

ANALISIS PENDAPATAN DAN EFISIENSI PEMASARAN INDUSTRI TAHU (Studi kasus: Industri Tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh)

*(Analisis And Marketing Efficiency Of Tofu Industries (Case Study: Mandiri Tofu
Industry in Punge Jurong Village, Meuraxa District, Banda Aceh City)*

Cut Intan Maulina¹, Widyawati¹, Lukman Hakim^{1*}

¹Program Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

*Corresponding author: lukman.hakim.sp.mp@unsyiah.ac.id

Abstrak. Dewasa ini, mulai banyaknya industri tahu bermunculan khususnya di daerah Banda Aceh. Sebagian besar penggunaan bahan baku pembuatan kedelai menggunakan jenis kedelai impor. Penggunaan kedelai impor sebagai bahan baku pembuatan tahu, karena tingginya harga kacang kedelai lokal. Namun sayangnya harga kedelai impor tidak stabil dan cenderung mahal dipasaran. Pada bulan April tahun 2019, harga kedelai impor mencapai 7.200/Kg padahal sebelumnya harga kedelai impor dapat diperoleh dengan harga 6.800/Kg. Salah satu industri tahu yang ada di kota Banda Aceh adalah industri tahu Mandiri, industri tahu Mandiri ini menilai harga kedelai impor yang masih tidak stabil di pasaran, mempengaruhi pendapatan, mengingat industri tahu ini masih berskala tradisional, dengan modal sedikit dan pasar yang belum terlalu luas. Selain itu, produk tahu yang tinggi akan kandungan air membuat tahu mudah terserang mikroba. Pemilihan saluran pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu industri tahu agar produk sampai ke tangga konsumen dengan kualitas yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pendapatan dan efisiensi pemasaran industri tahu Mandiri. Metode penelitian ini adalah metode studi kasus dengan penentuan lokasi secara sengaja (*Puposive*) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan industri tahu Mandiri adalah sebesar Rp. 26.886.000/Bulan. Berdasarkan hasil analisis kelayakan menunjukkan nilai B/C Ratio sebesar 0,31, R/C Ratio 1,31 dan nilai BEP produksi sebesar 2.471 papan dan nilai BEP Harga 26.000/Papan. Saluran pemasaran industri tahu Mandiri terdiri dari dua jenis saluran pemasaran yaitu Saluran Pemasaran I dan saluran pemasaran II, dengan nilai efisiensi sebesar 0 % dan 4,61%, yang artinya dua jenis saluran pemasaran industri tahu Mandiri yang sudah terbentuk termasuk dalam katagori sudah efisien.

Kata kunci: Pendapatan, Efisiensi Pemasaran, Industri tahu

Today, many tofu industries have sprung up, especially in the Banda Aceh region. Most of the use of raw materials for making soybeans uses imported soybeans. The use of imported soybeans as raw material for making tofu occurs because of the high price of local soybeans. But unfortunately the price of imported soybeans is unstable and tends to be expensive in the market. In April 2019, the price of imported soybeans reached 7,200 / kg, whereas previously the price of imported soybeans could be obtained at a price of 6,800 / kg. One of the tofu industries in the city of Banda Aceh was the Mandiri tofu industry, the Mandiri tofu industry valued the price of imported soybeans which is still unstable in the market, influences income, considering that the tofu industry is still traditional in scale, with little capital and a market that is not too broad. In addition, tofu products which are high in water content make tofu vulnerable to microbes. The selection of marketing channels is very important for a tofu industry so that products reach the consumer ladder with good quality. The purpose of this study is to analyze the income and marketing efficiency of the Mandiri tofu industry. This research method is a case study method with deliberate location determination (*Puposive*) The results of the study showed that the Mandiri tofu industry's income was Rp. 26,886,000 / month. Based on the results of the feasibility analysis, the B / C Ratio value is 0.31, the R / C Ratio is 1.31 and the production BEP value is 2.471 boards and the price BEP is 26,000 / Board. Mandiri tofu industry marketing channels consist of two types of marketing channels namely Marketing Channel I and Marketing channel II, with efficiency values of 0% and 4.61%, which means that the two types of Mandiri tofu industry marketing channels that have been formed are included in the category of already efficient.

