

ANALISIS KELAYAKAN USAHA DAN PEMASARAN TAHU DI KABUPATEN DOMPU

BUSINESS FEASIBILITY ANALYSIS AND TOFU MARKETING IN DOMPU DISTRICT

¹Ayu Lestaryani, ²Amiruddin, ²Ibrahim

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis keuntungan pada agroindustri tahu di Kabupaten Dompus; (2) menganalisis kelayakan usaha pada agroindustri tahu di Kabupaten Dompus; dan (3) menganalisis saluran pemasaran tahu di Kabupaten Dompus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan dilaksanakan di Kabupaten Dompus. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha (pemilik usaha) agroindustri tahu dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tahu. Sampel dalam penelitian ini yaitu Kecamatan Woja, Kecamatan Dompus dan Kecamatan Pekat. Pemilihan daerah sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* (sengaja). Jumlah responden ditentukan dengan metode sensus. Sedangkan untuk responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik survey. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) analisis biaya produksi; (2) analisis penerimaan; (3) analisis keuntungan; (4) analisis kelayakan usaha; (5) analisis pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) rata-rata keuntungan agroindustri tahu di Kabupaten Dompus yaitu sebesar Rp 26.705.216/satu bulan proses produksi dengan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 64.668.379; (2) hasil perhitungan R/C agroindustri tahu di Kabupaten Dompus didapatkan nilai 1,4. Hal ini menunjukkan bahwa nilai R/C yang diperoleh lebih dari 1 ($R/C > 1$) artinya agroindustri tahu di Kabupaten Dompus layak untuk diusahakan; (3) terdapat tiga saluran pemasaran tahu di Kabupaten Dompus, sebagai berikut: (a) Saluran Pemasaran I : Produsen – Pengepul – Pengecer - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan tahu dari pengusaha tahu ke pedagang pengepul sebanyak 367 Kg dan rata-rata volume penjualan tahu dari pengepul ke pengecer sebanyak 367 Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp 1.080.000; (b) Saluran Pemasaran II : Produsen – Pengecer - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan

tahu dari pengusaha tahu ke pengecer sebanyak 159 Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 298.000; (c) Saluran Pemasaran III : Produsen - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan tahu dari pengusaha tahu ke konsumen akhir sebanyak 192 Kg dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pengusaha tahu yaitu sebesar Rp 660.038 per satu bulan produksi.

Kata Kunci : Agroindustri Tahu, Keuntungan, Kelayakan, Pemasaran

ABSTRACT

The aims of this study were (1) to analyze the benefits of the tofu agro-industry in Dompu Regency; (2) analyzing the feasibility of business in tofu agro-industry in Dompu Regency; and (3) analyzing the tofu marketing channel in Dompu District. This research used a descriptive method and was carried out in Dompu Regency. Respondents in this study were entrepreneurs (business owners) of tofu agro-industry and marketing agencies involved in tofu marketing. The samples in this study were Woja District, Dompu District and Pekat District. The selection of sample areas was carried out by purposive sampling method (intentionally). The number of respondents is determined by the census method. As for the marketing agency respondents, it was determined by the snowball sampling method. The data analysis used in this study is: (1) analysis of productions costs; (2) revenue analysis; (3) profit analysis; (4) business feasibility analysis; (5) marketing analysis.

The results showed that: (1) the average profit of the tofu agro-industry in Dompu Regency is IDR 26,705,216/month of production process with an average production cost of IDR 64,668,379; (2) the results of R/C calculations for the tofu agro-industry in Dompu Regency obtained a value of 1.4. This shows that the R/C value obtained is more than 1 (R/C ratio > 1), meaning that the tofu agro-industry in Dompu Regency is feasible to cultivate; (3) There are three marketing channels for tofu in Dompu Regency, as follows: (a) Marketing Channel I: Producer - Wholesalers - Retailers - End Consumers. The average volume of tofu sales from tofu entrepreneurs to collectors is 367 kg and the average volume of tofu sales from collectors to retailers is 367 kg. The average profit earned by collectors is IDR 1,080,000; (b) Marketing Channel II: Producers - Retailers - Final Consumers. The average volume of tofu sales from tofu entrepreneurs to retailers is 159 kg. The average profit earned by retailers is IDR 298,000; (c) Marketing Channel III: Producers - Final Consumers. The average sales volume of tofu from tofu entrepreneurs to final consumers is 192 kg with an average profit of Rp 660,038 per month of production.

