

ANALISIS NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN JAJAN TEMERODOK DI KECAMATAN SAKRA KABUPATEN LOMBOK TIMUR

ANALYSIS OF ADDED VALUE AND MARKETING OF TEMERODOK SNACK IN SAKRA DISTRICT EAST LOMBOK REGENCY

Candra Yuli Apriliana^{1*}, Dwi Praptomo Sudjtmiko², Sri Maryati²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: chandrayuliya21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur, menganalisis saluran dan efisiensi pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur, mengidentifikasi masalah agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan penentuan daerah sampel secara *purposive sampling*. Penentuan pengambilan responden dilakukan secara *sensus* dan penentuan responden pelaku pasar menggunakan *snowball sampling*. Data yang digunakan adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis biaya produksi, analisis nilai tambah, analisis saluran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan tepung ketan menjadi jajan temerodok adalah sebesar Rp.23.840,13/Kg bahan baku dengan rasio nilai tambah sebesar 32,32%. Saluran pemasaran produk jajan temerodok di Kecamatan Sakra menggunakan dua saluran yaitu saluran I : Produsen – Konsumen Akhir dan saluran II : Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir dengan jumlah penjualan dari produsen ke konsumen akhir sebanyak 325 Kg dengan harga jual sebesar Rp.60.000,00/Kg dan dari pedagang pengecer ke konsumen akhir sebanyak 136 Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp.21.538,46/Kg, sehingga saluran pemasaran I lebih efisien. Pemasaran produk jajan temerodok di Kecamatan Sakra sudah adil dan efisien dari perhitungan *share* produsen yaitu >60% dan distribusi keuntungan >0,5. Masalah utama yang dihadapi oleh produsen adalah harga input lain (minyak, telur dan gula) fluktuatif, kurangnya modal usaha dan tidak memanfaatkan media sosial, sedangkan masalah yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah tidak memanfaatkan media sosial dan kurangnya modal usaha.

Kata Kunci: Nilai Tambah, Jajan Temerodok, Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to analyze the added value of the temerodok snack agro-industry in Sakra District, East Lombok Regency, analyze the channel and marketing efficiency of the temerodok snack in Sakra District, East Lombok Regency, identify the problems agro-industry in Sakra District, East Lombok Regency. The method used is descriptive method by determining the sample area by purposive sampling. Respondents were determined by census and market participants were determined using snowball sampling. The data used are quantitative data and qualitative data. Data analysis used is production cost analysis, added value analysis, channel analysis and marketing efficiency. The results showed that the added value generated from the processing of glutinous rice flour into temerodok snacks is Rp.23.840,13/Kg of raw material with an added value ratio of 32,32%. The marketing channel for temerodok snacks in Sakra District uses two channels, namely channel I: Producer - Final Consumer and channel II: Producer - Retailer - Final Consumer with a sales amount from producer to final consumer of 325 Kg with a selling price of Rp.60.000,00/Kg and from retailers to final consumers as much as 136 Kg with a marketing margin of Rp.21.538,46/Kg, so that marketing channel I is more efficient. The marketing of temerodok snack products in Sakra District is fair and efficient from the calculation of the producer's share namely >60% and profit distribution >0.5. The main problems faced by the producers of the temerodok agro-industry are fluctuating prices for other inputs (oil, eggs and sugar), lack of business capital and not utilizing social media, while the problems faced by market players are not utilizing social media and a lack of business capital.

Keywords: Added Value, Temerodok Snacks, Marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan produksi pangan dan bahan baku industri dalam negeri serta bahan ekspor yang dihasilkan dari sektor pertanian memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan harga, persediaan bahan mentah, dan penyumbang devisa negara. Pembangunan industri sebagai bagian dari usaha pembangunan ekonomi yang diarahkan untuk menciptakan struktur ekonomi dengan titik berat industri maju didukung dengan pertanian yang tangguh (Aydraozi, 2019).

Sektor industri memberikan dampak pada penyerapan tenaga kerja maupun pendapatan sehingga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Setiap tahun sektor industri selalu tumbuh dan berkembang, selain itu industrialisasi berperan penting dalam peningkatan mutu sumber daya manusia dan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya lainnya secara optimal (Chairin, 2019).

Industrialisasi pertanian dapat dikembangkan melalui sektor agroindustri yang merupakan perpaduan sektor pertanian dan industri yang saling mendukung dalam kegiatan memperkuat perekonomian rakyat. Menurut Suparmin (2018), agroindustri adalah kegiatan pengolahan hasil-hasil pertanian untuk menghasilkan barang jadi atau bahan baku bagi industri lainnya.

Industri pertanian merupakan industri yang kegiatannya terkait dengan sektor pertanian. Keterkaitan tersebut menjadi salah satu ciri dari negara berkembang yang strukturnya mengalami transformasi dari ekonomi pertanian (*agriculture*) menuju industri pertanian (*agroindustry*). Wujud keterkaitan ini adalah sektor pertanian sebagai industri hulu yang memasok bahan baku dan sektor industri pertanian sebagai industri yang meningkatkan nilai tambah pada hasil pertanian menjadi produk yang kompetitif (Herdiyandi, 2016).

