

## ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI TAHU DI KELURAHAN KEKALIK JAYA KOTA MATARAM

IDA AYU NOPIARI<sup>1)</sup>, THERESIA SUZANNA CATHARINA<sup>2)</sup>

Prodi Agribisnis K. Mataram UNMAS Denpasar

<sup>1)</sup>[nopiari@unmas.ac.id](mailto:nopiari@unmas.ac.id), <sup>2)</sup>[catharina@unmas.ac.id](mailto:catharina@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram dan untuk mengetahui saluran pemasaran usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada saat sekarang dengan mengumpulkan data, menyusun, menganalisis, menjelaskan dan menarik kesimpulan. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* atas pertimbangan bahwa terdapat pengusaha agroindustri tahu yang terbanyak sebanyak 227 unit usaha yang terletak Kelurahan Kekalik Jaya. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha agroindustri tahu diambil secara acak sederhana yaitu dengan mengambil pengusaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya sebanyak 18 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah penerimaan yang diperoleh pada usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. 3.692.500,00 per produksi, jumlah biaya yang dibutuhkan pada usaha agroindustri tahu di kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. Rp. 936.231,11 per produksi dan jumlah keuntungan yang diperoleh usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. 2.756.268,89 per produksi. Dalam penelitian ini hanya terdapat 14 pedagang pengecer, maka dapat digambarkan bahwa pemasaran tahu hingga sampai ke konsumen hanya melalui 2 saluran pemasaran untuk produksi tahu. Mata rantai pada saluran pemasaran tampak bahwa mata rantai lembaga pemasaran yang dilalui oleh produk agroindustri tahu merupakan saluran pemasaran langsung dan saluran satu level.

**Kata kunci:** usaha, agroindustri, tahu, produsen, konsumen

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out the profit earned by tofu agro-industry business in Kekalik Jaya Village, Mataram City and to find out the marketing channel for tofu agro-industry business in Kekalik Jaya Village, Mataram City. The research method used is descriptive method, namely a method that focuses on solving existing problems by collecting data, compiling, analyzing, explaining and drawing conclusions. Determination of the sample using purposive sampling on the consideration that there are 227 tofu agro-industry entrepreneurs located in Kekalik Jaya Village. Respondents in this study were tofu agro-industry entrepreneurs who were taken randomly by taking 18 tofu agro-industry entrepreneurs in Kekalik Jaya Village.*

*The results showed that the amount of revenue earned from the tofu agro-industry business in Kekalik Jaya Village, Mataram City was Rp. 3,692,500.00 per production, the total cost required for the tofu agro-industry business in the Kekalik Jaya sub-district, Mataram City, is Rp. Rp. 936,231.11 per production and the amount of profit earned by the tofu agro-industry in Kekalik Jaya Village, Mataram City is Rp. 2,756,268.89 per production. In this study there were only 14 retailers, so it can be illustrated that tofu marketing reaches consumers only through 2 marketing channels for tofu production. The link in the marketing channel shows that the marketing agency chain through which tofu agro-industry products pass is a direct marketing channel and a one-level channel.*

**Keywords:** business, agro-industry, tofu, producers, consumers

### PENDAHULUAN

Agroindustri sebagai salah satu subsistem penting dalam sistem agribisnis, memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan yang tinggi dari nilai tambah relative besar dalam produksi nasional. Agroindustri dapat sebagai usaha mengatasi kemiskinan karena daya jangkau kegiatannya sangat luas. Salah satu agroindustri yang

memiliki prospek yang cerah di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah agroindustri tahu. Agroindustri tahu merupakan agroindustri yang mengolah kacang kedelai melalui berbagai proses untuk menjadi tahu.

Tahu adalah kedelai yang diproses dengan menghancurkan biji kedelai dalam air dingin atau panas. Tahap pengolahannya meliputi pembersihan, perendaman, penghancuran, pengeringan, pemanasan, serta penambahan rasa dan aroma. Tahu merupakan menu penting serta aman dikonsumsi oleh semua golongan umur sebagai sumber protein yang relative murah harganya.