Keywords : Agroindustry Tofu, Profit, Appropriateness, Marketing

PENDAHULUAN

Kegiatan utama (*core business*) sektor pertanian adalah usahatani (pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan). Pada dasarnya, sistem produksi usahatani berbasis proses biologi sehingga produktivitas dipengaruhi oleh kondisi agroekosistem (Sulaiman *et al*, 2018).

Kabupaten Dompu merupakan daerah yang memiliki luas panen kedelai paling luas dan produksi paling banyak dibandingkan sembilan kabupaten/kota lain yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Hal ini menjadi salah satu faktor penunjang bagi berkembangnya agroindustri tahu di Kabupaten Dompu. Agroindustri tahu di Kabupaten Dompu sebagian besar tempat usahanya terpusat di pedesaan dengan skala usaha sangat kecil, sehingga industri ini dapat digolongkan sebagai industri kecil atau rumah tangga. Pengelolaan usaha juga masih menggunakan cara-cara tradisional. Di samping itu, para pengusaha kurang mengetahui tentang manajemen usaha, khususnya dalam memperhitungkan penggunaan biaya produksi dan investasi sehingga usaha yang dilakukan kurang berkembang.

Meskipun agroindustri tahu di Kabupaten Dompu masih dalam skala kecil dan relatif dikelola secara tradisional, namun usaha ini telah mampu memberikan keuntungan yang cukup besar bagi pengusaha (pemilik usaha). Di samping itu, manajemen usahanyapun secara ekonomi tergolong sudah efisien dilihat dari nisbah antara penerimaan (*revenue*) dengan biaya (*cost*) yang dikorbankan.

Dilihat dari aspek pemasarannya, produk tahu yang dihasilkan oleh pengusaha di Kabupaten Dompu dipasarkan melalui 3 (tiga) saluran pemasaran, yaitu level-0 yang tidak melibatkan lembaga pemasaran serta level-1 dan level-2 yang melibatkan 1-2 lembaga pemasaran. Jangkauan pasar dari produk tahu di daerah penelitian ini masih terbatas, yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen lokal di wilayah Kabupaten Dompu. Upaya-upaya promosi untuk memperluas jangkauan pasar belum dilakukan, baik oleh pengusaha (pemilik usaha) tahu maupun oleh lembaga pemasaran yang ada. Kondisi ini disebabkan minimnya pengetahuan dalam pemasaran dan karakteristik tahu yang tidak tahan lama (maksimal 3 hari) membuat pengrajin tidak memproduksi tahu dalam jumlah yang banyak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan dilaksanakan di Kabupaten Dompu. Sampel dalam penelitian ini yaitu Kecamatan Woja, Kecamatan Dompu dan Kecamatan Pekat. Pemilihan daerah sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* (sengaja).

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha (pemilik usaha) agroindustri tahu dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tahu. Jumlah responden pengusaha (pemilik usaha) ditentukan dengan metode sensus sebanyak 15 orang. Menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008), metode sensus digunakan dengan mengambil seluruh anggota populasi, namun jumlah populasinya relatif kecil. Sedangkan untuk responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan pengusaha agroindustri tahu dengan alat bantu kuesioner.

