

ANALISIS RANTAI NILAI PADA UMKM SUSU KEDELAI DI KOTA DENPASAR

Alexander Samuel P.T¹, A.A.P. Agung Suryawan Wiranatha²,
Cokorda Anom Bayu Sadyasmara²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Unud

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Unud

E-mail: alex_thumband@yahoo.co.id¹

E-mail koresponden: agung_suryawan@unud.ac.id²

ABSTRACT

The study, entitled "Value Chain Analysis on the SME of Soybean Milk in Denpasar" aimed: (1) to analyze the value-added processing and value-added marketing on a small industrial processing of regular soybean milk (imported soybean) and the edamame soybean in Denpasar City area; (2) To analyze the marketing distribution channels of soybean milk products in Denpasar; and (3) to determine the soybean milk marketing distribution channels that generate the highest added value. This research used Added Value Analysis (Hayami et al., 1987) to calculate the value added in the processing and marketing in the process of soy milk products that use raw materials of edamame soybeans and regular soybean (imported material).

The results of the research concluded that the value-added processing on edamame soy milk products was Rp. 72.810.04 / kg (41,87%) and the value-added marketing process was Rp. 2.310.41 / bottle (33,01%) on manufacturers that sell products directly to consumers, amounting to Rp. 310,41 / bottle (6,21%) at a manufacturers that sell their products to wholesalers and retailers for Rp.1.805 / bottle (25,79%) on the wholesaler, and Rp. 1.820 / bottle (20,22%) at a retailer that is used by the wholesaler, Rp. 1.750 / bottle (25%) at a retailer by manufacturers, for soy milk products of regular soybean (imported), the value-added processing process Rp. 41.091,25 / kg (50,53%) and added value marketing process Rp. 1.870,38 / bottle (34,01%) on manufacturers that sell their products directly to consumers at Rp. 870,38 / bottle (19,34%) at a manufacturers that sell their products to wholesalers and retailers, Rp. 2.160 / bottle (33,23%) on the wholesaler, Rp. 960 / bottle (12,8%) on a retailer used by wholesalers, amounting to Rp. 980 / bottle (16,33%) on the two retailers that are used by the manufacturers.

Marketing distribution channels of soy milk products in Denpasar either edamame soybean or usual soybean (imported) used the following channels: (1a) Manufacturer --Wholesaler - retailers - consumers; (1b) Manufacturer - Wholesaler - Consumers; (2) Manufacturer - Retailer - Consumer; and (3) Manufacturer - Consumer.

Keywords: *Soybean Milk, Added Value Analysis, Distribution Channels*

PENDAHULUAN

Kacang kedelai pada umumnya diolah menjadi tempe dan tahu. Industri tahu dan tempe merupakan pengguna kedelai terbesar, dimana pada tahun 2002 saja, kebutuhan kedelai untuk tahu dan tempe mencapai 1.78 juta ton, atau 88 persen dari total kebutuhan nasional, sedangkan industri lainnya seperti industri kecap dan sari kedelai membutuhkan kedelai sebanyak 12 persen dari total kebutuhan nasional (Adisarwanto, 2008). Kacang kedelai juga dapat diolah menjadi susu kedelai sebagai bentuk variasi dari mengkonsumsi kedelai dan juga dapat menghasilkan nilai tambah bagi produsen dari hasil pengolahan menjadi susu kedelai (Aminah, 2013).

Susu kedelai merupakan salah satu produk olahan berbahan baku kedelai yang proses produksinya cukup sederhana. Susu kedelai sudah cukup dikenal di Indonesia sebagai alternatif pengganti susu sapi. Perbedaan utama susu kedelai dengan susu sapi adalah susu kedelai tidak

mengandung kolesterol dan memiliki kandungan protein yang cukup tinggi dengan harga yang relatif lebih murah (Galeaz dan Navis, 1999). Dalam proses pengolahan kedelai menjadi susu kedelai pasti juga akan menciptakan nilai tambah dan juga meningkatkan nilai guna dari produk tersebut (Cahyadi, 2007).

Menurut Hayami, *et al* (1987) dalam Sudiyono (2004), ada dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Penghitungan nilai tambah dengan metode Hayami dapat diketahui faktor konversi, koefisien tenaga kerja, nilai produk, nilai tambah, rasio nilai tambah, imbalan tenaga kerja, sumbangan input lain, serta tingkat keuntungan dan marginnya.

Industri pengolahan susu kedelai mulai dilirik oleh banyak orang sebagai alternatif usaha sehingga mampu meningkatkan pendapatan terutama di wilayah Kota Denpasar, hal ini disebabkan juga proses pembuatannya yang cukup sederhana. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Denpasar terdapat empat industri kecil pengolahan susu kedelai yang terdaftar diantaranya tiga industri kecil pengolahan susu kedelai berbahan baku kacang kedelai biasa (impor) dan satu industri kecil menggunakan bahan baku kedelai Edamame (Disperindag Kota Denpasar, 2015). Penduduk Kota Denpasar sesuai dengan hasil sensus pada tahun 2013 berjumlah 833.900 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2013). Hal ini memberikan peluang sebagai pasar potensi yang besar terhadap pemasaran produk susu kedelai.

Peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian lebih, guna mengetahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan oleh industri kecil pengolahan kedelai menjadi susu kedelai yang berbahan baku kedelai biasa dan kedelai edamame, bagaimana jalur distribusi pemasarannya, serta besar nilai tambah dalam pemasaran produk susu kedelai yang terdapat di Kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

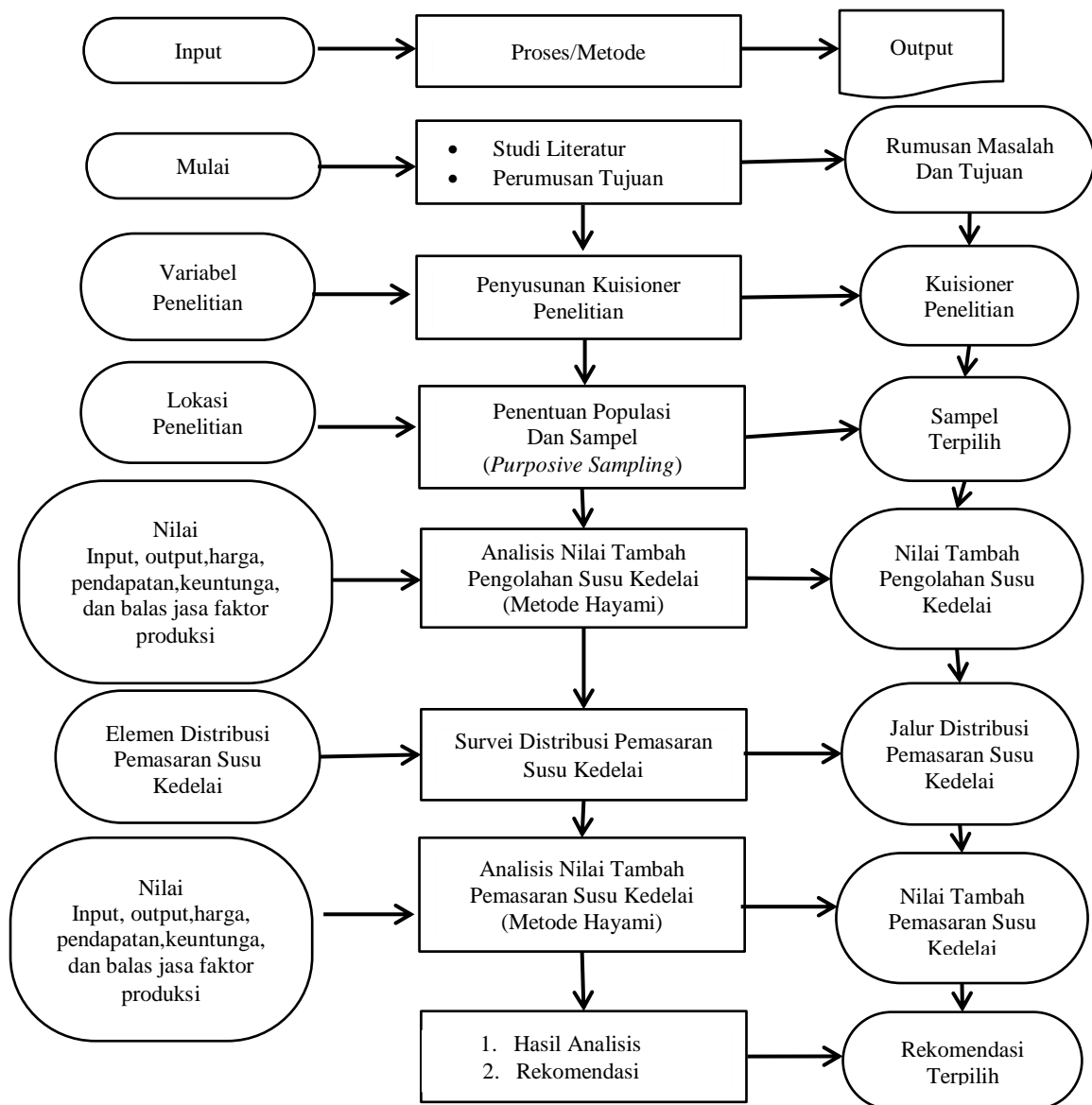
Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (disengaja) yaitu di wilayah-wilayah berdirinya industri kecil pengolahan kedelai menjadi susu kedelai di Kota Denpasar, wilayahnya meliputi : Kecamatan Denpasar Barat, Kecamatan Denpasar Selatan, Kecamatan Denpasar Timur, Kecamatan Denpasar Utara. Waktu pengambilan data dilaksanakan pada bulan April – Mei 2016.

Pelaksanaan Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* (disengaja) yaitu di wilayah-wilayah berdirinya UMKM susu kedelai di Kota Denpasar, wilayahnya meliputi : Kecamatan Denpasar Barat, Kecamatan Denpasar Selatan, Kecamatan Denpasar Timur, Kecamatan Denpasar Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM pengolahan kacang kedelai menjadi susu kedelai yang ada di Kota Denpasar. Berdasarkan kriteria Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota

Denpasar, UMKM pengolahan susu kedelai yang berada di Kota Denpasar berjumlah 4 (empat) industri kecil dimana 3 (tiga) industri kecil pengolahan susu kedelai biasa (kedelai impor) dan 1 (satu) industri kecil pengolahan susu kedelai edamame. Sampel diambil sebanyak 2 (dua) sampel untuk mewakili 4 (empat) industri kecil pengolahan susu kedelai di Kota Denpasar, yaitu pengolahan susu kedelai biasa (impor) yang diproduksi oleh Kelompok Purnama Sari (UP3HP Kota Denpasar) yang beralamat di jln. Gunung Bromo 11. Monang Maning dan susu kedelai edamame yang diproduksi oleh UD. Putra Lanang 27, jln. Gatot Subroto I/X No. 12. Denpasar. Adapun tahapan pelaksanaan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan para pengusaha industri kecil menggunakan kuisiонер dan pedoman wawancara. Data primer yang dikumpulkan meliputi data kualitatif dan kuantitatif, seperti kapasitas produksi, bahan baku yang digunakan, tenaga kerja yang digunakan,

upah tenaga kerja, harga output, harga bahan baku, nilai input lain, biaya produksi, biaya variabel, biaya tetap, pemasaran, data teknis dan teknologi. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti data dari pemerintahan Kota Denpasar.