Keywords: Revenue, Marketing Efficiency, Tofu Industry

PENDAHULUAN

Tahu merupakan makanan yang banyak digemari oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, karena memiliki kandungan protein dan gizi yang tinggi (Herman,1985). Pada saat ini mulai banyak industri tahu bermunculan khususnya di daerah Banda Aceh, yang diharapkan dapat menopang roda pembangunan ekonomi sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Tahu merupakan produk olahan hasil pertanian yang menggunakan kedelai sebagai bahan baku utamanya. Harga kedelai lokal yang tinggi dipasaran, membuat para pelaku industri tahu memilih menggunakan kedelai impor sebagai bahan baku pembuatan tahu. Namun sayangnya, harga kedelai impor pun tidak stabil dipasaran dan cenderung mahal dipasaran. Hingga bulan April 2019, harga kedelai impor mencapai 7.200/Kg dipasaran, padahal sebelumnya kedelai impor dapat diperoleh dengan harga 6.800/Kg.

Salah satu industri tahu yang berada di Kota Banda Aceh adalah industri tahu Mandiri yang berada di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa kota Banda Aceh. Pemilik industri tahu Mandiri ini adalah bapak M. Nasir, beliau menyatakan bahwa kedelai impor sebagai bahan baku pembuatan tahu memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan kualitas kedelai lokal. Namun, terdapat permasalahan dimana harga kedelai impor tidak stabil di pasaran dan cenderung mahal, sehingga hal tersebut mempengaruhi keuntungan industri tahu Mandiri.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik melakukan analisis pendapatan dan efisiensi pemasaran (Studi kasus: Industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh). Hasil dari penelitian ini akan didapatkan besaran pendapatan industri tahu Mandiri dan diketahui jenis-jenis saluran pemasaran dan tingkat efisiensi saluran pemasaran industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai pemilik industri Tahu Mandiri dan para pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.

Analisis Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Metode penelitian ini hanya menitik beratkan pada satu objek saja yaitu industri tahu Mandiri. Untuk metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dengan tujuan memperoleh data dan informasi dari responden. Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis yang terdiri dari analisis pendapatan, kelayakan usaha, margin pemasaran, profit margin dan efisiensi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik industri tahu Mandiri dan pedagang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Terdapat beberapa karakteristik. karakteristik yang dimaksud diantaranya umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman bekerja/berdagang.

Umur Responden, Umur merupakan faktor yang sangat erat kaitannya terhadap kemampuan kerja responden. Baik secara fisik, mental maupun dalam hal mengambil keputusan. Responden produsen dan pedagang yang lebih muda biasanya dapat bekerja lebih optimal karena fisik yang masih kuat, dan mental yang lebih siap, seta mampu berinovasi dan bersaing dengan industri atau usaha-usaha sejenis. Berdasarkan (BPS,2014) umur produktif seseorang berkisar pada umur 15-64 tahun.

Tingkat pendidikan, Umumnya orang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas, terutama mengerti artinya produktivitas yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan produktif.

Pengalaman Kerja, pengalaman merupakan faktor yang akan mempengaruhi kemampuan responden dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi. Bagi produsen dan pedagang, pengalaman kerja dapat menjadikan faktor pendorong dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan kerja dalam berwirausaha.

Jumlah Tanggungan Keluarga, Semakin banyaknya tanggungan keluarga akan membuat pengeluaran akan semakin tinggi sehingga semakin kecil modal yang dikeluarkan produsen untuk memajukan usahanya, sebaliknya apabila rendahnya tanggunga keluarga semakin rendah pengeluaran atau biaya sehingga produsen dapat mengalokasika lebih banyak modal dalam upaya peningkatan usahanya.

