



Analisis Usaha Dan Pemasaran Tahu (Studi Kasus pada Home Industri Tahu XYZ di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma)

Business Analysis And Tofu Marketing (Case Study on XYZ Tofu Industry in Bukit Peninjauan 1 Village Sukaraja District Seluma Regency)

Nur Hidayah¹⁾, Reswita²⁾, dan Ellys Yuliarti³⁾

1,2,3)Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian

Universitas Bengkulu

Email : reswita17@yahoo.co.id

How to Cite :

Hidayah, N, Reswita, Yuliarti, E .2021. Business Analysis And Tofu Marketing (Case Study on XYZ Tofu Industry in Bukit Peninjauan 1 Village Sukaraja District Seluma Regency). *Sinta Journal (Science, Technology and Agriculture Journal)*, Vol. 2 No. 1 2021 page: 37-53 DOI: <https://doi.org/10.37638/sinta.2.1.37-53>

ARTICLE HISTORY

Submitted [05 July 2021]

Revised [28 July 2021]

Accepted [30 July 2021]

Published [31 July 2021]

KEYWORDS

*Income, BEP, Rentability,
Marketing*

**This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pendapatan industri tahu di Desa Bukit Peninjauan1, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Seluma, titik impas industri tahu di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Seluma, profitabilitas industri tahu. di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma saluran pemasaran dan margin pemasaran industri tahu di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Laba pada Industri Tahu Tahu XYZ adalah Rp.36.209.079/bulan. Titik impas Industri Tahu XYZ untuk tahu putih adalah 5,3 Cetakan dan penjualan Rp.224.693, sedangkan tahu goreng 99 Cetakan dengan penjualan Rp3.460.431.Profitabilitas Industri Tahu XYZ terdiri dari ROI 0,24 dan ROE 0,25. Terdapat dua jalur pemasaran yaitu: 1) produsen, konsumen dan 2) produsen, grosir, konsumen sedangkan total margin pemasaran adalah Rp 6.400 untuk tahu putih dan Rp 8.200 untuk tahu goreng.

ABSTRACT

This study was aim to find out the amount of income of tofu industry in Bukit Peninjauan1 Village, Sukaraja District, Seluma

Regency, the break-even point of tofu industry in Bukit Peninjaun 1 Village, Sukaraja District, Seluma Regency, the profitability of tofu industry in Bukit Peninjaun 1 Village, Sukaraja District, Seluma Regency, the marketing channel and marketing margin of the tofu industry in Bukit Peninjaun 1 Village, Sukaraja District, Seluma Regency. Profit in XYZ Tofu Tofu Industry is Rp.36.209.079/month. The break-even point of XYZ Tofu Industry for white tofu is 5,3 Mould and sales of Rp.224,693, while fried tofu is 99Mould with sales of Rp.3.460.431.The profitability of XYZ Tofu Industry consists of ROI 0,24 and ROE 0,25.There are two marketing channels, namely:1) poducer, consumers and 2) producer, wholesalers, consumers while the total marketing margin is Rp.6.400 for white tofu and Rp.8.200 forfried tofu.

PENDAHULUAN

Kacang kedelai termasuk produk bahan pangan pokok utama setelah beras, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan protein nabati bagi masyarakat. Kacang kedelai merupakan bahan pokok untuk pembuatan produk tempe, tahu, kecap, dan susu, sehingga peranan kacang kedelai untuk pemenuhan protein utama berperan penting untuk meningkatkan gizi dan kesehatan masyarakat (Mahdalena, 2018).

Tahu merupakan salah satu olahan kedelai, dimana kandungan gizi yang ada dalam tahu sangatlah tinggi, dimana kandungan proteinnya hampir sama dengan kandungan protein hewani. Kacang kedelai yang telah diolah menjadi tahu kandungan proteinnya lebih tinggi dibanding dengan yang masih mentah sebab kandungan amino tahu paling lengkap dan kemampuan untuk dicerna sudah tinggi, yaitu 85–98 % (Widaningrum, 2015).

Daerah sentra industri tahu di Kabupaten Seluma terdapat di Kecamatan Sukaraja, khususnya di Desa Bukit Peninjaun I. Pada umumnya pelaku home industri tahu melakukan pengolahan kedelai untuk pembuatan tahu, yaitu tahu mentah atau putih maupun tahu yang telah digoreng. Usaha Home industri tahu merupakan cabang usaha yang cukup menguntungkan bagi pelaku usaha karena tahu termasuk produk makanan yang banyak disukai oleh setiap lapisan masyarakat, baik sebagai lauk ungtuk makan nasi, maupun untuk olahan makanan lainnya yang dapat dijadikan sumber penghasilan. Produk tahu yang telah diproduksi di Kecamatan Sukaraja dipasarkan untuk memenuhi pasar tahu di Kecamatan Sukaraja sendiri, maupun untuk daerah lainnya di sekitar Kecamatan Sukaraja dan Kota Bengkulu.

Agar mendapat perolehan keuntungan yang maksimal, para pelaku home industri tahu harus meyusun perencanaan yang tepat dan cermat untuk menjalankan kegiatan operasional sehari-harinya, terutama untuk perencanaan untuk perolehan laba. Perencanaan laba adalah prediksi kebutuhan keuangan dan gambaran terhadap hasil yang diharapkan dari keputusan perencanaan, dimana dengan jelas dapat ditetapkan sasaran dalam bentuk waktu yang diperkirakan dan hasil keuangan yang diharapkan (Maydanny, 2014). Besarnya perolehan laba merupakan indikator untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha tahu. Keuntungan yang mampu dihasilkan home indutri tahu akan sangat bermanfaat untuk tetap mempertahankan kelangsungan dan

perkembangan usaha tahu sehingga akan menjadi suatu usaha tahu yang lebih besar, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Purnamasari, 2013).

