

## PERANAN INDUSTRI PENGOLAHAN KRIPIK "TEMPE GETI" DALAM MENGERAKKAN PEREKONOMIAN DAERAH NGAWI

Dedy Kunhadi  
Wulandari Harjanti

Universitas WR. Soepratman Surabaya  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

### ABSTRACT

*Family income can be added through a manufacture industry e.g. Kripik Tempe Geti. The purpose of this article is to analyze the process of Kripik Tempe Geti business advisability and the role of Kripik Tempe Geti industry in the territory economy. This research was held in Ngawi on 2007. The collecting data is done by intensive interview to the Kripik Tempe Geti industry. The data collected was analyzed in a descriptive quantitative. The analysis shows that Kripik Tempe Geti industry has a big chance to be expanded. The process of Kripik Tempe Geti is suitable done by score Benefit/Cost at 0.62 ratio. As seen from the growth of territory economy, Kripik Tempe Geti industry has given working chance for the people in Ngawi, just like from the supplying of the raw material, production process, or from the marketing side. The increase of the household income from Kripik Tempe Geti industry reach out at 2,064,375 Rupiahs per months, besides it also can increase the income of the market doer such as motorcycle driver (ojek) or food small shop.*

*Key word: Comodity tempe geti, income, Process, B/C ratio*

### PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi daerah merupakan ukuran kinerja sistem ekonomi daerah secara makro. Perekonomian daerah mencakup beberapa hal, antara lain variabel utama makro ekonomi (seperti total *output*/PDRB, tingkat harga, dan kesempatan kerja) yang membentuk struktur ekonomi daerah. Perekonomian daerah digunakan untuk mengukur daya dukung potensi ekonomi, (ketersediaan sumber daya alam, dan lain-lain), serta struktur ekonomi terhadap kegiatan usaha/investasi.

Pembangunan industri adalah bagian dari pembangunan nasional, sehingga derap pembangunan industri harus mampu memberikan sumbangan yang berarti terhadap pembangunan ekonomi maupun sosial politik. Oleh karenanya, dalam penentuan tujuan

pembangunan sektor industri di masa depan, baik jangka menengah maupun jangka panjang, bukan hanya ditujukan untuk mengatasi permasalahan dan kelemahan di sektor industri saja yang disebabkan oleh melemahnya daya saing, tetapi juga harus mampu turut mengatasi permasalahan nasional. Masalah Nasional yang sedang mengemuka diantaranya meliputi:

- a. Tingginya angka pengangguran dan kemiskinan
- b. Rendahnya pertumbuhan ekonomi
- c. Melambatnya perkembangan ekspor Indonesia
- d. Lemahnya sektor infrastruktur
- e. Tertinggalnya kemampuan nasional di bidang teknologi

Permasalahan pokok yang sedang dihadapi oleh sektor industri BPS Ngawi (2007), yaitu:

- 1) Ketergantungan yang tinggi terhadap impor baik berupa bahan baku, bahan penolong, barang setengah jadi dan komponen.
- 2) Keterkaitan antara sektor industri dan sektor industri dengan ekonomi lainnya relatif masih lemah.
- 3) Struktur industri hanya didominasi oleh beberapa cabang industri yang tahapan proses industrinya pendek.
- 4) Ekspor produk industri dikuasai oleh hanya beberapa cabang industri.
- 5) Lebih dari 60% sektor industri terletak di Pulau Jawa.
- 6) Masih lemahnya kemampuan kelompok industri kecil dan menengah.

Adapun data Kedelai/*soyabeans* pada BPS Ngawi (2007) dalam angka, dalam tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Data Kedelai/*soyabeans* Kab. Ngawi**

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (KW)
2005	14.884	213.901
2004	15.471	223.234
2003	16.761	245.826,93
2002	13.248	179.908

Dengan memperhatikan masalah nasional dan juga masalah yang sedang dihadapi sektor industri, maka tujuan pembangunan sektor industri jangka menengah menurut Departemen Perindustrian (2004-2009) ditetapkan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja industri
- b. Meningkatkan ekspor Indonesia dan pemberdayaan pasar dalam negeri
- c. Memberikan sumbangan pertumbuhan yang berarti bagi perekonomian
- d. Mendukung perkembangan sektor infrastruktur
- e. Meningkatkan kemampuan teknologi

- f. Meningkatkan pendalaman struktur industri dan diversifikasi produk
- g. Meningkatkan penyebaran industri

Sedangkan tujuan pembangunan sektor industri jangka panjang (2010-2025) meliputi:

- a. Memperkuat basis industri manufaktur agar industri yang tergabung dalam kelompok ini mampu menjadi industri kelas dunia (*world class industry*).
- b. Meningkatkan peran industri prioritas agar menjadi modal penggerak perekonomian nasional
- c. Meningkatkan peran sektor industri kecil dan menengah terhadap struktur industri, sehingga terjadi keseimbangan peran antara industri besar dengan industri kecil dan menengah

