu desa Selat Baru, dan ibukota Kecamatan Bukit Batu, yaitu Kelurahan Sungai Pakning dengan jarak lurus 15 km (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).



Gambar 6. Luas Daerah menurut Kecamatan (%), 2019 (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).

Secara astronomis, Kabupaten Bengkalis terletak antara 207°37,2” sampai 0055°33,6” Lintang Utara dan 100057°57,6” sampai 102030°25,2” Bujur Timur.

Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Bengkalis memiliki batas-batas:

- Sebelah Utara dengan Selat Malaka
- Sebelah Selatan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Kepulauan Meranti
- Sebelah Barat dengan Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, dan Kota Dumai
- Sebelah Timur dengan Selat Malaka dan Kabupaten Kepulauan Meranti (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).

Desa Sejangat merupakan salah satu dari 10 Desa/Kelurahan yang ada di wilayah Kecamatan Bukit Batu dengan luas wilayah 6,36 km², yang memiliki batas-batas daerah sebagai berikut:

- Sebelah Utara dengan Desa Pakning Asal
- Sebelah Selatan dengan Desa Dompas
- Sebelah Barat dengan Desa Batang Duku
- Sebelah Timur dengan Selat Bengkalis (BPS Kecamatan Bukit Batu dalam angka 2020).

4.2. Demografi dan Kependudukan

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili di suatu wilayah teritorial selama 6 bulan atau lebih dan atau mereka yang berdomisili kurang dari 6 bulan tetapi bertujuan menetap. Penduduk Kabupaten Bengkalis berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2019 sebanyak 573.003 jiwa. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2018 sebanyak 566.22, penduduk Kabupaten Bengkalis mengalami pertumbuhan sebesar 1,51 persen. Kepadatan penduduk di Kabupaten

Bengkalis tahun 2019 mencapai 68 jiwa/km². Kepadatan Penduduk di sebelas kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Mandau dengan kepadatan sebesar 190 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Bukit Batu sebesar 18 jiwa/Km² (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Menurut Desa/Kelurahan pada 31 Desember Tahun 2019

No	Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Pangkalan Jambi	602	551	1153
2	Dompas	671	621	1292
3	Sejangat	1029	990	2019
4	Sungai Pakning	2319	2330	4649
5	Sungai Selari	1318	1298	2616
6	Buruk Bakul	583	580	1163
7	Bukit Batu	584	539	1123
8	Sukajadi	653	627	1280
9	Pakning Asal	1760	1652	3412
10	Batang Duku	1147	1091	1138
Jumlah		10.666	10.279	20.945

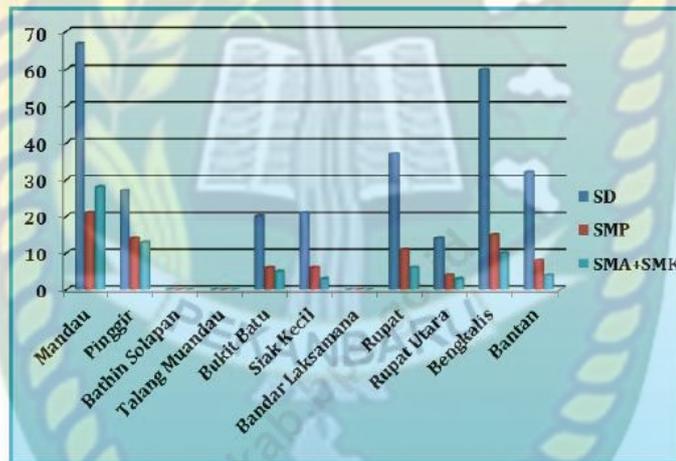
Sumber: BPS Kecamatan Bukit Batu dalam angka 2020.

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Bukit Batu pada 31 Desember Tahun 2019 lebih banyaknya jumlah penduduk laki-laki dibandingkan jumlah penduduk perempuan. Dimana jumlah penduduk laki-laki yaitu sebanyak 10.666 jiwa sedangkan jumlah penduduk perempuan yaitu sebanyak 10.279 jiwa. Terutama di desa Sejangat jumlah penduduk laki-laki yaitu sebanyak 1029 jiwa sedangkan jumlah penduduk perempuan yaitu sebanyak 990 jiwa

4.3. Pendidikan

Pada tahun 2019 di Kabupaten Bengkalis terdapat sebanyak 205 Taman Kanak-kanak, 278 Sekolah Dasar, 85 Sekolah Menengah Pertama, 46 Sekolah

Menengah Atas, 26 Sekolah Menengah Kejuruan. Sedangkan tenaga pengajar di Kabupaten Bengkalis sebanyak 978 orang guru Taman Kanak-kanak, 3.853 orang guru Sekolah Dasar, 1.581 orang guru Sekolah Menengah Pertama, 1.326 orang guru Sekolah Menengah Atas, dan 642 orang guru Sekolah Menengah Kejuruan. Jumlah murid Taman Kanak-kanak di Kabupaten Bengkalis pada tahun 2019/2020 sebanyak 8.345, sementara itu murid Sekolah Dasar pada tahun 2019/2020 sebanyak 56.044 orang, 21.379 orang murid Sekolah Menengah Pertama, 20.668 orang murid Sekolah Menengah Atas, dan 7.150 orang murid Sekolah Menengah Kejuruan (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).



Gambar 7. Jumlah Sekolah Menurut Kecamatan, 2018/2019 (BPS Kabupaten Bengkalis dalam angka 2020).

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah sekolah di Kecamatan Bukit Batu Tahun 2019 jumlah sekolah SD lebih banyak dibandingkan jumlah sekolah SMP/ sederajat dan SMA/ sederajat. Dimana jumlah sekolah SD yaitu sebanyak 20 sekolah sedangkan jumlah sekolah SMP/ sederajat yaitu sebanyak 6 sekolah dan jumlah sekolah SMA/ sederajat yaitu sebanyak 4 sekolah. Di desa Sejangat memiliki 4 SD dan 1 SMA sehingga dapat menunjang proses pendidikan dengan mudah dan jarak yang tidak terlalu jauh.

Tabel 7. Jumlah Sekolah Menurut Tingkatan di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Menurut Desa/Kelurahan pada Tahun 2019

No	Desa/Kelurahan	Tingkatan		
		SD	SMP/MTS	SMA/MA/SMK
1	Pangkalan Jambi	1	-	1
2	Dompas	1	2	1
3	Sejangat	4	-	1
4	Sungai Pakning	5	2	-
5	Sungai Selari	1	-	-
6	Buruk Bakul	2	1	-
7	Bukit Batu	2	1	-
8	Sukajadi	1	-	-
9	Pakning Asal	1	-	-
10	Batang Duku	2	-	1
Jumlah		20	6	4

Sumber: BPS Kecamatan Bukit Batu dalam angka 2020.

4.4. Sarana dan Prasarana

Listrik yang terjual setiap bulannya pada Kabupaten Bengkalis hampir sama (homogen). Pada 2019, listrik yang terjual di Kabupaten Bengkalis sebesar 447.734.730 KWh. Sedangkan untuk produksi listrik di Kabupaten Bengkalis pada 2019 sebesar 118.147.574 KWh. Hal ini diperoleh dari PT. PLN Cabang Bengkalis.

Data dari Kantor Perumda Kabupaten Bengkalis diperoleh jumlah pelanggan dan air yang disalurkan. pada 2019, jumlah pelanggan air untuk Kabupaten Bengkalis sebesar 13.620 pelanggan dengan air yang disalurkan sebesar 2.733.810 m³. Untuk Kecamatan Mandau yang memiliki pelanggan terbanyak, sebesar 7.220 pelanggan dengan air yang disalurkan sebesar 1.337.518 m³ dan Kecamatan Bantan yang terkecil, sebesar 202 pelanggan dengan air yang disalurkan sebesar 2.867 m³. pemberi pelayanan komunikasi tertulis dan atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum. Rumah pos berfungsi sama

seperti kantor pos dan kantor pos pembantu, bedanya rumah pos biasanya terletak di daerah terpencil.

Sarana perhubungan di Kabupaten Bengkalis sangat penting artinya dalam rangka arus sosial ekonomi masyarakat. Dari laporan Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Bengkalis hingga tahun 2018 panjang jalan di Kabupaten Bengkalis 1.257,11 km yang 22,26 persen permukaannya sudah berupa aspal. Dari PT. Pos Indonesia Cabang Bengkalis tercatat bahwa selama tahun 2019 produksi surat menurut jenis surat biasa dalam negeri dan luar negeri adalah sebesar 306 dan 12 lembar. Jumlah Paket pos dalam negeri sebesar 1.608 Kg. Jumlah wesel pos yang dikirim dan dibayar sebesar 800 dan 480 juta.

Sarana dan prasarana di desa Sejangat meliputi adanya listrik, air, jalan yang bagus/sudah beraspal sehingga dalam berwirausaha dapat berjalan dengan lancar. Di desa Sejangat memiliki beberapa tempat usaha yang berskala rumah tangga seperti usaha tahu, keripik, dodol yang merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat di desa bahkan di kota sebagai oleh-oleh.