Tabel 1. Karakteristik produsen industri tahu Mandiri

Nama	M. Nasir
Umur	42 Tahun
Tingkat Pendidikan Akhir	SMA
Pengalaman Kerja	10 Tahun
Jumlah Tanggungan Keluarga	3 Jiwa

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Responden yang pertama pada penelitin ini adalah produsen Industri tahu Mandiri di Desa Punge jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh yang bernama Bapak M. Nasir, umur responden adalah 42 Tahun, dimana umur tersebut masih termasuk kedalam umur produktif dalam bekerja. Pendidikan terakhir beliau adalah SMA dan beliau sudah memiliki pengalaman kerja pada industri tahu selama 10 tahun. jumlah tanggungan keluarga adalah sebanyak 3 jiwa, yaitu satu orang istri dan dua orang anak.

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Pengencer

Nama	Martunis
Umur	28 Tahun
Tingkat Pendidikan Terakhir	SMA
Pengalaman Berdagang	3 Tahun
Jumlah Tanggungan	2 Jiwa

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Resonden yang kedua pada penelitian ini adalah pedagang pengencer yang terlibat dalam kegiatan pemasaran industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh yang bernama Martunis, umur responden adalah 28 tahun, dengan pendidikan terkhir adalah SMA. Pengalaman berdagang yang telah reponden miliki adalah selama 3 tahun. jumlah tanggungan keluarga yang dimiliki responden adalah sebanyak 2 jiwa yaitu, satu orang istri dan satu orang anak.

Analisis Pendapatan Industri Tahu Mandiri Biaya Produksi

Biaya produksi pada penelitian ini terbagi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya dikeluarkan oleh perusahaan yang besarnya tidak dipengaruhi oleh perubahan-perubahan baik dalam produksi maupun penjualan. Dalam penelitian ini yang termasuk biaya tetap adalah biaya penyusutan dan biaya tenaga kerja. Adapun biaya tetap industri tahu Mandiri dapat dilihat pada Tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. Biaya Tetap Industri Tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Tahun 2019.

No	Jenis Biaya Tetap	Nilai (Rp/Bulan)
1	Biaya Penyusutan	1.122.750
2	Biaya Tenaga Kerja	14.400.000
Total		15.522.750

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Tabel 3 menunjukkan bahwa biaya tetap pada industri tahu Mandiri selama kurun waktu sebulan terdiri dari biaya penyusutan sebesar Rp. 1.122.750/Bulan dan biaya gaji tenaga kerja sebesar Rp. 14.400.000/Bulan. Sehingga total biaya tetap industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa kota Banda Aceh adalah sebesar Rp.15.522.750/Bulan.

Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi, sehingga biayanya selalu berubah-ubah sesuai dengan volume produksi. Pada penelitian ini yang termasuk biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya lain-lain. Adapun biaya variabel industri tahu Mandiri dapat dilihat pada Tabel 4, sebagai berikut:

Tabel 4. Biaya Variabel Industri Tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Tahun 2019.

No	Jenis Biaya Variabel	Nilai (Rp/Bulan)
1	Biaya Bahan Baku	68.040.000
2	Biaya Lain-lain	2.950.000
Total		70.990.000

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Tabel 4 menunjukkan bahwa biaya variabel industri tahu Mandiri dalam kurun waktu sebulan terdiri dari biaya bahan baku sebesar Rp. 68.040.000/Bulan, dan biaya lain-lain sebesar Rp. 2.950.000/Bulan. Sehingga total biaya variabel industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh adalah sebesar Rp. 70.990.000/Bulan.

Pendapatan Industri tahu Mandiri

Pendapatan merupakan seluruh hasil dalam jumlah uang yang diperoleh perusahaan (industri) dari hasil penjualan. Pendapatan industri tahu Mandiri dapat diketahui dengan cara menghitung selisih antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi tahu (Soekarwati, 2006). Tinggi rendahnya pendapatan yang didapatkan dipengaruhi oleh total penerimaan dan besarnya biaya produksi. Adapun besarnya pendapatan industri tahu Mandiri dapat dilihat pada Tabel 5, sebagai berikut:

Tabel 5. Rincian Total Pendapatan Industri Tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Tahun 2019.

