

ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE
*(Studi Kasus Industri Kecil Tempe Rifai Di Desa Ayula Tilango
Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango)*

OLEH

SANTI S. ANAE
P2218007

SKRIPSI

**untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE (*Studi Kasus Industri kecil Tempe Rifai Di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango*)

OLEH

SANTI S. ANAE

P2218007

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana
dan telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal
Gorontalo, 04 Januari 2022

PEMBIMBING I



Ulfira Ashari, SP.,M.SI
NIDN. 0906088901

PEMBIMBING II



Syamsir, SP.,MSI
NIDN. 991609910

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE

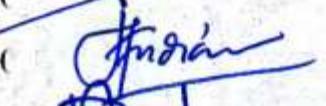
(*Studi Kasus Industri Kecil Tempe Rifai Di Desa Ayula Tilango
Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango*)

OLEH

SANTI S. ANAE
P2218007

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr. Zainal Abidin, SP.,M.Si
2. Dr. Indriana, M.Si
3. Darmiati Dahir, SP., M.Si
4. Ulfira Ashari, SP., M.Si
5. Syamsir, SP., M.Si

()
()
()
()
()

Mengetahui :



Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naska dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 04 Januari 2022



Santi S. Anae
P2218007

MOTTO

Maka sesungguhya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai dari sesuatu urusan , tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap
(QS. Al-Insyirah : 6-8)

Jangan mundur sebelum mencoba, beban berat itu hanya ada pada pikiran, coba dulu nanti akan terbiasa.

Santi S. Anae

PERSEMPAHAN

Alhamdulillah terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan sehingga skripsi ini bisa selesai, karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku, ayahku (Alm Syarif Anae) dan ibuku (Baina Molunggus) yang telah berjuang dan berkorban banyak atas terselesaiannya pendidikanku di Universitas Ichsan Gorontalo teruntuk juga kepada saudara-saudariku, sahabatku yang selalu ada saat suka maupun duka semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah

SWT.

**ALMAMATERKU TERCINTA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
TEMPATKU MENIMBA ILMUU**

ABSTRACT

SANTI S ANAE. P2218007. FEASIBILITY ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF TEMPE (A Case Study of Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District)

This study aims to find the feasibility, marketing channels, and marketing efficiency obtained from soybeans as the main raw material for tempeh in the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District. The choice of research location is carried out intentionally by considering that the Tempeh Small Industry is the only tempeh production center at Ayula Tilango Village. The respondents in this study are the owners of the Tempeh Small Industry and the itinerant traders getting tempeh in the industry. The data collection on feasibility analysis and marketing efficiency in this study consists of two data, namely primary data and secondary data. The results of this study indicate that (1) the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District is feasible to be developed and cultivated. The results of the average R/C Ratio is 1.51 or $R/C \text{ Ratio} > 1$, which means that the business of Tempeh Small Industry of Rifai is feasible. (2) In the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District, there are two marketing channels, namely: (I) industry - mobile traders - consumers, and (II) industry - consumer. (3) In Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District, the marketing found in Channel II is more efficient than Channel I because it has the highest farmer's share value of 100% and the lowest marketing margin of Rp. 0.

Keywords: feasibility, efficiency, marketing, tempeh

ABSTRAK

SANTI S ANAE. P2218007. ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE (*Studi kasus Industri Kecil Tempe Rifai Di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango*)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan, saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran yang diperoleh dari kedelai sebagai bahan baku utama setelah diolah menjadi tempe pada Industri Kecil Tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Industri Kecil Tempe merupakan satu-satunya sentra produksi tempe yang berada di Desa Ayula Tilango. Responden pada penelitian ini adalah pemilik Industri Kecil Tempe dan Pedagang keliling yang megambil tempe di Industri tersebut. Pengumpulan data pada penelitian analisis kelayakan dan efisiensi pemasaran ini terdiri dua data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Industri Kecil Tempe Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango layak dikembangkan dan diusahakan . Hasil R/C Ratio rata-rata sebesar 1,51 atau R/C Ratio > 1 artinya usaha pada Industri Kecil Tempe Bapak Rifai layak untuk diusahakan. (2) Untuk saluran pemasaran di Industri Kecil Tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat 2 saluran pemasaran yaitu (I) industry - pedagang keliling - konsumen. (II) industri - konsumen.(3) Untuk efisiensi pemasaran tempe di Industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat pada saluran II yang lebih efisien dibanding saluran I karena memiliki nilai *farmer's share* paling tinggi 100 % dan margin pemasaran paling rendah Rp 0.

Kata kunci: kelayakan, efisiensi, pemasaran, tempe

KATA PENGANTAR

Alhamdulilah puja dan puji syukur kehadirat ALLAH SWT, atas limpahan magfirah dan karunia-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan karya tulis (skripsi) dengan judul **“Analisis Kelayakan dan Efisiensi Pemasaran Tempe di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango”** karya tulis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Selaku Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Ichsan Gorontalo Dr. Juriko Abdussamad, SE, M. Si.
2. Rektor Universitas Ichsan Gorontalo Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke,M.Si
3. Dr. Zainal Abidin, SP.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Ulfira Ashari, SP.,M.Si selaku pembimbing I yang telah memotivasi dan membimbing penulis dalam meyusun karya ilmiah ini.
5. Syamsir, SP.,M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis dalam meyusun karya ilmiah ini.
6. Darmiati Dahir, SP.,M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo

7. Seluruh Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang telah membimbing dan mendidik penulis selama studi dikampus ini.
8. Kepada Ibu Baino Molunggus dan Kakak saya yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, memotivasi dan doa yang tiada hentinya sampai masa studi penulis selesai.
9. Seluruh teman-teman Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Mila Rosita yang telah membantu saya selama kuliah di Universitas Ichsan Gorontalo

Penulis menyadari dalam penyusunan karya ilmiah (skripsi) masih jauh dari kata sempurna untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran untuk kesempurnaan karya ilmiah (skripsi) ini.

Gorontalo 04 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PEMBAHASAN	ii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	15
1.1 Latar belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Tempe	18
2.1.2 Industri UKM.....	19
2.1.3 Biaya.....	19
2.1.4 Penerimaan	21
2.1.5 Pendapatan	22
2.1.6 Pengertian Kelayakan Usaha.....	22
2.1.7 Saluran Pemasaran	23
2.1.8 Marjin Pemasaran	23
2.1.9 Efisiensi Pemasaran	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	28

3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Metode Analisis Data	29
3.6 Definisi Operasional.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Usaha Industri Kecil Rifai.....	33
4.1.2 Perlengkapan dan Bahan Baku Tempe.....	34
4.1.3 Proses Produksi Tempe	35
4.1.4. Proses Pemasaran Tempe	40
4.2 Hasil dan Pembahasan	41
4.2.1 Analisis Pendapatan	41
4.2.2 Saluran Pemasaran	45
4.2.3 Efisiensi Pemasaran	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data jumlah industri UKM Kabupaten Gorontalo.....	2
2.	Biaya Tetap Industri Kecil Tempe, Tahun 2022	36
3.	Biaya Variabel Industri Kecil Tempe, Tahun 2022	36
4.	Total Biaya Produksi Industri Kecil Tempe,Tahun 2022	37
5.	Data Penerimaan Industri Kecil Tempe, Tahun 2022.....	38
6.	Data Pendapatan Industri Kecil Tempe, Tahun 2022	38
7.	Analisis Kelayakan Industri Kecil Tempe,Tahun 2022	39
8.	<i>Farmer's share</i> Industri Kecil Tempe,Tahun 2022	42
9.	Margin Pemasaran Industri Kecil Tempe, Tahun 2022	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	18
2.	Perebusan Pertama Kedelai	29
3.	Penggilingan Kedelai	30
4.	Perendaman Kedelai	31
5.	Perebusan Kedua Kedelai	31
6.	Penirisan dan Pendinginan Kedelai	32
7.	Peragian Kedelai	33
8.	Pengemasan Tempe	33
9.	Pemeraman Tempe	34
10.	Saluran Pemasaran industri kecil tempe pak Rifai	41

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1. Kusioner Penelitian	48
2. Nilai Penyusutan Alat	53
3. Biaya Variabel	54
4. Biaya Tenaga Kerja	55
5. Dokumentasi Penelitian	56
6. Surat Ijin Penelitian	58
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian	59
8. Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi	60
9. Hasil Turnitin	61
10. Abstrak	64
11. Riwayat Hidup	66

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan sektor industri di Indonesia, khususnya industri pengolahan pangan yang didukung oleh sumber daya alam pertanian, baik hewani maupun nabati yang mampu menghasilkan berbagai macam produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam daerah atau lokal. Hal ini menjadikan industri hasil pertanian sangat berperan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia, karena sangat menunjang sebagian besar penduduk Indonesia yang merupakan masyarakat agraris (Wicaksono, 2014).