4.5. Profil Agroindustri Tahu Sikim

Agroindustri tahu di Desa Sejangat sudah lama ada dilihat dari satu pengusaha tahu yang sudah berpengalaman berusaha selama 13 tahun yaitu tahu Sikim. Usaha tahu Sikim ini satu-satunya usaha tahu yang dimasak menggunakan kayu bakar sedangkan pengusaha tahu lainnya dengan menggunakan ketel uap. Usaha tahu tersebut juga sudah dibina oleh PT. Pertamina RU II Sungai Pakning. PT. Pertamina RU II Sungai Pakning juga memberikan sejumlah modal sebesar Rp. 3.000.000 untuk kelangsungan usaha tahu. Bentuk tahu yang diproduksi oleh produsen adalah tahu persegi. Bahan baku utama agroindustri tahu adalah

kedelai. Sumber bahan baku berasal dari luar kota/impor. Pengusaha membeli dari luar dikarenakan kurang tersedianya bahan baku di desa Sejangat, dan juga dikarenakan kualitas yang lebih bagus dan terjamin ada atau tersedia walaupun harganya lumayan mahal. Pengusaha memiliki pemasok tetap terhadap kacang kedelai tersebut. Input produksi lain adalah cuka, obat tahu, garam, air, kayu bakar, plastik dan karet sebagai pengikat serta listrik untuk mengoperasikan mesin penggiling kedelai.



BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang serta Profil Usaha

Indra (2020), menyatakan bahwa karakteristik seseorang menggambarkan kondisi atau keadaan serta status seseorang serta karakteristik seorang pengusaha memiliki beberapa ragam karakter berupa demografis, sosial serta kondisi ekonomi seseorang. Profil usaha dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Sedangkan profil usaha meliputi skala usaha, bentuk usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

5.1.1. Karakteristik Pengusaha, Karyawan dan Pedagang

Karakteristik pengusaha, karyawan dan pedagang dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Karakteristik tersebut meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

1. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan agroindustri, dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Umur seseorang dapat menentukan kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik, maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal tanggungjawab, semakin

tua umur seseorang semakin berpengalaman. Distribusi umur responden dapat dilihat pada Tabel 8 dan Lampiran 1.

Tabel 8. Distribusi Umur pengusaha, karyawan dan pedagang pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.

No	Umur (Tahun)	Pengusaha		Karyawan		Pedagang	
		Jiwa	%	Jiwa	%	Jiwa	%
1	41-45	-	-	2,00	50,00	1,00	25,00
2	46-50	-	-	1,00	25,00	2,00	50,00
3	51-55	1,00	100,00	1,00	25,00	1,00	25,00

Berdasarkan Tabel 8 distribusi karakteristik umur pengusaha tahu Sikim dengan kelompok umur 51-55 tahun sejumlah 1 orang atau 100,00% yakni berumur 52 tahun (Lampiran 1). Usaha ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Siahian (2017) dengan usia rata-rata pengusaha tergolong umur produktif. Distribusi karakteristik umur karyawan tahu Sikim yang tertinggi dengan kelompok umur 41-45 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata umur karyawan tahu 46,25 tahun (Lampiran 1). Distribusi karakteristik umur pedagang tahu Sikim yang tertinggi dengan kelompok umur 46-50 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata umur pedagang tahu 48,50 tahun (Lampiran 1). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori umur produktif. Umur produktif akan lebih mudah cepat menerima inovasi, sedangkan non produktif sangat sulit.

2. Tingkat Pendidikan

Kartasapoetra (2008), menyatakan bahwa tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Sehingga pengusaha yang

berpendidikan diharapkan dapat lebih aktif, optimis pada masa depan, lebih efektif agar lebih produktif.

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan yang rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Sehingga pengusaha yang berpendidikan diharapkan dapat lebih aktif, optimis pada masa depan, lebih efektif agar lebih produktif. Distribusi tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 9 dan Lampiran 1.

Tabel 9. Distribusi Tingkat pendidikan pengusaha, karyawan dan pedagang pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.

No	Pendidikan (Tahun)	Pengusaha		Karyawan		Pedagang	
		Jiwa	%	Jiwa	%	Jiwa	%
1	1-6	-	-	2,00	50,00	-	-
2	7-12	1,00	100,00	2,00	50,00	4,00	100,00
3	13-18	-	-	-	-	-	-

Berdasarkan Tabel 9 distribusi karakteristik tingkat pendidikan pengusaha tahu Sikim dengan kelompok tingkat pendidikan 7-12 tahun sejumlah 1 orang atau 100,00% yakni berumur 12 tahun (Lampiran 1). Distribusi karakteristik tingkat pendidikan karyawan tahu Sikim dengan kelompok tingkat pendidikan 1-6 berjumlah 2 orang atau 50,00% dan kelompok tingkat pendidikan 7-12 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata tingkat pendidikan karyawan tahu 9,75 tahun (Lampiran 1). Distribusi karakteristik tingkat pendidikan pedagang tahu Sikim dengan kelompok tingkat pendidikan 7-12 berjumlah 4 orang atau 100,00%. Secara umum rata-rata tingkat pendidikan pedagang tahu 12,00 tahun (Lampiran 1). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan 12 tahun/sampai SMA. Namun tidak berarti

menghambat dalam pengolahan usaha tahu, karena usaha tahu tidak menuntut keahlian tertentu yang harus diperoleh melalui jenjang pendidikan formal yang tinggi tetapi dengan kemauan untuk berusaha. Usaha ini lebih tinggi tingkat pendidikannya dibanding dengan penelitian terdahulu oleh Nasution (2016) memiliki lama pendidikan rata-rata 10 tahun. Pendidikan dapat mempengaruhi manajemen dan pengambilan keputusan terhadap suatu usaha yang akan/sedang berjalan. Rendahnya pendidikan mengabaikan pengolahan dan manajemen usaha yang baik. Contohnya pengusaha tidak mencatat dan menghitung biaya dan pendapatan sehingga keuntungan usaha tidak diketahui secara detail.

3. Pengalaman Berusaha

Fauzia (2010), menyatakan bahwa pengalaman seseorang dalam berusaha sangatlah berpengaruh terhadap menerima inovasi dari luar. Di dalam mengadakan suatu penelitian, lamanya berusaha diukur mulai sejak kapan pengusaha itu aktif secara mandiri mengusahakan usahanya tersebut. Pengalaman ini merupakan modal dasar dalam menerima inovasi untuk dapat meningkatkan kemajuan usaha yang mereka kelola. Semakin lama pengusaha menekuni usaha yang dilakukan maka semakin meningkat pengetahuan, keterampilan dan pengalamannya serta pengalaman pengrajin dalam berusaha berbeda-beda atau tidak sama antara pengrajin yang satu dengan yang lainnya (Indra, 2020).

Pengalaman seseorang dalam berusaha sangatlah berpengaruh terhadap menerima inovasi dari luar. Di dalam mengadakan suatu penelitian, lamanya berusaha diukur mulai sejak kapan pengusaha itu aktif secara mandiri mengusahakan usahanya tersebut diadakan penelitian. Distribusi Pengalaman berusaha responden dapat dilihat pada Tabel 10 dan Lampiran 1.

Tabel 10. Distribusi Pengalaman Berusaha pengusaha, karyawan dan pedagang pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.

No	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Pengusaha		Karyawan		Pedagang	
		Jiwa	%	Jiwa	%	Jiwa	%
1	1-5	-	-	2,00	50,00	1,00	25,00
2	6-10	-	-	1,00	25,00	2,00	50,00
3	11-15	1,00	100,00	1,00	25,00	1,00	25,00

Berdasarkan Tabel 10 distribusi karakteristik pengalaman berusaha pengusaha tahu Sikim dengan kelompok pengalaman berusaha 11-15 tahun sejumlah 1 orang atau 100,00% yakni berumur 13 tahun (Lampiran 1). Distribusi karakteristik pengalaman berusaha karyawan tahu Sikim yang tertinggi dengan kelompok pengalaman berusaha 1-5 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata pengalaman berusaha karyawan tahu 6,50 tahun (Lampiran 1). Distribusi karakteristik pengalaman berusaha pedagang tahu Sikim yang tertinggi dengan kelompok umur 6-10 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata pengalaman berusaha pedagang tahu 9 tahun (Lampiran 1). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah sangat berpengalaman dalam usaha agroindustri tahu tersebut. Usaha ini lebih rendah tingkat pengalamannya dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Siahian (2017) yang sudah berpengalaman selama 15 tahun. Namun hal ini tidak menghambat pengusaha dalam menjalankan usahanya dan bahkan dapat menjadi pencontohan agar bisa usahanya terus berjalan.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Hasyim (2006), menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya jumlah tanggungan keluarga akan

mendorong untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau yang harus dipenuhi. Adapun dengan jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya akan memberikan dorongan yang kuat akan peningkatan pendapatan.

Jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau yang harus dipenuhi. Adapun dengan jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya akan memberikan dorongan yang kuat akan peningkatan pendapatan. Distribusi Pengalaman berusaha responden dapat dilihat pada Tabel 11 dan Lampiran 1.

Tabel 11. Distribusi Jumlah tanggungan keluarga pengusaha, karyawan dan pedagang pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis, Tahun 2021.