Analisis Data

a. Analisis Biaya Produksi

Nilai total biaya pada usaha industri tahu adalah penjumlahan dari nilai total biaya tetap (TFC) dan nilai variabel (TVC) yang digunakan dalam kegiatan produksi tahu. Untuk menghitung total biaya produksi dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

TC = Biaya Total (*Total Cost*) usaha agroindustri tahu (Rp)

TVC = Biaya Tidak Tetap (*variable Cost*) usaha agroindustri tahu (Rp)

TFC = Biaya Tetap (*Fixed cost*) usaha agroindustri tahu (Rp)

b. Analisis Penerimaan

Hasil produksi berupa tahu yang keseluruhannya dijual. Penerimaan usaha produksi tahu (*Total Revenue/TR*) adalah hasil kali antara produksi yang diperoleh (Y) dengan harga jual (Py) dan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*) usaha agroindustri tahu (Rp)

Y = Jumlah Produksi (*Quantity*) usaha agroindustri tahu (Kg)

P_y = Harga (*Price*) usaha agroindustri tahu (Rp/kg)

c. Analisis Keuntungan

Keuntungan usaha merupakan pengurangan dari penerimaan total (*Total revenue*) dengan biaya total (*Total cost*). Untuk menghitung keuntungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

π = Keuntungan (*Profit*) usaha agroindustri tahu (Rp)

TR = Penerimaan total (*Total Revenue*) usaha agroindustri tahu (Rp)

TC = Biaya total (*Total Cost*) usaha agroindustri tahu (Rp)

d. Analisis Kelayakan Usaha

Untuk menganalisis kelayakan usaha agroindustri tahu digunakan kriteria investasi yang umum sudah dikenal, R/C ratio. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan :

R/C ratio = *Revenue Cost ratio* (rasio penerimaan biaya)

TR = *Total Revenue* (total penerimaan)

TC = *Total Cost* (total biaya)

Kriteria :

- Jika nilai R/C < 1, agroindustri tahu tidak layak untuk dilaksanakan atau diusahakan.
- Jika nilai R/C = 1, maka usaha agroindustri tahu yang dilaksanakan tersebut tidak untung dan tidak rugi (impas).
- Jika R/C > 1, agroindustri tahu layak untuk dilaksanakan atau diusahakan.

e. Analisis Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran usaha agroindustri tahu dilakukan dengan menelusuri langsung banyaknya lembaga yang ikut terlibat dalam pemasaran tahu mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir yang ditemukan di lokasi penelitian. Kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif. Biaya Pemasaran adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan produk tahu dari produsen ke konsumen akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Pengusaha (Pemilik Usaha)

Karakteristik responden yang dibahas dalam penelitian ini meliputi : jenis kelamin, umur responden, tingkat pendidikan responden, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berusaha.

Jenis kelamin berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa dari 15 responden pengusaha tahu di Kabupaten Dompu diketahui bahwa sebagian besar yang melakukan usaha tahu adalah laki-laki yaitu sebanyak 10 orang (67%) dan perempuan sebanyak 5 orang (33%).

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan fisik seseorang dalam melakukan aktivitas usaha. Menurut Subri (2012) mengemukakan bahwa golongan tenaga kerja atau umur produktif berada pada kisaran 15-64 tahun. rata-rata umur responden usaha tahu yaitu 36 tahun. Dapat diketahui pengusaha agroindustri tahu memiliki umur yang produktif atau secara fisik memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa,

Tingkat pendidikan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas sumber daya manusia. Responden pengusaha tahu terbanyak adalah pada tingkat pendidikan Tamat

Sekolah Menengah Pertama (TSMP) dengan jumlah 9 orang (60%), dan tingkat pendidikan terendah pada tingkat pendidikan Tamat Perguruan Tinggi (TPT) berjumlah 1 responden atau sebesar (7%).

Jumlah tanggungan keluarga memberikan gambaran mengenai beban biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu rumah tangga. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, semakin besar pula biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Rata-rata jumlah tanggungan keluarga pada responden pengusaha tahu yaitu 4 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden termasuk kedalam keluarga besar. Hal ini didukung oleh pendapat Ilyas (1998) dalam Pratiwi (2018), bahwa jumlah tanggungan keluarga antara 0-2 orang termasuk keluarga kecil, jumlah tanggungan keluarga antara 3-4 orang termasuk dalam keluarga menengah dan >4 orang termasuk keluarga besar.