Kabupaten Ngawi adalah sebuah wilayah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibukotanya adalah Ngawi. Kota kabupaten ini terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah. Industri rumah tangga, kripik Tempe Geti di Ngawi ini merupakan salah satu industri yang memiliki nilai investasi kecil yang memperoleh pendapatan besar dengan kerjasama melalui UKM. Sebagai contoh: Kripik tempe geti mbak Yah dari berbagai industri rumah tangga di Ngawi sebagai contoh merupakan industri kecil dengan hasil besar, dimana rata-rata penghasilan setahun adalah diantara 100 – 300 juta. Dengan demikian Kedelai yang diolah menjadi Tempe geti termasuk komoditas tanaman pangan bernilai ekonomi, proses pengolahannya akan memberi nilai tambah komoditas ini. Dengan memanfaatkan potensi sumberdaya manusia yang ada dan ketersediaan bahan baku tempe geti di daerah sekitarnya, salah satu usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga adalah melalui industri pengolahan kripik tempe geti. Namun yang akhir akhir masih banyak pelaku usaha yang terpuak akibat kenaikan harga kedelai. Harga kedelai tersebut mencapai Rp 5500 - Rp 7.800/kg, dari harga semula Rp3.500/kg. Sehingga, banyak perajin tempe yang terancam gulung tikar.

Pengusaha tempe dengan modal minim terpaksa menyiasati keadaan sulit ini dengan mengurangi hasil produksinya, hal ini terjadi sejak kedelai lokal hilang dari pasaran, mereka sangat ketergantungan terhadap kedelai impor dari Amerika dan RRC. Kecenderungan menggunakan bahan baku impor itu karena tidak ada pilihan lain lagi bagi pelaku usaha.

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang kondisi harga kedelai yang naik turun pada saat ini, maka permasalahan yang ada adalah, bagaimana peranan kelayakan usaha pengolahan kripik tempe geti dan peranan industri pengolahan kripik tempe geti dalam perekonomian daerah?.

## TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan suatu usaha dan peranan industri pengolahan kripik Geti didalam perekonomian daerah, khususnya daerah Ngawi. Manfaat Penelitian ini adalah:

1. Memberi bahan pertimbangan bagi industri kecil dalam penggunaan analisis kelayakan usaha dalam rangka peningkatan pendapatan bagi usahanya dan daerah Ngawi
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia ilmu pengetahuan dan memperbanyak kepustakaan khususnya dibidang produktifitas

## LANDASAN TEORI

### **Analisa Kelayakan Pengolahan Kripik Tempe Geti**

Keputusan Kelayakan usaha adalah keputusan-keputusan yang diambil yang menyangkut pengeluaran modal dengan memperhitungkan keuntungan (manfaat) di masa yang akan datang. Misalnya, seorang direktur rumah sakit sedang mempertimbangkan pembelian mesin sinar-X yang baru untuk meningkatkan pelayanan, seorang kepala proyek akan mengambil keputusan untuk menyewa mesin atau membeli mesin baru, keputusan-keputusan yang dibuat perusahaan untuk membuat investasi dalam bentuk gedung, peralatan, produk baru, dan sebagainya.

Studi kelayakan dapat dilakukan untuk menilai kelayakan investasi, baik pada suatu proyek maupun bisnis yang sedang berjalan. Studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan suatu proyek yang akan dijalankan disebut Studi Kelayakan Proyek, sedangkan studi kelayakan yang dilakukan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan suatu usaha disebut studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan menurut Ati Harmoni (2007) adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan.

*A feasibility study is defined as an evaluation or analysis of the potential impact of a proposed project or program.*

Keberhasilan

- terbatas (swasta): manfaat ekonomis suatu investasi
- luas (pemerintah/lembaga non profit): manfaat bagi masyarakat luas (penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya, penghematan devisa, penambahan devisa)

Proyek investasi umumnya menyangkut dana yang cukup besar dan mempengaruhi perusahaan dalam jangka panjang. Studi diperlukan agar proyek tidak berhenti di tengah jalan atau tidak menguntungkan (gagal). Sebab kegagalan proyek:

- Kesalahan perencanaan
- Kesalahan dalam menaksir pasar yang tersedia
- Kesalahan dalam memperkirakan teknologi yang tepat
- Kesalahan memperkirakan kebutuhan tenaga kerja
- Pelaksanaan proyek tidak dapat dikendalikan
- Faktor lingkungan (ekonomi, sosial, politik) yang berubah
- Sebab-sebab di luar dugaan

Kegiatan bisnis adalah mencari keuntungan yang digerakkan oleh modal. Modal ialah uang, barang, ilmu, teknologi, dan kemampuan Sumber Daya Manusia yang digunakan untuk mencari keuntungan. Kaum yang memiliki modal untuk mencari keuntungan disebut kaum kapitalis. Kaum kapitalis menggunakan Perusahaan untuk mencari keuntungan. Agar keuntungan dapat diperoleh secara maksimal, modal harus di kelola dengan baik. Pengelolaan modal dalam Perusahaan disebut Manajemen Keuangan atau Manajemen Modal.