Salah satu produk agroindustri yang sudah merakyat di masyarakat Indonesia yang berbahan baku kacang kedelai adalah tempe. Tempe adalah olahan kedelai yang sangat diminati oleh berbagai kalangan umur, selain itu tempe juga memiliki kandungan gizi yang tinggi dan mempunyai beberapa manfaat yaitu : makanan yang berkadar protein tinggi yaitu sekitar 20%, makanan sebagai sumber vitamin B12 yang esensial baik untuk kaum vegetarian, makanan yang berkadar lemak rendah dan selain itu sebagai makanan alternatif sumber protein yang baik dengan harga relatif murah dan terjangkau dibandingkan dengan sumber protein hewani seperti daging, susu dan telur (Cahyadi, 2012).

Suatu kegiatan pengolahan tidak terlepas dari bahan baku yang digunakan. Kedelai merupakan bahan baku usaha tempe. Informasi tentang estimasi kebutuhan kedelai untuk industri tempe masih sangat langka. Perkiraan sementara, sekitar 30 persen jumlah kedelai yang ada, digunakan untuk industri tempe. Kebutuhan kedelai dalam pangan khususnya di masyarakat semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pangan yang bergizi, serta peningkatan pendapatan petani. Hal ini menunjukkan bahwa agribisnis pangan khususnya kedelai memiliki prospek yang baik, kemudian di produksi kembali, dan seterusnya (Nurdiyanawati, 2016).

Produksi pengolahan adalah suatu kegiatan industri ekonomi yang bekerja dengan berinovasi terhadap bahan mentah secara mekanis agar bahan mentah tersebut menjadi produk yang sudah jadi atau masih setengah jadi. Beberapa industri pengolahan tergabung dalam UKM (Usaha Kecil Menengah) berdasarkan data Dinas Koperasi Dan UKM Kabupaten Bone Bolango memiliki jumlah UKM sebesar 2.890 unit. Berikut data UKM berdasarkan unit.

Tabel 1. Data Jumlah UKM Kabupaten Bone Bolango

No	Usaha	Jumlah	Persentasi
		(Unit)	(%)
1.	Mikro	2.587	89,6
2.	Kecil	300	10,4
3.	Menengah	3	0,1
Jumlah		2.890	100

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kab. Bone Bolango tahun (2020)

Dari data tabel 1 menunjukan bahwa di Kabupaten Bone Bolango mayoritas usaha masyarakat berada dalam klasifikasi mikro yakni sebesar 2.890 unit usaha (89,6 %). Salah satu Industri pangan yang berada di Kab, Bone Bolango yaitu industri tempe milik Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan.

Industri Tempe yang tersebar di Provinsi Gorontalo salah satunya adalah Industri milik Bapak Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil pertanian. Dari kedelai tersebut kemudian di produksi menjadi makanan yang memberikan nilai ekonomi yaitu tempe. Dalam sebuah usaha yang dijalankan selalu ada resiko yang harus diterima oleh pengusaha tersebut. Oleh karena itu, Analisis kelayakan dan efisiensi pemasaran sangat diperlukan dalam menjalankan suatu usaha untuk mengetahui layak atau tidak usaha tersebut, juga terkait saluran pemasaran dan margin pemasaran.

Berdasarkan dari uraian di atas tersebut, maka penulis melakukan penelitian tentang **“Analisis Kelayakan dan Efisiensi Pemasaran Tempe di Industri Kecil Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelayakan industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango?
2. Bagaimana saluran pemasaran industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango sudah Efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kelayakan usaha pada Industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango
2. Untuk mengetahui saluran pemasaran industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran industri tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang kelayakan dan efisiensi pemasaran, serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam hal ini menyusun

alternatif kelayakan dan efisiensi pemasaran dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

2. Manfaat Praktis

Penilitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan referensi tambahan dan bahan pertimbangan sebagai bahan masukan industri tempe dalam membuat keputusan tentang kelayakan dan efisiensi pemasaran, serta pemerintah dalam pemasaran tempe di Kabupaten Bone Bolango.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Tempe

Tempe adalah sumber makanan yang mengandung protein tinggi tarif dalam satuan per unit sangat murah bila membandingkan sumber protein dari hewani seperti (susu, telur dan daging). Tempe merupakan produk fermentasi yang umumnya berbahan baku kedelai yang di fermentasi dan mempunyai nilai gizi yang baik. Tarifnya sangat relatif murah, proses pembuatan alami dan mudah, mengandung gizi yang cukup tinggi (Cahyadi,2007).

Di dalam tempe, dengan cara pengolahannya direbus, dikupas, didinginkan, difermentasi, dikemas, dimasak menjadi produk tempe. Komposisi kedelai bervariasi tergantung pada aktivitas jamur Rhizopus oligosporus, termasuk vitamin B2, vitamin B12, serat, niasin, protein, kalsium dan asam pantorenat. Dari segi teknis tempe itu mudah, sehingga membutuhkan ketekunan dan keseriusan. Dari segi pasar, produk tempe selalu terbuka dan karena masyarakat lebih mengetahui kebutuhan pangan, tempe merupakan salah satu prospek usaha yang terbuka lebar bagi siapa saja. Dengan tempo dan kandungan gizinya, serta harganya yang terjangkau, membuat orang miskin tidak kelaparan (Haryanto, 2011).

2.1.2 Industri UKM

Pada dasarnya setiap industri, baik industri besar, menengah, dan kecil menghadapi berbagai macam masalah. Industri adalah kelompok aktivitas ekonomi yang sangat berkaitan erat, yang diklasifikasikan sesuai dengan jenis dari barang dan jasa yang disediakan, sedangkan industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Industri dapat digolongkan menjadi empat kategori, yaitu :

1. Industri besar mempunyai pekerja berkisar 100 orang
2. Industri sedang mempunyai pekerja berkisar 20-99 orang
3. Industri kecil mempunyai pekerja berkisar 5-19 orang
4. Industri rumah tangga mempunyai pekerja berkisar 1-4 (Pantas et al. 2021)

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 murah dan sederhana. Industri tempe adalah suatu kegiatan atau unit usaha yang mengolah kedelai menjadi tempe.

2.1.3 Biaya

Menurut Mulyadi (2015) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain

biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan didalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Mulyadi (2015) Biaya dapat digolongkan menurut obyek pengeluaran, fungsi pokok dalam perusahaan, hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai, perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, dan jangka waktu manfaatnya. Biaya dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Biaya menurut objek pengeluaran

Penggolongan biaya ini biaya didasarkan atas nama objek pengeluaran. Contohnya: nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar. Contoh lain dari penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran yaitu : biaya asuransi, biaya depresiasi mesin, biaya bunga dan lain-lain.

2. Biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan, terbagi tiga yaitu:

a. Biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produksi yang siap dijual di pasaran. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong dan lain-lain.

b. Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya biaya ini adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya karyawan, bagian pembungkusan, biaya bahan untuk membungkus, biaya angkut dari gudang perusahaan ke gudang pembeli dan gaji karyawan kegiatan pemasaran.

c. Biaya administrasi dan umum adalah biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dengan pemasaran produk. Contohnya yaitu gaji karyawan bagian akuntansi keuangan. Biaya gaji bagian personalia dan lain-lain.

3. Biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Biaya langsung (*Direct cost*) merupakan biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai dan mudah untuk diidentifikasi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
 - b. Biaya tidak langsung (*Indirect cost*) merupakan biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya ini dalam hubungannya dengan produk disebut biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik, iaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.
4. Biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, terbagi menjadi empat yaitu :
- a. Biaya Tetap adalah biaya yang jumlahnya konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan atau aktivitas samapi tingkat kegiatan tertentu Contohnya biaya gaji direktur produksi
 - b. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah total berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.
 - c. Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah baik sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
5. Biaya menurut jangka waktu manfaatnya, terbagi dua yaitu :
- a. Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.
 - b. Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang mempunya manfaat dalam periode akuntansi pada saat terjadi pengeluaran.

2.1.4 Penerimaan

Penerimaan adalah nilai kotor yang diterima dari menjalankan bisnis atau hasil dari penjualan. Pendapatan kotor dalam perekonomian diperoleh dari produksi fisik dikalikan dengan harga produk. Jika keadaan memungkinkan, petani perlu mengelola hasil pertaniannya

untuk mendapatkan hasil yang berkualitas baik, harga relatif tinggi dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan total (Soekartawi, 2006).

2.1.5 Pendapatan

Pendapatan dari kegiatan usaha adalah sejumlah uang yang diterima perusahaan dari kegiatannya, terutama dari penjualan produk atau jasa kepada konsumen. Menurut Ramlan (2006) pendapatan usaha adalah pendapatan dari suatu usaha yang dilakukan selama periode waktu tertentu. Kesuksesan sangat penting bagi setiap perusahaan. Tidak mungkin menghasilkan uang tanpa penghasilan. Pendapatan dibagi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang telah mengalami pengurangan dari hasil produksi. Sedangkan pendapatan kotor yaitu pendapatan keseluruhan dari hasil usaha belum dikurangi kebutuhan/biaya selama mengadakan usaha.