No	Jumlah tanggungan (Tahun)	Pengusaha		Karyawan		Pedagang	
		Jiwa	%	Jiwa	%	Jiwa	%
1	0-3	1,00	100,00	2,00	50,00	3,00	75,00
2	4-7	-	-	2,00	50,00	1,00	25,00
3	8-11	-	-	-	-	-	-

Berdasarkan Tabel 11 distribusi karakteristik jumlah tanggungan keluarga pengusaha tahu Sikim dengan kelompok jumlah tanggungan keluarga 0-3 tahun sejumlah 1 orang atau 100,00% yakni 1 jiwa (Lampiran 1). Distribusi karakteristik jumlah tanggungan keluarga karyawan tahu Sikim dengan kelompok

jumlah tanggungan keluarga 0-3 dan 4-7 berjumlah 2 orang atau 50,00%. Secara umum rata-rata jumlah tanggungan keluarga karyawan tahu 3,5 jiwa (Lampiran 1). Distribusi karakteristik jumlah tanggungan keluarga pedagang tahu Sikim yang tertinggi dengan kelompok umur 0-3 berjumlah 3 orang atau 75,00%. Secara umum rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang tahu 2,75 jiwa (Lampiran 1). Usaha ini lebih kecil jumlah tanggungannya dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Simanjuntak (2016) dengan rata-rata jumlah tanggungan 4 jiwa serta pada penelitian Siahian (2017) dengan rata-rata 5 jiwa.

5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Tahu

Profil usaha dapat diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pengelolaan usaha. Sedangkan profil usaha meliputi sejarah usaha, bentuk usaha, modal usaha dan tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 2.

1. Sejarah Usaha

Berdasarkan hasil survey, usaha tahu Sikim bermula dengan adanya motivasi seseorang yang membuat pengusaha tertarik untuk memulai usaha. Sebelumnya pengusaha adalah seorang karyawan di suatu perusahaan. Dikarenakan adanya peluang maka pengusaha mencoba membuat usaha tahu. Seseorang tersebut memperkenalkan usaha tahu dan mengajarkan pengusaha sedemikian rupa dalam pembuatan tahu, yang mana juga merupakan seorang pengusaha tahu. Dengan modal yang ada, maka pengusaha bertekad untuk memulai. Awal pertama usaha ini hanya dua orang pekerja yang tak lain adalah keluarganya sendiri. Untuk menambah penghasilan maka dengan semangat menjalankan usaha ini. Setelah beberapa tahun, banyak permintaan dan kemajuan

usaha sehingga PT Pertamina RU II Sungai Pakning melakukan pembinaan dan mengesahkan bahwa tahu Sikim ini layak untuk dilakukan. PT Pertamina RU II Sungai Pakning membantu dalam memajukan serta mengembangkan usaha ini dengan memberikan sedikit bantuan modal yang digunakan untuk pembelian alat/mesin dalam kelangsungan usaha. Dari bantuan dan keuntungan yang diperoleh, maka sampai sekarang usaha tahu ini masih tetap berjalan. Usaha tahu Sikim ini sudah berjalan 13 tahun. Usaha tahu Sikim merupakan satu-satunya usaha tahu di Desa Sejangat sesuai nama pengusahanya yaitu Pak Sikim bersuku Jawa.

2. Bentuk Usaha

Penggolongan industri menurut banyaknya tenaga kerja adalah sebagai berikut:

1. Industri besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih;
2. Industri sedang, dengan jumlah tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang;
3. Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang;
4. Industri rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang.

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan responden tahu Sikim, ada 4 orang tenaga kerja sehingga termasuk ke dalam industri rumah tangga.

3. Permodalan

Permodalan terdiri atas sumber modal dan jumlah modal yang digunakan dalam suatu usaha. Modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai pokok untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang

menambah kekayaan (Nugraha, 2011). Oleh karena itu, dikatakan bahwa sejumlah uang yang dipergunakan dalam menjalankan kegiatan usaha.

Modal usaha yang dipergunakan dalam menjalankan kegiatan Agroindustri tahu Sikim adalah modal pribadi dan ada tambahan dari PT Pertamina sebesar Rp. 3.000.000,00. Ketersediaan modal yang mencukupi dalam menjalankan suatu usaha. Pengusaha tahu Sikim ini telah menjalankan usahanya selama bertahun-tahun yakni sudah 13 tahun sehingga telah banyak memperoleh pengalaman dan pendapatan yang dihasilkannya. Secara rinci, modal investasi penyusutan alat pengolahan tahu Sikim dijelaskan pada Tabel 12 dan Lampiran 3.

Tabel 12. Modal Investasi Agroindustri Tahu Sikim.

No	Investasi	Biaya (Rp)
1	Priuk Pemasakkan	4.000.000
2	Baskom	500.000
3	Ember	360.000
4	Kaleng Cat	375.000
5	Jerigen	450.000
6	Mesin Gilingan	8.500.000
7	Gayung	70.000
8	Saringan	28.000
9	Cetakkan	100.000
10	Meja Cetakkan	500.000
11	Kain Saringan	40.000
12	Spatula	5.000
13	Penggaris	10.000
Jumlah		14.938.000

Dari Tabel 12 jumlah modal awal yang dibutuhkan untuk investasi dalam membeli peralatan dan kebutuhan awal pada usaha tahu Sikim sebesar Rp.14.938.000,-.

4. Tenaga Kerja

Firdaus (2012), menyatakan bahwa tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi yang terbagi atas tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung di mana tenaga kerja yang terlibat dalam suatu proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk dari usaha yang dijalankan, sedangkan tenaga kerja tidak langsung di mana tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam suatu proses produksi.

Tenaga kerja Agroindustri tahu Sikim adalah tenaga kerja langsung. Tenaga kerja langsung di mana tenaga kerja yang terlibat dalam suatu proses tertentu yang diperlukan untuk menyelesaikan produk dari usaha yang dijalankan. Jumlah tenaga kerja pada usaha tahu ini sebanyak 5 orang termasuk pengusaha itu sendiri. Pemilik/pegsaha merangkap sebagai manajemen dan juga sebagai pekerjanya. Selain itu juga belum memiliki struktur organisasi secara tertulis.

Penggunaan tenaga kerja dalam agroindustri tahu Sikim diperlukan untuk mengerjakan berbagai kegiatan produksi seperti perendaman, penggilingan, pemasakan, pentirisan, pencetakan, pemotongan sampai pembungkusan serta pengikatan dalam proses pembuatan tahu. Secara rinci penggunaan tenaga kerja pada agroindustri tahu dapat dilihat pada Tabel 13 dan Lampiran 4.

Dari Tabel 13 jumlah atau penggunaan tenaga kerja dalam pembuatan untuk satu kali proses produksi adalah sebesar 2,74 HOK. Dalam proses pembuatan tahu didaerah penelitian, sumber tenaga kerja yang digunakan ada yang berasal dari dalam keluarga dan ada juga dari luar keluarga. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketersediaan tenaga kerja tahu Sikim cukup tersedia.

Tabel 13. Penggunaan Tenaga Kerja Agroindustri Tahu Sikim Per Proses Produksi.

Uraian Tahapan Kerja	TKDK (HOK)	TKLK (HOK)
Perendaman	0,75	
Penggilingan	0,20	
Pemasakkan		0,63
Pentirisan		0,31
Pencetakan		0,40
Pemotongan		0,25
Pengemasan	0,20	
Total	1,15	1,56
Jumlah		2,74

5.2 Teknologi Produksi, Penggunaan Faktor Produksi, Biaya, Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu

5.2.1 Teknologi Produksi

Teknologi yang digunakan dalam usaha tahu Sikim beragam. Peralatannya ada yang tempahan serta di beli baik di dalam dan luar kota. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang digunakan dalam menunjang usahanya. Berikut ini berbagai macam alat yang digunakan untuk usaha agroindustri tahu diantaranya Priuk, Baskom, Kaleng Cat, Ember, Jerigen, Mesin Penggiling Otomatis, Gayung, Saringan, Cetakkan, Meja Cetakkan, Kain Saringan, Spatula dan Penggaris. Dari beberapa peralatan yang di miliki oleh pengusaha membantu untuk melancarkannya kegiatan proses produksinya sehingga proses tersebut bisa berjalan dengan efektif.

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan responden tahu Sikim, ada beberapa tahapan yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan suatu produk yaitu tahu. Adapun tahapan pengolahan yang dilakukan oleh pengolah dapat dijelaskan secara rinci dibawah ini.

Tahap 1. Perendaman Kacang Kedelai



(a) 2 jam perendaman
(b) 6 jam perendaman
Gambar 8. Perendaman Kacang Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Pada tahap awal, kacang kedelai direndam dengan air selama 5-6 jam. Hal ini dilakukan agar kacang tersebut mengembang dan membersihkan sampah-sampah yang ada. Setelah 6 jam direndam, sampah akan mengapung di permukaan air, sedangkan kacang yang berada didasar sudah siap untuk digiling.