Modal harus diperoleh dengan syarat yang semurah-murahnya dan digunakan dalam kegiatan bisnis harus efektif, efisien, produktif, dan menguntungkan. Inti pokok dalam perolehan dan penggunaan modal adalah keuntungan. Dengan demikian Manajemen Keuangan dapat didefinisikan sebagai:

- a. Usaha manajemen untuk memperoleh dana (modal) dengan biaya semurah-murahnya.
- b. Menggunakan dana yang efektif, efisien, dan produktif dengan tujuan akhir untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Suad Husnan (1999) Pengeluaran modal seperti contoh di atas memerlukan keputusan-keputusan penting yang harus diambil, dimana semua itu memerlukan pengeluaran kas untuk modal yang akan kembali secara bertahap melalui keuntungan (manfaat) di masa yang akan datang. Pembuatan Keputusan memerlukan 4 tahap penting, yaitu:

1. Membuat beberapa alternatif proyek investasi.
2. Mengevaluasi kelebihan dan kekurangan masing-masing alternatif tersebut.
3. Memilih satu alternatif.
4. Menerapkan keputusan.

Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi alternatif, tetapi terlepas dari metode mana yang akan di pakai, ada dua prinsip dasar yang perlu diikuti, yaitu:

- Prinsip semakin besar semakin baik. Artinya manfaat yang lebih besar adalah lebih baik dari pada yang kecil, dengan anggapan hal-hal lain tidak berubah.
- Prinsip burung di tangan. Artinya manfaat di saat awal lebih baik dari pada manfaat di kemudian hari, dengan anggapan hal-hal lain tidak berubah. Atau dengan kata lain, seribu rupiah di tahun depan lebih berharga dari pada seribu rupiah lima tahun lagi.

Untuk menentukan kriteria kelayakan dan manfaat menurut Gittinger (1986) yaitu:

1. **B/C ratio** merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya dimana apabila dalam perhitungannya diperoleh hasil  $B/C > 1$ , maka suatu proyek dapat dikatakan layak untuk dilaksanakan. Sedangkan apabila  $B/C < 1$ , maka proyek tersebut tidak layak untuk dilaksanakan, karena akan menderita kerugian.
2. Payback Period Method merupakan Penilaian proyek investasi menggunakan metode ini didasarkan pada lamanya investasi tersebut dapat tertutup dengan aliran-aliran kas masuk, dan faktor bunga tidak dimasukan dalam perhitungan ini. Sebagai misal : Sebuah Proyek Manajemen bernilai Rp. 20.000.000,-. Dan misalnya *cash inflow* tiap tahunnya adalah sama, yaitu sebesar Rp. 6.000.000,-. Maka periode pengembalian investasi ini adalah : Rp. 20.000.000,-/Rp. 6.000.000,- = 3,333 tahun. ***Ini berarti proyek investasi manajemen tersebut akan tertutup dalam waktu 3 tahun 3 bulan.***
3. *Return on investment* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas sejumlah keseluruhan aktiva yang tersedia. Semakin tinggi ROI akan semakin baik bagi perusahaan di dalam pengelolaan aktiva dalam rangka memperoleh laba. ROI juga sebagai perbandingan antara *net operating income* dengan *net operating asset* atau ROI ditentukan atas *operating asset turn over* dikalikan dengan *profit margin*. ROI menyatakan *ROI is probably the most widely used accounting technique for evaluating.*

Demikian juga kegunaan ROI menurut Endah Mustikasari (2002) adalah sebagai (1) prinsipel yakni sifatnya yang menyeluruh dan mengukur efisiensi modal, (2) mengukur efisiensi divisi atau bagian dengan mengalokasikan semua biaya dan modal, (3) mengukur profitabilitas dari produk yang dihasilkan perusahaan dan (4) pengontrol dan perencanaan perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan apabila akan melakukan ekspansi.

Banyak penelitian tentang ROI yang telah dilakukan diantaranya Mustikasari (1999) menyatakan bahwa ROI sangat tepat digunakan untuk menilai prestasi dan untuk mempertahankan nilai ROI diperlukan *Residual Income* (RI) sebagai pengurang kelemahan ROI. Stirman (1999) menyatakan bahwa ROI penting untuk mengukur efektivitas operasional perusahaan dan untuk memperbesar ROI kebijakan investasi harus dijalankan dengan hati-hati dan dengan perhitungan.