Metode pengolahan data dilakukan secara kuantitatif dan deskriptif. Data dianalisis dengan menggunakan metode Hayami, *et al* (1987) untuk mengetahui besaran nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan kacang kedelai menjadi susu kedelai dan dengan metode yang sama untuk mengetahui besaran nilai tambah yang dihasilkan dalam pemasaran. Prosedur perhitungan nilai tambah menurut metode Hayami, *et al* (1987) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kerangka perhitungan nilai tambah metode Hayami, *et al* (1987)

Variabel	Nilai
I. Output, Input dan Harga	
1. Output (kg)	(1)
2. Input (kg)	(2)
3. Tenaga kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4) = (1) / (2)$
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	$(5) = (3) / (2)$
6. Harga output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga bahan baku (Rp/kg)	(8)
9. Biaya input lain (Rp/kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/kg)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$
b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/kg)	$(12a) = (5) \times (7)$
b. Pangsa Tenaga kerja (%)	$(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	$(13a) = 11a - 12a$
b. Tingkat keuntungan (%)	$(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/Kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$
b. Biaya Input Lain (%)	$(14b) = (9/14) \times 100\%$
c. Keuntungan Pengusaha (%)	$(14c) = (13a/14) \times 100\%$

Sumber: Hayami, *et al* (1987) dalam Sudiyono (2004)

Penelitian ini juga mempelajari atau menganalisis jalur-jalur distribusi pemasaran yang dilalui oleh produk susu kedelai yang dihasilkan oleh masing-masing industri kecil yang berada di Kota Denpasar sampai ke tangan konsumen sehingga dapat menentukan jalur distribusi pemasaran susu kedelai yang menghasilkan nilai tambah tertinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Sampel dan Responden

A.1. Karakteristik Sampel Industri Kecil Pengolahan Susu Kedelai

Karakteristik sampel pada penelitian ini meliputi merek dagang, nama perusahaan, lama usaha, jumlah produk yang dihasilkan per hari (botol). Secara rinci karakteristik responden, pemilik industri kecil pengolahan susu kedelai dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Sampel Indutri Kecil Pengolahan Susu Kedelai

NO.	Karakteristik sampel	Jenis Produksi	Susu Kedelai Berbahan Baku Kedelai Edamame	Susu Kedelai Berbahan Baku Kedelai Biasa
		1.	Nama Pemilik Industri	I Gusti Ngurah Alit Wardana
2.	Usia	48 tahun	38 tahun	
3.	Tingkat Pendidikan	D3	SMA	
4.	Nama Industri	UD. PUTRA LANANG 27	UD. KARUNIA JAYA	
5.	Merk Dagang	SARI EDAMAME 27	PURNAMA SARI	
6.	Lama Usaha	4 tahun	8 tahun	
7.	Produk Dihasilkan Per Hari (botol 330mL)	600	200	

Sumber : *Analisis Data Primer, 2016*

A.2. Karakteristik Pedagang Produk Susu Kedelai

A.2.1. Karakteristik Pedagang Produk Susu Kedelai Edamame

Karakteristik pedagang produk susu kedelai edamame meliputi nama pedagang, status pedagang, jumlah produk yang dijual perhari. Secara rinci karakteristik reponden, pedagang produk susu kedelai edamame dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Pedagang Produk Susu Kedelai Edamame

No.	Karakteristik Sampel	Nama Pedagang	I Wayan Sugita	Sukma	I Luh Parwati	I G Ngurah Alit Wardana
		1.	Status Pedagang	Wholesaler	Retailer	Retailer
2.	Jumlah Produk yang Dijual Per Hari (botol 330 mL)	200	10	40	360	
3.	Harga Beli Per botol (Rp)	5.000	7.000	5.000	2.700	
4.	Harga Jual Per Botol (Rp)	7.000	9.000	7.000	7.000	

Sumber : *Analisis Data Primer, 2016*

Berdasarkan Tabel 3, harga sebesar Rp2.700 pada produsen (Alit Wardana) merupakan total biaya produksi per satu botol susu kedelai edamame berdasarkan perhitungan oleh produsen itu sendiri. Produsen juga menjual produknya langsung ke konsumen sebanyak 360 botol/hari dengan harga Rp7.000/botol.

A.2.2. Karakteristik Pedagang Produk Susu Kedelai Biasa (Kedelai Impor)

Karakteristik pedagang produk susu kedelai biasa (kedelai impor) meliputi nama pedagang, status pedagang, jumlah produk yang dijual perhari. Secara rinci karakteristik reponden, pedagang produk susu kedelai biasa (kedelai impor) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Produk Susu Kedelai Biasa (Kedelai Impor)

No.	Nama Pedagang	Ketut Moni	Puskesmas	Depot Alami	Kantor D.Pertanian	Ririn Marliani
1.	Status Pedagang	Wholesaler	Retailer	Retailer	Retailer	Produsen
2.	Jumlah Produk yang Dijual Per Hari (Botol)	50	25	25	25	100
3.	Harga Beli Per Botol (Rp)	4.000	6.500	5.000	5.000	3.000
4.	Harga Jual Per Botol (Rp)	6.500	7.500	6.000	6.000	5.500

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4, harga beli pada produsen sebesar Rp. 3.000/botol merupakan total biaya produksi untuk satu botol susu kedelai biasa (impor). Biaya produksi 1 botol susu kedelai biasa sebesar Rp. 3.000 merupakan hasil perhitungan oleh produsen sendiri. Produsen (Ririn Marliani) susu kedelai biasa (kedelai impor) juga menjual produknya langsung ke konsumen sebanyak 100 botol/hari dengan harga Rp5.500/botol.

B. Biaya Bahan Penunjang (Biaya Input Lain)

Dalam proses pembuatan susu kedelai baik yang berbahan baku kedelai edamame ataupun kedelai biasa (kedelai impor) juga membutuhkan bahan-bahan penunjang (biaya input lain) seperti gula, garam, air, bahan bakar dan sebagainya. Secara rinci biaya penunjang (biaya input lain) pada pembuatan susu kedelai dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Biaya Input Lain Pada Proses Pembuatan Susu Kedelai Berbahan Baku Kedelai Edamame dan Pembuatan Susu kedelai Biasa (Impor).