Pengalaman berusaha mempengaruhi keterampilan dan pengetahuan tentang usaha yang dijalankannya baik untuk mengambil sebuah keputusan, serta tindakan yang tepat ketika menghadapi suatu masalah dalam usahanya. rata-rata pengalaman usaha responden pengusaha tahu yaitu 9 tahun.

Karakteristik Responden Pedagang Perantara

Jenis kelamin berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa responden yang terlibat sebagai pedagang perantara yaitu pedagang pengepul terbanyak adalah laki-laki sebanyak 2 orang (67%), sedangkan untuk pedagang pengecer jenis kelamin terbanyak adalah perempuan sebanyak 8 orang (80%).

Umur responden pedagang perantara adalah salah satu faktor yang mempengaruhi produktivitas pedagang perantara dalam menjalankan usahanya. Rata-rata umur responden yang terlibat sebagai pedagang perantara yaitu pedagang pengepul adalah 32 tahun, sedangkan rata-rata umur responden pedagang pengecer yaitu 31 tahun.

Tingkat pendidikan pedagang perantara adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Tingkat pendidikan responden terbanyak pedagang pengepul adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Pertama (TSMP) dengan jumlah 2 orang (67%) dan paling sedikit adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Menengah Atas (TSMA) sebanyak 1 orang (33%). Sementara pada pedagang pengecer, jumlah responden terbanyak adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Menengah Pertama (TSMP) dengan jumlah 5 orang (50%) dan paling sedikit adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Dasar (TSD) sebanyak 1 orang (10%).

Jumlah tanggungan keluarga mencerminkan besarnya biaya yang ditanggung oleh pedagang perantara. Rata-rata jumlah tanggungan keluarga responden pedagang pengepul maupun

responden pedagang pengecer yaitu 3 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga responden tergolong dalam keluarga menengah.

Analisis Biaya Produksi Usaha Agroindustri Tahu

Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha agroindustri tahu untuk melakukan proses produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*).

Tabel 1 Rata-rata Biaya Produksi pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

No	Uraian	Rata-rata Biaya Produksi (Rp/1 bln produksi)
1	Biaya Tetap	196.273
2	Biaya Variabel	64.472.106
Total Biaya (Rp)		64.668.379

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata biaya tetap tahu sebesar Rp 196.273/satu bulan produksi. Biaya variabel tahu rata-rata sebesar Rp 64.472.106/satu bulan produksi. Sedangkan total rata-rata biaya yang dikeluarkan pengusaha tahu sebesar Rp 64.668.379.

Biaya Tetap

Biaya tetap dalam penelitian ini meliputi biaya pajak/retribusi usaha, penyusutan alat, dan biaya tetap lain (biaya air dan listrik).

Tabel 2 Rincian Biaya Tetap pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

No	Uraian	Rata-rata biaya Tetap Tahu (Rp/1 bln produksi)
1	Biaya Penyusutan Alat	
	a) Baskom	5.386
	b) Mesin Penggiling	25.822
	c) Cetakan Tahu	16.000
	d) Ember	5.615
	e) Wajan	9.154
	f) Kain Saring	5.683
	g) Keranjang Plastik	5.244
	h) Drum	5.706
	i) Tungku	31.839
	j) Gayung	509
	k) Pisau	598
	Sub Total	111.556
2	Biaya Pajak/retribusi usaha	9.217
3	Biaya Listrik	41.833
4	Biaya Air	33.667
	Total Biaya Tetap	196.273

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa ada beberapa biaya tetap yang digunakan dalam membantu proses produksi tahu sebagai berikut:

1. Biaya Penyusutan Alat

Biaya penyusutan alat terdiri atas penyusutan mesin penggiling, baskom, cetakan tahu, ember, wajan, kain saring, keranjang plastik, drum, tungku, gayung, dan pisau. Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa rata-rata biaya penyusutan alat pembuatan tahu adalah sebesar Rp 111.556/bulan.