2.1.6 Pengertian Kelayakan Usaha

Kelayakan bisnis adalah layanan yang dirancang untuk menilai manfaat bisnis atau proyek, yang disebut studi kelayakan. Dalam penyusunan studi kelayakan, perhitungan kuantitatif digunakan untuk menilai, menjelaskan dan memprediksi berbagai peluang dan tantangan dalam dunia bisnis yang mungkin muncul di masa depan. Terutama orang-orang yang berkecimpung dalam dunia bisnis, terdapat berbagai peluang dan peluang dalam dunia bisnis. Hal ini membutuhkan penilaian tentang seberapa banyak kegiatan atau peluang ini akan bermanfaat jika dikembangkan. Langkah-langkah untuk menilai manfaat apa yang dapat diperoleh dari pelaksanaan kegiatan usaha atau proyek (Arnold et al. 2020).

Menurut Kasmir dan Jakfar (2008) Usaha atau studi kelayakan bisnis dapat berupa studi mendalam atau kegiatan bisnis Hal ini dilakukan untuk menentukan apakah bisnis tersebut layak tidaknya dapat diimplementasikan. Untuk menentukan apakah suatu bisnis memungkinkan atau tidak dari aspek yang berbeda. Harus ada semua aspek yang dianggap tepat Ada standar nilai tertentu, tetapi tidak hanya keputusan penilaian di satu sisi saja.

Penilaian untuk menentukan harus didasarkan pada semua aspek yang akan dinilai nanti. Studi kelayakan bisnis juga merupakan studi sebuah rencana bisnis bukan hanya sekedar analisa bisa atau tidaknya sebuah bisnis dijalankan dibangun, tetapi juga ketika dijalankan secara terencana mencapai manfaat maksimal selama periode waktu yang tidak terbatas diidentifikasi, misalnya, rencana produksi baru.

2.1.7 Saluran Pemasaran

Aliran produk dari produsen ke konsumen dalam proses pemasaran hasil pertanian akan menciptakan suatu rangkaian yang disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang berbentuk berbeda beda sesuai dengan komoditinya. Menurut Abdullah Tamrin dan Tantri (2012), Saluran pemasaran dapat dilihat sebagai sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya dalam proses penyediaan dalam sebuah produk pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi.

Saluran distribusi atau saluran pemasaran adalah sebuah struktur bisnis yang terdiri dari organisasi-organisasi yang saling berkaitan dimulai dari tempat asal mula produk dibuat sampai penjual terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan ke pemakai terakhir yaitu konsumen.(Abdullah dan Tenti,2012)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi (Thamrin Abdullah,2013).

2.1.8 Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah harga yang dibayar konsumen dikurangi harga yang diterima produsen. Margin pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran. Besar kecilnya perbedaan harga ditingkat konsumen akhir akan dipengaruhi oleh banyak lembaga pemasaran

yang ikut dalam proses pemasaran, panjang atau pendeknya saluran yang dilalui dan jarak pasar (Sutarno, 2014).

Perbedaan kegiatan masing-masing lembaga pemasaran menyebabkan perbedaan harga jual antara lembaga satu dengan yang lainnya. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam distribusi barang, semakin tinggi biaya pemasaran, semakin besar perbedaan antara harga tingkat konsumen dan harga tingkat produsen (Ruslan, et al., 2020).

2.1.9 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk menciptakan hasil dari kegiatan yang dijalankan. Efisiensi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rasio antara biaya pemasaran dan biaya produk dinyatakan sebagai persentase (Nainggolan, 2017). Efisiensi pemasaran berbasis institusi, khususnya tinggi rendahnya efisiensi pemasaran berbasis institusi, dipengaruhi oleh tinggi rendahnya biaya pemasaran dan penjualan/kapasitas produk (kapasitas permintaan konsumen) jika harga jual produk stabil.

Efisiensi pemasaran dapat ditingkatkan dengan memperkecil biaya pemasaran, meningkatkan volume penjualan apabila harga komoditi/produk konstan. Efisiensi pemasaran berdasarkan rantai pemasaran, yaitu tinggi rendahnya efisiensi pemasaran berdasarkan rantai pemasaran dipengaruhi oleh tinggi rendahnya jumlah biaya pemasaran dari beberapa lembaga pemasaran dan volume/kapasitas penjualan komoditi/produk (kapasitas permintaan konsumen) apabila harga jual komoditi/produk konstan. Efisiensi pemasaran berdasarkan rantai pemasaran dapat ditingkatkan dengan memperkecil jumlah biaya pemasaran dari beberapa lembaga pemasaran dan meningkatkan volume penjualan apabila harga jual komoditi/produk konstan (Thomas, 2012).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2021) dengan judul Analisis Kelayakan Agroindustri Tempe Di Desa Sukakerta Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses produksi tempe, biaya produksi, penerimaan, pendapatan, dan keuntungan serta kelayakan tempe. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses produksi tempe terbagi beberapa bagian yaitu pembersihan biji kedelai, perebusan biji kedelai, perendaman biji kedelai, peragian biji kedelai dan proses fermentasi. Biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi adalah Rp. 1.114.573, penerimaan yang diperoleh adalah sebesar Rp. 1.440.000 dan pendapatan yang diperoleh adalah Rp. 329.200 dalam satu kali produksi. Layak diusahakan dilihat dari nilai R/C.

Penelitian yang dilakukan oleh Djumadil (2013) dengan judul Analisis Kelayakan Usaha Pada Industri Tempe Sido Makmur Di Kelurahan Cobodoe Kec. Tidore Timur Kota Tidore Kepulauan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem manajemen produksi tempe dan kelayakan secara teknis dan ekonomis tempe yang diproduksi. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yaitu dengan cara mengetahui kasus yang terjadi pada usaha tempe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha industri produksi tempe Sido Makmur telah layak untuk dikembangkan baik secara fisik, ekonomis, dan teknis.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarkol (2019) dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Tempe di Sentra Produksi Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Blimbings, Kota Malang. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi marjin pemasaran tempe di daerah penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *snowball sampling* dan *simple random sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran di tempat penelitian, yaitu pada saluran pertama pengrajin-konsumen, kedua pengrajin-pedagang pengecer-konsumen,

dan pada saluran ketiga pengrajin-pedagang keliling- konsumen. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran tempe di daerah penilitian, berpengaruh secara dominan terhadap marjin pemasaran tempe.

Penelitian yang dilakukan oleh Indra (2019), dengan judul Analisis Pemasaran Raja Tempe Habib Di Desa Kebunagung Kabupaten Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola pemasaran yang digunakan pada usaha raja tempe habib, berapa besarnya biaya keuntungan dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran dalam pemasaran raja tempe habib, Untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran pada usaha raja tempe habib di desa kebunagung kabupaten sumenep. Metode dari penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini terdapat tiga pola saluran pemasaran. Yang pertama dariprodusen, kekonsumen. Yang kedua dari produsen kepengecer dan ke konsumen. Yang ketiga dari produsen ke pedagang, lalu ke pengecer dan ke konsumen.

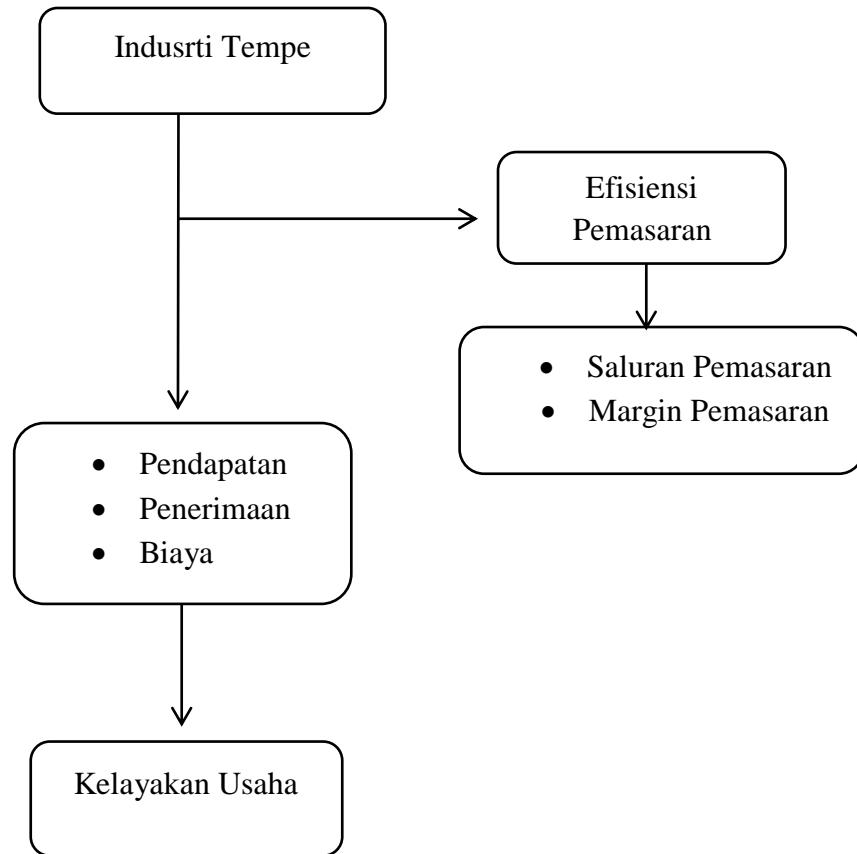
Penelitian yang dilakukan oleh Sundari (2017), dengan judul Analisis Saluran Pemasaran Tempe di Kelurahan Panglayungan Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya. Tujuan dari penilitian ini adalah untuk mengetahui Saluran pemasaran tempe, Besarnya biaya, marjin dan keuntungan pemasaran tempe , Besarnya bagian harga yang diterima perajin tempe. Meode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat satu saluran pemasaran tempe yaitu : Perajin, Konsumen, Pedagang pengecer. Biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk pedagang pengecer sebesar Rp 84,50,- per buah. Marjin untuk pedagang pengecer sebesar Rp 300,- per buah. Keuntungan pemasaran yang didaptkan untuk pedagang pengecer sebesar Rp 215,50,- per buah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Salah satu industri kecil tempe yang berada di Desa Ayula Tilango yaitu Industri Rifai yang merupakan sumber sumber mata pencaharian dengan mengelola sumber daya produksi yang ada untuk mencapai segala ilmu dan hasil. Biaya produksi atau biaya industri kecil adalah