Evaluasi terhadap perkembangan home industri tahu dari waktu ke waktu sangat penting untuk dilakukan agar terhindar dari kebangkrutan dan agar usahanya dapat berkesinambungan atau dengan kata lain pemilik tersebut dapat menjaga kelangsungan hidup usaha tahunya (Pangestu, 2015).

Pemasaran dan jangkauan wilayah pemasaran tahu juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha tahu karena pemasaran merupakan suatu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran tahu dari home industri tahu ke tangan konsumen akhir dan sebaliknya memperlancar aliran uang, menambah nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, dari tangan konsumen akhir ke tangan produsen awal dalam suatu sistem pemasaran. (Said dan Intan, 2006 dalam Nilawati, 2016). Diantara hal penting yang perlu diketahui terkait sistem pemasaran yaitu saluran pemasaran dan margin pemasaran.

Saluran pemasaran sendiri merupakan kumpulan dari lembaga pemasaran yang saling terkait sehingga barang ataupun jasa sampai ke tangan konsumen (Kotler, 2000). Tanpa saluran pemasaran yang efektif akan menyulitkan barang untuk sampai kepada konsumen. Selain itu produsen juga sangat membutuhkan adanya saluran pemasaran dikarenakan produsen tidak mampu untuk menyalurkan produknya secara mandiri. Sehingga saluran pemasaran berfungsi sebagai media perantara yang menyampaikan barang hingga sampai ke tangan konsumen (Manap, 2016). Sedangkan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga, margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta keuntungan lembaga-lembaga pemasaran yang membentuk distribusi margin pemasaran, dengan kata lain margin pemasaran sama halnya dengan ongkos tataniaga (Sudiyono, 2002).

Industri Tahu XYZ telah berdiri sejak tahun 2000. Industri tersebut dapat mengolah kedelai 400-550 Kg kedelai per harinya dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 12 orang. Industri ini memasok tahu di Kecamatan Sukaraja dan Kota Bengkulu dengan pelanggan tetap pedagang makanan dari olahan tahu dan pedagang pengecer tahu di pasar. Permasalahan yang terjadi pada Industri Tahu XYZ adalah kurangnya pengetahuan pelaku usaha home industri tahu mengenai pengelolaan dan penggunaan modalnya secara terstruktur, sehingga pengusaha tahu kurang mengetahui apakah mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian, keadaan mengetahui usaha mendapat keuntungan dan juga tidak mengalami kerugian (titik impas) atau *break even point* ataupun kemampuan usaha dalam mendapatkan keuntungan dengan menggunakan dana yang tersedia yang tercermin dengan rentabilitas usahanya. Selain itu aspek pemasaran juga

Berdasarkan uraian tersebut peneliti merasa perlu untuk dilakukan pembahasan lebih lanjut mengenai besarnya pendapatan, titik impas, rentabilitas serta saluran dan margin pemasaran tahu dengan judul "Analisis Usaha dan Pemasaran Tahu (Studi Kasus Home Industri Tahu XYZ di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma)".

METODE PENELITIAN

Penentuan Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Home Industri Tahu XYZ di Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Home Industri Tahu XYZ merupakan industri tahu terbesar di Kecamatan Sukaraja dengan jumlah tenaga kerja 12 orang dan omset mencapai Rp.10.000.000 per bulannya.

Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu pengusaha tahu dan pedagang pengecer tahu. Penentuan responden pengusaha tahu dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu Industri Tahu XYZ sedangkan penentuan responden pedagang pengecer tahu dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Menurut Neuman (2003) metode *snowball sampling* yaitu suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Dimana responden pedagang pengecer dalam penelitian ini didapatkan dengan mengikuti alur pemasaran tahu putih dan tahu goreng dari produsen.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui hasil wawancara langsung baik dengan produsen/pengusaha tahu ataupun dengan pedagang pengecer tahu. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui studi literatur yang mendukung penelitian ini berupa jurnal, penelitian terdahulu dan instansi pemerintah.

Metode Analisis Data

Analisis data digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan secara kualitatif keadaan riil saluran pemasaran tahu. Analisis matematis yaitu untuk menganalisis laba/rugi usaha, titik impas, rentabilitas usaha dan margin pemasaran. Berikut analisis data pada penelitian ini.

Analisis Harga Pokok Produksi

Pendapatan usaha pembuatan tahu dihitung dengan menggunakan laporan rugi laba, dimana dalam perhitungannya memerlukan nilai harga pokok produksi dan harga pokok benjualan. Berikut perhitungan harga rugi/laba dengan metode *variable costing* :

Tabel 1. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Laporan Harga Pokok Produksi	
Biaya bahan baku	Rp.xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp.xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>Rp.xxx +</u>
Harga pokok produksi	Rp.xxx

Sumber : *Widilestariningtyas et al (2012)*

Setelah diperoleh nilai harga pokok produksi maka dapat ditentukan nilai harga pokok penjualan.