2. Biaya Pajak/Retribusi Usaha

Biaya pajak usaha dalam penelitian ini adalah biaya yang dikenakan atas penghasilan suatu usaha yang dijalankan. Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya pajak/retribusi usaha untuk usaha tahu sebesar Rp 9.217/satu bulan proses produksi.

3. Biaya Listrik

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya listrik yang dikeluarkan pengusaha tahu dalam satu bulan produksi sebesar Rp 41.833/satu bulan proses produksi.

4. Biaya Air

Diketahui responden pengusaha tahu menggunakan air dari PDAM yang dibayar per bulan. Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya air yang dikeluarkan dalam satu bulan proses produksi sebesar Rp 33.667/satu bulan proses produksi.

Biaya Variabel

Biaya variabel meliputi biaya bahan baku tahu (kedelai), biaya bahan penolong tahu (air garam, cuka, kayu bakar), biaya pemasaran (transportasi) dan biaya tenaga kerja.

Tabel 3 Rincian Biaya Bahan Baku, Bahan Penolong, dan Biaya Pemasaran pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Penggunaan	Biaya Variabel
1	Bahan Baku	3.544 Kg	53.160.000
2	Bahan Penolong		
	a) Air Garam	64 Liter	32.000
	b) Cuka	680 MI	22.666
	c) Kayu Bakar	8.277 Kg	2.919.840
	d) Serbuk Kayu	10 Kg	38.400
Sub Total (1+2)			56.172.906
3	Biaya Pemasaran		
	a) Transportasi	1/2 Liter per hari	139.200
4	Biaya Tenaga Kerja	-	8.160.000
Total Biaya			64.472.106

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

1. Biaya Bahan Baku

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku tahu dalam satu bulan produksi yaitu sejumlah Rp 53.160.000.

2. Biaya Bahan Penolong

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya bahan penolong usaha tahu sebesar Rp 3.012.906.

3. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yang termasuk dalam penelitian ini adalah biaya transportasi. Dalam memasarkan produk alat transportasi yang digunakan adalah sepeda motor yang menghabiskan kurang lebih 1/2 liter bahan bakar (bensin) dengan harga rata-rata sebesar Rp 11.600/liter dan untuk biaya rata-rata yang dikeluarkan sebesar Rp 139.200/satu bulan produksi.

4. Biaya Tenaga Kerja

Tabel 4 Rata-Rata Penggunaan Biaya Tenaga Kerja (Tenaga Kerja dalam Keluarga dan Tenaga Kerja Luar Keluarga) pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

No	Jenis kegiatan	TKLK		TKDK	
		HKO	Nilai (Rp)	HKO	Nilai (Rp)
1	Perendaman	11,76	680.000	11,76	680.000
2	Pencucian	3,84	680.000	3,84	680.000
3	Penggilingan	3,84	680.000	3,84	680.000
4	Perebusan	7,68	680.000	7,68	680.000
5	Penyaringan	3,84	680.000	3,84	680.000
6	Pencetakan	7,68	680.000	7,68	680.000
Total		38,82	4.080.000	38,82	4.080.000

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Pada tabel 4 dapat dilihat penggunaan biaya tenaga kerja (tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga) dari enam jenis kegiatan agroindustri tahu di Kabupaten Dompu tahun 2022 yaitu mulai dari perendaman sampai dengan pencetakan. Upah tenaga kerja sesuai dengan upah yang berlaku di daerah penelitian. Perhitungan penggunaan tenaga kerja (tenaga kerja luar keluarga dan tenaga kerja dalam keluarga) digunakan hari kerja orang (HKO), dimana dalam 1 HKO dilakukan selama 10 jam kerja per hari. Tenaga kerja pada usaha agroindustri tahu rata-rata menggunakan 38,82 HKO/satu bulan produksi. Biaya penggunaan tenaga kerja rata-rata sebesar Rp 4.080.000/satu bulan produksi.