Tahap 2. Penggilingan Kacang Kedelai



Gambar 9. Penggilingan Kacang Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Di tahap kedua, kacang kedelai yang sudah direndam di masukkan kedalam mesin penggiling kacang. Sebelum digiling kacang tersebut dicuci

dengan air sampai bersih. Mesin penggiling kacang yang biasa digunakan dalam pembuatan tahu adalah dengan mesin otomatis. Kacang kedelai dimasukkan sedikit demi sedikit kedalam mesin untuk digiling hingga menjadi bubur/santan. Pada mesin tersebut ada dua bagian yang memisahkan santan dan ampasnya. Sehingga memudahkan pengolah untuk pembuatan tahu dan lebih efisien. Penggilingan ini berlangsung selama lebih kurang 5 menit.

Tahap 3. Pemasakan Santan Kedelai



Gambar 10. Pemasakan Santan Kedelai pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Ditahap ketiga, kacang kedelai yang sudah menjadi bubur dimasukkan kedalam priuk untuk dimasak. Setelah di masukkan kedalam priuk, santan kedelai tersebut diletakkan di tungku masak. Pemasakan ini menggunakan kayu bakar dan minyak solar sebagai bahan bakarnya. Proses pemasakan santan kedelai ini berlangsung 1 jam. Selama pemasakan, santai kedelai diaduk menggunakan gayung ketika santan kedelainya mendidih.

Tahap 4. Pentirisan



Gambar 11. Pentirisan pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Ditahap keempat, santan kedelai yang sudah masak di masukkan ke dalam baskom. Kemudian didiamkan selama 15 menit dengan mencampurkan garam dan obat serta air cuka. Pencampuran bahan tersebut agar memperoleh santan kedelai yang membeku. Setelah mulai membeku, santan tersebut ditiris untuk memisahkan air dan santannya menggunakan alat saringan yaitu tapis santan. Sehingga yang akan diambil yaitu santan yang sudah mulai membeku.

Tahap 5. Pencetakan



(a) di cetak dan diratakan (b) penghimpitan di pencetakan
Gambar 12. Pencetakan tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021

Ditahap kelima, santan yang sudah ditiris dan mulai membeku (dingin) selanjutnya dimasukkan ke dalam cetakan yang telah dilapisi kain saringan. Lalu ditutup dengan papan penutup yang kemudian dihimpit menggunakan jerigen yang berisi air sebanyak tiga buah. Penghimpitan ini dilakukan agar air yang ada pada santan kedelai tersebut keluar dan cepat mengeras. Proses penghimpitan ini berlangsung selama lebih kurang 20 menit.

Tahap 6. Pemotongan Tahu



Gambar 13. Pemotongan Tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Ditahap keenam, santan kedelai yang sudah mengeras atau disebut sebagai tahu selanjutnya dipotong sesuai ukuran menggunakan penggaris. Pemotongan ini dilakukan secara hati-hati agar tidak terjadi kerusakan. Proses pemotongan ini berlangsung selama lebih kurang 12 menit.

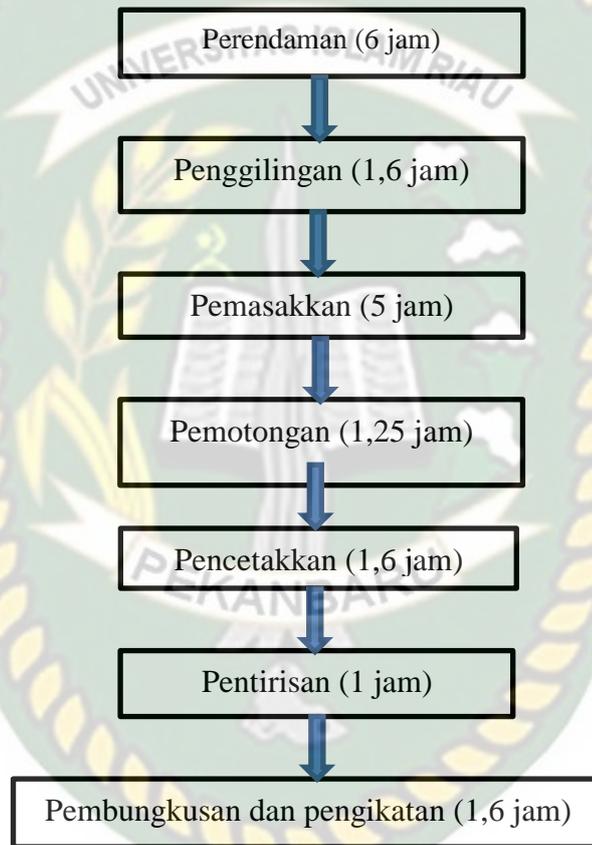
Tahap 7. Pembungkusan dan pengikatan



Gambar 14. Pengemasan tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Ditahap ketujuh atau tahap terakhir adalah memasukkan tahu yang sudah dipotong ke dalam plastik pembungkus ukuran 15x27 dan diikat menggunakan karet. Pembungkusan ini dilakukan dengan sangat hati-hati agar tidak terjadi kerusakan. Proses pembungkusan ini berlangsung selama lebih kurang 20 menit.

Secara sistematis proses produksi pembuatan tahu Sikim dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 15. Bagan Proses Pengolahan Tahu pada Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

5.2.2. Penggunaan Faktor Produksi

Adapun yang paling penting dalam penggunaan faktor produksi ini yaitu ketersediaan bahan baku dan bahan penunjang. Kegiatan bahan baku merupakan kegiatan penting yang dapat mempengaruhi produksi suatu usaha. Pada usaha tahu Sikim, bahan baku utamanya adalah kacang kedelai yang di impor dari luar.

Dikarenakan kualitas lebih bagus dan terjamin ada atau tersedia walaupun harganya lumayan mahal. Pengusaha memiliki pemasok tetap terhadap kacang kedelai tersebut dengan jumlah kedelai setiap pesanan 50 Kg. Pembelian ini secara tunai yang dimana kacang kedelai tersebut dipesan kepada agen dan ada yang mengantar ke tempat usaha.

Selain kacang kedelai diperlukan juga bahan penunjang lainnya agar olahan bisa menjadi produk yang diinginkan yaitu tahu. Bahan penunjang tersebut antara lain cuka, obat tahu, garam, air, kayu bakar. Secara rinci dijelaskan pada Tabel 14.

Tabel 14. Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pembuatan Tahu Sikim Per Proses Produksi

No	Uraian	Satuan	Jumlah
1	Penggunaan Bahan Baku (kedelai)	Kg	100,00
2	Penggunaan Bahan Penunjang		
	a) Air	Liter	200,00
	b) Kayu Bakar	M ³	1,75
	c) Minyak Solar	Liter	0,50
	d) Garam	Kg	3,00
	e) Cuka	Liter	0,04
	f) Obat Tahu	Liter	0,04
	g) Listrik	Watt	18,57
	Total Penggunaan Bahan Penunjang		224,900

Dari Tabel 14 penggunaan bahan baku 100 Kg dengan penggunaan bahan penunjang dalam satu kali proses produksi untuk pembuatan tahu sebesar 224,900. Penggunaan bahan baku tahu Sikim ini lebih kecil dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Siahian (2017) di Rohul sebesar 150 kg, namun tidak menghambat pengusahanya untuk berproduksi karena jumlah tersebut merupakan jumlah pesanan dari pedagang pengecer dan konsumen yang pasti habis terjual.

5.2.3. Biaya Produksi Tahu Sikim

Rosyidi (2006), menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output. Produksi dapat dilaksanakan apabila tersedia faktor-faktor produksi. Untuk mendapatkan semua faktor produksi itu tidak dapat diperoleh dengan cuma-cuma melainkan harus dibeli karena tidak ada satu faktor produksi yang merupakan barang bebas, semuanya adalah barang ekonomi yang jumlah atau tersedianya langka sehingga untuk mendapatkannya tentu harus dilakukan pengorbanan dengan cara pembelian, biaya produksi dapat dikemukakan menjadi: biaya tetap, biaya variabel.

Usaha tahu merupakan usaha yang mengolah kedelai menjadi tahu. Dalam hal ini, kedelai sebagai bahan baku utama. Dalam usaha tahu Sikim ini terdapat input produksi yang memiliki biaya yang harus dikeluarkan sehingga dapat mempengaruhi kegiatan usaha. Biaya-biaya tersebut dapat dikelompokkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

- a. Biaya tetap adalah semua jenis biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi. Seperti penyusutan, gaji, promosi, pajak, izin usaha dan jaminan kesehatan karyawan. Oleh karena itu, biaya yang dikeluarkan dalam usaha tidak pengaruh dengan jumlah produksi yang dihasilkan.
- b. Biaya variabel adalah jenis biaya yang difungsikan untuk melengkapi biaya tetap dan bersifat dinamis. Biaya variabel terdiri dari bahan baku, bahan penunjang, upah, transportasi, listrik, dan tunjangan hari besar atau hari raya karyawan.