biaya kedelai, bahan bakar, ragi, tepung topiaka, kertas, lilin, peralatan dan tenaga kerja yang mempengaruhi produksi atau hasil. Jumlah produksi mempengaruhi pendapatan usaha kecil, dimana produksi ditentukan oleh produktivitas usaha kecil.

Analisis Kelayakan dan efisiensi pemasaran dibutuhkan untuk mengetahui apakah industri kecil tempe di Ayula Tilango layak usahanya dan seperti apa pemasaran yang terjadi di Indutri tersebut.



Gambar 1. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yakni dari bulan Desember 2021 sampai Januari 2022 pada Indusrti Kecil Tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bolango Selatan Kabupaten Bone Bolango.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah pemilik industri tempe sebagai informan untuk mengetahui analisis kelayakan yang ada. Sedangkan untuk pengambilan sampel dilakukan secara (snowball sampling) untuk pemasaranya berdasarkan alur pemasaran di industri tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer yaitu data yang didapatkan dengan mensurvei lokasi untuk mengumpulkan data original. Data Primer diperoleh melalui wawancara langsung di lapangan dengan menggunakan kuisioner yang terstruktur. Sumber data primer yaitu perajin tempe dan data-data lain yang menunjang tujuan penelitian.
2. Data Sekunder merupakan data yang sudah terkumpulkan ke pada lembaga pengumpulan data untuk diberikan kepada masyarakat agar membantu masyarakat ketika menggunakan data tersebut. Data Sekunder dalam penelitian ini berasal dari Badan Pusat Stastik (BPS) Provinsi maupun Daerah serta instansi lainnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi merupakan suatu metode yang dipakai untuk pengumpulan data secara langsung. Sedangkan wawancara adalah pengumpulan data langsung dari pemilik industri kecil tempe dengan menggunakan angket atau kuisioner yang telah disediakan.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif dipakai untuk mengetahui gambaran umum dan menjelaskan tentang kelayakan dan saluran pemasaran dari usaha industri tempe pak Rifai. Untuk analisis kuantitatif digunakan adalah analisis kelayakan dan analisis efisiensi pemasaran. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui analisis kelayakan dan analisis efisiensi pemasaran pada industri kecil tempe Pak rifai adalah sebagai berikut :

1) Analisis Pendapatan

Analisis kelayakan usaha digunakan untuk mengetahui layak tidaknya usaha tempe tersebut. Untuk mengetahui kelayakan dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

a. Penerimaan

Menurut Suratiyah (2015) Penerimaan diperoleh dari perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan dalam satuan harga saat dijual di ukur dalam rupiah (Rp). Untuk menghitung penerimaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan (Rp)

Q = Total produk (Bungkus)

P = Harga produk /unit (Rp)

b. Biaya

Biaya produksi adalah besarnya biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan tempe yang diperoleh dengan menjumlahkan antara biaya tetap dengan biaya variable yang dinyatakan dalam rupiah per periode.

$$TC = TVC + TFC$$

Keterangan :

TC = Total Biaya (Rp)

TVC = Total biaya variabel (Rp)

TFC = Total biaya tetap (Rp)

c. Pendapatan

Pendapatan adalah besarnya hasil yang diperoleh dari usaha tempe yang diukur dengan mengurangkan antara total penerimaan yang diperoleh dengan total biaya yang diperlukan yang dinyatakan dalam rupiah per periode. Untuk menghitung pendapatan digunakan rumus sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = Pendapatan (Rp)

TR = Total Revenue/ Total Penerimaan (Rp)

TC = Total cost/ Total Biaya (Rp)

d. Analisis Kelayakan

Untuk mengetahui kelayakan produk olahan tempe dapat dilakukan dengan beberapa analisis salah satunya melalui analisis R/C ratio. R/C ratio yaitu pengukuran terhadap penggunaan biaya dalam proses produksi yang merupakan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total. Secara sistematis dapat dirumuskan (Suratiyah, 2015), sebagai berikut:

$$\frac{R}{C} ratio = \frac{TR}{TC}$$

Ket :

R/C Ratio = Revenue / Cost Rasio

TR = Total revenue (total penerimaan)

TC = Total cost (total pengeluaran)

Kriteria penelitian nilai R/C *ratio* sebagai berikut :

- Jika nilai R/C *ratio* adalah dari usaha agroindustri > 1 , maka usaha menguntungkan.
- Jika nilai R/C *ratio* dari usaha agroindustri $= 1$ maka usaha berada pada titik impus (*Break Event Point*)
- Jika nilai R/C *ratio* dari usaha agroindustri < 1 , maka usaha tidak menguntungkan atau merugi.

2) Analisis Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut :

a. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran tempe akan dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan pola atau saluran pemasaran tempe di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bolango Selatan Kabupaten Bone Bolango.

b. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran hasil tempe dianalisis berdasarkan perhitungan margin dan farmer share. maka harus diperoleh data tentang penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Berikut cara menghitung efisiensi pemasaran :

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir. Secara matematis rumus umum marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Marjin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen

2. Farmer Share

Farmer Share merupakan bagian pendapatan yang didapat oleh produsen atau perbandingan harga antara produksi dan konsumen. Farmer Share berbanding lurus dengan efisiensi pemasaran, semakin tinggi Farmer Share maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan. Menurut Tri Novianto (2015) Farmer Share dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Bagian harga yang di terima produsen

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/bungkus)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/bungkus)

3.6 Definisi Operasional

- a. Industri tempe adalah suatu usaha yang melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan merubah bahan mentah yang berupa kedelai menjadi barang jadi berupa tempe
- b. Industri kecil adalah usaha yang dimana usaha berskala kecil yang hanya memiliki pekerja atau kerayawan sebanyak 5-19 orang.
- c. Bahan baku yang digunakan adalah bahan utama yang digunakan untuk membuat tempe adalah kedelai.
- d. Kelayakan usaha pembuatan tempe merupakan perbandingan antara penerimaan yang diperoleh selama satu kali periode (satu bulan) produksi dengan biaya total dikeluarkan dalam kegiatan usaha pembuatan tempe.
- e. Farmer Share merupakan bagian pendapatan yang didapat oleh petani atau perbandingan harga antara produksi dan konsumen.

- f. Margin pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga di tingkat produsen dengan di tingkat konsumen.
- g. Efisiensi pemasaran merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk menciptakan hasil dari kegiatan yang dijalankan.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Profil Usaha Industri Kecil Rifai

Industri kecil tempe Rifai terletak di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango. Pemilik industri kecil tempe yaitu Bapak Rifai. Bapak Rifai mempelajari cara pembuatan tempe dari orang tuanya, Setelah mengetahui cara pembuatan tempe Bapak Rifai langsung memulai usaha dengan berjualan tempe. Untuk memproduksi tempe bapak Rifai mendapatkan bahan baku utama yaitu kedelai dari gudang limbah B dan Gudang Kulai.

Industri kecil tempe Rifai pada awalnya berdiri pada tahun 2016 akan tetapi industri Rifai mengalami kerusakan pabrik dikarenakan kebakaran yang terjadi pada industri tersebut, kemudian pak Rifai memulai kembali untuk mendirikan industri tempe pada tahun 2018 sampai sekarang dengan bekerja sama dengan ciani. Ciani yang memberikan modal usaha

kepada Bapak Rifai untuk mendirikan kembali industri tersebut. Industri kecil tempe Rifai memiliki 5 karyawan, 2 karyawan dibagian produksi dan 3 karyawan bagian pengemasan.