Kota Mataram terdiri dari 5 Kelurahan yaitu : Kecamatan Selaparang terdiri dari Kelurahan Monjok 21 pengusaha tahu, Kelurahan Karang Baru 12 pengusaha tahu, Monjok Barat 5 pengusaha tahu; Kecamatan Sekarbela terdiri Kelurahan Kekalik Jaya dengan 227 pengusaha tahu; Kecamatan Sanubaya terdiri dari Kelurahan Abian Tubuh Baru 107 pengusaha tahu, Kelurahan Dasan Cermen I pengusaha tahu, Kelurahan Mandalika 1 pengusaha tahu, Kecamatan Mataram terdiri dari Kelurahan Pagutan Timur 16 unit pengusaha tahu, Kelurahan Pagesangan Barat 2 unit pengusaha tahu; Kecamatan Ampenan terdiri dari Kelurahan Ampenan Tengah dengan 10 pengusaha tahu, Kelurahan Ampenan Utara dengan pengusaha usaha tahu, Kelurahan Dayan Pekandengan 1 pengusaha tahu dan Kelurahan Pejeruk dengan pengusaha tahu.

Dari hasil survei pendahuluan di lapangan, rata-rata produksi tahu di kelurahan Kekalik Jaya adalah 22.500 kilogram per bulan dengan harga rata-rata Rp. 10.000,00 per kilogram. Selanjutnya sistem pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tahu di Kelurahan Kekalik Jaya bervariasi antar pengusaha. Ada yang memasarkan langsung ke pasar, ada juga pembeli yang mendatangi perusahaan

## Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini yaitu: “ Berapa keuntungan yang diperoleh usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram ?, dan Bagaimana saluran pemasaran usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram ? “

## Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram, dan untuk mengetahui saluran pemasaran usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut: Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi bagi pengusaha agroindustri tahu dalam pengembangan usahanya dimasa yang mendatang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah setempat dalam membina kelangsungan agroindustri tahu.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada saat sekarang dengan mengumpulkan data, menyusun, menganalisis, menjelaskan dan menarik kesimpulan. Unit analisis pada penelitian ini adalah pengusaha yang mengolah bahan dasar kacang kedelai sebagai bahan baku dalam proses produksinya.

Kota Mataram terdiri dari enam kecamatan yaitu Kecamatan Sandubaya, Kecamatan Sekarbela, Kecamatan Selaparang, Kecamatan Ampenan, Kecamatan Cakranegara, dan Kecamatan Mataram. Dari enam kecamatan tersebut Kecamatan Sekarbela secara *purposive sampling* atas pertimbangan bahwa kecamatan tersebut terdapat pengusaha agroindustri tahu yang terbanyak sebanyak 227 unit usaha yang terletak Kelurahan Kekalik Jaya.

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha agroindustri tahu. Penentuan jumlah responden dilakukan dengan secara acak sederhana yaitu dengan mengambil pengusaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya sebanyak 18 orang.

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka seperti data umur, pengalaman berusaha, produksi, biaya produksi, modal, keuntungan dan angka dalam bentuk lainnya. Data kualitatif adalah data yang bukan dalam bentuk angka seperti tingkat pendidikan, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan data lainnya yang bukan dalam bentuk angka.

Beberapa variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Biaya produksi yang terdiri dari seluruh biaya yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri tahu meliputi: biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan pada awal usaha agroindustri tahu yang terdiri dari biaya pembelian peralatan dan Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan secara rutin setiap hari selama proses produksi berlangsung, terdiri atas: pembelian bahan baku, minyak tanah, minyak goreng, plastik, upah tenaga kerja, dan lain-lain. Pengumpulan data dilakukan secara acak dengan mengambil 18 responden dari kelurahan Kekalik Jaya dimana terdapat pengusaha agroindustri

tahu dalam waktu tertentu dengan berpedoman pada daftar pertanyaan atau kuisisioner yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan responden.

### Analisis Biaya

Menurut Gasper (1999) dalam Zulkifli (2012), menyatakan bahwa biaya produksi dalam usaha agroindustri tahu ini dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yaitu biaya penyusutan dan biaya modal investasi. Biaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya bahan bakar, biaya bahan pembantu, biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan pengiriman produk. Biaya total merupakan penjumlahan dari total biaya tetap dan biaya variabel.