Tabel 2. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Laporan Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal	Rp.xxx
Harga pokok produksi	<u>Rp.xxx +</u>
Barang tersedia untuk dijual	
Rp.xxx	
Persediaan akhir	<u>Rp.xxx -</u>
Harga pokok penjualan	Rp.xxx

Sumber : *Goenawan et al (2012)*

Langkah terakhir yaitu perhitungan pendapatan dengan menggunakan laporan rugi/laba.

Tabel 3. Perhitungan Pendapatan

Laporan Rugi Laba	
Hasil penjualan	Rp.xxx
Biaya-biaya variabel	
Hargapokok penjualan	Rp.xxx
Biaya administrasi dan penjualan variabel	<u>Rp.xxx-</u>
Laba kontribusi (contribution margin)	Rp.xxx
Biaya-biaya tetap	
Biaya overhead tetap	Rp.xxx
Biaya administrasi dan penjualan tetap	<u>Rp.xxx -</u>
Laba bersih	
Rp. xxx	

Sumber : *Widilestariningtyas et al(2012)*

Analisis Titik Impas (*Break Even Point*)

Analisis titik impas dilakukan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan unit penjualan dan nilai rupiah penjualan. Perhitungan titik impas menggunakan rumus Garrison *et al* (2013) :

$$\text{Margin Kontribusi (MK) (Rp)} = \text{Penjualan} - \text{Biaya variabel} \dots\dots\dots (1)$$

$$\text{Margin Kontribusi (MK) (unit)} = \frac{\text{Margin Kontribusi (Rp)}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots (2)$$

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi (Rp)}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots (3)$$

$$\text{Titik Impas (Unit)} = \frac{\text{Biaya tetap (Rp/bln)}}{\text{Margin kontribusi per unit (Rp/bln)}} \dots\dots\dots (4)$$

$$\text{Titik Impas (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap (Rp/bln)}}{\text{Rasio margin kontribusi (\%)}} \dots\dots\dots (5)$$

Analisis Rentabilitas Usaha

Analisis rentabilitas (profitabilitas) usaha dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan *return on investmen (ROI)* dan *return on equity (ROE)* Syamsudin (2011) sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak (Rp)}}{\text{Total aktiva (Rp)}} \times 100 \% \dots\dots\dots (7)$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak (Rp)}}{\text{Modal sendiri (Rp)}} \times 100 \% \dots\dots\dots (8)$$

Berikut adalah tabel kriteria penilaian rasio rentabilitas :

Tabel 4. Kriteria Penilaian Rasio Rentabilitas

N o	Kriteria	Penilaian
1	> 15 %	Sangat profitabel
2	10 % - 14 %	Profitabel
3	1 % - 10 %	Cukup profitabel
4	< 1 %	Kurang profitabel

Sumber : Munawir (2010)

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran tahu XYZ dianalisis secara deskriptif yaitu dengan menggambarkan pola pemasaran dari produsen (Usaha Pembuatan Tahu XYZ) sampai ke pembeli atau konsumen akhir.

Margin pemasaran

Perhitungan nilai margin pemasaran diperoleh dari persamaan matematis Berikut rumus margin pemasaran menurut Sudiyono (2001) dalam Pabbo (2016) :

$$M_j = \Psi_i - P_{bi} \dots\dots\dots (9)$$

$$M_j = \sum M_{ji} \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan :

M_j = Margin pemasaran total (Rp/Cetak)

M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran ke-i (Rp/Cetak)

Ψ_i = Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i (Rp/Cetak)

P_{bi} = Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i (Rp/Cetak)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Usaha

Karakteristik usaha merupakan keadaan yang menggambarkan kondisi umum dari usaha pembuatan tahu. Pemilik usaha bernama lengkap Nandang Suhendra yang saat ini berumur 45 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usia 15-49 tahun merupakan usia yang sangat produktif sebagai angkatan kerja. Sehingga usaha tahu dapat berjalan dengan optimal mengingat pemiliknya berada pada rentan usia yang produktif sebagai tenaga kerja dengan dukungan kondisi fisik yang masih prima, mempunyai prospek untuk terus berkembang dan mampu menerima informasi teknologi baru serta memiliki kreatifitas untuk kemajuan usaha.

Berdasarkan aturan Undang-Undang No. 2 Tahun 1999 pendidikan pemilik usaha termasuk dalam kategori sedang karena pemilik telah menempuh pendidikan jenjang SMP sehingga cukup kompeten untuk mengelola sebuah usaha didukung dengan pengalaman dan pengetahuan yang didapat.

Pengalaman berhubungan dengan keterampilan dan penggunaan teknologi. Pengalaman dalam berusaha juga merupakan faktor yang cukup penting dalam menunjang seseorang dalam meningkatkan produktifitas dan kemampuan kerjanya dalam berwirausaha. Pengalaman usaha pemilik tahu cukup lama yaitu telah menggeluti usaha selama 19 tahun. Angka ini menunjukkan bahwa pengusaha sudah cukup lama dalam menjalankan usaha tersebut.

Industri Tahu XYZ berlokasi di Dusun V Desa Bukit Peninjauan 1 Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. Bangunan untuk pembuatan tahu berada di belakang rumah pemilik usaha, dimana gedung tersebut terpisah dari rumah pemilik usaha. Luas bangunan untuk usaha yaitu ± 20x10 m dengan bentuk terbuka yang disangga dengan tiang yang terbuat dari kayu. Atap bangunan menggunakan seng sedangkan lantai terbuat dari semen.