4.1.2 Perlengkapan dan Bahan Baku Tempe

Industri kecil tempe dalam proses produksinya memerlukan perlengkapan dan bahan baku yang dibutuhkan agar dapat berjalan dengan efektif. Adapaun pelaksanaan kegiatan produksi tempe dalam industri kecil menggunakan alat sebagai berikut :

- Mesin pengupas kedelai 1 unit

Alat ini digunkan untuk mengupas kedelai kulit kedelai sekaligus memecahkannya menjadi dua keping kedelai.

- Tungku masak 1 unit

Alat ini digunakan untuk merebus atau memasak kedelai. Alat ini terbuat dari susunan batu bata dengan ditambah semen, pasir dan bahan bangunan lainnya,berbentuk seperti gundukan dengan empat lubang. Satu lubang menghadap kesamping sebagai tempat memasukan kayu bakar, Tiga lubang menghadap ke atas sebagai tempat memasak.

- Saringan kain 1 unit

Alat ini berfungsi untuk menyaring kedelai setelah direndam dan akan direbus atau dimasak.

- Pipa plastik 3 unit

Alat ini berfungsi untuk mengalirkan air untuk mencuci kedelai.

- Baskom 3 unit

Baskom ini berfungsi sebagai tempat menyimpan kedelai.

- Tong 1 unit

Alat ini merupakan alat untuk merendam kedelai

Industri kecil tempe yang dimiliki Rifai menggunakan bahan sebagai berikut :

- Kedelai

Fungsi kedelai untuk pembuatan tempe yaitu menjadi bahan baku utama pembuatan tempe.

- Ragi Tempe

Fungsi ragi tempe pada bahan pembuatan tempe yaitu pada proses fermentasi untuk menghidrolisis senyawa komplek menjadi senyawa sederhana menggunakan enzim.

Jamur *Rhizopus sp* yang terkandung dalam ragi tempe mampu menghasilkan enzim.

- Tepung Topioka

Tepung topioka berfungsi untuk pembentukan tekstur tempe.

- Plastik

Fungsi plastik dalam pembuatan tempe yaitu membungkus tempe

- Lilin

Fungsi dari bahan ini adalah untuk mengemas tempe yang telah di bungkus

- Korek Api

Korek api memiliki fungsi sebagai bahan pemantik api yang dapat digunakan ketika proses perebusan

- Kayu Baka
- Fungsi kayu bakar yaitu sebagai bahan bakar yang membantu dalam proses memasak atau perebusan kedelai

4.1.3 Proses Produksi Tempe

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rifai selaku pemilik industri kecil tempe, produksi dilakukan di industri yang dibentuk sesuai kebutuhan dan alat produksi. Kegiatan

produksi dilakukan pada siang hari. Adapun proses produksi pembuatan tempe adalah sebagai berikut :

1. Perebusan Pertama

Perebusan adalah proses pemasakan bahan pangan dengan menggunakan media air panas. Cara perebusan yang dilakukan di Industri Rifai pada umumnya sama dengan cara memanaskan air dengan bantuan bahan bakar lalu memasukan kedelai kedalam tungku dengan waktu perebusan selama 1 atau 2 jam. Selama waktu perebusan yang terlibat adalah karyawan yang berkeja dalam proses produksi.



Gambar 2. Perebusan Pertama Kedelai

2. Penggilingan Kedelai

Penggilingan merupakan proses memecahkan bahan padat menjadi potongan kecil yang akan siap untuk diolah. Penggilingan kedelai dilakukan di Industri tempe Rifai dengan cara memasukan kedelai kedalam mesin penggilingan, kedelai yang mulanya berupa bulir utuh setelah masuk kedalam mesin penggilingan maka kedelai yang utuh tersebut akan terbelah menjadi dua dan terpisah dari kulitnya dengan waktu kurang lebih 30 menit. Yang melakukan Penggilingan pada biji kedelai adalah karyawan yang bekerja di bagian proses produksi.



Gambar 3. Penggilingan Kedelai

3. Perendaman dan pembersihan

Tujuan dari perendaman yaitu untuk melunakkan kedelai, perendaman juga dapat mepermudah pengupasan kulit kedelai. Cara perendaman yang dilakukan di Industri tempe pak Rifai yaitu dengan cara memasukan kedelai yang telah menjadi keping-keping kedelai kedalam tong yang telah berisi air

bersih dengan waktu yang dibutuhkan dalam perendaman yaitu selama 1 malam. Setelah perendaman selesai selanjutnya adalah pembersihan kulit kedelai dengan menggunakan saringan kain dan air yang mengalir dari pipa.



Gambar 4 Perendaman Kedelai

4. Perebusan Kedua

Proses perebusan kedua sama dengan cara proses perebusan pertama hanya saja yang membedakan di waktu perebusan . Untuk waktu perebusan kedua hanya menggunakan

waktu kurang lebih 1 jam. Selesai perebusan kedua biji kedelai diangkat ditempat penirisan dan pendinginan.



Gambar 5. Perebusan Kedua Kedelai

5. Penirisan dan Pendinginan

Penirisan adalah upaya yang dilakukan secara terus menerus agar air dapat keluar, sedangkan Pendinginan adalah menghilangkan panas. Cara penirisan dan pendinginan yang dilakukan di Industri kecil tempe Rifai yaitu dengan cara menyimpan kedelai di atas kain lalu dihamparkan tipis-tipis dengan tempat terbuka agar mendapatkan angin secara alami dan di diamkan selama 1 sampai 2 jam.



Gambar 6. Penirisan dan Pendinginan Kedelai

6. Peragian

Dalam proses peragian yang digunakan yaitu ragi tempe yang mengandung jamur *Rhizopus sp*, yang biasa sering disebut jamur tempe. Ini merupakan bagian penting dalam pembuatan tempe. Pemberian ragi pada kedelai yang dilakukan di industri kecil

tempe Rifai dengan cara di hamburkan ragi dan ditambahkan tepung topiaka di atas kedelai yang telang kering dan dicampurkan sambil diaduk hingga merata.



Gambar 7. Peragian Kedelai

7. Pengemasan

Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk dijual. Cara pengemasan yang dilakukan di Industri kecil tempe Rifai yaitu menggunakan plastik dan lilin yang telah disiapkan oleh karwayan yang bekerja dibagian pengemasan, waktu yang dibutuhkan selama pengemasan yaitu kurang lebih 45 menit.



Gambar 8. Pengemasan Kedelai

8. Pemeraman

Proses pemeraman merupakan proses akhir dalam pembuatan tempe. Pemeraman merupakan proses fermentasi yang mengubah kedelai menjadi tempe, pemeraman yang dilakukan di Industri tempe kecil Rifai dengan cara tempe yang telah dibungkus plastik akan disimpan diatas kajang-kajang papan yang diletakan pada rak-rak dan didiamkan selama 1 hari 2 malam. Setelah itu tempe yang dibuat telah jadi dan siap di jual.



Gambar 9. Pemeraman Tempe

4.1.4. Proses Pemasaran Tempe

Pemasaran merupakan suatu proses yang disertai dengan manajerial yang membuat individu yang terkait atau suatu kelompok yang berusaha untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang memiliki nilai jual kepada suatu pihak yang lain atau segala sesuatu yang menyangkut penyampaian produk atau jasa dari produsen sampai konsumen (Shinta, 2011).

Proses pemasaran tempe yang terjadi di Industri kecil tempe Rifai dilakukan langsung dan juga tidak langsung oleh pengrajin. Pemasaran yang dilakukan langsung yaitu konsumen mendatangani langsung Industri kecil tempe Rifai untuk membeli tempe. Sedangkan pemasaran tidak langsung adalah konsumen yang membeli tempe ke pedagang pengecer yang

memiliki tempat pemasaran yaitu di Pasar Liluo dan pedagang keliling yang menggunakan motor untuk berjualan tempe.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1 Analisis Pendapatan

Pendapatan Industri kecil tempe diperoleh dari penerimaan yang diperoleh dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik industri. Adapun caranya sebagai berikut

a. Biaya

Biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Total biaya adalah biaya yang dikeluarkan Industri tempe. Dalam industri tempe terdapat biaya tetap yang didalamnya mencakup biaya alat dan mesin, investaris toko/pabrik, sedangkan pada biaya variabel mencakup biaya bahan, biaya lain dan biaya tenaga kerja.

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh volume produksi, biaya yang relatif tetap (Pujawan, 2012). Besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh.

Tabel 2. Biaya Tetap Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Biaya (Rp/Bulan)
1.	Biaya Alat dan Mesin	169,896
2.	Pajak Bumi dan Bangunan	8.333
Total Biaya Tetap (1+2)		178.229

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Biaya tetap yang ada pada proses pembutan tempe adalah biaya pensuyusutan alat per bulan. Biaya terbesar yang dikeluarkan yaitu pada biaya alat dan mesin sebesar

Rp.169.896 per bulan. Sedangkan biaya terendah yang dikeluarkan sebesar Rp. 8.333 per bulan yaitu Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) ini dikeluarkan sebesar Rp. 100.000 per tahun.