### **Aspek Pemasaran**

Pemasaran menurut Philip Kotler(1997), adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai pada pihak lain

Sedangkan menurut William J. Stanton dalam buku Basu Swasta (1996), pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan,

menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasarkan dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang mana para individu atau kelompok dapat memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk.

Philip Kotler (1997), memperkuat pendapat tersebut dengan pernyataan bahwa bauran pemasaran atau disebut juga *marketing mix* terdiri dari beberapa komponen yang terdiri dari:

1. Produk

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Untuk persaingan dewasa ini lebih menuju ke arah apa yang dapat ditambahkan perusahaan pada produk yang dibuatnya dalam bentuk pembungkus, iklan, pelayanan syarat penyerahan barang dan sebagainya. Oleh karena itu perusahaan harus menemukan suatu cara untuk dapat melakukan tambahan pada produk yang ditawarkan

2. Harga (*Price*)

Nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi seseorang. Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari regulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.

3. Tempat (*Place*)

Adalah lokasi tempat yang menentukan cara penyampaian produk ketangan konsumen setelah produk selesai diproses atau sering disebut juga distribusi. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau konsumen sasaran, akan memberikan dampak yang positif pada daya saing dan pemasaran suatu produk.

4. Promosi

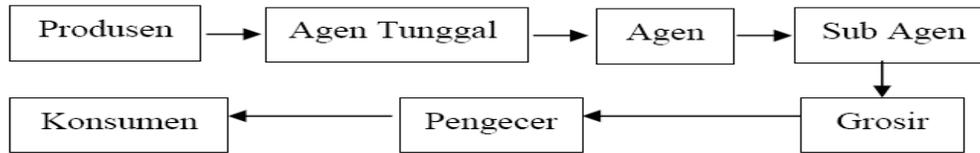
Kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Pemasaran pada masa sekarang ini tidak cukup hanya dengan pengembangan produk, peningkatan kualitas, dan lain-lain, tetapi lebih lagi produsen harus dapat berkomunikasi dengan langganannya. Hal itu bisa dilakukan misalnya dengan promosi. Promosi mencakup semua kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya.

Berdasarkan pada definisi-definisi di atas nampak bahwa kegiatan pemasaran bukan semata-mata untuk menjual barang atau jasa, tetapi merupakan aktifitas manusia secara keseluruhan yang ditujukan untuk merencanakan, memproduksi, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pembeli yang ada sekarang maupun yang akan datang. Setiap perusahaan barang dan jasa tidak akan terlepas dari masalah penyaluran barang yang dihasilkan atau barang yang akan di jual ke masyarakat. Para produsen berhak menentukan kebijaksanaan distribusi yang akan dipilih dan di sesuaikan dengan jenis barang serta luasnya armada penjualan yang akan digunakan.

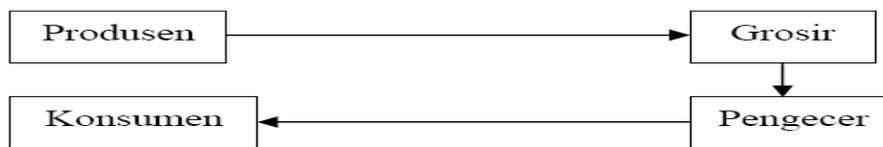
Jika perusahaan berada dalam persaingan yang semakin tajam, perusahaan harus segera mengadakan penelitian terhadap pasarnya. Penelitian pasar tersebut bertujuan untuk mengetahui kebutuhan serta selera konsumen dan jika mungkin menstimulir permintaan serta menciptakan langganan. Suatu perusahaan dikatakan berhasil di dalam marketing apabila perusahaan tersebut dapat memasarkan barang-barangnya secara luas dan merata dengan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Pada umumnya, kemacetan dalam mendistribusikan barang-barang dan jasa-jasa akan banyak menimbulkan kesulitan baik dipihak konsumen maupun produsen. Kesulitan yang akan terjadi di pihak produsen meliputi terganggunya penerimaan penjualan sehingga target penjualan yang telah di tentukan tidak dapat terpenuhi. Hal ini akan menyebabkan arus pendapatan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melangsungkan kontinuitasnya tidak dapat diharapkan. Sedangkan kesulitan yang akan timbul di pihak konsumen akan menyebabkan tendensi harga yang meningkat. Tendensi harga yang meningkat terjadi akibat berkurangnya barang yang ditawarkan di pasar. Oleh karena itu sangatlah tepat apabila perusahaan memahami kebijaksanaan distribusi terutama yang menyangkut pemilihan saluran distribusi dan penentuan distribusi fisik.