Kecamatan Sakra memiliki berbagai jenis industri kecil berskala rumah tangga dalam bidang pangan. Keberadaan industri kecil berskala rumah tangga di Kecamatan Sakra diharapkan mampu menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi lokal di wilayah tersebut terutama dalam rangka peningkatan kemampuan ekonomi masyarakat pedesaan. Kecamatan Sakra memiliki aneka agroindustri pengolahan makanan berbasis tepung ketan seperti apon-apon, jajan tarek dan temerodok dimana jajan temerodok dikenal sebagai jajan khas Kecamatan Sakra. Usaha olahan makanan tersebut pada umumnya berawal dari usaha keluarga turun temurun dan pada akhirnya meluas sehingga menjadi mata pencaharian dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Dalam rangka peningkatan kemampuan ekonomi masyarakat pedesaan, agroindustri temerodok masih dihadapkan pada berbagai masalah sehingga menyebabkan masih sulitnya untuk mengembangkan usaha dan bersaing dengan industri lain yang sudah berkembang. Masalah yang sering dihadapi produsen diantaranya harga bahan bahan penolong tidak stabil dan cakupan pemasaran yang masih sempit. Pemasaran memiliki peran penting pada sistem agribisnis yang berpengaruh pada pendapatan. Pemasaran menjadi salah satu kendala dalam memasarkan jajan temerodok karena cakupan pemasaran masih berpusat di wilayah Kecamatan Sakra. Selain itu, nilai tambah yang dihasilkan oleh jajan temerodok berbahan baku tepung ketan perlu untuk diketahui sehingga bisa membantu produsen untuk terus mengembangkan agroindustri berskala rumah tangga tersebut. Sampai saat ini belum pernah dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan oleh jajan temerodok, saluran pemasaran serta efisiensi pemasaran yang dilakukan oleh produsen serta pelaku pasar yang terlibat. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian tentang “Analisis Nilai Tambah

dan Pemasaran Usaha Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur”.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis nilai tambah usaha agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. (2) Menganalisis saluran dan efisiensi pemasaran usaha agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. (3) Mengidentifikasi masalah yang dihadapi pada usaha agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif*. Menurut Sujarweni (2015) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel baik satu atau lebih variabel yang sifatnya independen tanpa membuat perbandingan dengan variabel yang lain. Unit analisis dalam penelitian ini adalah agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur. Penentuan lokasi penelitian secara *purposive sampling* yaitu di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur dengan pertimbangan bahwa Kecamatan ini merupakan sentra agroindustri jajan temerodok. Penentuan pengambilan responden produsen secara *sensus* yaitu dengan mencatat seluruh responden yang berjumlah 31 produsen. Penentuan responden pelaku pasar menggunakan *snowball sampling*, yaitu dengan menelusuri pelaku pasar yang terlibat dalam saluran pemasaran agroindustri jajan temerodok dan ditemukan sebanyak 13 orang pedagang pengecer. Data dianalisis secara deskriptif dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Analisis Data

Analisis Nilai Tambah

Besarnya nilai tambah dari tepung ketan yang digunakan sebagai bahan baku jajan temerodok dapat dihitung dengan menggunakan metode analisis nilai tambah Hayami. Metode ini digunakan karena tidak hanya dapat mengetahui nilai tambah dari suatu produk namun juga dapat mengetahui tingkat produktivitas produksi, nilai output dan juga balas jasa (Febriyanti, *et al.*, 2017).

Tabel 1. Analisis Nilai Tambah Menggunakan Metode Hayami

No	Variabel	Formula
1	Output, Input dan Harga	
	a. Output (Kg/pp)	a
	b. Bahan Baku (Kg/pp)	B
	c. Tenaga Kerja (HKO/pp)	C
	d. Faktor Konversi (Kg/Kg BB)	$d = a / b$
	e. Koefisien Tenaga Kerja (HKO/kg BB)	$e = c / b$
	f. Harga Output Rata-Rata (Rp/kg)	F
	g. Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HKO)	G
2	Penerimaan dan Keuntungan	
	h. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	H
	i. Sumbangan Input Lain (Rp/kg BB)	i
	j. Nilai Output (Rp/kg BB)	$j = d \times f$
	k. Nilai Tambah (Rp/kg BB)	$k = j - i - h$
	l. Rasio Nilai Tambah (%)	$l = (k / j) \times 100\%$
	m. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/HKO)	$m = e \times g$
	n. Rasio Bagian Tenaga Kerja (%)	$n = (m / k) \times 100\%$

o. Keuntungan (Rp/kg BB)	$o = k - m$
p. Tingkat Keuntungan (%)	$p = (o / j) \times 100\%$
3. Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi	
q. Margin keuntungan (Rp/Kg)	$q = j - h$
r. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$r = (m / q) \times 100\%$
s. Sumbangan Input Lain (%)	$s = (i / q) \times 100\%$
t. Keuntungan Perusahaan (%)	$t = (o / q) \times 100\%$

Sumber: Hayami et.al., 1987

Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra dilakukan dengan menelusuri langsung pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran jajan temerodok. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Selain itu juga dihitung efisiensi pemasaran dengan indikator sebagai berikut:

a. Share Produsen

Menurut Ikhral (2018), *share* produsen dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Sp = bagian harga yang diterima produsen (%)

Pf = harga ditingkat produsen (Rp)

Pr = harga ditingkat konsumen akhir (Rp)

Kriteria keputusan:

Jika $Sp \geq 60\%$ artinya pemasaran adil/efisien

Jika $Sp < 60\%$ artinya pemasaran tidak adil/tidak efisien

b. Margin Pemasaran

Menurut Ikhral (2018), margin pemasaran secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = margin pemasaran