2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang besarnya tergantung terhadap volume produksi (Pujawan,2012). Biaya variabel dalam usaha pembuatan tempe meliputi : biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja, biaya air dan biaya listrik yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Besarnya biaya variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Biaya Variabel Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Biaya (RP/Bulan)
1.	Biaya Bahan Baku	8.475.000
2.	Biaya Tambahan	2.060.000
3.	Biaya Lain	300.000
4.	Biaya Tenaga Kerja (HOK)	2.840.000
Total Biaya Variabel (1+2+3+4)		13.675.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Berdasarkan tabel 3 Biaya variabel terbesar yang dikeluarkan pada proses pengolahan tempe yaitu dengan bahan baku dengan total biaya sebesar Rp.8.475.000, pada bahan baku yang dibutuhkan hanya pembelian kedelai. Dan biaya terendah yang dikeluarkan yaitu pada biaya lainnya yaitu listrik sebesar Rp. 300.000.

3. Total Biaya

Total Biaya adalah jumlah dari biaya-biaya tetap dan biaya-biaya variabel (Pujawan,2012). Besarnya biaya total usaha pembuatan tempe dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Total Biaya Produksi Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Total Biaya (Rp/Bulan)
1.	Biaya Variabel	13.675.000
2.	Biaya Tetap	178.229
	Total	13.853.229

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat penggunaan Total biaya pada Industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango, Kecamatan Bulango Selatan, Kabupaten Bone Bolango yang dikeluarkan selama proses pengolahan tempe sebesar Rp. 13.853.229 per bulan dari penjumlahan biaya variabel dan biaya tetap.

b. Penerimaan

Suratiyah (2015) Penerimaan merupakan perkalian antara total produk yang terjual dengan harga persatuan produk. Penerimaan usaha tempe semua berasal dari tempe kemasan kecil yang terjual. Besarnya penerimaan dari usaha pembuatan tempe dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Data Penerimaan Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Nilai (Rp)
1.	Produksi/Bks	350
2.	Harga/ Bks	2.000
3.	Penerimaan/ Hari	700.000
4.	Penerimaan/ Bulan	21.000.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas data penerimaan dapat dilihat bahwa dalam perhari industri tempe mmenghasilkan penerimaan sebanyak Rp. 700.000 dan dalam perbulan menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 21.000.000.

c. Pendapatan

Menurut Lamusa dan Ahyadi (2016) Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, yang sebagian besar dari penjualan produk dan jasa kepada pelanggan. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh industri kecil tempe dengan selisih antara total penerimaan yang diperoleh dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

Tabel 6. Data Pendapatan Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Biaya (Rp/Bulan)
1.	Total Penerimaan	21.000.000
2.	Total Biaya	13.853.229
Jumlah (1-2)		7.146.771

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Tinggi rendahnya pendapatan sangat berpengaruh oleh besar kecilnya produksi yang akan dicapai. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tingkat pendapatan yang diterimah oleh Industri tempe kecil Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango sebesar Rp. 7.146.771 Hasil ini diperoleh industri dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan selama satu bulan produksi.

d. Analisis Kelayakan

Untuk mengetahui analisis kelayakan usaha industri kecil tempe menggunakan perhitungan R/C ratio yaitu dengan membandingkan antara total penerimaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan.

Tabel 7. Analisis Kelayakan Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Biaya (Rp/bulan)
1.	Total Penerimaan	21.000.000
2.	Total Biaya	13.853.229

Jumlah (1/2)	1,51
---------------------	-------------

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

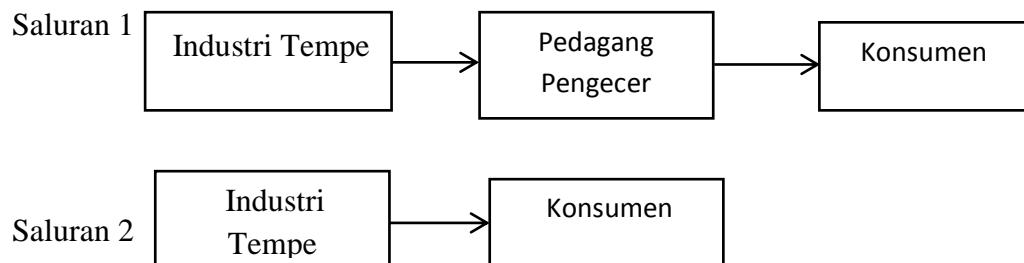
Tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan R/C *ratio* pada usaha Industri kecil Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango dengan nilai yang diperoleh industri tempe sebesar 1,51 bersumber dari jumlah total penerimaan per bulan sebesar Rp. 21.000.000 dibandingkan dengan jumlah total biaya produksi per bulan Rp. 13.853.229. Berdasarkan kriteria investasi yang menyatakan industri dapat dikatakan layak untuk diusahakan apabila memiliki nilai $R/C > 1$, maka Industri kecil Rifai dilokasi penelitian tersebut layak untuk diusahakan (Asnidar, 2017).

4.2.2 Saluran Pemasaran

Pemasaran hasil produksi pada dasarnya merupakan semua aktifitas yang dilakukan terhadap hasil industri kecil mulai dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen. Pemasaran hasil industri kecil memiliki banyak fungsi yang dilaksanakan berbagai lembaga pemasaran yang berbeda-beda, kebanyakan hasil-hasil produk industri kecil mengalir melalui bermacam-macam lembaga pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat lembaga pemasaran terlibat dalam pemasaran Industri kecil Rifai di Desa Ayula Tilango. Lembaga pemasaran atau pedagang pengecer tersebut melakukan pembelian produk tempe. Dalam pemasaran industri kecil tempe umumnya pengecer yang membeli tempe ke industri dengan mendatangi industri tersebut dengan harga yang telah ditentukan. Pedagang membeli tempe dengan harga perbungkus,dalam penelitian ini harga tempe ber bungkus dijual Rp.2000.

Hasil penelitian industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango dapat dilihat terdapat 2 saluran pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran industri kecil tempe dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 10. Bentuk saluran pemasaran industri kecil tempe Rifai

Saluran pemasaran Industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat beberapa saluran yaitu :

a. Saluran pemasaran 1

Saluran pemasaran pertama yang melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu industri kecil tempe sebagai produsen menjual tempe ke pedagang pengecer yaitu pertama pedagang keliling yang menjual tempe ke konsumen yang berada di tetangga Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango. Yang kedua yaitu pedagang pengecer yang memiliki tempat penjualan yang berada di pasar liluo, lalu menjual kepada konsumen yang berada di Kota Gorontalo yang datang membeli tempe di pasar tersebut.

b. Saluran pemasaran II

Saluran pemasaran yang kedua yaitu dari industri kecil tempe Rifai sebagai produsen menjual langsung ke konsumen yaitu warga setempat yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango.

4.2.3 Efisiensi Pemasaran

a. *Farmer's Share*

Novianto (2015) Menyatakan bahwa *Farmer's share* merupakan salah satu indikator efisiensi operasional yang menunjukkan bagian yang diterima produsen dari aktivitas pemasaran.

Tabel 8. *Farmer's share* Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Produsen (Rp/Bks)	Harga Tingkat Konsumen (Rp/Bks)	Farmer's share (%)
Saluran Pemasaran I	2.000	3.000	66,67
Saluran Pemasaran II	2.000	2.000	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa harga tingkat konsumen tertinggi terdapat pada saluran pemasaran 1. Karena terdapat adanya pelaku pemasaran yang terlibat sekaligus mengambil keuntungan dan untuk tingkat konsumen terendah terdapat pada saluran pemasaran II. Menurut Novianto (2015) menyatakan bahwa *Farmer's Share > 40 %* tergolong efisien terlihat pada saluran pemasaran I (66,67%) dan saluran pemasaran II (100%).

b. Margin Pemasaran

Menurut Ilahude (2013), Margin pemasaran adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar oleh pembeli akhir.

Tabel 9. Margin Pemasaran Industri Kecil Tempe, Tahun 2022

No	Uraian (Rp/Kg)	Saluran Pemasaran	
		I	II
1. Podusen			
	Biaya Pemasaran	35.771	40.771
	Biaya Pengemasan	22.771	30.771

Biaya Pengangkutan	10.000	10.000
Harga Jual	2.000	2.000
<hr/>		
2. Pedagang Pengecer		
a. Harga belih	2.000	
b. Biaya Pemasaran	25.000	
• Biaya Pengemasan	10.000	
• Biaya Pengangkutan	20.000	
c. Harga Jual	3.000	
d. Keuntungan	975	
e. Margin	1.000	
<hr/>		

3. Konsumen

Harga Beli	2.000	
Margin Total	1.000	0

Sumber : Data Primer Setelah Diolah 2022

Pada tabel 9. terlihat bahwa margin total saluran pemasaran tertinggi berada pada saluran I yakni sebesar 1.000. Hal ini dikarenakan pada saluran I memiliki lembaga pemasaran diantara saluran pemasaran lainnya. Hal ini sesuai pendapat Daniel (2002), yang menyatakan bahwa semakin panjang dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin juga semakin besar. Sedangkan saluran pemasaran yang memiliki margin terendah adalah saluran

pemasaran II, hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran II tidak memiliki lembaga perantara untuk menyalurkan tempe. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa saluran II lebih efisien dibanding saluran I karena memiliki nilai *farmer's share* paling tinggi dan margin pemasaran paling rendah.