Pemilihan dan penentuan saluran distribusi bukan suatu hal yang mudah karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan dapat menggagalkan tujuan perusahaan yang telah di tentukan. Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menginginkan perkembangan kegiatannya. Didalam menyalurkan barang-barang kepada konsumen, produsen memilih beberapa alternatif yang terjadi, misalnya menyalurkan langsung kepada konsumen atau melalui lembaga niaga perantara. Sistem distribusi langsung dari produsen ke konsumen memungkinkan perusahaan untuk dapat menguasai distribusi barang-barang sepenuhnya. Namun konsekwensinya, biaya sistem ini adalah lebih besar jika dibandingkan dengan sistem distribusi yang tidak langsung.



**Gambar 1**  
**Mata Rantai Saluran Distribusi yang Sangat Panjang**



**Gambar 2**  
**Mata Rantai Saluran Distribusi yang Sangat pendek**

### **Ketersediaan Bahan Baku**

Sumber pengadaan bahan baku tempe geti diperoleh dari pasar terdekat. Bahan baku tempe geti dibeli dari pedagang pengumpul yang berfungsi sebagai pemasok tetap (langganan). Dilihat dari kontinuitas bahan baku, ketersediaan kedelai untuk tempe geti fluktuatif sesuai dengan musimnya. Ada waktu-waktu tertentu dimana produksi kedelai tempe geti berlimpah dan ada saat dimana produksi kedelai tempe geti kurang. Namun hal tersebut tidak mengurangi daya beli dan daya jual masyarakat mengingat daerah Ngawi merupakan daerah perbatasan antara Jawa Timur dan daerah Jawa Tengah

Industri pengolahan tempe geti yang sudah berkembang di beberapa wilayah di Propinsi Jawa Timur termasuk di Ngawi adalah industri kripik tempe geti. Pada umumnya industri kripik tempe geti dikelola sebagai industri rumahtangga. Sampai saat ini belum tersedia data yang pasti tentang perkembangan jumlah dan produksi industri kripik tempe geti di Ngawi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan pada tahun 2007 di Kabupaten Ngawi. Kabupaten Ngawi terdiri atas 17 kecamatan yang terbagi dalam sejumlah 213 desa dan 4 kelurahan. Pusat pemerintahan di Kecamatan Ngawi. Kabupaten Ngawi dilintasi jalur utama Surabaya-Yogyakarta, jalur utama Cepu, Bojonegoro-Madiun dan menjadi gerbang utama Jawa

Timur jalur selatan. Kabupaten ini juga dilintasi jalur kereta api Jakarta-Yogyakarta-Bandung/Jakarta, namun tidak melewati ibukota kabupaten. Stasiun kereta api terdapat di Geneng, Paron, Kedungalar dan Walikukun

Salah satu industri kripik tempe geti berada di Daerah Matingan Ngawi yang mulai beroperasi sejak tahun 1982. Usaha pembuatan kripik tempe geti berdiri atas inisiatif sendiri dan dikelola oleh kelompok dengan jumlah anggota sebanyak 5 - 15 orang. Dalam proses produksinya, anggota kelompok tersebut juga berperan sebagai tenaga kerja. Sejak mulai berproduksi, industri kripik tempe geti di Daerah Matingan Ngawi sudah pernah memperoleh pembinaan dari instansi terkait. Fasilitas alat pengolah yang digunakan masih sederhana Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara intensif pada industri pengolahan kripik tempe geti. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis finansial menggunakan kriteria B/C ratio dan Break Event Point (BEP) (Sudana, *et al*, 1999 dan Swastika, 2004). Untuk menentukan kriteria kelayakan dan manfaat menurut Gittinger (1986) yaitu:

- 1) **B/C ratio** merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya dapat ditulis dengan rumus :

$$B/C = \frac{\sum_{t=1}^n B_t / (1+i)^t}{\sum_{t=1}^n C_t / (1+i)^t}$$

Keterangan:

$B_t$  = manfaat penerimaan tiap tahun

$C_t$  = manfaat biaya yang dikeluarkan tiap tahun

$n$  = umur ekonomis proyek,

$i$  = *social opportunity cost of capital* yang digunakan sebagai *social discount rate*.

Apabila  $B/C > 1$ , maka suatu proyek dapat dikatakan layak untuk dilaksanakan. Sedangkan apabila  $B/C < 1$ , maka proyek tersebut tidak layak untuk dilaksanakan, karena akan menderita kerugian.