Pr = harga ditingkat konsumen (Rp)

Pf = harga ditingkat produsen (Rp)

c. Distribusi Keuntungan

Menurut Sulistyani (2016), distribusi keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DK = \frac{\frac{\pi}{C} \text{ terendah}}{\frac{\pi}{C} \text{ tertinggi}}$$

Keterangan:

DK = distribusi keuntungan

π = keuntungan pemasaran (Rp)

C = biaya pemasaran (Rp)

Kriteria keputusan :

Jika $DK > 0,5$ artinya pemasaran agroindustri jajan temerodok efisien/adil

Jika $DK < 0,5$ artinya pemasaran agroindustri jajan temerodok tidak efisien/tidak adil

2. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini cara untuk mengidentifikasi masalah agroindustri jajan temerodok yaitu dengan wawancara langsung kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur merupakan salah satu faktor penentu dalam menentukan keberhasilan usaha karena akan mempengaruhi kemampuan fisik dalam bekerja. Umur responden produsen paling banyak berada pada kisaran 35-49 tahun sebanyak 17 orang (54,84%) dan hanya 3 orang (9,68%) yang berada pada usia tidak produktif. Usia responden pedagang pengecer paling banyak berada pada kisaran 35-49 tahun dengan persentase 92,31%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia produktif, artinya baik secara fisik maupun mental mampu menghasilkan barang dan jasa serta mempunyai kesempatan dalam mengembangkan usahanya.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor dalam menentukan tingkat pengetahuan yang dimiliki dan dapat mempengaruhi motivasi pelaku usaha untuk berpikir lebih baik dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Tingkat pendidikan formal responden produsen paling banyak adalah tingkat pendidikan Tamat Sekolah Menengah Atas (TSMA) sebanyak 11 orang (35,48%) sedangkan responden pedagang pengecer paling banyak adalah pada tingkat pendidikan Tamat Sekolah Dasar (TSD) sebanyak 6 orang (46,15%).

Pengalaman berusaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lamanya waktu responden dalam menjalankan usahanya dari awal hingga saat ini. Pengalaman usaha produsen agroindustri jajan temerodok paling banyak berada pada kisaran 11-20 tahun sebanyak 14 orang (45,16%), sedangkan pengalaman usaha responden pedagang pengecer 100% berada pada kisaran 1-10 tahun sebanyak 13 orang.

Jumlah tanggungan keluarga yang dimaksud adalah jumlah anggota keluarga responden yang terdiri dari ayah, ibu dan anak yang belum menikah yang biayanya masih ditanggung oleh orang tuanya. Jumlah tanggungan produsen agroindustri jajan temerodok paling banyak berada pada kisaran 3-4 orang sebanyak 21 orang produsen (67,74%), sedangkan jumlah tanggungan keluarga responden pedagang pengecer paling banyak berada pada kisaran 3-4 orang sebanyak 8 orang pedagang pengecer (61,54%).

Perhitungan Biaya Produksi Agroindustri Jajan Temerodok

Biaya merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha dan sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya keuntungan yang diterima oleh suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, biaya yang difokuskan adalah biaya bahan baku, biaya input lain dan biaya tenaga kerja yang disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Produksi Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No	Jenis Biaya	Volume	Satuan	Harga (Rp/Satuan)	Nilai (Rp/PP)	Nilai (Rp/BB)
1	Biaya Produksi:					
	1. Bahan Baku	12,10	Kg	19.774,19	239.267,70	19.774,19
	Jumlah				239.267,70	19.774,19
	2. Input Lain					
	a. Telur	99,68	Butir	1.500,00	149.520,00	12.357,02
	b. Gula Pasir	4,32	Kg	10.500,00	45.360,00	3.748,76
	c. Minyak Goreng	4,52	Kg	16.500,00	74.580,00	6.163,64
	d. Morison	12,74	MI	92,90	1.183,55	97,81

e. Bungkus Mika	70,81	Biji	1.000,00	70.810,00	5.852,07
f. Gas Elpiji 3 Kg	1,10	Tabung	20.000,00	22.000,00	1.818,18
g. Biaya Penyusutan				1.309,25	108,20
Jumlah				364.762,79	30.145,68
2 Tenaga Kerja				128.225,00	10.597,11
Jumlah				128.225,00	10.597,11
Total Biaya Produksi				732.255,49	60.516,98

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Biaya Bahan Baku dan Input Lain

Kebutuhan bahan baku dan input lain di daerah penelitian cukup mudah untuk didapatkan. Produsen membeli bahan baku dan input lain di pasar dan toko grosir di sekitar daerah penelitian. Berdasarkan Tabel 2, rata-rata biaya bahan baku yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp.239.267,70/PP atau sebesar Rp.19.774,19/BB, sedangkan rata-rata biaya input lain yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi sebesar Rp.364.762,79/PP atau sebesar Rp.30.145,68/BB.

Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang digunakan oleh produsen jajan temerodok adalah tenaga kerja dalam dan luar keluarga. Berdasarkan Tabel 2, rata-rata biaya tenaga kerja yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp.128.225,00/PP atau Rp.10.597,11/BB. Untuk rata-rata jumlah HKO yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Rata-Rata Biaya Tenaga Kerja Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No	Kegiatan	HKO	Nilai Upah (Rp/PP)	Nilai Upah (Rp/HKO)
1	Pembuatan Adonan dan Bentuk Jajan	2,75	96.935	35.249
2	Penggorengan	1,08	31.290	28.973
	Total	3,83	128.225	33.479

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2023

Keterangan: HKO (Hari Kerja Orang), 1 hari kerja, 7 jam per hari

Tabel 3 menunjukkan rata-rata kontribusi tenaga kerja pada pengolahan jajan temerodok sebesar 3,83 HKO artinya untuk pengerjaan satu hari sebanyak 12,10 Kg membutuhkan 3 sampai 4 orang tenaga kerja dengan nilai upah sebesar Rp.128.225/PP atau Rp.33.479/HKO.

Biaya Penyusutan Alat

Biaya penyusutan adalah biaya yang tidak berubah-ubah meskipun ada perubahan yang terjadi pada volume produksi atau penjualan. Rata-rata biaya penyusutan alat disajikan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Rata-Rata Biaya Penyusutan Alat Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No	Jenis Alat	Volume (Buah)	Harga (Rp/Buah)	Nilai Awal (Rp)	Penyusutan (Rp/Thn)	Penyusutan (Rp/PP*)
1	Kompas gas	1	438.710	438.710	78.495	311,49

2	Wajan	1	113.226	113.226	33.129	131,46
3	Saringan	1	25.000	25.000	11,559	45,87
4	Toples	1	50.000	50.000	69.355	275,22
5	Baskom	1	27.419	27.419	35.484	140,81
6	Sutil	2	19.355	38.710	17.823	70,72
7	Tabung gas	1	160.000	160.000	32.000	126,98
8	Bakul	3	14.403	43.210	45.419	180,24
9	Staples	1	20.000	20.000	6.667	26,46
Jumlah		12			329.930	1.309,25

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2023

*proses produksi = 252 kali/tahun

Berdasarkan Tabel 4, rata-rata biaya penyusutan alat terbesar yaitu pada alat kompor gas dengan nilai penyusutan sebesar Rp.311,49/PP atau Rp.78.495/Tahun dan nilai penyusutan terkecil pada alat staples dengan nilai penyusutan sebesar Rp.26,46/PP atau Rp.6.667/Tahun. Besar kecilnya nilai penyusutan dipengaruhi oleh nilai beli dan umur pakai. Jika nilai belinya tinggi sedangkan umur pakainya rendah maka nilai penyusutannya akan tinggi.

Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Jajan Temerodok

Penerimaan merupakan hasil kali antara produksi dengan harga jual produk. Produksi yang dimaksud adalah rata-rata jumlah produk jajan temerodok yang dihasilkan dan dinyatakan dalam satuan (Kg). Keuntungan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya. Rata-rata penerimaan dan keuntungan produsen disajikan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Rata-Rata Penerimaan dan Keuntungan Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No.	Uraian	Nilai Produksi	
		Per Proses Produksi	Per Bahan Baku
1	Produksi (Kg)	14,87	1,23
2	Harga (Rp/Kg)	60.000,00	60.000,00
3	Penerimaan (Rp)	892.200,00	73.760,00
4	Total Biaya Produksi (Rp)	732.255,49	60.516,98
5	Keuntungan (Rp)	159.944,51	13.346,79

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan rata-rata jumlah produksi agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra sebesar 14,87 Kg/PP dengan harga rata-rata sebesar Rp.60.000/Kg, sehingga rata-rata penerimaan yang diperoleh sebesar Rp.892.200,00/PP. Selanjutnya dari selisih antara penerimaan dikurangi total biaya produksi diperoleh rata-rata keuntungan agroindustri jajan temerodok sebesar Rp.159.944,51/PP.

Keuntungan agroindustri jajan temerodok pada penelitian ini masih lebih tinggi dibandingkan dengan hasil penelitian Sastrialiana (2018) dengan keuntungan sebesar Rp.153.678/PP. Namun keuntungan pada penelitian ini lebih rendah dibandingkan dengan penelitian Samsani (2020) dengan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.229.964,55/PP dan penelitian Wulandari (2021) dengan keuntungan usaha jajan bunga sebesar Rp.357.882/PP, usaha cakar ayam sebesar Rp.407.500/PP dan usaha rengginang sebesar Rp.226.592/PP.

Analisis Nilai Tambah Agroindustri Jajan Temerodok

Analisis nilai tambah bertujuan untuk menguraikan proses produksi menurut sumbangan masing-masing faktor produksi serta untuk mengetahui distribusi nilai