BAB V **KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Industri Kecil Tempere Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango dapat disimpulkan bahwa :

1. Industri Kecil Tempere Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango layak dikembangkan dan diusahakan . Hasil R/C Ratio rata-rata sebesar 1,51 atau $R/C \text{ Ratio} > 1$ artinya usaha pada Industri Kecil Tempere Bapak Rifai layak untuk diusahakan.
2. Terdapat II (Dua) saluran pemasaran di Industri kecil tempere Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango yaitu :
Saluran I Industri – pedagang pengecer – konsumen
Saluran II Industri – konsumen

3. Untuk efisiensi pemasaran tempe di Industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat pada Saluran II yang lebih efisien dibanding Saluran I karena memiliki nilai *Farmer'S share* paling tinggi 100 % dan Margin Pemasaran paling rendah Rp.0

5.2 Saran

1. Peran pemerintah daerah juga sangat diperlukan dengan memperkenalkan Industri kecil tempe Rifai kepada masyarakat Gorontalo.
2. Diharapkan kepada Industri kecil tempe Rifai agar lebih memperluas akses pemasaran agar lebih meningkatkan pendapatan.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan penelitiannya agar dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, Putri Wahyuni Nainggolan., Damanik,D., & Simalungan, U. 2020. "Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1),29–39.
- Abdullah, Tamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Cahyadi, W. 2007. Kedelai Khasiat dan teknologi. PT. Bumi aksara. Jakarta
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Gorontalo.Data Keragaan UMKM Berdasarkan Klasifikasi Tahun 2020. Gorontalo : Dinas Koperasi dan UKM.
- Haryanto Bambang, 2011,Peluang Usaha Industri Tempe, Jakarta : Bentara Cipta Prima.
- Kasmir dan Jakfar. 2008. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta. Edisi-2. Kencana.
- Lamusa Arifuddin., & Ahyadi (2016). Pendapatan Tempe Industri Rumah Tangga Di Kota Palu. *e-j Agrotekbis*, 4(5).
- Mulyadi. 2015Akutansi Biaya. Edisi 5. Yongyakarta : UPP STIM YKPN
- Nainggolan, 2017. "Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kota Medan Sumatera Utara". Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Nurdiyanawati, D. (2016). Analisis Kelayakan Usaha Pada Industri Tempe Sido Makmur Di Kelurahan Cobodoe Kec. Tidore Timur Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Saintifik@*. 1(2), 52-61
- Pantas, O. C., Reindhard, L., Pangemanan, J., & Kaunang, R. 2021. "Analisis Keuntungan Usaha Tempe Sedap 'Andika' Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malayang Kota Manado." *Agri-SosioEkonomi Unsrat*.17(2), 87–94.
- Pujawan, I.N. 2012 "Ekonomi Teknik", Surabaya : Guna Widya.
- Ruslan, Arifin, Azisah. 2020. "Marjin Pemasaran Udang Di Desa Ampekale Kecamatan Bontoa Kabupaten Maros." *Agribisnis, Program Studi Pertanian, Fakultas* 11(1):44–52.
- Ramlan. 2006. Transaksi Bisnis dan Perbankan Internasional. Jakarta. Salemba Empat.
- Soehyono Fanky, R. D., & Muhamad, Y. N. (2014). Analisis Usaha Dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe. *Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 1(1), 43-50.
- Sutarno. 2014 Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri.e-Jurnal Agrineca. 14(1),1-10.
- Soekartawi. (2006). *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Suratiyah, K. 2006. Ilmu Usahatani . penebar Swadaya. Jakarta.
- Suratiyah, K. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Thomas, 2012. "Tesis Sistem Manajemen Lembaga Pemasaran Komoditi Sayuran Wortel di Kelurahan Rurukan Kecamatan Tomohon Timur". Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Thamrin abdullah,2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Novianto Tri.2015. Analisis Tata Niaga Kubis (*Brassica Oleraceae*) Di Desa Deles Kecamatan Bawang Kabupaten Batang. 11(1), 23-24.
- Wicaksono, T. H (2014). Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Jumlah Produksi Pada Industri Kecil Keripik Tempe di Kota Malang. 2 (2), 19-29.

Lampiran 1:Kuisisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

“ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE INDUSTRI KECIL TEMPE BAPAK RIFAI DI DESA AYULA TILANGO KECAMATAN BULANGO SELATAN KABUPATEN BONE BOLANGO”

1. Identitas Informan

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Jumlah Tanggungan :

Pendidikan Responden : a. SD c. SMA/SMK

b. SMP d. Universitas

II. Profil Usaha

1. Mengapa bapak memilih usaha tempe ?

2. Sejak kapan usaha Tempe ini dimulai ?

3. Dari mana bapak mempelajari cara membuat tempe ?

4. Dari mana bapak mendapatkan kedelai ?

5. Indikator usaha yang mendukung dan faktor yang mendukung :

- Bagaimana bahan baku untuk membuat Tempe bisa diperoleh ?

- Bagaimana cara mendapatkan teknologi yang sesuai keinginan dan cara mengoperasiakan teknologi tersebut ?

6. Sumber modal dalam menjalankan usaha :

a. Modal Sendiri c. Hibah dari

b. Pinjaman dari d. Sumber lain

7. Apa saja organisasi / komunitas/ lembaga yang menaungi atau membina usaha?

8. Apakah usaha ini mempunyai mitra dengan usaha lain ?

a. Ya

b. Tidak

III. Pemasaran

1. Bagaimana cara memasarkan tempe yang telah dilakukan selama ini ?

- a. Memasarkan sendiri
 - b. Ke pedagang keliling/sayuran
 - c. Melalui distributor
 - d. Lainnya
2. Apakah ada penambahan biaya untuk memasarkan produk..... Jika ada berapa ?
 3. Berapakah harga jual tempe dari produsen ke pedagang per bungkus ?
 4. Berapa jumlah produksi tempe per hari ?
 5. Bagaimana cara mengatasi jika ada kerusakan pada tempe ?
 6. Bagaimana sistem pembayaran upah ?
 - a. Harian
 - b. Mingguan
 - c. Bulanan

IV. Biaya Variabel

- a. Apa saja bahan-bahan yang dibutuhkan selama satu kali produksi ?

No	Jenis Bahan Baku	Jumlah	Satuan	Harga (Rp/satuan)	Jumlah/Biaya (Rp/satuan)
1.	Bahan Baku Utama :				
2.	Bahan Baku Penolong :				

3.	Biaya-biaya lain :				
	- Listrik				
	- Air				

b. Biaya Tenaga Kerja

No.	Uraian	L/P	OK (Orang)	HK (Hari/Minggu)	JK (Jam)	Upah (Rp/bulan)
1.	Produksi					
2.	Pengemasan					
3.	Pemasaran					
4.	Transportasi					

V. Biaya Tetap

N0	Jenis	Jumlah (Unit)	Harga Beli (Rp/unit)	Jumlah/Biaya (Rp/satuan)	Nilai Baru (kali)	
1.	Mesin pengupas kedelai					
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						

KUISIONER PEDAGANG PENGECER

Identitas Informan

Nama : _____

Jenis Kelamin : _____

Umur : _____

Jumlah Tanggungan : _____

Pendidikan Responden :
a. SD c. SMA/SMK
b. SMP d. Universitas

1. Sejak kapan anda mulai menjual tempe ?
2. Apakah anda melakukan kerja sama ?
3. Berapa banyak produksi tempe yang anda ambil setiap kali membeli ?
4. Berapa harga tempe yang anda tawarkan ?