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Nilai (Rp/Bulan)
1	Penerimaan			113.400.000
	Produksi	Papan/Bulan	3.240	
	Harga	Rp/Papan	35.000	
2	Biaya Produksi			
a.	Biaya Tetap			
	-Penyusutan alat	Rp/Bulan	1.122.750	
	-Tenaga Kerja	Rp/Bulan	14.400.000	
b.	Biaya Variabel			
	Biaya Bahan Baku			
	-Kedelai	Rp/Bulan	64.800.000	
	-Asam Cuka	Rp/Bulan	3.240.000	
	Biaya Lain-lain			
	-Listrik	Rp/Bulan	300.000	
	-Bahan bakar kendaraan	Rp/Bulan	1.500.000	
	-Bahan bakar kayu	Rp/Bulan	1.050.000	
	-Air PDAM	Rp/Bulan	100.000	
	Total Biaya Produksi			86.512.750
3	Pendapatan			26.887.250

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui besar pendapatan industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh, dengan hasil penerimaan sebesar Rp. 113.400.000/Bulan dan total biaya sebesar Rp. 86.887.250/Bulan. Besarnya pendapatan suatu usaha dapat dipengaruhi oleh total penerimaan dan total biaya produksi sehingga pendapatan industri tahu Mandiri adalah sebesar Rp. 26.887.250/Bulan.

Analisis *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio)

Analisis *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio) merupakan perbandingan antara pendapatan dan total biaya produksi (Rahardi dan Hartono, 2003). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya penerimaan yang akan diperoleh dari setiap penambahan biaya dalam produksi serta, mengetahui apakah suatu usaha layak dan memberikan manfaat. Suatu usaha layak dan dapat memberikan manfaat apabila B/C Ratio lebih besar dari nol (0). Adapun hasil perhitungan *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Nilai *benefit cost ratio* (B/C Ratio) pada industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh, tahun 2019.

No	Uraian	Total Biaya (Rp)
1	Total Biaya Produksi	86.514.000
2	Pendapatan	26.886.000
	B/C Ratio	0,31

Sumber: Data Primer (Diolah). Tahun 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis *benefit cost ratio* (B/C Ratio) didapatkan nilai 0,31 yang menunjukkan nilai B/C Ratio lebih besar dari 0 (B/C Ratio > 0), Hal ini menunjukkan setiap tambahan biaya sebesar Rp 1 dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp 0,31 dan dapat diambil kesimpulan industri tahu Mandiri ini layak untuk dijalankan.

Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total (Soekartawi,1995). Analisis ini diperlukan untuk mengetahui berapa besarnya penerimaan yang akan diperoleh dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam produksi serta mengetahui apakah industri tahu Mandiri dianggap menguntungkan atau tidak. Suatu usaha dikatakan layak apabila R/C Ratio lebih besar dari 1, Adapun hasil perhitungan *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Nilai *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) pada industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh, tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah
1	Penerimaan	113.400.000
2	Total Biaya Produksi	86.514.000
R/C Ratio		1,31

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) didapatkan nilai 1,31 yang menunjukkan nilai R/C Ratio lebih besar dari 1 (R/C Ratio > 1), Hal ini menunjukkan setiap pengeluaran Rp 1 akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 1,31 dan dapat diambil kesimpulan bahwa industri tahu Mandiri ini layak dan memberi keuntungan.

Analisis *Break Event Point* (BEP)

Untuk melihat *Break Even Point* (BEP) atau titik balik modal industri tahu Mandiri, maka dilakukan perhitungan BEP harga produksi dan BEP jumlah produksi. Pada perhitungan BEP produksi dilakukan dengan menghitung selisih antara total biaya yang dikeluarkan dengan harga jual produk tahu/Papan. Sedangkan perhitungan BEP harga dilakukan dengan menghitung selisih antara total biayayang dikeluarkan dengan total produksi. Adapun hasil perhitungan *Break Even Point* (BEP) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Nilai BEP Produksi pada industri tahu mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Total Biaya Produksi	86.514.000
2	Harga Jual Produk	35.000
BEP Produksi		2.471

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan BEP produksi industri tahu Mandiri adalah 2.471, yang menunjukkan bahwa titik impas produksi industri tahu Mandiri rata-rata sebesar 2.471 Papan/Bulan. Produksi industri tahu Mandiri mencapai 3.240 Papan/bulan, sehingga telah mencapai titik impas produksi dan usaha menghasilkan keuntungan.