Untuk lebih jelasnya dalam penggunaan biaya tetap produksi dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Agroindustri Tahu Sikim Dalam Satu Kali Proses Produksi

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	Rp		1.280.000,00
	Produksi	Kg	160,00	
	Harga/bungkus	Rp	8.000,00	
2	Biaya			
	a. Biaya Tetap	Rp		37.631,20
	• Tenaga Kerja	Rp	24.977,20	
	• Penyusutan Alat	Rp	12.653,73	
	b. Biaya Variabel	Rp		1.096.354,64
	Kacang Kedelai	Rp	800.000,00	
	Biaya Lain-lain			
	a. Air	Rp	95.000,00	
	b. Kayu Bakar	Rp	122.500,00	
	c. Minyak Solar	Rp	18.000,00	
	d. Garam	Rp	30.000,00	
	e. Cuka	Rp	2.748,00	
	f. Obat Tahu	Rp	3.000,00	
	g. Listrik	Rp	25.106,64	
	Total Biaya	Rp		1.133.985,57
3	Pendapatan bersih			146.014,43
4	RCR			1,13

Pada Tabel 15 total biaya tetap sebesar Rp37.631,20,- per proses produksi yang terdiri atas biaya tenaga kerja tetap dan biaya penyusutan. Biaya produksi tahu Sikim ini lebih kecil dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Siahian (2017) di Rohul sebesar Rp.1.651.472. Dari Tabel 15 total biaya variabel sebesar Rp. 1.096.354,64,- per proses produksi yang terdiri atas biaya bahan baku dan biaya bahan pembantu (Lampiran 4). Biaya bahan baku sebesar Rp.800.000,00 dan jumlah biaya bahan pembantu sebesar Rp.296.354,64 dengan biaya kayu bakar tertinggi yakni Rp. 122.500,00 dikarenakan dalam proses produksi hanya

menggunakan kayu bakar tidak menggunakan alat lain seperti kompor. Dengan menggunakan kayu bakar dapat menghasilkan cita rasa yang enak sehingga menghasilkan tahu yang lezat. Sedangkan biaya bahan pembantu terendah yaitu cuka sebesar Rp. 2.748,00 dikarenakan tahu yang akan dihasilkan tidak masam dan bisa tahan lebih dari tiga hari jika diletakkan di tempat pendingin (lemari es).

5.2.4. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input (Nicholson dan Wahyu, 2002). Kegiatan produksi mengandung hubungan antar tingkat penggunaan faktor-faktor produksi dengan produk atau hasil yang diperoleh sehingga mengkombinasikan berbagai input atau masukan untuk menghasilkan output. Jumlah produksi dapat dilihat pada Tabel 15. Dari Tabel 15 total produksi sebesar 160 Kg tahu per proses produksi diperoleh dari 100 kg kedelai. Sehingga dalam 1 kg kedelai menghasilkan 1,6 kg tahu per proses produksi.

5.2.5. Pendapatan

Rahim dan Hastuti (2007), menyatakan bahwa pendapatan merupakan selisih penerimaan dengan semua biaya produksi. Pendapatan meliputi pendapatan kotor dan pendapatan bersih (keuntungan). Pendapatan kotor adalah sebagai nilai produksi total dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Total biaya diperoleh dari nilai semua masukan yang habis terpakai atau tidak terpakai dalam satu kali proses produksi (Soekartawi, 1993). Keuntungan atau pendapatan bersih merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha. Pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan

yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi (Suratiyah, 2006). Secara rinci dijelaskan pada Tabel 15.

Dari Tabel 15 total pendapatan bersih sebesar Rp.146.014,43 per proses produksi. Penerimaan tahu Sikim ini lebih kecil dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Siahian (2017) di Rohul sebesar Rp.2.000.000/proses produksi. Pendapatan diperoleh dari pengurangan penerimaan dan total biaya dengan jumlah penerimaan sebesar Rp.1.280.000,00 dan total biaya sebesar Rp.1.133.985,57. Jumlah penerimaan diperoleh dengan mengalikan jumlah produksi dengan harga. Total biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel dalam satu kali proses produksi.

5.2.6. Efisiensi Usaha

Efisiensi merupakan ukuran tingkat penggunaan sumberdaya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit dalam penggunaan sumberdaya, maka prosesnya dikatakan akan semakin efisien. Proses efisiensi ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat. Untuk menghitung analisis efisiensi dengan menggunakan rumus RCR (Soekartawi, 1995). Pendapatan bersih yang dapat menentukan layak tidaknya suatu usaha, dapat diukur dari efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost of Ratio* (RCR) merupakan perbandingan antara total output dan total input dari usaha tersebut. Semakin tinggi rasio output terhadap input, maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Dari Tabel 15 nilai efisiensi agroindustri tahu Sikim sebesar Rp.1,13 diperoleh dari perbandingan total output sebesar Rp.1.280.000,00 dan total biaya sebesar Rp.1.133.985,57. Efisiensi tahu Sikim ini lebih kecil dibandingkan dengan penelitian terdahulu oleh Purnama dkk (2017) sebesar 1,15.

RCR sebesar Rp.1,13 artinya setiap Rp.1,00 biaya produksi yang dialokasikan pada usaha agroindustri tahu memberikan Rp.1,13. $RCR > 1$, berarti agroindustri tahu sudah efisiensi dan menguntungkan.

5.2.7. Nilai Tambah

Hayami dkk (1987), menyatakan bahwa nilai tambah (*value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan margin adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja.

Adapun manfaat dari analisis nilai tambah metode Hayami adalah; (1) dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas. (2) dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi. (3) prinsip nilai dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran (Suprpto, 2006).

Nilai tambah yang diukur adalah nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan kacang kedelai segar menjadi tahu. Tahu menjadi objek penelitian dengan memerhatikan nilai output dan harga output yang dihasilkan. Bentuk tahu yang dihasilkan adalah segi empat. Dalam satu kotak cetakan memperoleh 80 potong. Namun dalam penelitian, peneliti mengkonversikan output yang dihasilkan menjadi satuan Kg. Untuk memudahkan dalam proses perhitungan akhir nilai tambah yang disesuaikan dengan alat analisis yang dipakai.

Nilai tambah Agroindustri tahu Sikim, dihitung dengan menggunakan metode hayami. Perhitungan nilai tambah dilakukan dengan melihat berbagai komponen yang mempengaruhi dalam perhitungan, antara lain sumbangan input lain dan harga bahan baku. Selain nilai tambah, model perhitungan hayami juga menganalisis pendapatan tenaga kerja, keuntungan pengusaha, serta dapat melihat margin yang diperoleh dari pengolahan tahu tersebut. Secara rinci, perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode hayami berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis Per Proses Produksi

No	Variabel	Satuan	Jumlah
1	Output	Kg	160,00
2	Bahan Baku	Kg	100,00
3	Tenaga Kerja	HOK	2,74
4	Faktor Konversi	Kg	1,60
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung	HOK	0,03
6	Harga Output	Rp/Kg	8.000,00
7	Upah Rata-rata Tenaga Kerja	Rp/HOK	24.977,20
8	Harga Bahan Baku	Rp/Kg	8.000,00
9	Sumbangan Input Lain	Rp/Kg	2.375,27
10	Nilai Output	Rp/Kg	12.800,00
11	Nilai Tambah	Rp/Kg	2.424,73
	Rasio Nilai Tambah	%	18,94
12	Imbalan Tenaga Kerja	Rp/Kg	749,32
	Bagian Tenaga Kerja	%	30,90
13	Keuntungan	Rp/Kg	1.675,41
	Tingkat Keuntungan	%	69,10
14	Marjin	Rp/Kg	4.800,00
	Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	%	15,61
	Sumbangan Input Lain	%	49,48
	Keuntungan Perusahaan	%	34,90

Berdasarkan Tabel 16 rata-rata jumlah output yang dihasilkan adalah sebesar 160 Kg tahu. Dengan mengolah kacang kedelai sebanyak 100 Kg. Sehingga faktor konversi yang didapat adalah sebesar 1,60. Nilai konversi ini menunjukkan bahwa setiap pengolahan 1 Kg kacang kedelai akan menghasilkan 1,60 Kg tahu. Rata-rata tenaga kerja yang digunakan adalah 2,74 HOK, sehingga koefisien tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi 1 Kg kacang kedelai adalah sebesar 0,03 HOK.

Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan 1 Kg kacang kedelai menjadi tahu adalah Rp. 2.424,73Kg. Nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai produk dengan harga bahan baku dan nilai input lain. Nilai tambah yang diperoleh masih merupakan nilai tambah kotor, karena belum dikurangi dengan imbalan tenaga kerja. Rasio nilai tambah merupakan perbandingan antara nilai tambah dengan produk. Rasio nilai tambah yang diperoleh adalah 18,94%. Hal ini berarti dalam pengolahan kacang kedelai menjadi tahu memberikan nilai tambah sebesar 18,94% dari nilai produk.

Imbalan tenaga kerja pengolahan tahu didapat dari perkalian koefisien tenaga kerja dengan upah rata-rata yaitu sebesar Rp 749,32. Pendapatan tenaga kerja didapat dari koefisien tenaga kerja yaitu sebesar 0,03. Persentase imbalan tenaga kerja terhadap nilai tambah adalah 30,90%. Imbalan terhadap modal dan keuntungan diperoleh dari pengurangan nilai tambah dengan imbalan tenaga kerja. Besar keuntungan adalah sebesar Rp 1.675,41 atau tingkat keuntungan sebesar 69,10% dari nilai produk. Keuntungan ini menunjukkan keuntungan total yang diperoleh dari setiap pengolahan kacang kedelai menjadi tahu.