Analisis Penerimaan dan Keuntungan Usaha Tahu

Tabel 5 Rata-Rata Penerimaan dan Keuntungan Perbulan pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah
1	Produksi (Kg)	6.785
2	Harga (Rp/Kg)	13.467
3	Total Penerimaan (Rp)	91.373.595
4	Biaya Produksi (Rp)	64.668.379
5	Keuntungan (Rp)	26.705.216

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa rata-rata produksi yang dihasilkan oleh agroindustri tahu di Kabupaten Dompu adalah sebanyak 6.785 kg/satu bulan produksi. Dalam 1 kilogram berisi 24 biji tahu dengan rata-rata harga 1 kilogram adalah sebesar Rp 13.467. Rata-rata total nilai produksi tahu (penerimaan) yang diperoleh agroindustri tahu yaitu sebesar Rp 91.373.595/satu bulan produksi dengan total biaya produksi yaitu sebesar Rp 64.668.379/satu bulan produksi. Sehingga

agroindustri tahu di Kabupaten Dompu mendapatkan keuntungan sebesar Rp 26.705.216/satu bulan proses produksi.

Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 6 Rata-rata R/C Ratio Pada Agroindustri Tahu di Kabupaten Dompu Tahun 2022

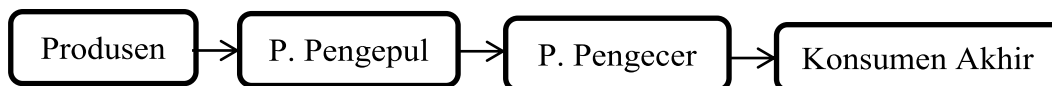
No	Uraian	Nilai
1.	Biaya Produksi (Rp)	64.668.379
2.	Penerimaan (Rp)	91.373.595
3.	R/C ratio	1,4

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai R/C ratio yang dihasilkan oleh agroindustri tahu di Kabupaten Dompu yaitu sebesar 1,4 (R/C Ratio > 1) yang artinya bahwa agroindustri tahu di Kabupaten Dompu dapat dikatakan efisien atau layak diusahakan. Berdasarkan hasil perhitungan R/C berarti setiap Rp 1,0 biaya yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri tahu akan diperoleh penerimaan sebesar Rp 1,4.

Analisis Saluran Pemasaran

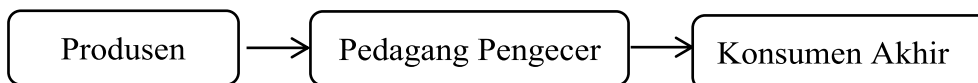
- Saluran Pemasaran I



Gambar 1 Saluran Pemasaran 1 Agroindustri tahu

Dari 15 responden pengusaha tahu yang telah diwawancarai terdapat 3 orang responden yang menggunakan saluran pemasaran I yang mana dalam saluran pemasaran I melibatkan tiga lembaga pemasaran. Dari 13 responden lembaga pemasaran yang telah diwawancarai terdapat 3 responden lembaga yang berlaku sebagai pengepul. Jumlah keseluruhan penjualan dari pengusaha ke pengepul adalah sebanyak 1100 Kg dengan rata-rata volume penjualannya sebanyak 367 Kg dengan harga rata-rata Rp 10.000/Kg. Jumlah keseluruhan penjualan dari pengepul ke pengecer adalah sebanyak 1100 Kg dengan rata-rata volume penjualannya sebanyak 367 Kg dengan harga rata-rata Rp 13.000/Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp 1.080.000 dan rata-rata penerimaan sebesar Rp 4.766.667. Sedangkan harga jual pengecer ke konsumen akhir Rp 15.000/Kg.