NO.	Uraian	Kedelai Edamame		Kedelai Biasa (Impor)	
		Jumlah Bahan	Biaya (Rp)	Jumlah Bahan	Biaya (Rp)
1.	Gula	7,5 kg	97.500	6 kg	111.000
2.	Garam	538,8 gr	6.250	185 gr	2.000
3.	Daun Pandan		3.000		6.000
4.	Air	142 L	30.000	76 L	16.000
5.	Jahe			400 gr	7.000
6.	Bahan Bakar	2,4 kg	26.000	0,9 kg	6.000
7.	Listrik dan Pulsa		20.000		7.000
8.	Bensin	5,5 L	40.000	1,5 L	11.666,7
9.	Kemasan dan Label (330 mL)	600 botol	429.000	200 botol	200.000
Total Biaya			651.750		367.166,7
Penggunaan Bahan Baku (kg)			25		14
Biaya Input Lain (Rp/kg)			26.070		26.226,19

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Dari Tabel 4 di atas, biaya input lain yang dibutuhkan oleh industri pengolahan susu kedelai edamame untuk satu kali produksi adalah sebesar Rp. 26.070/kg bahan baku yang diperoleh dari perhitungan berikut:

$$\text{Biaya input lain} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Penggunaan Bahan Baku}} = \frac{\text{Rp.651.750}}{25 \text{ kg}} = \text{Rp. 26.070/kg}$$

Biaya input lain yang dibutuhkan industri pengolahan susu kedelai berbahan baku kedelai biasa (kedelai impor) adalah sebesar Rp. 26.226,19/kg bahan baku untuk satu kali produksi yang diperoleh dari perhitungan berikut:

$$\text{Biaya input lain} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Penggunaan Bahan Baku}} = \frac{\text{Rp.367.166,7}}{14 \text{ kg}} = \text{Rp.26.226,19/kg}$$

C. Input dan Output

Input adalah jumlah bahan baku yang digunakan dalam satu hari atau satu kali produksi untuk diolah menjadi susu kedelai baik yang berbahan baku kedelai edamame dan berbahan baku kedelai biasa (kedelai impor) yang diukur dengan satuan kilogram (kg) bahan baku. Output adalah jumlah produk yang dihasilkan dalam satu hari atau satu kali produksi yang diukur dalam satuan kilogram (kg) (Aminah, 2013). Diketahui massa jenis susu kedelai adalah 1,035 gr/mL (Juhaeri S, 2015). Jumlah bahan baku dan jumlah output yang dihasilkan di tempat penelitian dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Jumlah Bahan Baku (Input) yang Digunakan dan Jumlah Produk (Output) yang Dihasilkan Untuk Satu Kali Produksi

Jenis Bahan Baku	Penggunaan Bahan Baku/Input (kg)	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	Output/Produk yang Dihasilkan (kg)	Harga Output (Rp/kg)
Kedelai Edamame	25	75.000	198	21.954,55
Kedelai Biasa (impor)	14	14.000	66	17.250,2

Sumber : *Analisis Data Primer, 2016*

- Harga 1 kg susu kedelai edamame diperoleh dari perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga 1 kg susu kedelai} &= \text{harga perbotol (330 mL)} \times \frac{1.035 \text{ mL}}{\text{Volume botol}} \\ &= \text{Rp. 7.000} \times \frac{1.035 \text{ mL}}{330 \text{ mL}} = \text{Rp. 21.954,55} \end{aligned}$$

- Harga 1 kg susu kedelai biasa (impor) diperoleh dari perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga 1 kg susu kedelai} &= \text{harga perbotol (330 mL)} \times \frac{1.035 \text{ mL}}{\text{Volume botol}} \\ &= \text{Rp. 5.500} \times \frac{1.035 \text{ mL}}{330 \text{ mL}} = \text{Rp. 17.250,2} \end{aligned}$$

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara (kuisisioner) dengan produsen pengolahan susu kedelai edamame dan susu kedelai biasa (kedelai impor) untuk menghitung total biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi satu botol susu kedelai berukuran 330 mL oleh masing-masing produsen untuk 1 kali produksi adalah sebagai berikut dimana diketahui:

- Total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi 1 botol susu kedelai edamame adalah:

- Penggunaan bahan baku \times harga bahan baku = 25 kg \times Rp.75.000/kg = Rp.1.875.000

- Jumlah tenaga kerja \times upah tenaga kerja = 5 \times Rp.72.500 = Rp.362.500

- Total biaya input lain = Rp.651.750

$$= (\text{Rp.1.875.000} + \text{Rp.362.500} + \text{Rp.651.750}) / 198 \text{ kg} = \text{Rp.14.529,172/kg}$$

- Massa jenis susu kedelai = 1,035 gr/mL

$$1.000 \text{ gr susu kedelai} = 1.035 \text{ mL susu kedelai}$$

$$1.035 \text{ mL} / 330 \text{ mL} = 3,1364$$

$$\text{Sehingga 1 botol susu kedelai edamame} = \text{Rp.14.529,172} / 3,1364 = \text{Rp.4.632,45/botol}$$

- Total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi 1 botol susu kedelai biasa (impor) adalah:

- Penggunaan bahan baku \times harga bahan baku = 14 kg \times Rp.14.000 = Rp.196.000

- Jumlah tenaga kerja \times upah tenaga kerja = 5 \times Rp.33.333,33 = Rp.166.666,65

- Total biaya input lain = Rp.367.166,7

$$= (\text{Rp.196.000} + \text{Rp.166.666,65} + \text{Rp.367.166,7}) / 66 \text{ kg} = \text{Rp.11.058,08/kg}$$

- Massa jenis susu kedelai = 1,035 gr/mL

$$1.000 \text{ gr susu kedelai} = 1.035 \text{ mL susu kedelai}$$

$$1.035 \text{ mL} / 330 \text{ mL} = 3,1364$$

$$\text{Sehingga 1 botol susu kedelai biasa (impor)} = \text{Rp.11.058,08} / 3,1364 = \text{Rp.3.525,72/botol}$$

D. Upah Tenaga Kerja

Setiap lembaga pemasaran produk susu kedelai yang bekerja sendiri atau tidak menggunakan tenaga pekerja akan dihitung berapa upah tenaga kerja yang seharusnya diperoleh masing-masing lembaga pemasar. Untuk menghitung upah tenaga kerja pada penelitian ini didasari oleh Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Denpasar yaitu sebesar Rp. 2.007.000. Untuk menghitung upah yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran produk susu kedelai disesuaikan dengan jumlah jam kerja yang digunakan dalam memasarkan produknya tersebut.