Hasil analisis nilai tambah ini juga dapat menunjukkan margin dari bahan baku kacang kedelai menjadi tahu yang didistribusikan kepada imbalan tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan perusahaan. Margin ini merupakan selisih antara nilai produk dgn harga bahan baku kacang kedelai per kilogram tiap pengolahan 1 Kg kacang kedelai menjadi tahu diperoleh margin sebesar Rp 4.800,00, yang didistribusikan pada pendapatan tenaga kerja 15,61%, sumbangan input lain 49,48% dan keuntungan perusahaan 34,90%. Dengan demikian, ada nilai tambah positif yang diperoleh akibat proses pembuatan tahu Sikim.

Tujuan pembangunan agroindustri adalah memberikan lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan dan akhirnya mengurangi kemiskinan. Oleh karena itu kehadiran agroindustri dipedesaan diharapkan mampu untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu indikator peranan agroindustri tersebut adalah meningkatnya pendapatan pekerjanya sehingga mampu mengurangi kemiskinan. Dari analisis agroindustri ini, tujuan penggunaan agroindustri sebagaimana disebutkan diatas tidak akan tercapai karena pendapatan pekerja relatif kecil bila dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh pemiliknya, artinya nilai tambah yang dihasilkan belum mampu memberikan andil terhadap pendapatan masyarakat. Agroindustri seperti ini kurang mampu berperan dalam memberikan pendapatan yang wajar agar kesejahteraan masyarakat meningkat.

5.3. Analisis Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, *pricing*, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan

pelanggan dan perusahaan sekaligus atau pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai (The American Marketing Association dalam Iswanto, 2008).

Swatha dan Irawan (2003), menyatakan bahwa sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Proses pemasaran mengandung segi mental dan fisik. Segi mental penjual harus paham apa yang diinginkan pembeli, selain itu pembeli juga harus paham apa yang mau dibeli. Segi fisik berarti barang-barang harus dipindahkan ketempat dimana mereka dibutuhkan pada waktu tertentu dengan jumlah serta kualitas yang diinginkan konsumen (Saefuddin dan Hanafiah, 2006).

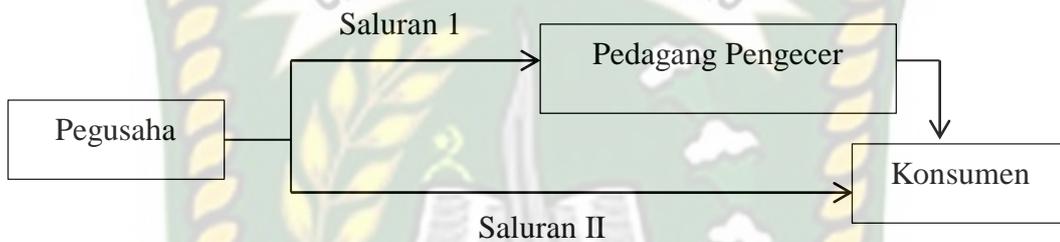
Pemasaran sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diterima pengusaha agroindustri, karena dengan semakin banyaknya permintaan maka jumlah penjualan akan semakin meningkat pula. Berikut penjelasan dari hasil terkait pemasaran usaha agroindustri tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis yang meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin, profit margin dan efisiensi pemasaran.

5.3.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yaitu badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dimana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen (Saefuddin dan Hanafiah, 2006). Pada usaha tahu Sikim lembaga pemasaran ada yang melibatkan pedagang pengecer. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari saluran pemasaran.

5.3.2. Saluran Pemasaran

Hasyim (2012), menyatakan saluran pemasaran sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara permintaan fisik dan hak dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Oleh karena itu, saluran pemasaran merupakan suatu jalur arus barang yang dilalui dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen akhir. Pada usaha tahu Sikim ada dua saluran yang digunakan yaitu dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 16. Saluran Pemasaran Tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis

1. Saluran I

Pada saluran I pengusaha menjual tahu kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer merupakan pedagang tetap yang akan membeli tahu dengan jumlah pesanan yang berbeda setiap harinya dari 50-250 kg dengan rata-rata 100 kg atau 23 kg/pedagang (Lampiran 6). Kemudian pedagang pengecer menjual kembali tahu kepada konsumen di pasar tradisional dan warung mereka sendiri.

2. Saluran II

Pada saluran II pengusaha menjual tahu langsung kepada konsumen. Konsumen datang langsung ke tempat usaha dengan memesan terlebih dahulu atau sehari sebelum pembelian tahu.

5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Dari hasil survey pada usaha tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis diperoleh hasil untuk fungsi pemasaran tahu dapat dilihat pada Tabel 17. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran adalah sebagai berikut:

A. Pengusaha Tahu.

Fungsi pemasaran tahu yang dilakukan oleh pengusaha tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis terdiri dari penjualan, pengolahan, standarisasi dan penggolongan produk, penanggung resiko dan penyediaan informasi pasar.

- 1) Fungsi Penjualan, di mana adanya kegiatan transaksi antara produsen tahu menjual produknya kepada pedagang yang merupakan pedagang tetap (pengecer) dan konsumen. Pedagang dan konsumen tersebut sudah memesan terlebih dahulu sehari sebelumnya dikarenakan pengusaha hanya memproduksi sesuai jumlah pesanan. Pedagang mendatangi tempat usaha tahu pada pagi hari untuk mengambil pesanan dan membayar langsung ke pengusaha kemudian pedagang langsung menjualnya kembali baik ke pasar tradisional dan warung kecil mereka. Sedangkan konsumen membeli tahu untuk dikonsumsi langsung.
- 2) Fungsi Pengolahan, yakni adanya kegiatan mengolah kacang kedelai menjadi tahu dengan menambah dan melengkapi bahan penunjang berupa cuka, garam, obat tahu agar produk tahu memiliki cita rasa yang enak tidak masam dilakukan secara tradisional dengan menggunakan kayu bakar.
- 3) Fungsi Penanggung Risiko, yakni Pengusaha akan menanggung resiko yang akan dihadapinya jika terjadi kegagalan dalam membuat tahu seperti tidak bisa mengeras sehingga tidak bisa dicetak tahunya tetapi tahu yang ia buat

selalu habis karena sesuai jumlah pesanan. Dalam islam juga menjelaskan bahwa dalam berwirausaha pasti ada resiko yang merupakan ujian atau cobaan dari Allah swt berfirman di Q.S Ali Imran ayat 117. Maka dari itu resiko bisa diminimalisirkan dengan mengetahui terlebih dahulu terkait informasi pemasaran.

B. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam menjalankan kegiatan pemasaran tahu Sikim yaitu pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko, penyediaan informasi pasar.

- 1) Fungsi pembelian, pedagang pengecer melakukan fungsi pembelian tahu ke produsen tahu dengan cara memesan terlebih dahulu kepada produsen dan mengambil serta membayar tahu tersebut ke tempat pengusaha pada pagi hari dengan kata lain pedagang langsung datang ke tempat pengusaha.
- 2) Fungsi Penjualan, di mana adanya kegiatan transaksi antara pedagang pengecer tahu menjual produk tahu yang telah dibeli dari pengusaha tahu kepada konsumen. Pedagang tersebut menjualnya kembali baik ke pasar tradisional dan warung kecil mereka.
- 3) Fungsi Penyimpanan, yakni adanya kegiatan pedagang pengecer menyimpan produk tahu yang tidak terjual di lemari es dengan tetap menjaga kualitas tahu dengan direbus terlebih dahulu agar dapat di jual atau dikonsumsi keesokan harinya.
- 4) Fungsi pengangkutan, yakni adanya kegiatan pedagang pengecer membawa tahu ke pasar atau ke warung-warung menggunakan kendaraan bermotor.

- 5) Fungsi pembiayaan, yakni adanya biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengecer yakni biaya kemasan, biaya transportasi, biaya pajak pasar agar produk tahu bisa dikonsumsi oleh konsumen.
- 6) Fungsi penanggung risiko, yakni pedagang pengecer akan menanggung resiko yang akan dihadapinya seperti tahu yang tidak habis terjual, kendaraan bermasalah dan sebagainya.
- 7) Fungsi informasi pasar, yakni suatu kegiatan pedagang pengecer dalam memperoleh informasi terkait jumlah permintaan akan tahu dengan banyaknya penjual tahu di suatu tempat dikarenakan untuk kelangsungan penjualannya.