Tabel 9. Nilai BEP Harga pada industri tahu mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Total Biaya Produksi	86.514.000
2	Harga Jual Produk	3.240

BEP Harga

26.701

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui hasil perhitungan BEP Harga industri tahu Mandiri diperoleh hasil sebesar 26.701. Hal ini berarti menunjukkan titik impas harga industri tahu Mandiri rata-rata sebesar Rp. 26.701/Papan. Harga jual yang ditawarkan industri tahu Mandiri adalah sebesar Rp. 35.000/papan. Hal ini menunjukkan industri tahu Mandiri telah mencapai titik impas harga jual produk dan usaha menghasilkan keuntungan.

Analisis Efisiensi Pemasaran Industri Tahu Mandiri

Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan keberadaan suatu usaha, khususnya pada industri tahu. Tanpa adanya pemasaran industri tahu tidak dapat berkembang dan menghasilkan, karena dalam kegiatan pemasaran akan terjadi proses penyaluran produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen, maka salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan adalah pemilihan saluran pemasaran yang efektif dan efisien.

Lembaga dan Saluran Pemasaran

Suatu industri tahu tidak dapat berjalan sendiri, dimana industri tahu memerlukan suatu lembaga atau individu sebagai perantara untuk kelancaran penyaluran produk hasil produksi hingga sampai ke tangan konsumen. Begitu pula pada konsumen, tanpa adanya saluran pemasaran konsumen akan kesulitan mendapatkan barang yang dibutuhkan. Pada proses penyaluran produk tahu harus melewati saluran pemasaran. Panjang pendeknya suatu saluran pemasaran dapat dilihat dari banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat didalam kegiatan pemasaran. Pada industri tahu sebaiknya tidak menggunakan saluran pemasaran yang terlalu panjang, karena tahu merupakan produk olahan hasil pertanian yang mudah rusak.

Pada industri tahu Mandiri terdapat 2 saluran pemasaran yaitu pola saluran pemasaran I dan pola saluran pemasaran II.

1. Pola Saluran Pemasaran I

Produsen —————> Konsumen

Pada pola saluran pemasaran I industri tahu Mandiri tidak menggunakan pedagang perantara untuk menyalurkan produknya, dimana industri tahu Mandiri langsung menjual produk hasil produksinya ke konsumen.

2. Pola Saluran Pemasaran II

Produsen —————> Pedagang pengencer —————> Konsumen

Pada pola saluran pemasaran II ini industri tahu Mandiri tidak menjual langsung hasil produksinya kepada konsumen, dimana produsen membutuhkan suatu lembaga pemasaran yang berfungsi sebagai perantara untuk menyalurkan produk hingga sampai ke tangan konsumen. pada saluran pemasaran ini yang terlibat dalam proses pemasaran adalah pedagang pengencer, sehingga alur saluran pemasaran II berawal dari produsen, kemudian pedagang pengencer membeli tahu dari produsen yang kemudian dijual kembali kepada konsumen akhir.

Untuk mengetahui margin pemasaran dan profit margin saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II perlu dilakukan perhitungan rata-rata biaya, harga jual dan harga beli

pada masing-masing saluran pemasaran. Berikut ini adalah rata-rata biaya, harga jual, dan harga beli tahu pada saluran pemasaran I industri tahu Mandiri dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabe 10. Rata-rata Biaya, Harga Jual, dan harga beli Tahu pada Saluran Pemasaran I industri tahu Mandiri per Papan, tahun 2019.