Jam kerja bagi para pekerja di sektor swasta diatur dalam Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, khususnya pasal 77 sampai dengan pasal 85. Pasal 77 ayat 1, UU No.13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja yaitu 8 jam kerja dalam 1 hari. Sehingga untuk menghitung upah yang diperoleh per satu jam kerja oleh setiap lembaga pemasaran adalah diasumsikan sebagai berikut:

$$\text{Upah per 1 hari} = \text{UMK Denpasar} / 25 \text{ hari kerja (hari kerja 1 bulan)}$$

$$= \text{Rp. 2.007.000} / 25 \text{ hari}$$

$$= \text{Rp. 80.280/hari}$$

$$\begin{aligned} \text{Upah per 1 jam} &= \text{Upah per 1 hari} / 8 \text{ jam kerja (jam kerja 1 hari)} \\ &= \text{Rp. } 80.280 / 8 \text{ jam} \\ &= \text{Rp. } 10.035/\text{jam} \end{aligned}$$

Perhitungan ini hanya digunakan untuk menghitung upah tenaga kerja pada nilai tambah pemasaran produk susu kedelai karena masing-masing lembaga pemasar bekerja sendiri kecuali pada produsen susu kedelai edamame yang menggunakan 2 orang tenaga kerja dalam memasarkan produknya langsung kepada konsumen.

E. Analisis Nilai Tambah Pengolahan Susu Kedelai Edamame dan Susu Kedelai Biasa (Kedelai Impor).

Dasar perhitungan metode analisis nilai tambah ini menggunakan perhitungan kilogram (kg) bahan baku kedelai. Analisis nilai tambah pada proses pengolahan kedelai edamame dan kedelai biasa (kedelai impor) menjadi susu kedelai dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Analisis Nilai Tambah Pada Proses Pengolahan Kedelai Edamame dan Kedelai Biasa (Kedelai Impor) Menjadi Susu Kedelai.

Variabel	Nilai Tambah	
	Kedelai Edamame	Kedelai Biasa (Impor)
I. Output, Input, dan Harga		
1. Output (kg)	198	66
2. Input (kg)	25	14
3. Tenaga Kerja (HOK)	5	5
4. Faktor Konversi	7,92	4,714
5. Koefisien Tenaga Kerja (HOK/kg)	0,2	0,357
6. Harga Output (Rp/kg)	21.954,55	17.250,2
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	72.500	33.333,33
II. Penerimaan Dan Keuntungan		
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	75.000	14.000
9. Biaya Input Lain (Rp/kg)	26.070	26.226,19
10. Nilai Output (Rp/kg)	173.880,04	81.317,44
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	72.810,04	41.091,25
b. Rasio Nilai Tambah (%)	41,87	50,53
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	14.500	11.899,99
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	19,91	28,96
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	58.310,04	29.191,26
b. Tingkat Keuntungan (%)	80,09	71,04
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14. Marjin (Rp/kg)	98.880,04	67.317,44
a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	14,66	17,68
b. Biaya Input Lain (%)	26,37	38,96
c. Keuntungan Pengusaha (%)	58,97	43,36

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa, nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan kacang kedelai menjadi susu kedelai pada susu kedelai edamame adalah sebesar Rp. 72.810,04/kg. Besarnya nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai output sebesar Rp.173.880,04/kg dengan biaya input lain sebesar Rp. 26.070/kg dan harga bahan baku sebesar Rp. 75.000/kg, sedangkan

nilai tambah dari susu kedelai yang berbahan baku kedelai biasa (kedelai impor) adalah sebesar Rp.41.091,25/kg. Besarnya nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai output sebesar Rp.81.317,44/kg dengan biaya input lain sebesar Rp. 26.226,19/kg dan harga bahan baku sebesar Rp. 14.000/kg. Rasio nilai tambah pada susu kedelai edamame adalah sebesar 41,87% artinya 41,87 persen dari nilai output (kedelai edamame) merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan susu kedelai edamame, rasio ini lebih kecil jika dibandingkan dengan rasio nilai tambah pada susu kedelai biasa (kedelai impor) yaitu sebesar 50,53%.

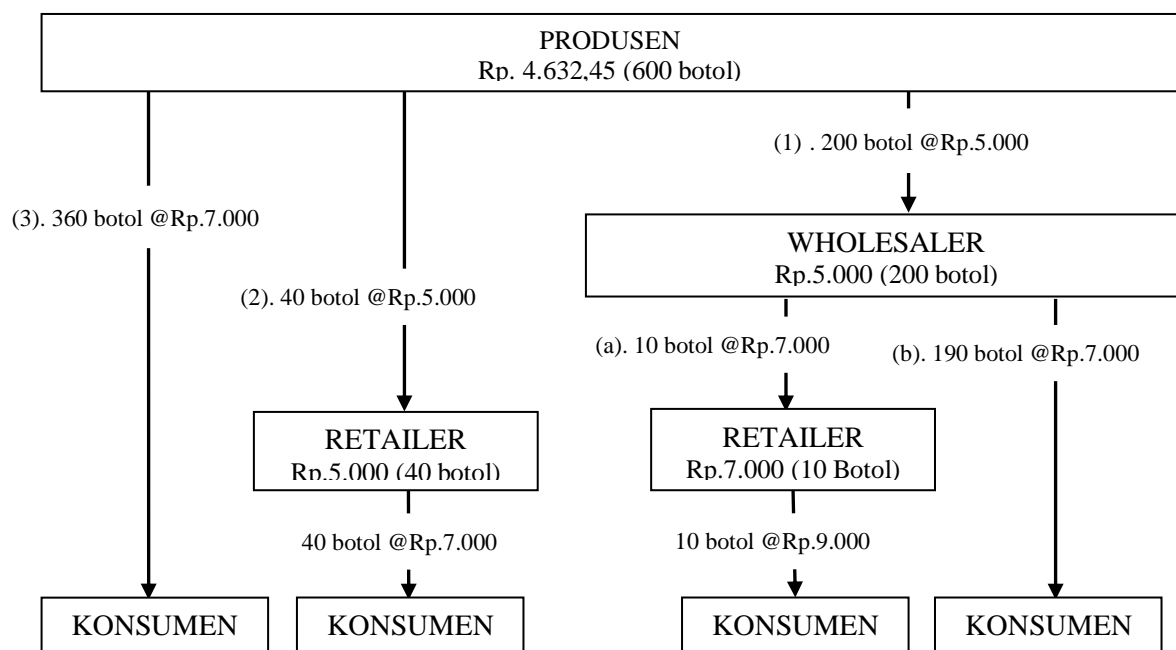
Nilai tambah yang dihasilkan dari pengolahan susu kedelai baik yang berbahan baku kedelai edamame ataupun kedelai biasa (kedelai impor) dapat disimpulkan dengan uji kriteria berikut:

- Rasio nilai tambah susu kedelai edamame adalah $41,87\% < 50\%$ nilai tambah tergolong rendah.
- Rasio nilai tambah susu kedelai biasa (impor) $50,53\% > 50\%$ nilai tambah tergolong tinggi.

F. Jalur Distribusi Pemasaran Susu Kedelai di Kota Denpasar

F.1. Jalur Distribusi Pemasaran yang Digunakan Pemilik Industri Pengolahan Susu Kedelai Edamame.

Adapun jalur distribusi produk yang digunakan oleh produsen adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Jalur Distribusi Pemasaran Produk Susu Kedelai Edamame

Jalur 1 (a): Produsen menjual susu kedelai edamame ke Wholesaler sebanyak 200 botol dan (a) 10 botol diantaranya dijual oleh Wholesaler kepada Retailer dengan harga Rp. 7.000/botol.

Jalur 1 (b): Wholesaler menjual 190 botol langsung ke konsumen dengan harga Rp. 7.000/botol.

Jalur 2 : Produsen memiliki satu pedagang Retailer yang menjual susu kedelai edamame langsung ke konsumen sebanyak 40 botol dengan harga Rp. 7.000/botol setiap harinya.

Jalur 3 : Produsen langsung menjual produknya ke konsumen sebanyak 360 botol dengan harga Rp. 7.000/botol setiap harinya.
 Harga sebesar Rp. 4.632,45 pada produsen (Alit Wardana) merupakan total biaya produksi untuk 1 botol susu kedelai edamame.

F.2. Jalur Distribusi Pemasaran yang Digunakan Pemilik Industri Pengolahan Susu Kedelai Biasa (Impor)

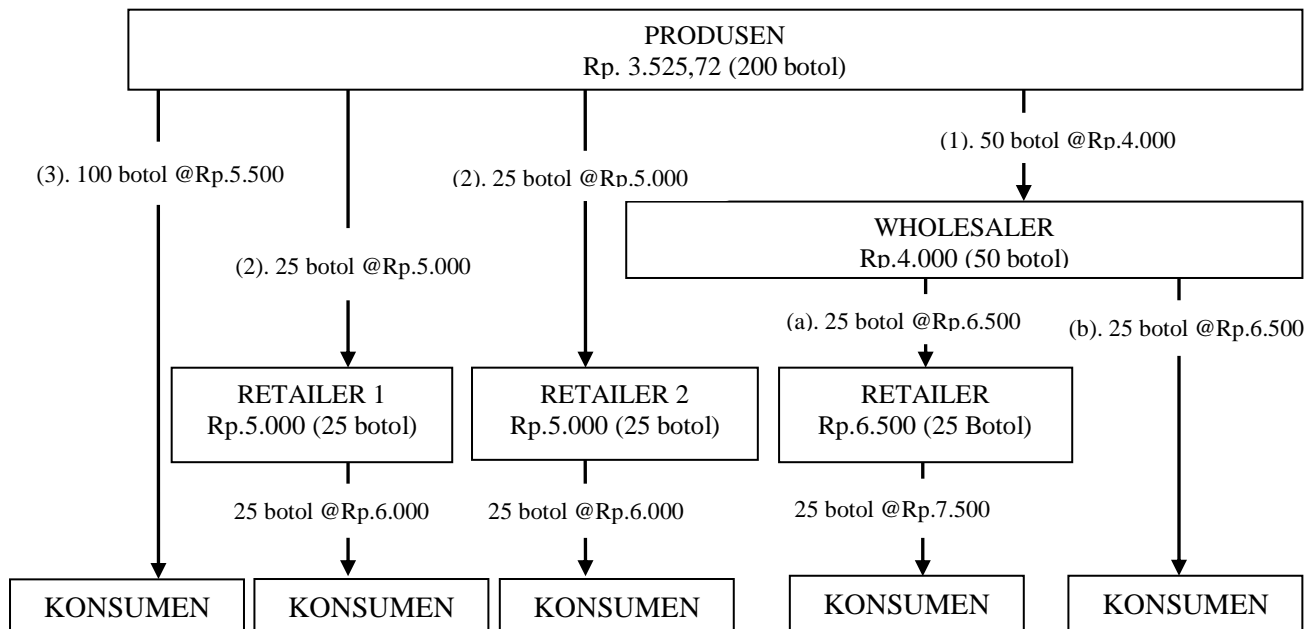
Harga sebesar Rp. 3.525,72 pada produsen (Ririn Marliani) merupakan total biaya produksi untuk 1 botol susu kedelai biasa (kedelai impor).