tambah terhadap tenaga kerja langsung dan pengusaha. Besarnya nilai tambah yang diperoleh akibat dari penggunaan sejumlah biaya dalam proses pengolahan tepung ketan menjadi jajan temerodok di Kecamatan Sakra dapat dilihat setelah dianalisis menggunakan “Metode Hayami”. Rincian analisis nilai tambah pada agroindustri jajan temerodok dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No	Variabel	Formula	Nilai
1	Output, Input dan Harga		
	a. Output (Kg/PP)	a	14,87
	b. Bahan Baku (Kg/PP)	b	12,10
	c. Tenaga Kerja (HKO/PP)	c	3,83
	d. Faktor Konversi (Kg/Kg BB)	$d = a / b$	1,23
	e. Koefisien Tenaga Kerja (HKO/Kg BB)	$e = c / b$	0,32
	f. Harga Output Rata-rata (Rp/Kg)	f	60.000,00
	g. Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HKO)	g	33.479,11
2	Penerimaan dan Keuntungan		
	h. Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	h	19.774,19
	i. Sumbangan Input Lain (Rp/Kg BB)	i	30.145,68
	j. Nilai Produksi (Rp/Kg BB)	$j = d \times f$	73.760,00
	k. Nilai Tambah (Rp/Kg BB)	$k = j - i - h$	23.840,13
	l. Rasio Nilai Tambah (%)	$l = (k / j) \times 100\%$	32,32
	m. Imbalan Tenaga Kerja (Rp/HKO)	$m = e \times g$	10.599,93
	n. Rasio Bagian Tenaga Kerja (%)	$n = (m / k) \times 100\%$	44,46
	o. Keuntungan (Rp/Kg BB)	$o = k - m$	13.240,19
	p. Tingkat Keuntungan (%)	$p = (o / j) \times 100\%$	17,95
3	Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi		
	q. Margin Keuntungan (Rp/Kg)	$q = j - h$	53.985,81
	r. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$r = (m / q) \times 100\%$	19,63
	s. Sumbangan Input Lain (%)	$s = (i / q) \times 100\%$	55,84
	t. Keuntungan Perusahaan (%)	$t = (o / q) \times 100\%$	24,53

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 6 hasil produksi (output) untuk satu kali proses produksi sebesar 14,87 Kg dari penggunaan bahan baku sebesar 12,10 Kg. Bahan baku yang digunakan adalah tepung ketan yang diukur dalam satuan Kg. Rata-rata nilai faktor konversi adalah sebesar 1,23 Kg. Nilai faktor konversi menunjukkan bahwa setiap 1 Kg bahan baku mampu menghasilkan 1,23 Kg jajan temerodok. Rata-rata nilai koefisien tenaga kerja sebesar 0,32 menunjukkan bahwa untuk mengolah 12,10 Kg tepung ketan diperlukan

tenaga kerja langsung sebanyak 3,83 HKO. Rata-rata harga jual jajan temerodok adalah sebesar Rp.60.000,00/Kg.

Nilai Produksi (Output)

Nilai produksi dalam metode hayami merupakan hasil kali antara faktor konversi dengan rata-rata harga output. Dari faktor konversi diketahui bahwa 1 Kg tepung ketan yang diolah akan menghasilkan sekitar 1,23 Kg jajan temerodok, dengan dianalisis menggunakan metode hayami diperoleh nilai produksi atau output sebesar Rp.73.760,00/Kg. Nilai produksi akan mempengaruhi nilai tambah, semakin besar nilai produksi maka nilai tambah pada agroindustri jajan temerodok akan semakin tinggi.

Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan selisih antara pengurangan nilai produksi, sumbangan input lain dan harga bahan baku. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa pengolahan tepung ketan menjadi jajan temerodok menghasilkan nilai tambah sebesar Rp.23.840,13/Kg bahan baku. Artinya dengan menggunakan 1 Kg bahan baku dengan harga Rp.19.774,19/Kg dengan biaya sumbangan input lain sebesar Rp.30.145,68/Kg bahan baku setelah diolah menghasilkan 1,23 Kg jajan temerodok dengan nilai produksi (output) sebesar Rp.73.760,00/Kg bahan baku dapat memberikan sumbangan nilai tambah sebesar Rp.23.840,13/Kg bahan baku, dengan rasio nilai tambah sebesar 32,32%. Artinya setiap kenaikan nilai produksi sebesar 100% akan memperoleh nilai tambah sebesar 32,32%. Menurut Nabilah (2015), jika besarnya rasio nilai tambah berkisar antara 15-40% maka nilai tambah yang dihasilkan berada pada kategori sedang.

Imbalan Tenaga Kerja

Berdasarkan penyerapan tenaga kerja, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha agroindustri jajan temerodok menggunakan tenaga kerja dalam dan luar keluarga dengan jumlah tenaga kerja yang terserap sebesar 3,83 HKO/PP. Penggunaan tenaga kerja pada setiap kegiatan harus diberikan imbalan, untuk mengetahui besarnya imbalan tenaga kerja yang diperoleh dihitung dengan mengalikan koefisien tenaga kerja sebesar 0,32 HKO dengan upah rata-rata tenaga kerja sebesar Rp.33.479,11/HKO. Dari hasil perkalian tersebut diperoleh imbalan tenaga kerja sebesar Rp.10.599,93/HKO, dengan rasio bagian tenaga kerja sebesar 44,46%. Artinya setiap 100% nilai tambah yang diperoleh membutuhkan imbalan tenaga kerja untuk rasio bagian tenaga kerja sebesar 44,46%.

Keuntungan

Besarnya keuntungan dari nilai tambah yang diperoleh oleh produsen sebesar Rp.13.240,19/Kg bahan baku dengan tingkat keuntungan yang diterima produsen sebesar 17,95% dari nilai produksi. Artinya setiap 100% output yang dihasilkan akan memberikan keuntungan sebesar 17,95%.

Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi

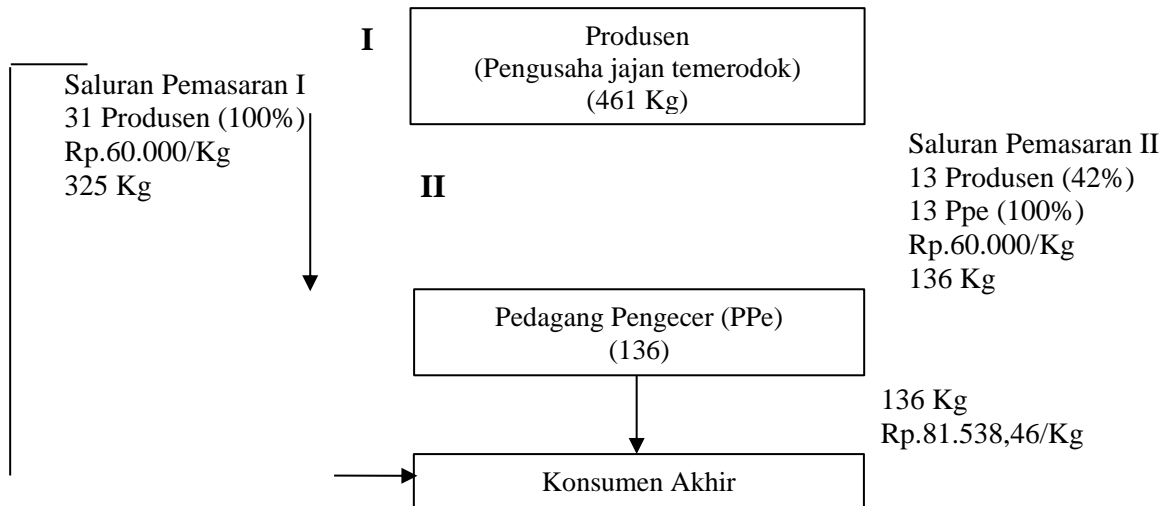
Berdasarkan hasil analisis antara nilai produksi dengan harga bahan baku diperoleh margin keuntungan sebesar Rp.53.985,81/PP sebagai balas jasa untuk pemilik faktor produksi. Balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja dalam bentuk pendapatan tenaga kerja sebesar 19,63% artinya setiap 100% keuntungan yang diperoleh membutuhkan pengeluaran sebesar 19,63% untuk diberikan kepada tenaga kerja. Sumbangan input lain sebesar 55,84% artinya setiap keuntungan 100% yang diperoleh membutuhkan pengeluaran sebesar 55,84% untuk diberikan pada input lain, sedangkan balas jasa yang diterima oleh produsen dalam bentuk keuntungan kegiatan produksi sebesar 24,53% artinya setiap 100% keuntungan yang dihasilkan membutuhkan pengeluaran sebesar 24,53% untuk diberikan kepada produsen.

Analisis Pemasaran Jajan Temerodok

Analisis pemasaran yang dibahas dalam penelitian ini adalah analisis saluran dan efisiensi pemasaran.

Saluran Pemasaran

Pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra melibatkan satu jenis lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Pedagang pengecer (PPe) adalah pedagang yang membeli produk jajan temerodok langsung dari produsen dan menjualnya ke konsumen akhir. Saluran pemasaran dari produsen sampai ke konsumen akhir disajikan pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Saluran Pemasaran Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra Tahun 2023

Berdasarkan Gambar 1, saluran pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra melalui dua saluran pemasaran yaitu:

Saluran I: Produsen → Konsumen Akhir

Saluran II: Produsen → PPe → Konsumen Akhir

Gambar 1 menunjukkan pada saluran pemasaran I sebanyak 31 produsen (100%) menjual langsung jajan temerodok ke konsumen akhir dengan harga jual Rp.60.000,00/Kg dan jumlah penjualan sebanyak 325 Kg. Kemudian pada saluran pemasaran II sebanyak 13 produsen (42%) menjual jajan temerodok kepada pedagang pengecer lalu dijual ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang terjadi melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Penjualan dilakukan dengan cara pedagang pengecer mendatangi produsen dan membeli jajan temerodok dengan jumlah penjualan sebanyak 136 Kg. Kemudian pedagang pengecer menjual jajan temerodok tersebut ke konsumen akhir dengan harga Rp.81.538,46/Kg. Saluran pemasaran ini melibatkan 13 orang produsen dan 13 orang pedagang pengecer.

Berdasarkan Gambar 1, dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dari saluran pemasaran II karena pada saluran pemasaran I produsen menjual jajan temerodok langsung ke konsumen akhir sehingga tidak terdapat biaya pemasaran serta jumlah penjualan pada saluran pemasaran I lebih besar dari saluran pemasaran II sehingga saluran pemasaran I lebih efisien.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2022) terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran I: produsen – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir. Saluran II: produsen – pedagang pengecer – konsumen akhir. Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran sebesar Rp.3.617/pack dan saluran

pemasaran II sebesar Rp.1.792/pack dua saluran pemasaran yaitu saluran I: produsen – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir. Saluran II: produsen – pedagang pengecer – konsumen akhir. Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran sebesar Rp. 3.617/pack dan saluran pemasaran II sebesar Rp. 1.792/pack.