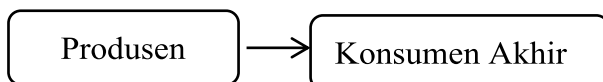
- Saluran Pemasaran II



Gambar 2 Saluran Pemasaran II Agroindustri Tahu

Dari 15 responden pengusaha tahu yang telah diwawancarai terdapat 7 orang responden yang menggunakan saluran pemasaran II. Dalam saluran pemasaran II pengusaha tahu memasarkan produknya kepada pedagang pengecer, dan dalam saluran pemasaran II ini terdapat 10 orang responden lembaga pemasaran yang berperan sebagai pedagang pengecer. Jumlah keseluruhan penjualan dari pengusaha tahu ke pengecer sebanyak 1590 Kg dan rata-rata volume penjualannya sebanyak 159 Kg dengan harga beli dari pengusaha tahu sebesar Rp 13.000/Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 298.000 dan rata-rata penerimaan sebesar Rp 2.385.000. Sedangkan harga jual ke konsumen akhir sebesar Rp 15.000/Kg.

- Saluran Pemasaran III



Gambar 3 Saluran Pemasaran III Agroindustri Tahu

Dari 15 responden pengusaha tahu yang telah diwawancarai terdapat semua responden usaha tahu yang menggunakan saluran pemasaran III yang melakukan penjualan langsung ke konsumen akhir. Jumlah keseluruhan penjualan dari pengusaha ke konsumen akhir sebanyak 1917 Kg dan rata-rata volume penjualan tahu ke konsumen akhir sebanyak 192 Kg dengan harga rata-rata Rp 13.350/Kg.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Rata-rata keuntungan agroindustri tahu di Kabupaten Dompu yaitu sebesar Rp 26.705.216/satu bulan proses produksi dengan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 64.668.379; (2). Dari hasil perhitungan R/C Ratio agroindustri tahu di Kabupaten Dompu didapatkan nilai 1,4. Hal ini menunjukkan bahwa nilai R/C Ratio yang diperoleh lebih dari 1 (R/C Ratio > 1) artinya agroindustri tahu di Kabupaten Dompu layak untuk diusahakan; (3). Terdapat tiga saluran pemasaran tahu di Kabupaten Dompu, sebagai berikut: (a) Saluran Pemasaran I : Pengusaha – Pengepul – Pengecer - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan tahu dari pengusaha tahu ke pedagang pengepul sebanyak 367 Kg dan rata-rata volume penjualan tahu dari

pengepul ke pengecer sebanyak 367 Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp 1.080.000; (b) Saluran Pemasaran II : Pengusaha – Pengecer - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan tahu dari pengusaha tahu ke pengecer sebanyak 159 Kg. Rata-rata keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 298.000; (c) Saluran Pemasaran III : Pengusaha - Konsumen Akhir. Rata-rata volume penjualan tahu dari pengusaha tahu ke konsumen akhir sebanyak 192 Kg dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pengusaha tahu yaitu sebesar Rp 660.038 per satu bulan produksi.

Berdasarkan hasil penelitian disarankan (1). Pengusaha tahu disarankan untuk lebih meningkatkan usahanya dengan cara menambah teknologi-teknologi yang lebih modern untuk mempercepat dan meningkatkan kualitas produksi, seperti alat yang digunakan untuk mengupas atau alat yang dapat melepaskan kulit kedelai serta alat-alat lain yang mampu mendukung proses produksi tahu; dan (2). Diharapkan pemerintah dapat melakukan sosialisasi dan standarisasi pada produk tahu yang ada di Kabupaten Dompu sehingga dapat memperluas area pemasaran yang saat ini hanya menjangkau pasar dalam Dompu.

DAFTAR PUSTAKA

- Masyhuri dan Zainuddin, M. 2008. Metodologi Penelitian. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Pratiwi, N.Y. 2018. Analisis Kinerja Usaha Tani Padi pada Lahan Sawah Baru di Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Mataram.
- Subri, M. 2012. Ekonomi Sumber Daya Manusia. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sulaiman, dkk. 2018. Sukses Swasembada Indonesia Menjadi Lumbung Pangan Dunia 2045. IAARD Press. Jakarta.