Jalur 1 (a): Produsen menjual produk susu kedelai biasa sebanyak 50 botol dengan harga Rp. 4.000/botol kepada Wholesaler. 25 botol diantaranya dijual oleh Wholesaler kepada Retailer dengan harga Rp. 6.500/botol.

Jalur 1 (b): Wholesaler menjual 25 botol langsung kepada konsumen dengan harga Rp. 6.500/botol.

Jalur 2 : Produsen menggunakan dua pedagang Retailer yang menjual produk susu kedelai biasa (kedelai impor) langsung ke konsumen masing-masing sebanyak 25 botol dengan harga Rp. 6.000/botol setiap harinya.

Jalur 3 : Produsen menjual produk susu kedelai biasa langsung ke konsumen sebanyak 100 botol. Adapun gambar jalur distribusi produk yang digunakan oleh produsen susu kedelai biasa (impor) adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Jalur Distribusi Pemasaran Produk Susu Kedelai Biasa (Kedelai Impor)

G. Analisis Nilai Tambah Pemasaran Produk Susu Kedelai di Kota Denpasar

Dasar perhitungan metode analisis nilai tambah pemasaran ini menggunakan jumlah penjualan susu kedelai botol dengan ukuran 330 mL masing-masing pedagang susu kedelai baik

yang berbahan baku kedelai edamame dan kedelai biasa (kedelai impor). Analisis nilai tambah pemasaran dilakukan pada periode penjualan perhari.

Analisis nilai tambah pemasaran produk susu kedelai edamame dan susu kedelai biasa (kedelai impor) dapat dilihat pada Tabel 7 dan Tabel 8 berikut:

G.1. Analisis Nilai Tambah Pemasaran Susu Kedelai Edamame Pada Setiap Lembaga Pemasaran.

Analisis nilai tambah pemasaran produk susu kedelai berbahan baku kedelai edamame dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Nilai Tambah Pemasaran Produk Susu Kedelai Edamame Oleh Setiap Lembaga Pemasaran

No.	Variable	Nilai Tambah				
		Pak Alit (Produsen -- Konsumen)	Pak Alit (Produsen -- Wholesaler/ Retailer)	Pak Sugita (Wholesaler)	Pak Sukma (Retailer)	Bu Iluh (Retailer)
I. Output, Input, dan Harga						
1.	Output (botol)	360	240	200	10	40
2.	Input (botol)	360	240	200	10	40
3.	Tenaga Kerja (HOK)	2	1	1	1	1
4.	Faktor Konversi	1	1	1	1	1
5.	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/botol)	0,0056	0,0042	0,005	0,1	0,025
6.	Harga Output (Rp/botol)	7.000	5.000	7.000	9.000	7.000
7.	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	20.000	30.105	30.105	30.105	30.105
II. Penerimaan dan Keuntungan						
8.	Harga Bahan Baku (Rp/botol)	4.632,45	4.632,45	5.000	7.000	5.000
9.	Biaya Input Lain (Rp/botol)	57,14	57,14	195	180	250
10.	Nilai Output (Rp/botol)	7.000	5.000	7.000	9.000	7.000
11.a.	Nilai tambah (Rp/botol)	2.310,41	310,41	1.805	1.820	1.750
b.	Rasio Nilai Tambah (%)	33,01	6,21	25,79	20,22	25
12.a.	Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/botol)	112	126,44	150,52	3.010,5	752,63
b.	Pangsa Tenaga Kerja (%)	4,85	40,73	8,34	165,41	43
13.a.	Keuntungan (Rp/botol)	2.198,41	183,97	1.654,48	-1.190,5	997,37
b.	Tingkat Keuntungan (%)	95,15	59,27	91,66	-65,41	56,99
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi						
14.	Marjin (Rp/botol)	2.367,55	367,55	2.000	2.000	2.000
a.	Pendapatan Tenga Kerja (%)	4,73	34,40	7,53	150,53	37,63
b.	Biaya Input Lain (%)	2,41	15,55	9,75	9	12,5
c.	Keuntungan Pedagang (%)	92,86	50,05	82,72	-59,53	49,87

Sumber : Analisis Data Primer, 2016

Keterangan : Botol berukuran 330 mL

Dari perhitungan Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa rasio nilai tambah pemasaran yang dihasilkan oleh pedagang wholesaler (Pak Sugita) adalah 25,79% dan untuk retailernya 20,22%. Sedangkan pada retailer yang digunakan produsen, rasio nilai tambahnya sebesar 25%. Nilai tambah yang dihasilkan oleh masing-masing pedagang masing tergolong rendah karena masih berada dibawah 50%. Upah yang diasumsikan diperoleh masing-masing pedagang dari menjual sendiri produknya adalah sebesar Rp. 150,52/botol (8,34%) untuk wholesaler, sebesar Rp. 3.010,5/botol (165,41%) untuk retailer yang digunakan oleh wholesaler dan sebesar Rp. 752,63/botol (43%) untuk retailer

yang digunakan oleh produsen. Produsen yang juga menjual produknya langsung ke konsumen memperoleh rasio nilai tambah pemasaran sebesar 33,01%. Nilai tambah pemasaran yang dihasilkan oleh produsen yang menjual produknya sebanyak 200 botol kepada wholesaler dan 40 botol kepada retailer (Bu Iluh) adalah sebesar Rp.310,41 (6,21%).

G.2. Analisis Nilai Tambah Pemasaran Susu Kedelai Biasa (Kedelai Impor) Pada Setiap Lembaga Pemasaran.