No	Uraian	Nilai Biaya (Rp/Papan)
1	Produsen	
	a. Biaya bahan baku (Kedelai)	20.000
	b. Biaya pengolahan	
	1) Penggilingan	100,-
	2) Perebusan	356,-
	3) Tenaga Kerja	3.333
	Jumlah biaya pengolahan	3.789
	c. Biaya Pemasaran	23.789
	d. Harga pokok produksi	35.000
	e. Harga Jual	11.211
	f. Keuntungan	16.211
2	Konsumen	
	a. Harga beli konsumen	40.000
3	Total Biaya Pemasaran	0
	Total Keuntungan pemasaran	16.211
	Total Margin pemasaran	0
	Profit Margin	0

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa, biaya yang dikeluarkan antara lain biaya bahan baku dan biaya pengolahan. Biaya bahan baku terdiri dari biaya kacang kedelai sebesar Rp. 20.000/Papan. Biaya pengolahan terdiri dari biaya penggilingan sebesar Rp. 100,-/Papan, biaya perebusan sebesar Rp. 356,-/Papan, dan biaya Tenaga kerja sebesar Rp. 3.333/Papan. Sehingga diperoleh total jumlah biaya pengolahan industri tahu Mandiri adalah sebesar Rp. 3.789/Papan.

Harga ditingkat konsumen pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp. 40.000/Papan. Harga tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan harga tahu yang berlaku dipasaran. Pada saluran pemasara ini tidak terdapat biaya pemasaran, karena produsen langsung memasarkan produknya kepada konsumen tanpa melalui lembaga perantara. Total keuntungan yang didapatkan produsen adalah sebesar Rp. 16.211/Papan. Tidak ada margin dan profit margin pada saluran pemasaran ini.

Rata-rata biaya, keuntungan, harga jual, dan harga beli tahu pada saluran pemasaran II industri tahu Mandiri dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 11. Rata-rata Biaya, Keuntungan, Harga Jual, dan harga beli Tahu pada Saluran Pemasaran II industri tahu Mandiri per Papan, tahun 2019.

No	Uraian	Nilai Biaya (Rp/Papan)
1	Produsen	
	a. Biaya bahan baku (Kedelai)	20.000
	b. Biaya pengolahan	
	1) Penggilingan	100,-
	2) Perebusan	356,-
	3) Tenaga Kerja	3.333
	Jumlah biaya pengolahan	3.789
	c. Harga pokok produksi	23.789
	d. Harga Jual	35.000
	e. Keuntungan	11.211
2	Pedagang Pengencer	

a.	Harga beli	35.000
b.	Biaya Pemasaran	
	1) Transportasi	308,-
	2) Pengemasan	169,-
	3) Retribusi	108,-
	Jumlah biaya pemasaran	585,-
	Harga Jual	35.000
	Keuntungan Pemasaran	2.415
	Margin Pemasaran	
3	Konsumen	38.000
	Harga beli konsumen	585,-
4	Total Biaya Pemasaran	13.626
	Total Keuntungan Pemasaran	3.000
	Total Margin Pemasaran	2.415
	Profit Margin	

Berdasarkan Tabel 10, Biaya yang dikeluarkan produsen antara lain biaya bahan baku dan biaya pengolahan. Biaya bahan baku terdiri dari biaya kacang kedelai sebesar Rp. 20.000/Papan. Biaya pengolahan terdiri dari biaya penggilingan sebesar Rp. 100,-/Papan, biaya perebusan sebesar Rp. 356,-/Papan, dan biaya Tenaga kerja sebesar Rp. 3.333/Papan. Sehingga diperoleh total jumlah biaya pengolahan industri tahu Mandiri adalah sebesar Rp. 3.789/Papan.

Harga beli pedagang pengencer pada produsen pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp. 35.000/Papan. Biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang pengencer pada saluran pemasaran ini adalah biaya pengemasan sebesar Rp. 169,-/Papan, biaya transportasi 308,-/Papan dan biaya retribusi sebesar Rp. 108,-/Papan. Sehingga total jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengencer pada saluran pemasaran ini adalah sebesar Rp. 585,-/Papan. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengencer pada saluran pemasaran ini adalah sebesar Rp. 2.415/Papan.

Harga ditingkat konsumen pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp. 38.000/Papan. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran pada saluran pemasaran ini adalah sebesar Rp. 647,-/Papan, Total keuntungan sebesar Rp. 6.195/Papan, dan total margin pemasaran sebesar Rp. 6.843. sehingga diperoleh total profit margin sebesar Rp. 6.196/Papan.