Tabel 17. Fungsi Pemasaran Tahu Sikim Di Kabupaten Bengkalis

No	Fungsi Pemasaran	Pengusaha	Pedagang Pengecer
1	Fungsi pertukaran		
a	Fungsi Usaha Pembelian		√
b	Fungsi Usaha Penjualan	√	√
2	Fungsi Fisik Pemasaran		
a	Fungsi Usaha Penyimpanan		√
b	Fungsi Usaha Pengangkutan		√
c	Fungsi Usaha Pengolahan	√	
3	Fungsi Fasilitas Pemasaran		
a	Fungsi Standarisasi dan Penggolongan Produk		
b	Fungsi Usaha Pembiayaan		√
c	Fungsi Penanggung Risiko	√	√
d	Fungsi Penyediaan Informasi Pasar		√
e	Fungsi Penelitian Pemasaran		

Ket: √ = melakukan fungsi

5.3.4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, pungutan dan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain

karena disebabkan berbedanya macam komoditi, lokasi pemasaran, macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan. Biaya pemasaran tahu Sikim untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Biaya, Margin, Profit Margin dan Efisiensi Pemasaran Tahu Sikim Per Proses Produksi.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Rp/Kg	%	Rp/Kg	%
1.	Pengusaha				
	Harga Jual	8.000,00	80	8.000,00	80
	a. Biaya Kemasan	-	-	-	-
	b. Biaya Transportasi	-	-	-	-
2.	Pedagang pengecer				
	Harga beli dari pengusaha	8.000,00	-		
	a. Biaya kemasan pengecer	300,00	-	-	-
	b. Biaya Transportasi	480,00	-	-	-
3.	Total Biaya	780,00	-	-	-
4.	Keuntungan	1.220,00			
5.	Harga beli konsumen	10.000,00	100	8.000,00	100
6.	Margin Pemasaran	2.000,00	-	-	-
7.	Profit margin	1.220,00	-	-	-
8.	Efisiensi	20,00	0,20	0	0

Berdasarkan Tabel 18 biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp 780,00/Kg yang terdiri dari biaya untuk kemasan (plastik) dan biaya transportasi ke pasar. Biaya-biaya ini ditanggung oleh pedagang pengecer. Biaya transportasi merupakan iaya yang terbesar yakni Rp.480/kg, ini tergantung jauh dekatnya dari pengusaha atau rumah pengecer ke pasar. Sedangkan pada saluran II tidak ada biaya pemasaran dikarenakan konsumen langsung membeli ke pengusaha dengan harga Rp.8.000/kg sudah termasuk biaya kemasan plastik dan tidak ada biaya transportasi. Pembelian itu tidak untuk dijual kembali tetapi untuk dikonsumsi.

5.3.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan ditingkat konsumen. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Pada Tabel 18 terlihat pada saluran I bahwa harga jual pemasaran adalah Rp.8.000/kg, dan harga pembelian konsumen Rp.10.000/kg, berarti terdapat margin sebesar Rp.2.000/kg atau 20% dari harga beli konsumen. Dari nilai margin tersebut, 7,80% merupakan biaya pemasaran dan 12,20% keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran II tidak ada margin pemasaran karena langsung membeli ke produsen. Ini berarti harga jual produsen sama dengan harga beli konsumen yaitu Rp.8.000/kg.

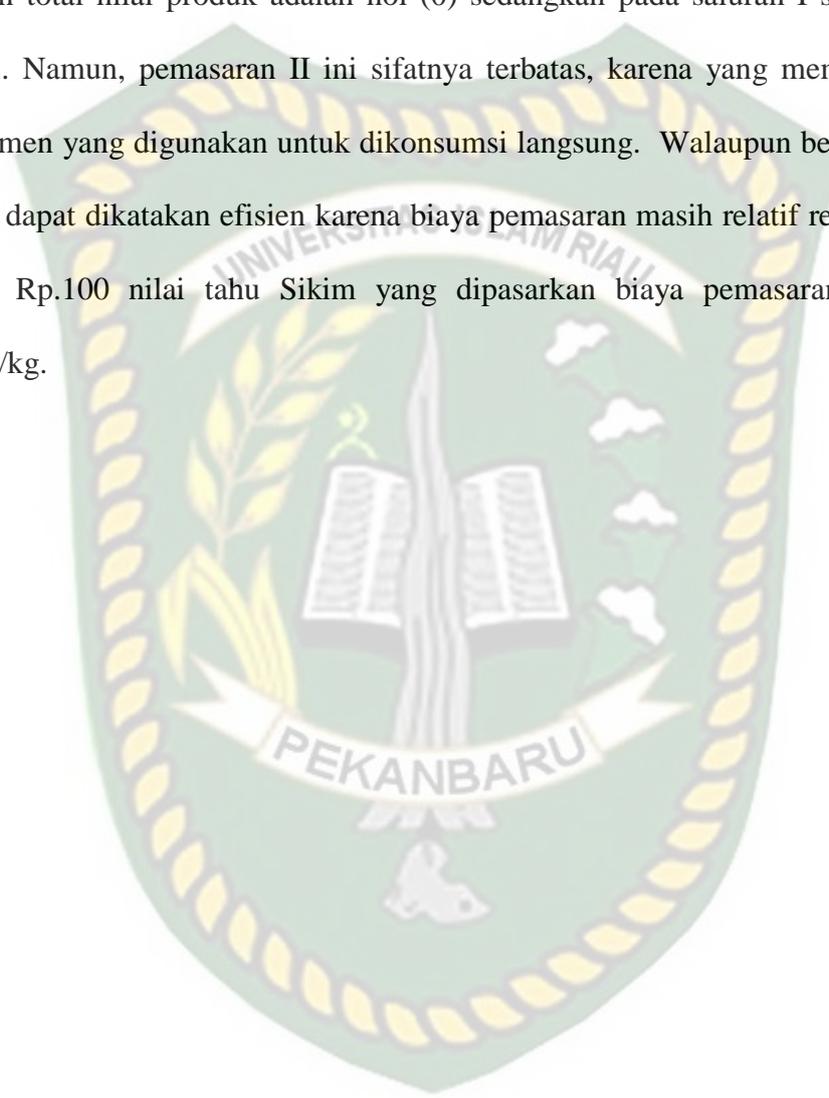
5.3.6. Profit Margin

Munawir (2007), profit margin adalah besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya. Berdasarkan Tabel 21 profit margin pada saluran I sebesar Rp.1.220,00/Kg diperoleh dari pengurangan margin pemasaran sebesar Rp.2.000,00 dan biaya pemasaran sebesar Rp.780,00. yang merupakan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran II tidak ada profit marginnya karena tidak ada lembaga lain yang terlibat yang dapat mengeluarkan biaya dan mengambil keuntungan.

5.3.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan memasarkan suatu produk untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan input yang serendah-

rendahnya untuk memperoleh output semaksimal mungkin. Berdasarkan Tabel 21 dapat dilihat saluran pemasaran yang paling efisien adalah pada saluran II, karena tidak ada biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran sehingga rasio total biaya dengan total nilai produk adalah nol (0) sedangkan pada saluran I sebesar 0,20 (20%). Namun, pemasaran II ini sifatnya terbatas, karena yang membeli hanya konsumen yang digunakan untuk dikonsumsi langsung. Walaupun begitu saluran I juga dapat dikatakan efisien karena biaya pemasaran masih relatif rendah dalam setiap Rp.100 nilai tahu Sikim yang dipasarkan biaya pemasarannya hanya Rp.20/kg.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian agroindustri tahu Sikim di desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Responden pada agroindustri tahu Sikim di desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis berada pada kategori umur produktif, pendidikan 12 tahun/SMA, sebagian besar sudah berpengalaman serta jumlah tanggungan yang relatif keil. Usaha tahu sikim ini sudah berjalan selama 13 tahun, merupakan industri rumah tangga, modal usaha pribadi sebesar Rp.14.938.000 dan memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang.
2. Teknologi produksi yang digunakan masih tradisional. Proses produksi tahu Sikim meliputi perendaman, penggilingan, pemasakkan, pentirisan, pencetakan, pemotogan dan pengemasan. Jumlah bahan baku rata-rata 100 Kg/proses produksi penggunaan bahan penunjang dalam satu kali proses produksi terdiri dari air 200 liter, kayu bakar 1,75 m³, minyak solar 0,5 liter, garam 3 kg, cuka 0,04 liter, obat tahu 0,04 liter dan listrik 18,57 watt. Biaya tetap sebesar Rp.37.630,93/proses produksi dan biaya variabel sebesar Rp.1.096.354,64/proses produksi. Jumlah produksi 160 Kg/proses produksi. Pendapatan kotor sebesar Rp.1.280.000/proses produksi dan pendapatan bersih sebesar Rp.146.014,43/proses produksi. Efisiensi agroindustri tahu Sikim sebesar Rp.1,13/proses produksi. RCR > 1, berarti agroindustri tahu

sudah efisiensi dan menguntungkan. Nilai tambah yang diperoleh dari usaha agroindustri tahu sebesar Rp.2.424,73/Kg per proses produksi dengan rasio nilai tambah 18,94%. Hal ini berarti pengolahan kedelai menjadi tahu memberikan nilai tambah 18,94%. Margin yang diperoleh sebesar Rp 4.800. dengan rasio pendapatan tenaga kerja 15,61%, sumbangan input lain 49,48% dan keuntungan perusahaan 34,90% dalam satu kali proses produksi.