Lampiran. 2 Nilai Penyusutan Alat Industri kecil Tempe pak Rifai

Jenis Alat	Jumlah/unit	Umur ekonomis Alat (Tahun)	Jumlah Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)			NPA/Tahun (Rp)	NPA/Bulan (Rp)
Mesin Alat Pengupas	1	4	3000000	500000	2500000	625000	625000	52083
Tungku	1	4	5000000	600000	4400000	1100000	1100000	91667
Pipa Plastik	3	4	300000	20000	280000	70000	210000	17500
Saringan kain	1	4	30000	10000	20000	5000	5000	417
Baskom	3	4	90000	15000	75000	18750	56250	4688
Tong	1	4	200000	30000	170000	42500	42500	3542

Lampiran 3. Biaya Variabel Industri Kecil Tempe Rifai						
Jenis biaya Variabel	Jenis Bahan Baku	Satuan	Jumlah Satuan	Harga/satuan (Rp)	Jumlah	Biaya/bulan
Bahan Baku Utama	Kedelai	Kg	25	11300	282500	8475000
Bahan Baku Tambahan	Ragi	Bks	1	15000	15000	450000
	Tepung Topiaka	Kg	2	11000	22000	660000
	Plastik	picis	350	30	10500	315000
	Korek Api	Buah	1	500	500	15000
	Lilin	Buah	2	2000	4000	120000
	Kayu Bakar	Paket/Bulan	1	500000	500000	500000
	Biaya-biaya Lain	Listrik	Paket/Bulan	1	300000	300000
Total Biaya Variabel			383	839830	1134500	10835000

Lampiran. 4 Biaya Tenaga Kerja Industri Kecil Tempe Rifai			
Jenis Kegiatan	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Upah TK (Rp/bulan/orang)	Biaya TK (Rp)
Produksi	2	1000000	2000000
Pengemasan	3	280000	840000
JUMLAH			2840000

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi Saat melakukan wawancara dengan pemilik usaha industri tempe



Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan pedagang pengecer





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN**

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 3669/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/XI/2021

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Desa Ayula Tilango

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Santi S. Anae
NIM : P2218007
Fakultas : Fakultas Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Lokasi Penelitian : INDUSTRI KECIL TEMPE BAPAK RIFAI DI DESA AYULA TILANGO KECAMATAN BULANGO SELATAN KABUPATEN BONE BOLANGO
Judul Penelitian : ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE (STUDI KASUS INDUSTRI KECIL TEMPE BAPAK RIFAI DI DESA AYULA TILANGO KECAMATAN BULANGO SELATAN KABUPATEN BONE BOLANGO)

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.



+



PEMERINTAH KABUPATEN BONE BOLANGO

KECAMATAN BULANGO SELATAN

DESA AYULA TILANGO

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 145/DAT/BS/SKP/72/II/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Ismail Ponelo**
Jabatan : Kepala Desa
Alamat : Desa Ayula Tilango Kec. Bulango Selatan Kab. Bone Bolango

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : **Santi S. Anae**
TTL : Lala, 05 Februari 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Lantibung Kec. Bangkurung Kab. Banggai Laut

Bahwa yang tercantum diatas benar-benar telah melakukan penelitian di Desa Ayula Tilango mulai dari tanggal 18 Desember 2021 s/d 30 Januari 2022 guna penyusunan skripsi dengan judul **ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE DI INDUSTRI KECIL TEMPE RIFAI DESA AYULA TILANGO KECAMATAN BULANGO SELATAN KABUPATEN BONE BOLANGO**.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Ayula Tilango, 07 Februari 2022

Kepala Desa

ISMAIL PONELO



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
FAKULTAS PERTANIAN**

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Tlp/Fax.0435.829975-0435.829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No: 123/FP-UIG/I/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin,S.P., M.Si
NIDN/NS : 0919116403/15109103309475
Jabatan : Dekan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Santi S. Anae
NIM : P2218007
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Judul Skripsi : Analisis Kelayakan dan Efisiensi Pemasaran Tempe Di desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 24%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ihsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujangkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si
NIDN/NS: 0919116403/15109103309475

Gorontalo, 3 Januari 2022
Tim Verifikasi,

Darmiati Dahir, S.P., M.Si
NIDN : 09 180886 01

Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin

PAPER NAME	AUTHOR
Santi S. Anae.pdf	Santi Anae
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
6624 Words	40849 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
46 Pages	1.3MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Mar 28, 2022 11:29 AM GMT+8	Mar 28, 2022 11:31 AM GMT+8

● 24% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 24% Internet database
 - 5% Publications database
 - Crossref database
 - Crossref Posted Content database
 - 0% Submitted Works database
- #### ● Excluded from Similarity Report
- Bibliographic material
 - Small Matches (Less than 25 words)

● 24% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 24% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

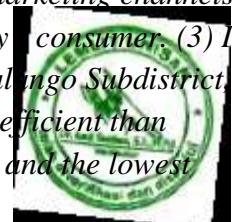
1	eprints.ubhara.ac.id	4%
	Internet	
2	core.ac.uk	3%
	Internet	
3	id.scribd.com	2%
	Internet	
4	ejournal.unkhair.ac.id	2%
	Internet	
5	pustaka-ilmu-pengetahuan.blogspot.com	1%
	Internet	
6	repository.utu.ac.id	1%
	Internet	
7	ojs.umb-bungo.ac.id	1%
	Internet	
8	jurnal.unigal.ac.id	1%
	Internet	

9	ejournals.umma.ac.id	1%
	Internet	
10	ejournal.unsrat.ac.id	<1%
	Internet	
11	123dok.com	<1%
	Internet	
12	eprints.umpo.ac.id	<1%
	Internet	
13	slideshare.net	<1%
	Internet	
14	bistek.jurnalwidyakarya.ac.id	<1%
	Internet	
15	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
	Internet	
16	ojs.unsimar.ac.id	<1%
	Internet	
17	repository.usu.ac.id	<1%
	Internet	
18	eprints.ums.ac.id	<1%
	Internet	
19	ejurnalunigoro.com	<1%
	Internet	
20	repository.umsu.ac.id	<1%
	Internet	

ABSTRACT

SANTI S ANAE. P2218007. FEASIBILITY ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF TEMPE (A Case Study of Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District)

This study aims to find the feasibility, marketing channels, and marketing efficiency obtained from soybeans as the main raw material for tempeh in the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District. The choice of research location is carried out intentionally by considering that the Tempeh Small Industry is the only tempeh production center at Ayula Tilango Village. The respondents in this study are the owners of the Tempeh Small Industry and the itinerant traders getting tempeh in the industry. The data collection on feasibility analysis and marketing efficiency in this study consists of two data, namely primary data and secondary data. The results of this study indicate that (1) the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District is feasible to be developed and cultivated. The results of the average R/C Ratio is 1.51 or $R/C \text{ Ratio} > 1$, which means that the business of Tempeh Small Industry of Rifai is feasible. (2) In the Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District, there are two marketing channels, namely: (I) industry - mobile traders - consumers, and (II) industry - consumer. (3) In Tempeh Small Industry of Rifai at Ayula Tilango Village, South Bulango Subdistrict, Bone Bolango District, the marketing found in Channel II is more efficient than Channel I because it has the highest farmer's share value of 100% and the lowest marketing margin of Rp. 0.



Keywords: feasibility, efficiency, marketing, tempeh

ABSTRAK

SANTI S ANAE. P2218007. ANALISIS KELAYAKAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEMPE (*Studi kasus Industri Kecil Tempe Rifai Di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango*)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan, saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran yang diperoleh dari kedelai sebagai bahan baku utama setelah diolah menjadi tempe pada Industri Kecil Tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Industri Kecil Tempe merupakan satusatunya sentra produksi tempe yang berada di Desa Ayula Tilango. Responden pada penelitian ini adalah pemilik Industri Kecil Tempe dan Pedagang keliling yang mengambil tempe di Industri tersebut. Pengumpulan data pada penelitian analisis kelayakan dan efisiensi pemasaran ini terdiri dua data yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Industri Kecil Tempe Rifai yang berada di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango layak dikembangkan dan diusahakan. Hasil R/C Ratio rata-rata sebesar 1,51 atau $R/C \text{ Ratio} > 1$ artinya usaha pada Industri Kecil Tempe Bapak Rifai layak untuk diusahakan. (2) Untuk saluran pemasaran di Industri Kecil Tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat 2 saluran pemasaran yaitu (I) industry - pedagang keliling - konsumen. (II) industri - konsumen. (3) Untuk efisiensi pemasaran tempe di Industri kecil tempe Rifai di Desa Ayula Tilango Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango terdapat pada saluran II yang lebih efisien dibanding saluran I karena memiliki nilai *farmer's share* paling tinggi 100 % dan margin pemasaran paling rendah Rp 0.

Kata kunci: kelayakan, efisiensi, pemasaran, tempe



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Santi S. Anae (NIM P2218007).

Lahir di Dusun Lala Desa Lantibung Kecamatan Bangkurung Kabupaten Banggai Laut. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Syarif Anae dan Baina Molunggus, Penulis menyelesaikan pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri Lala

pada tahun 2012, pada tahun 2015 lulus dari SMP Negeri 1 Bangkurung dan pada tahun 2018 lulus dari SMA Negeri 1 Bangkurung. Sejak tahun 2018 penulis melanjutkan ke perguruan tinggi swasta, tepatnya di Universitas Ichsan Gorontalo (UIG). Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis. Selama sebagai mahasiswa penulis juga pernah tergabung dalam organisasi intra kampus yaitu BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) dan sebagai salah satu kader di organisasi paguyuban KMI-BALUT (Keluarga Mahasiswa Indonesia Baggai Laut).