Tenaga kerja pada Industri Tahu XYZ berjumlah 12 orang yang bertugas di bagian produksi dan pemasaran tahu. Pada bagian produksi tenaga kerja berjumlah 12 orang, sedangkan pada bagian pemasaran berjumlah 1 orang. Pemasaran tahu yaitu kepada pelanggan (pedagang pengecer di pasar) yang berjumlah 11 orang. Setiap hari tenaga memasarkan mendistribusikan hasil produksi tahu kepada pelanggan tetap pada Industri Tahu XYZ. Rata-rata Industri Tahu XYZ dapat menjual tahu sebanyak 19,2 Cetak tahu putih dan 143,2 Cetak tahu goreng.

Analisis Usaha

Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tahu yaitu kedelai dan cuka. Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian kedelai yaitu sebesar Rp.95.830.000/bulan dengan harga 7.400/Kg dan jumlah kedelai yang dibeli 12.950 Kg. Biaya bahan baku

untuk produksi tahu putih yaitu Rp.11.607.267/bulansedangkan tahu goreng Rp.84.222.733/bulan. Alokasi biaya terbesar yaitu pada tahu goreng dikarenakan produksi tahu goreng jauh lebih banyak. Cuka yang dipakai pada pembuatan tahu tidak memerlukan biaya karena cuka tersebut dibuat sendiri sehingga tidak memerlukan anggaran.

Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja pembuatan tahu yaitu tenaga kerja luar keluarga. Tenaga kerja tersebut berjumlah 11 tenaga kerja yang bekerja pada bagian produksi. Total biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja dalam satu bulan yaitu sebesar Rp.23.100.000 dengan upah Rp.100.000 per hari. Alokasi untuk biaya tahu putih sebesar Rp.2.845.729/bulan dan tahu goreng Rp.20.254.271/bulan.

Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Biaya *overhead* pabrik dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya *overhead* pabrik tetap dan biaya *overhead* pabrik variabel. Biaya yang termasuk biaya *overhead* pabrik tetap adalah biaya penyusutan alat, penyusutan sarana dan prasarana serta perawatan angkutan. Berikut perhitungan biaya *overhead* pabrik tetap pada Tabel 5:

Tabel 5. Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

No	Jenis BOP Tetap	Tahu Putih (Rp/Bln)	Tahu Goreng (Rp/Bln)	Total (Rp/Bln)
1	Penyusutan Alat	8.772	66.483	75.256
2	Penyusutan Pabrik dan Angkutan	61.857	449.361	511.218
3	Perawatan Angkutan	605	4.395	5000
Jumlah		75.356	536.445	591.473

Sumber: Diolah dari Data Primer

Total biaya penyusutan sebesar Rp591.473/bulan dimana alokasi untuk tahu putih yaitu Rp.75.356/bulan dan tahu goreng Rp.536.445/bulan. Selain biaya *overhead* tetap terdapat pula biaya *overhead* pabrik variabel, dimana besaran biayanya dipengaruhi oleh kuantitas produksi yaitu biaya pemakaian listrik, minyak goreng, dan bahan bakar. Berikut adalah Tabel 6 biaya *overhead* pabrik variabel :

Tabel 6. Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

No	Jenis BOP Variabel	Tahu Putih (Rp/Bln)	Tahu Goreng (Rp/Bln)	Total (Rp/Bln)
1	Minyak Goreng	0	14.520.000	14.520.000
2	Biaya Listrik	6.110	44.390	50.500
3	Biaya Bahan Bakar	480.606	3.492.144	3.972.750
Jumlah		486.716	18.056.534	18.543.250

Sumber: Diolah dari Data Primer

Total biaya *overhead* pabrik variabel adalah Rp.18.543.250/bulan, dimana biaya untuk tahu putih adalah Rp.486.716/bulan dan biaya tahu goreng adalah Rp.18.056.534/bulan. Terdapat biaya yang hanya dibebankan pada tahu goreng yaitu biaya minyak goreng.

Harga Pokok Produksi

Laba yang diperoleh dari Industri Tahu XYZ diperoleh dari analisis perhitungan laporan rugi-laba, namun terlebih dahulu harus menghitung laporan harga pokok produksi. Berikut adalah Tabel 7 perhitungan harga pokok produksi :

Tabel 7. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi				
Uraian	Notasi	Tahu Putih	Tahu Goreng	Total
Pemakaian Bahan Baku				
Persediaan Awal Bahan Baku	1	1	0	0
Pembelian Bahan Baku	2	2	11.607.267	83.222.733
Bahan Baku Tersedia	3 = 1+2	3 = 1+2	11.607.267	83.222.733
Persediaan Akhir	4	4	0	0
Pemakaian Bahan Baku Langsung	5 = 3-4	5 = 3-4	11.607.267	83.222.733
Upah Tenaga Kerja Langsung	6	6	2.845.729	20.254.271
Biaya Overhead Variabel				
Biaya Pemakaian Listrik	7	6.110	44390	50.500
Biaya Minyak Goreng	8	0	14.520.000	0
Biaya Bahan Bakar	9	480.606	3.492.144	3.920.750
Harga Pokok Produksi	10 = 5+6+7+8+9	14.939.712	122.533.538	137.473.250
Total Output	11	577	4184	4761
Harga Pokok Produksi (Cetak)	12 = 10/11	25.892	29.286	55.178