Efisiensi Pemasaran

Menurut Efandary (2018) terdapat beberapa indikator efisiensi pemasaran yaitu margin pemasaran, *share* produsen dan distribusi keuntungan. Hasil analisis efisiensi pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur disajikan pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Margin Pemasaran, *Share* Produsen dan Distribusi Keuntungan Pemasaran Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra Tahun 2023

No.	Pedagang Perantara	Saluran Pemasaran	
		Saluran I (Rp/Kg)	Saluran II (Rp/Kg)
1	Produsen		
	a. Harga jual	60.000,00	60.000,00
2	Pedagang Pengecer		
	a. Harga beli		60.000,00
	b. Harga jual		81.538,46
	c. Biaya pemasaran		11.003,00
	d. Margin pemasaran (b-a)		21.538,46
	e. Keuntungan (b-a-c)		10.535,46
	f. Distribusi keuntungan (e/c)		0,96
3	Konsumen Akhir		
	Harga beli	60.000,00	81.538,46
	Total biaya pemasaran		11.003,00
	Total keuntungan pemasaran		10.535,46
	Total margin pemasaran		21.538,46
	Share produsen (%)	100,00	73,58
	Distribusi Keuntungan	1	0,96
4	Kriteria Efisiensi		
	Share produsen ($\geq 60\%$)	Efisien	Efisien
	DK = 1 ($> 0,5$)	Adil dan efisien	Adil dan Efisien

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Untuk mengetahui margin pemasaran jajan temerodok perlu diketahui harga jual dan harga beli pada lembaga pemasaran yang terlibat. Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I tidak memperoleh margin pemasaran karena produsen menjual langsung ke konsumen akhir, sedangkan pada saluran pemasaran II diperoleh margin pemasaran sebesar Rp.21.538,46/Kg sehingga saluran pemasaran I lebih efisien karena tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh produsen.

2. *Share* Produsen

Share produsen adalah bagian harga yang diterima produsen dari harga yang dibayar konsumen akhir dan dinyatakan dalam satuan persen (%). Berdasarkan Tabel 7, rantai pemasaran I dan II termasuk dalam kriteria efisien karena nilai *share* produsen

lebih besar dari 60% yaitu pada saluran pemasaran I sebesar 100% dan saluran pemasaran II sebesar 73,58% artinya bagian harga yang diterima produsen sudah dapat memberikan harga untung yang maksimal.

3. Distribusi Keuntungan

Distribusi keuntungan merupakan pembagian keuntungan antar lembaga pemasaran yang terlibat. Pemasaran dikatakan adil dan efisien apabila nilai distribusi keuntungan antara 0,5 sampai 1. Jika distribusi keuntungan lebih kecil dari 0,5 maka pemasaran dikatakan tidak adil dan tidak efisien. Tabel 7, menunjukkan bahwa pembagian keuntungan pada saluran pemasaran I dan II dapat dikatakan adil dan efisien. Pada saluran pemasaran I tidak memiliki perbandingan keuntungan pemasaran karena produsen menjual langsung ke konsumen akhir. Pada saluran pemasaran II dikatakan adil karena memiliki nilai distribusi keuntungan sebesar 0,96.

Masalah Agroindustri Jajan Temerodok

Setiap kegiatan usaha yang dilakukan tidak terlepas dari masalah yang dihadapi sehingga menyebabkan suatu kegiatan tidak sesuai dengan harapan dan hasil produksi tidak maksimal. Adapun masalah agroindustri jajan temerodok disajikan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Masalah pada Agroindustri Jajan Temerodok di Kecamatan Sakra

No	Masalah	Produsen			Pelaku Pasar		
		Jumlah Respon-den (Orang)	Jumlah yang Mengalami (Orang)	Persen-tase (%)	Jumlah Respon-den (Orang)	Jumlah yang Mengalami (Orang)	Persen-tase (%)
1	Harga input lain fluktuatif	31	31	100	13	0	0
2	Kurangnya modal usaha	31	20	65	13	8	62
3	Tidak memanfaatkan media sosial	31	15	48	13	12	92
4	Tidak ada pelatihan	31	10	32	13	0	0
5	Pekerja tidak disiplin	31	6	19	13	0	0
6	Ketatnya persaingan	31	3	10	13	0	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 8 menunjukkan masalah utama yang dialami oleh semua produsen (100%) adalah harga input lain (minyak, telur dan gula) yang fluktuatif, dimana harga input lain akan mempengaruhi besar kecilnya biaya yang dikeluarkan oleh produsen.

Kurangnya modal usaha juga merupakan masalah yang dialami oleh 20 orang produsen (65%) dan 8 orang pelaku pasar (62%). Hal ini disebabkan karena banyaknya kebutuhan lain yang harus dipenuhi sehingga modal yang dimiliki digunakan untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Produsen maupun pelaku pasar juga tidak memiliki pembukuan keuangan, hal ini menyebabkan pemasukan dan pengeluaran tidak teratur.

Selanjutnya yaitu sebanyak 15 orang produsen (48%) dan 12 orang pelaku pasar (92%) tidak memanfaatkan media sosial. Dimana media sosial merupakan media untuk mempromosikan produk sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Namun sebagian

produsen dan pelaku pasar tidak memanfaatkan media sosial tersebut untuk memasarkan jajan temerodok karena lebih memilih untuk memasarkan secara langsung daripada melalui media sosial.

Selanjutnya yaitu tidak adanya pelatihan merupakan masalah yang dialami oleh 10 orang produsen (32%). Hal ini terjadi karena informasi mengenai pelatihan tidak tersebar merata ke semua produsen. Pelatihan diadakan oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Lombok Timur yang membahas tentang pengemasan produk, pemasaran, hingga pembuatan label halal usaha. Produsen yang mengikuti pelatihan ini kemudian mendapat bantuan alat produksi seperti kompor gas, wajan, saringan dan alat produksi lainnya.