Menurut Sadono Sukirno (2005) menyatakan biaya total dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Biaya total usaha agroindustri tahu (Rp)

TFC = Total biaya tetap usaha agroindustri tahu (Rp)

TVC = Total biaya variabel usaha agroindustri tahu (Rp)

### Analisis Penerimaan

Menurut Soedjarmanto dan Riswan (1994) dalam Ika W. Y. A. (2010), bahwa penerimaan total (*Total Revenue*) dari suatu usaha dapat diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan (terjual) dengan harga dari produk tersebut. Secara matematis dituliskan dengan rumus :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan usaha agroindustri tahu (Rp)

P = Harga produk olahan per unit (Rp)

Q = Jumlah produk olahan yang dihasilkan (Kg)

### Analisis Keuntungan

Menurut Soekartawi (2006) keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya-biaya. Biaya-biaya yang dimaksud meliputi biaya tetap ditambah biaya variabel yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri tahu. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$JI = TR - TC$$
$$JI = (P \times Q) - (VC + FC)$$

Keterangan :

JI = Keuntungan usaha agroindustri tahu (Rp)

TR = Total penerimaan usaha agroindustri tahu (Rp)

TC = Total biaya usaha agroindustri tahu (Rp)

P = Harga produk olahan per unit (Rp)

Q = Jumlah produk tahu (Kg)

VC = Biaya variabel usaha agroindustri tahu (Rp)

FC = Biaya tetap usaha agroindustri tahu (Rp)

Semakin besar penerimaan yang diterima atau semakin kecil biaya yang dikeluarkan maka semakin besar pula keuntungan yang akan diterima oleh produsen. Sebaliknya bila penerimaan total yang diterima semakin kecil atau biaya total yang dikeluarkan semakin besar maka keuntungan yang akan diperoleh produsen akan semakin kecil pula.

### Analisis Pemasaran

#### a. Analisis saluran pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran tahu dianalisis secara deskriptif yaitu dalam penelitian ini secara langsung menelusuri lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tahu mulai dari tingkat produsen sampai ke konsumen akhir.

#### b. Analisis margin pemasaran

Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dianalisis bersifat kuantitatif menggunakan rumus sebagai berikut (Rahim & Hastuti, 2007):

$$M = Pr - Pf$$

Dimana :

- M : Margin pemasaran  
Pr : Harga jual produk ditingkat konsumen  
Pf : Harga jual produk ditingkat produsen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik merupakan bagian penting dari suatu penelitian untuk mengetahui keadaan umum responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pekerjaan, dan pengalaman berusaha responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah produsen dan pengecer. Jumlah responden dalam penelitian ini sebagai produsen sebanyak 18 orang.

Dalam melakukan suatu usaha, pengusaha tidak akan terlepas dari biaya-biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya produksi yang dimaksud adalah total dari seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi pada agroindustri Tahu. Biaya produksi ini meliputi biaya variabel dan biaya tetap. Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah fisik dari usaha agroindustri Tahu yang dinyatakan dalam satuan kg. Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi.

Keuntungan yang diperoleh dalam usaha Agroindustri Tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel 1. di bawah ini.

**Tabel. 1. Analisis Biaya dan Keuntungan Agroindustri Tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram tahun 2022**

No	Uraian	Nilai (Rp/ Proses Produksi)
1	Penerimaan	3.692.500,00
2	Biaya-Biaya	
	a. Biaya Bahan Baku	511.277,78
	b. Bahan Penolong	172.707,78
	c. Biaya Penyusutan	52.801,11
	d. Biaya Tenaga Kerja	199.44,44
	Total Biaya	936.231,11
3	Keuntungan	2.756.268,89

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2022

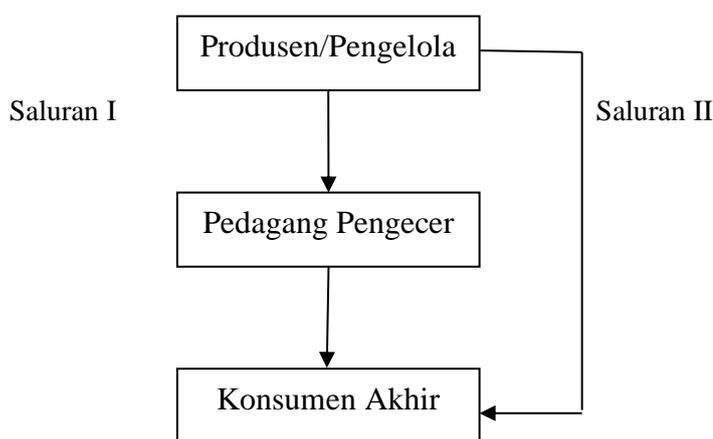
Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa total biaya produksi Agroindustri Tahu sebesar Rp 936.231,11 per proses produksi dengan penerimaan sebesar Rp 3.692.500,00 per proses produksi, sehingga mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.756.268,89 per proses produksi. Keuntungan yang diperoleh dalam proses pembuatan tahu dalam kurun waktu satu bulan adalah sebesar Rp. 11.025.075,56.