3. Lembaga pemasaran pada usaha tahu Sikim ada menggunakan pedagang pengecer sebagai perantara produk tahu sampai ke konsumen. Saluran pemasaran ada 2 yakni saluran I dari produsen ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen, sedangkan saluran II yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Fungsi pemasaran tahu pada pengusaha tahu Sikim di Kabupaten Bengkalis terdiri dari penjualan, pengolahan, dan penanggung resiko sedangkan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam menjalankan kegiatan pemasaran tahu Sikim yaitu pembelian, penjualan, penyimpanan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko, penyediaan informasi pasar. Biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp 780,00/Kg. Biaya pemasaran meliputi biaya kemasan dan biaya transportasi. Margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp.2.000,00/Kg atau 20%. Profit margin pada saluran I sebesar Rp.1.220,00/Kg. Efisiensi pemasaran pada saluran I adalah 0,20%. Sedangkan pada saluran II biaya pemasaran, margin, profit margin dan efisiensi pemasaran tidak ada dikarenakan konsumen langsung mengambil tempat usaha untuk dikonsumsi sehingga saluran yang paling efisien adalah saluran II.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan demi kemajuan agroindustri tahu Sikim di desa Sejangat Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis antara lain sebagai berikut:

1. Pengusaha tahu sebaiknya meningkatkan jumlah produksi sehingga konsumen merasa mudah dengan ketersediaan produk tahu bukan hanya memproduksi sesuai pesanan saja. Pada pemasaran sebaiknya dapat melakukan fungsi penelitian pemasaran untuk memperoleh informasi pemasaran yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan yang efektif dan efisien. Fungsi fasilitas pemasaran yang berperan menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat kepada pemasar melalui informasi dimana digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan kesempatan pemasaran, sehingga kegiatan pemasaran meningkat, menyaring, dan mengevaluasi dan memonitor keragaman sistem pemasaran, membangun pengertian dan menanamkan pemahaman tentang pemasaran sebagai suatu sistem proses.
2. Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis sebaiknya mendukung perkembangan agroindustri tahu dengan membuka koperasi yang menyediakan perlengkapan pengolahan kedelai dan memberikan penyuluhan mengenai inovasi baru tentang pengolahan kedelai.
3. Bagi akademis terkait penelitian ini agar lebih bisa memahami hasil penelitian ini dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan usaha tahu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto. 2014. Kedelai Tropika Produktifitas 3 Ton/Ha. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Assuari. 2016. Manajemen Produksi. FE-UI. Jakarta.
- Aziz, A. 2008. Permodalan Agroindustri, Prospek Pengembangan Pada PJPT II. Penerbit Yayasan Proklamasi. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019. Indonesia Dalam Angka. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. Indonesia Dalam Angka. Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2019. Riau Dalam Angka. Pekanbaru.
- Cahyadi, W. 2007. Kedelai Khasiat dan Teknologi. Bumi Aksara. Jakarta
- Daftar Analisis Bahan Makanan. 2015. Fakultas Kedokteran. UI. Jakarta.
- Departemen Agama RI. 2010. Al-Qur'an dan Terjemahan. CV Diponegoro. Bandung.
- Departemen Pertanian. 2008. Mutu Kedelai Nasional Lebih Baik dari Kedelai Impor. Badan Litbang Pertanian. Jakarta.
- FAO. 2013. FAOSTAT Database. <http://faostat.fao.org/site/399/default.aspx> Diakses pada tanggal 19 Desember 2020.
- Fathoni, Muhammad Anwar. 2018. Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam. Jurnal Hukum dan Syari'ah Vol. 9 No.1. Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran. Jakarta.
- Fajar, M. 2015. Pertanian Dalam Perspektif Islam (Tanaman, Lingkungan Hidup Dan Manajemen Agribisnis). Fakultas Pertanian UNIBA. Yogyakarta.
- Fauzia. 2010. Pengalaman Seseorang Dalam Berusaha. Bumi Aksara. Jakarta.
- Firdaus. 2012. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Garrison. 2009. Manajerial Accounting. LP3ES. Jakarta.
- Griffin, R. 2005. Faktor Produksi. Online pada <http://id.wikipedia.org/wiki/faktorproduksi>, Diakses pada tanggal 9 Oktober 2020.
- Gumbira S, E dan A. Harizt I. 2001. Manajemen Agribisnis. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Gunanda, R dan Septina E. 2005. Analisis Agroindustri Kedelai di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Jurnal Agribisnis

Volume 18 Nomor 2, Desember 2016 ISSN-P: 1412-4807 ISSN O: 2503-4375. Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. (Dipublikasikan).

- Hanafie. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Andi Offset. Yogyakarta.
- Hanggana. 2010. Bahan Kuliah Manajemen Agribisnis. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Intitut Pertanian Boğ Bogor.
- Hasyim. 2006. Tanggungan Keluarga. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta
- _____. 2012. Teori-teori Pemasaran. UI Press. Jakarta.
- Hayami, Y., Thosinori, M., dan Masdjidjin, S. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Perspective from a Sunda Village*. CGPRT Centre, Bogor.
- Hernanto, F. 2009. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Indra P, B. 2020. Analisis Usaha Agroindustri Gula Kelapa di Kelurahan Sapat Kecamatan Kuala Indragiri Kabupaten Indragiri Hilir. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. (Tidak Dipublikasikan).
- Irwan. 2006. Budidaya Tanaman Kedelai. UNPAD Press. Jatinangor.
- Iswanto, K. 2008. Strategi Pemasaran. Online pada www.midascorporate.com. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2020.
- Irham, M dkk. 2011. Mukaddimah Ibnu Khaldun. Pustaka Al-Kautsar. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Prenhallindo. Jakarta.
- Malian, A. Husni. 2004. Kebijakan Perdagangan Internasional Komoditas Pertanian di Indonesia. Analisis Kebijakan Perdagangan, Vol. 2 No. 2. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Mubyarto. 2000. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta
- Munawir, S. 2007. Profit Margin. Online pada <http://rofiqoaulia.blogspot.com/2012/05/roi-return-on-investment.html>, Diakses pada tanggal 9 Oktober 2020
- Nasution, E, R. 2016. Analisis Agroindustri Tahu dan Tempe di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. (Tidak Dipublikasikan).
- Nicholson dan Wahyu. 2002. Mikroekonomi Intermediate. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Nilasari, dkk. 2006. Manajemen Strategis: Edisi Ketujuh. PT. Prenhallindo. Jakarta.

- Nugraha. 2011. *Manajemin Strategis:Edisi Ketujuh*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Nuthall, Peter L. 2019. *Farm Business Management*. British Library. UK. London.
- Purnama, dkk. 2017. Analisis Usaha Agroindustri Tahu (Studi Kasus di Kelurahan Indihiang Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH Volume 4 Nomor 2*. Fakultas Pertanian Universitas Galuh. (Dipublikasikan).
- Rahim, A dan Hastuti, D. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Reksopraستیo. 2004. *Sistim Ekonomi Dan Demokrasi Ekonomi Bina Grafika*. Jakarta.
- Rizky A, G. 2012. Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Tahu Di Kota Medan. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatra Utara. (Dipublikasikan).
- Rosydi. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Saefuddin, AM dan Hanafiah, AM. 2006. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Saragih, B. 2004. *Membangun Pertanian Perspektif Agribisnis dalam Pertanian Mandiri*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Siahian, I. 2017. Analisis Agroindustri Dan Pemasaran Tahu Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. (Tidak Dipublikasikan).
- Simajuntak, R. 2016. Analisis dan Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tahu di Desa Pandan Wangi Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. (Tidak Dipublikasikan).
- Siswanto. 2003. *Manajemen Penjualan Yang Efektif*. Damar Mulia. Pustaka
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Edisi Pertama. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudarman, dkk. 2015. Penerapan Ketel Uap (*Steam Boiler*) pada Industri Pengolahan Tahu untuk Meningkatkan Efisiensi dan Kualitas Produk. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang Vol. 13 No.1*. Semarang. (Dipublikasikan).
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammad Malang Press. Malang.
- Suhendar, S. 2006. Teori Pangantar Mikro Ekonomi. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sukirno, H. 2002. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu Sumedang (Studi Kasus di Bogor, Jawa Barat). Makalah Penelitian Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Sunarto. 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran. AMUS, Press dan Mahenoko Total Design. Yogyakarta.
- Sunyoto, dkk. 2014. Penerapan Iptek Usaha Pembuatan Tahu dan Tempe di Bandungan Kabupaten Semarang. Jurnal Universitas Negeri Semarang vol. 12. No. 1. Semarang. (Dipublikasikan).
- Suprpti. 2005. Bertanam Kedelai. Swadaya. Jakarta
- Suprpto. 2006. Proses Pengolahan Dan Nilai Tambah. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Supriatna. 2005. Ilmu Dasar Agroindustri Tahu. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suratiah. 2006. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya. Bogor.
- Swatha, B dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Liberti. Yogyakarta
- Tohar. 2000. Membuka Usaha Kecil. Kanisius. Yogyakarta
- Winardi. 2010. Marketing dan Prilaku Konsumen. Mandar Maju. Bandung.
- Weygant, Jerry dkk. 2010. *Managerial Accounting*. John Wiley And Sons, Inc. Amerika Serikat.
- Winarno, F,G. 2004. Kimia Pangan dan Gizi. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.