## 2) Return On Investment

Metode pengembalian investasi menurut Stirman, dalam skripsi Meidina Hapsari. (1999) digunakan untuk mengukur prosentase manfaat yang dihasilkan oleh suatu proyek dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkannya. Sedangkan *return on investment* dari suatu proyek investasi dapat dihitung dengan rumus:

Berdasarkan data diketahui bahwa

$$ROI = \frac{\text{Total manfaat} - \text{Total biaya}}{\text{Total biaya}}$$

Apabila suatu proyek investasi mempunyai ROI lebih besar dari 0 maka proyek tersebut *dapat diterima*

### 3) **Payback Period Method**

Penilaian proyek investasi menggunakan metode ini didasarkan pada lamanya investasi tersebut dapat tertutup dengan aliran-aliran kas masuk, dan faktor bunga tidak dimasukkan dalam perhitungan ini.

Sebagai misal: Sebuah Proyek Manajemen bernilai Rp. 20.000.000,-. Dan misalnya *cash inflow* tiap tahunnya adalah sama, yaitu sebesar Rp. 6.000.000,-. Maka periode pengembalian investasi ini adalah:  $\text{Rp. 20.000.000,-} / \text{Rp. 6.000.000,-} = 3,333$  tahun. ***Ini berarti proyek investasi manajemen tersebut akan tertutup dalam waktu 3 tahun 3 bulan.***

## **PEMBAHASAN ANALISIS DATA**

Kapasitas produksi pengolahan kripik tempe geti rata-rata 10 karung bahan baku per 5 hari, atau sekitar 500 kg kedelai tempe geti. Dalam satu tahun, produksi kedelai tempe geti dilakukan selama 9 bulan, 3 bulan yaitu bulan Agustus – Oktober tidak berproduksi. Hal ini disebabkan pada bulan Agustus – Oktober sedang musim panen tembakau dan semua tenaga kerja termasuk pembuat kripik tempe geti ikut bekerja sebagai buruh rajang tembakau. Upah buruh rajang tembakau relatif tinggi yaitu Rp 40.000/HOK, sehingga tenaga kerja lebih tertarik bekerja sebagai buruh rajang tembakau. Daerah ini mengalami keunikan pasar, apabila terjadi pesanan yang besar maka tenaga kerja dapat bertambah namun bila pesanan menurun maka tenaga kerja dikurangi tanpa menimbulkan polemik yang terlalu besar.

Produktivitas tenaga kerja dalam hal ini dinyatakan hasil produksi setelah per satuan hari orang kerja (hok). Untuk tenaga kerja, tenaga kerja wanita dan anak-anak dikonversi menjadi hari kerja setara pria. Tabel 1 memperlihatkan analisa biaya dan keuntungan pengolahan kripik tempe geti selama satu bulan di Daerah Mantingan Ngawi. Dalam sekali proses produksi dibutuhkan 50 karung bahan baku tempe geti yaitu kedelai yang telah diolah untuk menghasilkan 120 karton kripik tempe geti, dalam satu bulan rata-rata dilakukan 5 kali proses produksi.

Biaya pengolahan kripik tempe geti terdiri dari penyusutan alat dan biaya variabel. Total biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan Rp 3.335.625 (Tabel 1). Pangsa biaya terbesar pembelian bahan yang mencapai 56 persen. Total pendapatan yang diperoleh Rp 5.400.000. Dengan demikian usaha pengolahan kripik tempe geti memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.064.375/bulan. Usaha kripik tempe geti menguntungkan dan layak dilakukan dengan nilai B/C sebesar 0,62.

Untuk melihat kemampuan usaha dalam mengembalikan atau menutupi seluruh modal yang diinvestasikan digunakan ukuran ekonomi Pay Back Period. Dalam analisa ini diperoleh nilai Pay Back Period 1,62 artinya untuk dapat menutup kembali biaya yang investasi yang dikeluarkan adalah 1,62 periode produksi. Untuk mengukur kemampuan modal dalam menghasilkan keuntungan bersih digunakan Rate of Return on Investment (ROI). Nilai ROI yang diperoleh dalam usaha pengolahan kripik tempe geti 61,89 persen, artinya setiap Rp 100.000 modal yang diinvestasikan menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 61.890.

Titik impas (BEP) dicapai pada saat keuntungan sama dengan nol atau total biaya sama dengan total penerimaan atau nilai produksi. Analisis titik impas dapat dilakukan untuk mengetahui titik impas produksi maupun titik impas harga. Hasil analisis diperoleh titik impas produksi sebesar 370 karton/bulan, sedangkan titik impas harga sebesar Rp 5.559/karton. Artinya pada tingkat harga kripik tempe geti Rp 9000/karton, selama produksi berada di atas 370 karton/bulan maka usaha kripik tempe geti layak dilakukan. Sebaliknya pada tingkat produksi 600 karton/bulan, selama harga berada di atas Rp 5.559/karton maka usaha pengolahan kripik tempe geti layak dilakukan.