Sumber: Diolah dari data Primer

Harga pokok produksi pembuatan tahu pada tanggal 1 April – 30 April 2018 dalam penelitian ini adalah Rp.14.939.712/bulan untuk tahu putih dan Rp.122.533.538/bulan. Komponen biaya terbesar ialah pembelian bahan baku karena menggunakan 12.950 Kg kedelai untuk proses produksi selama satu bulan. Harga pokok produksi untuk setiap cetak tahu putih adalah sebesar Rp.25.892 yang didapat dari total harga pokok tahu putih dan dibagi dengan total penjualan tahu putih sebanyak 577 cetak sedangkan untuk tahu goreng adalah sebesar Rp.29.286 Per cetak. Meskipun harga pokok untuk tahu goreng lebih tinggi dari harga pokok tahu putih namun keuntungan dari tahu goreng jauh lebih besar dari tahu putih sehingga pengusaha tetap memproduksi tahu goreng dengan jumlah yang lebih besar.

Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan didapatkan dari penjumlahan persediaan barang jadi awal dengan harga pokok produksi kemudian dikurangkan dengan persediaan barang jadi akhir. Berikut adalah perhitungan harga pokok penjualan pada Usaha Pembuatan Tahu XYZ :

Tabel 8. Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan				
Uraian	Notasi	Tahu Putih	Tahu Goreng	Total
Persediaan Barang Jad Awal	1	0	2.625.000	2.625.000
Harga Pokok Produksi	2	14.939.712	122.533.538	140.098.250
Persediaan Barang Untul Dijual	3 = 1+2	14.939.712	122.533.538	140.098.250
Persediaan Barang Jad Diakhir	4	0	875.000	875.000
Harga Pokok Penjualan	5 = 3-4	14.939.712	124.283.538	139.223.250
		12	8	

Sumber: Diolah dari data Primer

Berdasarkan Tabel 8 total harga pokok penjualan yaitu Rp.139.223.217/bulan. Harga pokok penjualan tahu putih sama dengan harga pokok produksinya karena pada tahu putih tidak terdapat persediaan barang jadi awal dan persediaan barang jadi akhir.

Pendapatan

Untuk mendapatkan laba bersih dari usaha pembuatan tahu ini dilakukan analisis laporan rugi-laba, dimana laba sendiri diperoleh dari pengurangan pendapatan dari penjualan produk dengan biaya-biaya produksi. Penjualan tahu putih adalah sebesar Rp.24.234.000 yang didapat dari penjualan tahu sebanyak 577 cetak dengan harga jual Rp.42.000 per cetaknya. Sedangkan penjualan tahu goreng adalah Rp.150.307.000 dengan penjualan tahu sebanyak 4.295 Cetak dan harga jual Rp.35.000. Hasil perhitungan rugi laba pada Usaha Pembuatan Tahu XYZ dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut:

Tabel 9. Laporan Rugi-Laba

Uraian	Notasi	Nilai (Rp)		
		Tahu Putih	Tahu Goreng	Total
Penjualan Produk	1	24.234.000	150.307.500	174.541.500
Biaya Variabel		0	0	
Harga Pokok Penjualan	2	14.939.712	124.283.538	139.223.250
Biaya Adm dan Penjualan Variabel	3	439.555	3.255.445	3.695.000
Margin Kontribusi	4 = 1-2-3	8.854.733	22.768.517	31.623.250
Biaya Tetap				
Biaya Overhead Pabrik Tetap	6	75.356	178.815	254.171
Biaya Adm dan Penjualan Tetap	7	0	0	0
Laba Bersih Sebelum Pajak	8 = 4-6-7	8.779.377	22.589.702	31.369.079

Pendapatan Lain-Lain (Ampas Tahu)	9	605.000	4.235.000	4.840.000
Biaya Pajak	10	0	0	
Laba bersih	11=	9384.37	26.824.70	
Setelah Pajak	8+9-10	7	2	36.209.079

Sumber: Diolah dari data Primer

Berdasarkan Tabel 9, keuntungan yang diperoleh Rp.36.209.079/bulan. Laba yang diperoleh dari tahu putih adalah Rp.9.384.702/bulan, sedangkan tahu goreng yaitu Rp.26.842.702. Laba ini kemudian dapat dialokasikan oleh pemilik usaha untuk keberlanjutan usaha, pemenuhan kebutuhan dan tabungan. Sebagaimana penelitian Wiyono dan Baksh (2015) hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh industri rumah tangga "WAJIANTO" dalam memproduksi tahu selama Bulan Agustus Tahun 2014 sebesar Rp. 28.000.000, pendapatan sebesar Rp. 10.414.786,6.