Tahu yang tidak habis terjual selama satu hari, biasanya akan dijual lagi dihari berikutnya oleh pedagang pengencer. Agar tahu tidak rusak, terlebih dahulu harus dilakukan perebusan. Harga tahu yang telah disimpan dan direbus akan tetap sama seperti harga tahu yang tidak direbus.

Analisis Margin Pemasaran dan Profit Margin

Tabel 12. Total biaya pemasaran, Margin pemasaran, dan profit margin industri tahu Mandiri Saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II, tahun 2019.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II
1	Total Biaya Pemasaran	0	585,-
2	Total Margin Pemasaran	0	3.000
3	Total Profit Margin	0	2.415

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 12, dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I tidak terdapat biaya pemasaran, Pada saluran pemasaran I industri tahu Mandiri langsung memasarkan produknya kepada konsumen tanpa menggunakan perantara sehingga, pada saluran ini tidak terdapat biaya pemasaran, margin pemasaran dan profit marginnya. Sedangkan pada saluran pemasaran II, Total biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah

sebesar Rp. 585,-/Papan. Pada saluran pemasaran ini biaya pemasaran dikeluarkan oleh pedagang pengencer, karena setelah membeli tahu dari produsen, pedagang pengencer menjual kembali tahu tersebut kepada konsumen sehingga dibutuhkan biaya pemasaran.

Analisis efesinesi pemasaran merupakan suatu indikator yang sangat penting untuk mengetahui kinerja pemasaran suatu produk. Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II sudah efisien atau tidak, maka dapat dihitung tingkat efesiennya. Jika sistem pemasaran tahu dengan nilai EP >50% maka sistem pemasaran industri tahu Mandiri dinilai tidak efisien, jika nilai EP <50% maka sistem pemasaran industri tahu Mandiri dinilai efisien. Perhitungan efesiensi saluran pemasaran industri tahu Mandiri dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Nilai Efisiensi Pemasaran Industri Tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Tahun 2019.

No	Uraian	Efesiensi Pemasaran
1	Saluran Pemasaran I	= $(0 : 40.000) \times 100 \% = 0 \%$
2	Saluran Pemasaran II	= $(585 : 38.000) \times 100 \% = 1,53 \%$

Sumber, Data Primer (Diolah), 2019

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran pada industri tahu Mandiri sudah efisien. Hal ini dapat terlihat pada nilai EP saluran pemasaran I sebesar 0% dan nilai EP pada saluran pemasaran II sebesar 1,53 %. Nilai tersebut memenuhi syarat kedalam katagori efisien EP < 50% , yang artinya saluran pemasaran pada industri tahu Mandiri sudah efisien.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah

1. Hasil penelitian analisis pendapatan industri tahu Mandiri menunjukkan, bahwa besaran pendapatan industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh adalah sebesar Rp. 26.887.250/Bulan, dengan perhitungan kelayakan nilai *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio) sebesar 0,31, nilai *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) sebesar 1,31, BEP Produksi sebesar 2.471 papan dan BEP Harga Rp. 26.000/Papan.
2. Hasil analisis efesiensi pemasaran industri tahu Mandiri di Desa Punge Jurong Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh, didapatkan dua saluran pemasaran yang ada pada industri tahu Mandiri yaitu, Saluran pemasaran I dan Saluran pemasaran II yang masing-masing didapatkan nilai efesiensi pemasaran sebesar 0 % dan 1,53 %. artinya, dua jenis saluran pemasaran industri tahu Mandiri yang sudah terbentuk termasuk dalam kriteria sudah efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Herman, A. S. 1985. *Prinsip Dasar Pembuatan Dan Pengawasan Mutu Tahu*. Bogor: BPPIHP.

Mubyanto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.

Rahardi dan Hartono. 1993. *Agribisnis Perternakan*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Soekarwati. 1995. *Teori Ekonomi Produkis*. Jakarta: Rajawali Press.

- Soekarwati. 2006. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Hubbies. 1997. *Manajemen Industri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri*. Bogor: Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Hidayati, Nur. 2007. *Analisis Pendapatan Home industri (Pengolahan Tahu dan Tempe) di desa Beji Batu Malang*. PhD Thesis. University of Muhammadiyah Malang.