Pemasaran kripik tempe geti dari Daerah Mantingan Ngawi masih terbatas pada pemasaran dalam desa dan daerah di luar kecamatan dalam kabupaten yang sama. Lembaga yang terlibat dalam pemasaran kripik tempe geti adalah agen penyalur dalam hal ini dilakukan oleh tukang ojek dan kios pengecer. Tukang ojek sebagai penyalur masing-masing mempunyai wilayah pemasaran dan pengecer langganan. Kegiatan ini merupakan pekerjaan sampingan tukang ojek dan memberikan pendapatan tambahan.

**Tabel 2**  
**Biaya dan Keuntungan Pengolahan Kripik Tempe geti per Bulan di Daerah Mantingan Ngawi Kabupaten Ngawi, 2007**

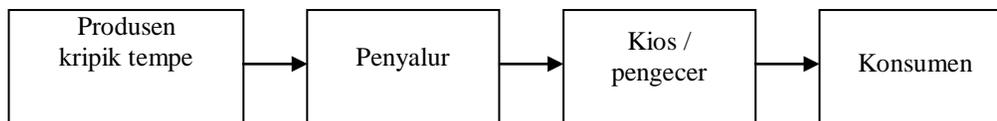
No	Uraian	Satuan	Volume	Harga/satuan (Rp)	Nilai (Rp)
I.	<u>Penyusutan Alat</u>				
	Perajang tempe geti	Buah	1	21.667	21.667
	Tenggok	Buah	2	833	1.667
	Wajan	Buah	3	1.458	4.375
	Saringan minyak	Buah	2	417	833
	Plastik karung	Lembar	2	1.250	2.500
	Pisau	Buah	3	417	1.250
	Kompom Besar	Buah	1	12.458	12.458
					43.125

lanjutan tabel 2

No	Uraian	Satuan	Volume	Harga/satuan (Rp)	Nilai (Rp)
II.	<u>Biaya Variabel</u>				
	<u>1. Bahan :</u>				
	Kedelai Tempe geti	Karung	10	10.000	500.000
	Minyak goreng	Liter	300	4.900	1.470.000
	Garam	Bungkus	5	1.000	5.000
	Margarin	Bungkus	15	6.000	90.000
	Plastik pengemas	Pak	20	13.500	270.000
	Plastik karton	Pak	5	28.000	140.000
	Logo	Lembar	375	100	37.500
	Minyak Tanah	liter	100	5.000	500.000
					3.012.500
	<u>2. Tenaga Kerja :</u>				
	Membersihkan	JKL	10	7.000	70.000
	Merajang	JKL	5	7.000	35.000
	Menggoreng	JKL	5	7.000	35.000
	Pengemasan	JKL	20	7.000	140.000
					280.000
	JumlahBiaya Variabel				3.292.500
III.	Total biaya				3.335.625
IV.	Produksi	Karton	600	9.000	5.400.000
	Keuntungan				2.064.375
	B/C Ratio				0,62
	Payback period				1,62
	ROI				61,89

Sumber : Data primer diolah, 2007

Rantai pemasaran kripik tempe geti dari produsen ke konsumen relatif pendek (Gambar 1). Dari gambar ini ditunjukkan bahwa produsen menjual kripik kepada kios melalui penyalur, dan selanjutnya kios menjual kripik tempe kepada konsumen.



**Gambar 3**  
**Rantai Pemasaran Kripik Tempe Geti dari Produsen di Daerah Mantingan Ngawi sampai Konsumen 2007**

Marjin pemasaran merupakan salah satu indikator untuk menelaah efisiensi pemasaran. Satuan transaksi yang digunakan dalam analisa marjin pemasaran seperti disajikan dalam Tabel 2 adalah karton. Harga yang diterima produsen sebesar Rp 9.000/karton kripik atau 60 persen dari harga konsumen. Total marjin pemasaran sebesar 40 persen merupakan biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran masing-masing sebesar 0,67 persen dan 39,33 persen. Dari Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pemasaran kripik tempe geti efisien terlihat pangsa harga produsen (60%) yang lebih tinggi dibandingkan pangsa marjin pemasaran (40%).

**Tabel 3**  
**Marjin Pemasaran Kripik Tempe Geti dari Produsen sampai Konsumen di Kabupaten Ngawi,2007**

No.	Uraian	Harga/Biaya (Rp)	Persentase <sup>1)</sup> (%)
	Harga jual produsen <sup>2)</sup>	9.000	60,00
1.	Penyalur/tukang ojek		
	Harga beli	9.000	60,00
2.	Biaya pemasaran	100	0,67
3.	Keuntungan penyalur	900	6,00
4.	Marjin pemasaran	1.000	6,67
5.	Harga jual	10.000	66,67
	Kios makanan/pengecer <sup>2)</sup>		
1.	Harga beli	10.000	66,67
2.	Biaya pemasaran	0	0,00
3.	Keuntungan pengumpul kabupaten	5.000	33,33
4.	Marjin pemasaran	5.000	33,33
5.	Harga jual/harga beli konsumen	15.000	100,00
	Volume pemasaran/bulan <sup>3)</sup>	600	
	Total keuntungan pedagang/bulan <sup>4)</sup>	3.540.000	