Analisis Break Event Point (BEP)

Analisis BEP berguna bagi unit usaha atau industri untuk mengetahui berapa dekat atau jauhnya penjualan dari titik impas, jika penjualan mendekati BEP segera menetapkan manajemen agar terhindar dari kerugian. Berikut perhitungan BEP pada Industri Tahu XYZ :

Tabel 10. Perhitungan Break Event Point (BEP)

Uraian	Notasi	Analisis Titik Impas	
		Tahu Putih	Tahu Goreng
Penjualan (Rp)	N	24.234.000	150.307.500
Biaya Variabel (Rp)	1	16.109.806	127.006.444
Biaya Tetap (Rp)	2	75.326	536.445
Produksi (Cetak)	3	577	4.295
Margin Kontribusi (Rp)	4 = N-1	8.124.194	23.301.056
Margin Kontribusi (Cetak)	5 = 4/3	14.080	5.425
Ratio Margin Kontribusi (%)	6 = 4/N	0,34	0,16
Titik Impas (Cetak)	7 = 2/5	5,4	99
Titik Impas (Rp)	8 = 2/6	224.693	3.460.431

Sumber: Diolah dari Data Primer

Berdasarkan Tabel 10 usaha tidak mendapatkan laba maupun rugi (impas) pada saat penjualan adalah sebanyak 5,4 Cetak tahu putih dan 99 cetak tahu goreng dengan nilai penjualan sebesar Rp.224.693 tahu putih serta Rp.3.460.431 tahu goreng. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurmasyitah dan Zuriani (2017) BEP produksi sebesar 15.796 papan, maksudnya bahwa minimal jumlah produksi impas yang harus dihasilkan dalam setahun adalah 15.796 papan.

Analisis *break even point (BEP)* bermanfaat untuk mengetahui posisi penjualan dari titik impas usaha. Jika penjualan mendekati impas maka usaha harus segera menerapkan manajemen usahanya untuk menghindari kerugian. Selain itu dengan mengetahui BEP maka usaha dapat menetapkan harga jual yang sesuai dan seberapa besar volume penjualan yang seharusnya dicapai untuk mendapatkan laba yang maksimal.

Analisis Rentabilitas Usaha

Hasil pengukuran rentabilitas usaha dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen, menentukan keberhasilan target untuk periode atau beberapa periode. Untuk mengukur tingkat keuntungan usaha ini dengan menggunakan ROI dan ROE. Berikut adalah perhitungan rentabilitas usaha pada Industri Tahu Pak Nandang :

Tabel 11. Perhitungan Rentabilitas Usaha

Analisis Rentabilitas Usaha	Notasi	Nilai
Laba Bersih	1	36.206.079
Pajak Usaha	2	0
Modal	3	144.240.000
Total Aktiva	4	151.270.000
Return On Investment (ROI)	$5 = 1/4$	0,24
Return On Equity (ROE)	$6 = 1/3$	0,25

Sumber: Diolah dari Data Primer

Return On Investment (ROI)

Return On Investment (ROI) merupakan suatu analisis untuk melihat seberapa banyak keuntungan yang bisa diperoleh dari total investasi yang ditanamkan pada suatu usaha. ROI pada Industri Tahu XYZ adalah 0,24. Artinya pemilik usaha mendapatkan 24 % keuntungan dari seluruh modal yang dikeluarkan pada bulan April 2019. Berdasarkan kriteria rentabilitas usaha Munawir (2010) termasuk dalam kategori sangat menguntungkan.

Dari perhitungan ROI pada penelitian Asnidar dan Asrida (2017) mendapatkan nilai ROI yang diperoleh adalah sebesar 42,3 %. Persentase tersebut menunjukkan bahwa usaha tersebut hanya memperoleh 42,3 % keuntungan dari besarnya modal yang dikeluarkan selama satu bulan. Angka tersebut menunjukkan bahwa usaha ini mendapat keuntungan Rp 42,3 dalam setiap Rp. 100 biaya yang diinvestasikan.

Return On Equity (ROE)

Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini berarti posisi keuangan pemilik industri ini semakin kuat. ROI pada Industri Tahu XYZ adalah 0,25. Artinya pemilik usaha mendapatkan 25 % keuntungan dari seluruh modal yang dikeluarkan pada bulan April 2019. Berdasarkan kriteria rentabilitas usaha Munawir (2010) termasuk dalam kategori sangat menguntungkan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kadar *et al* (2015) ROE pada Bulan Februari sebesar 10,87%. Setiap penambahan modal sebesar Rp 100 akan menghasilkan penambahan keuntungan sebesar Rp 10,87. Hal serupa sejalan dengan penelitian Langkay *et al* (2018) ROE (Return On Equity) tahun 2017 sebesar 22% dan tahun 2016 sebesar 26%. ROA (Return On total Asset) tahun 2016 sebesar 26% dan 2017 sebesar 22%. Keduanya berada di bawah standar industri yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan kurang baik.

Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran

Saluran Pemasaran Tahu Putih

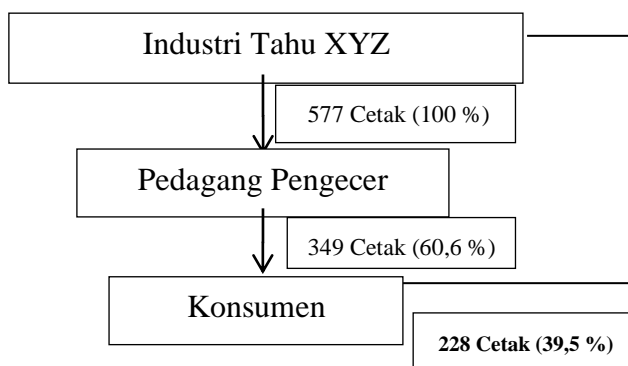
Jarak antara produsen yang menghasilkan barang dan jasa seringkali berjauhan dengan konsumen. Kehadiran lembaga pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang atau jasa tersebut dari titik produksi ke titik konsumsi. Terdapat dua jenis saluran pemasaran dalam usaha pembuatan tahu ini antara lain :

1. Produsen → Konsumen

Industri Tahu XYZ menjual tahu kepada konsumen yaitu pedagang yang biasa berjualan makanan olahan dari tahu seperti batagor, siomay dan bakso tahu. Para pedagang membeli tahu dari XYZ untuk dijadikan makanan olahan. Pada saluran ini tidak dilakukan penelitian lebih lanjut.

2. Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran pemasaran kedua merupakan saluran yang terpenajang dari kedua jenis saluran ini, dimana pada saluran ini produsen tahu menjual tahu kepada pedagang pengecer yang ada di pasar kemudian pedagang tersebut menjual tahunya kepada pedagang pengecer rumah dan kepada konsumen. Konsumen sendiri terdiri dari rumah tangga dan pedagang makanan olahan dari tahu, terutama tahu goreng. Berikut adalah bagan yang menggambarkan distribusi tahu putih pada setiap saluran pemasaran :



Keterangan :

→ : dianalisis

—: tidak dianalisis

Gambar 5.3. Distribusi Saluran Pemasaran Tahu Putih

Berdasarkan Gambar 5.3 dapat disimpulkan bahwa penjualan tahu putih yang hampir mendekati 70% disalurkan kepada pedagang pengecer dan sisanya kepada pedagang makanan. Hal serupa pada penelitian Narmin dan Antara (2011) lembaga pemasaran yang terlibat di industri Tahu "Afifah" dalam menyalurkan produknya ke konsumen terdiri atas pedagang pengecer.

Saluran Pemasaran Tahu Goreng

Saluran pemasaran tahu goreng tidak jauh berbeda dengan saluran pemasaran tahu putih, hanya saja berbeda dari segi persentase penjualannya. Tahu goreng dan

tahu putih memiliki dua saluran yang sama. Berikut adalah uraian penjelasan mengenai saluran pemasaran tahu goreng.

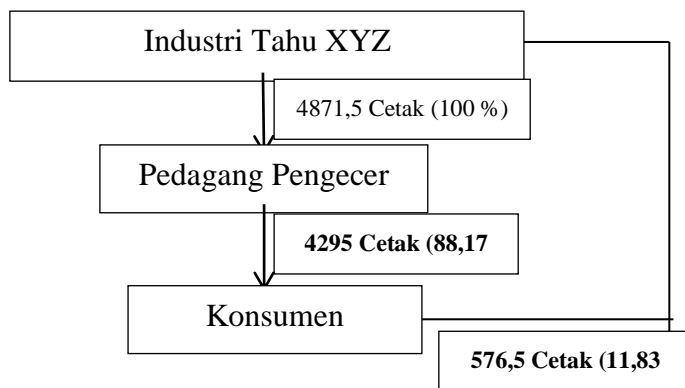
1. Produsen → Konsumen

Industri Tahu XYZ menjual tahu kepada pedagang pengecer yaitu pedagang yang biasa berjualan makanan olahan dari tahu seperti batagor, siomay dan bakso tahu.

2. Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran pemasaran ketiga merupakan saluran yang terpenajang dari ketiga jenis saluran ini, dimana pada saluran ini produsen tahu menjual tahu kepada pedagang pengecer yang ada di pasar kemudian pedagang tersebut menjual tahunya kepada pedagang pengecer rumahan dan kepada konsumen.

Berikut adalah bagan yang menggambarkan distribusi tahu putih :



Keterangan :

→ : dianalisis

— : tidak dianalisis

Gambar 5. Distribusi Saluran Pemasaran Tahu Goreng

Pada tahu goreng persentase penjualan terbesar adalah saluran II, sama seperti pada tahu putih, dikarenakan konsumen banyak membeli tahu secara langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar. Dalam saluran pemasaran menurut Manap (2016) lembaga pemasaran pedagang pengecer memiliki keuntungan tersendiri dimana modal yang dikeluarkan lebih kecil dengan rentabilitas besar dan lebih dekat kepada konsumen.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran didefinisikan dengan dua cara, yang pertama, margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima produsen. Kedua, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat dari permintaan dan penawaran dari jasa pemasaran. Pada analisis pemasaran yang menggunakan konsep margin pemasaran yang sering dipandang dari sisi harga. Dengan menganggap bahwa proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktifitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran di antara lembaga-lembaga pemasaran yang terlihat. Berikut perhitungan margin pemasaran pada Industri Tahu XYZ :

Tabel 12. Perhitungan Margin Pemasaran Tahu Putih

Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Cetak)	Harga Beli (Rp/Cetak)	Margin (Rp/Cetak)	Biaya (Rp/Cetak)	Keuntungan (Rp/Cetak)
- Produsen	42.000	-			
- Pedagang	48.400	42.000	6.400	260	6.140
- Pengecer	-	-	-	-	-
- Konsumen					

Sumber: Diolah dari Data Primer

Berdasarkan Tabel 12 margin pemasaran tahu terbesar yang dimiliki oleh pedagang pengecer begitupun dengan keuntungan pemasarannya. Besarnya margin pemasaran tahu goreng dapat dilihat pada Tabel 13 berikut :

Tabel 13. Perhitungan Margin Pemasaran Tahu Goreng

Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Cetak)	Harga Beli (Rp/Cetak)	Margin (Rp/Cetak)	Biaya (Rp/Cetak)	Keuntungan (Rp/Cetak)
- Produsen	35.000	-	-	-	-
- Pedagang	43.200	35.000	8.200	2.066	6.134
- Pengecer	-	35.000			
- Konsumen					