Pekerja tidak disiplin juga merupakan masalah yang dialami oleh 6 orang produsen (19%). Hal ini dikarenakan pekerja selalu meminta izin saat ada keperluan lain sehingga membuat pekerja kerap meringankan tanggungjawab yang telah diberikan.

Masalah terakhir yaitu ketatnya persaingan yang dialami oleh 3 orang produsen (10%). Hal ini disebabkan karena ada beberapa pekerja yang berhenti dari usaha sebelumnya dan membuka usaha sendiri sehingga semakin banyak pengusaha baru agroindustri jajan temerodok di Kecamatan Sakra dan mengakibatkan adanya persaingan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan tepung ketan menjadi jajan temerodok adalah sebesar Rp.23.840,13/Kg bahan baku, artinya dengan menggunakan satu Kg bahan baku dengan harga Rp.19.774,19/Kg, sumbangan input lain sebesar Rp.30.145,68/Kg bahan baku dengan nilai produksi sebesar Rp.73.760,00/Kg bahan baku akan memberikan nilai tambah pada tepung ketan sebesar Rp.23.840,13/Kg bahan baku dengan rasio nilai tambah sebesar 32,32%, artinya setiap kenaikan 100% nilai produksi akan memberikan nilai tambah sebesar 32,32%.
2. Saluran pemasaran jajan temerodok di Kecamatan Sakra menggunakan dua saluran yaitu saluran I: Produsen – Konsumen Akhir dan saluran II : Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Saluran pemasaran I dan II tergolong efisien karena nilai *share* produsen >60% dan distribusi keuntungan >0,5.
3. Masalah utama yang dihadapi oleh produsen dan pelaku pasar jajan temerodok adalah harga input lain (minyak, telur dan gula) fluktuatif, kurangnya modal usaha dan tidak memanfaatkan media sosial, sedangkan masalah yang dihadapi oleh pelaku pasar adalah tidak memanfaatkan media sosial dan kurangnya modal usaha.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pihak pemerintah agar mendorong pembentukan koperasi khusus untuk produsen jajan temerodok supaya lebih memudahkan proses pendanaan pada usaha agroindustri tersebut serta mengadakan pelatihan terkait pembuatan catatan keuangan usaha dan pelatihan tentang penggunaan media sosial secara efektif untuk memaksimalkan promosi usaha agroindustri lokal agar lebih dikenal di dalam dan luar daerah.

2. Bagi produsen dan pelaku pasar diharapkan untuk dapat membuat pembukuan keuangan sederhana yang dapat membantu dalam memisahkan antara kebutuhan untuk modal usaha dan untuk kebutuhan sehari-hari. Serta bagi produsen maupun pelaku pasar agar dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi agroindustri jajan temerodok.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk dapat mengkaji nilai tambah pada agroindustri berbasis tepung ketan lainnya yang ada di Kecamatan Sakra karena pada penelitian ini tidak dibahas hal demikian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aydraozi, M. D. (2019). Analisis Kelayakan Usaha Tahu Mandiri Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Rinjani: Media Informasi Ilmiah*. 8 (2), 92-103.
- Chairin, W. N. Z. (2019). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Home Industri Tahu (Studi Kasus: Binjai Barat). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Elfandari, F. (2018). Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Day Old Duck pada Beberapa Lembaga Pemasaran di Kabupaten Sidrap. Skripsi.
- Febriyanti., Affandi, M. I., Kalsum, U. (2017). Analisis Finansial dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang Skala UMK di Kota Metro. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis*, 5 (1), 48-56.
- Hayami, Y. (1987). *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective From a Sunda Village*. CGPRT Centre. Bogor.
- Herdiyandi, H., Rusman, Y., Yusuf, M. N. (2016). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Tepung Tapioka di Desa Negaratengah Kecamatan Cineam Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 2 (2), 81-86.
- Ikhral, R., Jamil, M., Supristiwendi. (2018). Analisis Pemasaran Pisang Barangan (Musa acuminata, L) di Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *Ejurnalunsam*. 1, 227-238. Banda Aceh.
- Lestari, F. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Pemasaran Produk Keripik Ubi Jalar di Kabupaten Lombok Barat [Skripsi]. Mataram: Universitas Mataram.
- Nabilah, S. (2015). Analisis Finansial Usahatani Kedelai dan Nilai Tambah Tahu di Kabupaten Lombok Tengah. *SEPA*. 12 (1), 11-18.
- Samsani, L.Y. (2020). Analisis Kontribusi Pendapatan Usaha Agroindustri Temerodok terhadap Pendapatan Rumah Tangga (Studi Kasus di Desa Sakra Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur) [Skripsi]. Mataram: Universitas Mataram.
- Sastriliana, D. (2018). Pengaruh Karakteristik Pelaku Usaha terhadap Keuntungan Usaha Rumahan (*Home Industry*) Kue Temerodok di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur [Skripsi]. Mataram: Universitas Mataram.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistiyani, N. P. R. (2016). Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Air Tawar di Kabupaten Lombok Barat [Skripsi]. Mataram: Universitas Mataram.
- Suparmin, I. (2018). Efisiensi Alokatif Agroindustri Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *AGROTEKSOS: Agronomi Teknologi dan Sosial Ekonomi Pertanian*. 7 (3), 69-80.
- Wulandari. (2021). Analisis Nilai Tambah dan Pemasaran Jajan Lokal Berbasis Beras Ketan di Kecamatan Bolo Kabupaten Bima [Skripsi]. Mataram: Universitas Mataram.