Sumber : Data primer diolah, 2007

Keterangan:

1. Persentase dari harga jual pengecer/harga beli konsumen
2. Per karton kripik tempe geti
3. Satuan volume pemasaran adalah karton
4. Total keuntungan penyalur dan pengecer selama sebulan

## **Fungsi Industri Pengolahan**

Rantai agribisnis terdiri dari beberapa komponen berupa sub-sistem yang saling terkait dan merupakan suatu kesatuan yang satu sama lain saling mempengaruhi. Salah satu sub-sistem tersebut adalah pengolahan hasil. Sebagai bagian dari sistem agribisnis, pengolahan hasil secara langsung terkait dengan sub-sistem produksi, sub-sistem pemasaran dan sub-sistem jasa angkutan. Adanya industri pengolahan akan menggerakkan sub-sistem terkait tersebut dan secara tidak langsung menggerakkan sub-sistem lainnya seperti sub-sistem saprodi. Sekartoniaknya keberadaan industri pengolahan tergantung kepada sub-sistem yang lain.

Industri pengolahan khususnya pengolahan kripik tempe geti mempunyai peran dalam penyediaan lapangan kerja dan sebagai sumber pendapatan masyarakat maupun wilayah. Tenaga kerja yang terserap dalam pengolahan tempe geti mulai dari petani, ibu rumah tangga, pedagang makanan dan kios makanan. Pendapatan yang diperoleh produsen, tukang ojek dan kios makanan per bulan dari industri kripik tempe geti masing-masing sebesar Rp 2.064.375; Rp 3.000.000 dan Rp 540.000.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Kesimpulan**

1. Dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku dan potensi sumber daya manusia yang ada, usaha pengolahan kripik tempe geti layak dilakukan
2. Dilihat dari sisi pertumbuhan ekonomi daerah, industri pengolahan kripik tempe geti telah memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat di daerah baik dalam penyediaan bahan baku, proses produksi maupun pemasaran.
3. Peningkatan pendapatan rumah tangga dari pengolahan kripik tempe geti sebesar Rp 2.064.375 per bulan. Disamping itu industri pengolahan mampu meningkatkan pendapatan lembaga pelaku pemasaran seperti tukang ojek dan kios makanan.

Rekomendasi yang perlu ditempuh demi keunggulan potensi daerah adalah:

- 1) Sumberdaya lokal (local resources) harus dijadikan basis utama, dengan mendekatkan sumber bahan baku.
- 2) Pembentukan infrastruktur pendamping yang dapat membantu pelaku usaha menghadapi lembaga pembiayaan, mengadopsi teknologi, dan mengakses pasar luas.
- 3) Adanya lembaga penjamin kredit merupakan pilihan tepat, karena rendahnya aksesibilitas usaha terhadap lembaga pembiayaan berpangkal dari ketiadaan agunan.
- 4) Penyediaan informasi bagi pelaku usaha terkait dengan peluang pasar dan pemanfaatan teknologi.

- 5) Meningkatkan promosi produk dalam negeri di arena perdagangan lintas negara. Hal ini harus dilakukan agar Indonesia bangkit dengan basis ekonomi yang lebih mandiri

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ati Harmoni, 2007. Studi Kelayakan Bisnis, Handout, Universitas Gunadarma.
- BPS Kabupaten NGAWI 2007. Kabupaten NGAWI dalam Angka.
- Basu Swasta, 1996. *Asas-asas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Gittinger. JP. 1986. Analisis Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian. UI-Press. Jakarta
- Mustikasari, Endah. 2002. Analisa ROI dan RI untuk Menilai Prestasi Perusahaan pada Semen Gresik (Persero) Tbk. Skripsi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Philip Kothler, 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, PT. Perhelindo, Jakarta.
- Suad Husnan., 1999. *Pembelanjaan Perusahaan (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan)*, Edisi 5, Liberty, Yogyakarta.
- Swastika, D.K.S. 2004. Metode Analisis dalam Pengkajian Sosial Ekonomi Pertanian. JPPTP Vol. 7 No.1, Januari 2004. PSE. Bogor.
- Sudana, I.W., D.K.S. Swastika, Nyak Ilham dan Rita Nur Suhaeti. 1999. Metodologi Penelitian dan Pengkajian Sosial Ekonomi Pertanian. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor
- Stirman, Meidina Hapsari. 1999. Pentingnya analisis ROI dalam Mengukur Efektivitas Operasi Perusahaan Untuk Menghasilkan Keuntungan pada PT. Jakarta Saka Indonesia. Skripsi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.