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh pengusaha untuk menyampaikan produknya hingga sampai ke konsumen akhir dengan melibatkan pedagang pengecer. Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan hasil produksi dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya yang akan dibayarkan oleh konsumen. Pola saluran pemasaran agroindustri Tahu dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran Tahu dari produsen hingga sampai ke konsumen.

Dalam penelitian ini hanya terdapat 14 pedagang pengecer, maka dapat digambarkan bahwa pemasaran Tahu hingga sampai ke konsumen hanya melalui 2 saluran pemasaran untuk produk Tahu. Saluran pemasaran merupakan lembaga pemasaran yang digunakan oleh pengelola agroindustri Tahu dalam menyalurkan atau memasarkan produk hingga sampai ke tangan konsumen akhir melalui pemasaran. Dari hasil penelitian atas mata rantai pada saluran pemasaran tampak bahwa mata rantai lembaga pemasaran yang dilalui oleh produk agroindustri Tahu merupakan saluran pemasaran langsung dan saluran satu level. Dari hasil penelitian atas saluran pemasaran produk Tahu di Kota Mataram di temukan 2 saluran pemasaran yaitu:

Saluran I. Produsen → Pengecer → Konsumen akhir  
Saluran II. Produsen → Konsumen akhir

Untuk lebih jelasnya ke 2 saluran pemasaran tersebut dapat digambarkan pada Gambar 3.



**Gambar 1. Saluran Pemasaran**

## PENUTUP

### Simpulan

Jumlah penerimaan yang diperoleh pada usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. 3.692.500,00 per produksi, jumlah biaya yang dibutuhkan pada usaha agroindustri tahu di kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. Rp. 936.231,11 per produksi dan jumlah keuntungan yang diperoleh usaha agroindustri tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram adalah sebesar Rp. 2.756.268,89 per produksi. Dalam penelitian ini hanya terdapat 14 pedagang pengecer, maka dapat digambarkan bahwa pemasaran tahu hingga sampai ke konsumen hanya melalui 2 saluran pemasaran untuk produksi tahu. Dari hasil penelitian atas mata rantai pada saluran pemasaran tampak bahwa mata rantai lembaga pemasaran yang dilalui oleh produk agroindustri tahu merupakan saluran pemasaran langsung dan saluran satu level. Dari hasil penelitian atas saluran pemasaran produk tahu di Kota Mataram di temukan 2 saluran pemasaran yaitu:

Saluran I. Produsen → Pengecer → Konsumen akhir  
 Saluran II. Produsen → Konsumen akhir

### Saran

Bagi agroindustri tahu : untuk meningkatkan keuntungan produsen tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram sebaiknya melakukan inovasi terutama dari segi rasa. Inovasi rasa selain rasa gurih seperti rasa manis, sehingga akan menarik minat konsumen. Untuk meningkatkan keuntungan produsen tahu di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram sebaiknya membentuk suatu organisasi yang berfungsi untuk mewadahi para produsen tahu, sehingga produsen akan lebih mudah dalam pencarian pemasaran pasar yang lebih luas dan bisa berbagai informasi yang berkaitan dengan usaha tahu. Komunikasi yang baik dapat terjalin di antara produsen tahu, sehingga jika ada masalah atau kendala dalam usaha produksi tahu, para produsen dapat mencari jalan keluarnya secara bersama-sama.

Bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan keuntungan industri tahu sebaiknya pemerintah kabupaten Kota Mataram melalui bank perkriditan rakyat atau lembaga keuangan yang terkaitan hendaknya berupaya membantu mengembangkan industri tahu dengan memberikan bantuan modal dan peralatan produksi kepada produsen tahu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ika W. Y. A., (2010). *Analisis Usaha Industri Emping Melinjo Skala Rumah Tangga di Kabupaten Magetan*. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Rahim. Abd. dan Hastuti. DRW. (2007). *Ekonomi Pertanian*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Sadono Sukirno. (2005). *Mikro Ekonomi*. Penerbit : Rajawali Pers
- Soekartawi. (2006). *Ilmu Usaha Tani*. Penerbit UI, Jakarta
- Soekartawi, A. Soeharjo, John L. Dillon dan J. Brian Hardaker. (2011). *Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. Penerbit UI Press. Jakarta
- Zulkifli. (2012). *Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah pada Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kecamatan Tanah Luas Kabupaten Aceh Utara*. Skripsi Fakultas Pertanian, Universitas Malikussaleh.