Sumber: Diolah dari Data Primer

Total margin pemasaran tahu putih adalah Rp.6.400 sedangkan tahu goreng Rp.8.200. Hal ini sejalan dengan penelitian Mahdalena dan Yannur (2018) dimana margin pemasaran berbeda di tiap tingkat pada saluran pemasaran. Saluran I = 3000, saluran II = 2000, Saluran III = 0. Keuntungan pemasaran didapatkan dengan penentuan harga jual dan meningkatkan volume penjualan. Sedangkan pada penelitian Narmin dan Antara (2013) margin pemasaran tahu yang diperoleh untuk saluran pertama, yaitu Rp. 33.000 dan margin pemasaran kedua tidak ada karena produsen menjual langsung ke konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis usaha dan pemasaran tahu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pendapatan Home Industri Tahu XYZ yaitu sebesar Rp.36.209.079/bulan
2. Titik impas Industri Tahu XYZ untuk tahu putih adalah 5,3 Cetak dan penjualan Rp.224.693, sedangkan tahu goreng yaitu 99 Cetak dengan penjualan Rp.3.460.431.
3. Rentabilitas Home Industri Tahu XYZ terdiri dari ROI,24 dan ROE 0,25
4. Terdapat dua saluran pemasaran tahu putih dan tahu goreng yaitu :
I) Produsen → Konsumen
II) Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen
sedangkan total margin pemasaran yaitu Rp.6.400 untuk tahu putih dan Rp.8.200 untuk tahu goreng.

Saran

Untuk meningkatkan pendapatan disarankan pada Home Industri Tahu XYZ dalam pengelolaan biaya-biaya yang dikeluarkan lebih efisien seperti mengoptimalkan biaya-biaya operasional dari usaha dan membuat pembukuan tentang rincian biaya dan penjualan sehingga kemampuan usaha untuk meningkatkan profitabilitasnya akan lebih baik pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Asnidar dan Asrida. 2017. Analisis Kelayakan Usaha Home Industry Kerupuk Opak Di Desa Paloh Meunasah Dayah Kecamatan Muara Satu Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal S. Pertanian*. 1 (1) : 39 – 47.
- Garrison, R., H., Noreen, E.,W. dan Brewer, P.,C. 2013. *Akuntansi Manajerial*. Salemba Empat. Jakarta.
- Goenawan, Susantolie, A. dan Fiscal, Y. 2011. Pengaruh Metode Penelitian Persediaan Terhadap Penentuan Harga Pokok Penjualan (Study kasus pada PT. Dirgantara Pancapersada di Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 2 (1) : 165-176.
- Kadar, D., Antara, M. dan Muis, A. 2017. Analisis Profitabilitas Usaha Tahu Pada Industri Tahu Afifah Di Kota Palu. *e-J. Agrotekbis*. 5 (2) : 238 - 242.
- Lamusa, Arifuddin dan Nurlina. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Pada Industri Tahu"Vivi"Di Kota Palu. *e-J. Agrotekbis*. 6 (2) : 217 – 224.
- Langkay, Mentari. 2018. Kinerja Keuangan Usaha Tahu UD Suyatmo di Kelurahan Kleak Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*. 14 (3) : 223 – 230.
- Mahardika, S.,C. 2018. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Tahu Di Kecamatan Weleri. Seminar Nasional Keindonesiaan Iii Tahun 2018. Semarang : 2-3 Oktober 2018. Hal. 381-388.
- Mahdalena, Zulipah dan Yannur, Fadli. 2018. Analisis Pola Saluran Pemasaran Usaha Tempe Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Guntung Paikat Kota Banjarbaru. *Al Ulum Sains dan Teknologi*. 4 (1) : 34-38.
- Munawir, S. 2010. *Analisis laporan Keuangan. Edisi keempat. Cetakan Kelimabelas*. Liberty. Yogyakarta.
- Narmin dan Antara, Made. 2016. Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Tahu Pada Industri "Afifah" Di Kota Palu Sulawesi Tengah. *e-J. Agrotekbis*. 4 (4) : 468-478.
- Pabbo, Baharuddin. 2016. Analisis Margin Pemasaran Sapi Bali Pada Kelompok Tani Ramah Lingkungan Di Desa Galung Kecamatan Barru Kabupaten Barru. *Jurnal Galung Tropika*. 5 (2) : 130 – 142.
- Putra, Saka. 2017. Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Dan Bolu (Dengan Menggunakan Struktural Conduct Performance/SCP). *JOM Fekon*. 4 (1) : 558-569.
- Saputra, Dimas. 2018. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Usaha Pembuatan Tahu Pak Darno Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. 6 (4): 1427-1441.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama. Bandung.

- Syamsuddin, Lukman. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengembaian Keputusan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Testiana, Roznaliza. 2014. Analisis Titik Impas Dan Nilai Tambah Kedelai Dalam Usaha Pembuatan Tempe Di Kelurahan Talang Jawa Kelurahan Talang Jawa Kabupaten Ogan Komering Ulu . *Societa*. 3 (2) : 108 – 112.
- Widilestariningtyas, Ony, Anggadini, S., D. dan Firdaus, D., W. 2012. *Akuntansi Biaya. Edisi pertama*. Graha Ilmu. Yogyakarta.