Analisis nilai tambah pemasaran produk susu kedelai berbahan baku kedelai biasa (impor) dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Nilai Tambah Pemasaran Produk Susu Kedelai Biasa (Impor) Oleh Setiap Lembaga Pemasaran

No.	Variabel	Nilai Tambah					
		Bu Ririn (Produsen – Konsumen)	Bu Ririn (Produsen – Wholesaler/ Retailer)	Ketut Moni (Wholesaler)	Puskesmas (Retailer)	Depot Alami (Retailer)	K. Dinas Pertanian Denpasar (Retailer)
I. Output, Input, dan Harga							
1.	Output (botol)	100	100	50	25	25	25
2.	Input (botol)	100	100	50	25	25	25
3.	Tenaga Kerja (HOK)	1	1	1	1	1	1
4.	Faktor Konversi	1	1	1	1	1	1
5.	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/botol)	0,01	0,01	0,02	0,04	0,04	0,04
6.	Harga Output (Rp)	5.500	4.500	6.500	7.500	6.000	6.000
7.	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	30.105	30.105	30.105	30.105	30.105	30.105
II. Penerimaan dan Keuntungan							
8.	Harga Bahan Baku (Rp/botol)	3.525,72	3.525,72	4.000	6.500	5.000	5.000
9.	Biaya Input Lain (Rp/botol)	103,9	103,9	340	40	20	20
10.	Nilai Output (Rp/botol)	5.500	4.500	6.500	7.500	6.000	6.000
11.	a. Nilai Tambah (Rp/botol)	1.870,38	870,38	2.160	960	980	980
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	34,01	19,34	33,23	12,8	16,33	16,33
12.	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp)	301,05	301,05	602,1	1.204,2	1.204,2	1.204,2
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	16,10	16,10	27,88	125,44	122,88	122,88
13.	a. Keuntungan (Rp/botol)	1.569,33	569,33	1.557,9	-244,2	-224,2	-224,2
	b. Tingkat Keuntungan (%)	83,90	65,41	72,13	-25,44	-22,88	-22,88
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
14.	Majin (Rp/botol)	1.974,28	974,28	2.500	1.000	1.000	1.000
	a. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	15,25	30,90	24,08	120,42	120,42	120,42
	b. Biaya Input Lain (%)	5,26	10,66	13,6	4	2	2
	c. Keuntungan Pedagang (%)	79,49	58,44	62,32	-24,42	-22,42	-22,42

Sumber : *Analisis Data Primer, 2016*

Keterangan : Botol berukuran 330 mL

Berdasarkan perhitungan Tabel 8 di atas dapat dilihat nilai tambah pemasaran yang diperoleh masing-masing pedagang adalah sebesar Rp. 2.160/botol (33,23%) untuk pedagang wholesaler. Sedangkan retailer (Puskesmas) yang digunakan oleh wholesaler memperoleh nilai tambah sebesar Rp. 960/botol (12,8%). Pada masing-masing retailer yang digunakan oleh produsen memperoleh nilai tambah sebesar Rp. 980/botol (16,33%) pada retailer pertama (Depot Alami) dan pada retailer kedua (Kantor Dinas Pertanian K. Denpasar). Produsen yang menjual produknya

langsung kepada konsumen memperoleh nilai tambah pemasaran sebesar Rp. 1.870,38/botol (34,01%) sedangkan nilai tambah pemasaran yang dihasilkan oleh produsen dari penjualan produknya kepada wholesaler dan retailer adalah sebesar Rp.870,38/botol (19,34). Upah tenaga kerja yang diasumsikan diperoleh masing-masing pedagang adalah sebesar Rp. 301,05/botol (16,10%) untuk produsen, sebesar Rp. 602,1/botol (27,88%) untuk wholesaler, sebesar Rp. 1.204,2/botol (125,44%) untuk retailer (Puskesmas) dan untuk retailer (Depot Alami dan Kantor Dinas Pertanian) masing-masing sebesar Rp. 1.204,2/botol (122,88%).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Nilai tambah pada proses pengolahan kedelai menjadi susu kedelai tertinggi terdapat pada UMKM susu kedelai biasa (impor) yaitu sebesar Rp.41.091,25/kg (50,53%). Nilai tambah pada proses pengolahan kedelai menjadi susu kedelai terendah diperoleh UMKM susu kedelai edamame yaitu sebesar Rp.72.810,04/kg (41,87%).
2. Jalur distribusi yang digunakan oleh produsen susu kedelai baik yang berbahan baku kedelai edamame atau kedelai biasa (impor) terdiri dari jalur yaitu: (1a) Produsen – Wholesaler – Retailer – Konsumen, (1b.) Produsen – Wholesaler – Konsumen, (2) Produsen – Retailer – Konsumen, dan (3) Produsen – Konsumen.
3. Nilai tambah pemasaran produk susu kedelai edamame untuk masing-masing lembaga pemasaran tergolong rendah karena masih dibawah 50%. Nilai tambah pemasaran tertinggi terdapat pada Produsen (Pak Alit Wardana) yang menjual produknya langsung kepada konsumen yaitu sebesar Rp.2.310,41/botol dengan rasio 33,01%. Nilai tambah pemasaran ini juga tergolong rendah karena berada dibawah 50%.
4. Nilai tambah pemasaran produk susu kedelai biasa (impor) untuk masing-masing lembaga pemasaran juga tergolong rendah karena masih dibawah 50%. Nilai tambah pemasaran tertinggi terdapat pada Produsen (Bu Ririn) dari menjual produknya langsung kepada konsumen yaitu sebesar Rp.1.870,38/botol dengan rasio 34,01% < 50%. Nilai tambah pemasaran ini tergolong rendah karena berada dibawah 50%.
5. Nilai tambah pemasaran tertinggi terdapat pada jalur pemasaran terpendek yaitu: Produsen – Konsumen, baik pada UMKM susu kedelai berbahan baku kedelai edamame dan UMKM susu kedelai berbahan baku kedelai biasa (kedelai impor).

Saran

1. Untuk mencapai profit tertinggi disarankan bagi pemilik UMKM pengolahan susu kedelai di Kota Denpasar untuk memaksimalkan penjualan produknya dengan menggunakan jalur distribusi pemasaran terpendek sebab semakin pendek jalur pemasaran produknya maka pemilik

industri akan dapat mengurangi biaya pemasaran serta resiko sehingga keuntungan yang diperoleh dapat dimaksimalkan. Produsen disarankan mencari konsumen sebanyak-banyak dengan memberikan penawaran terbaik sehingga konsumen mau membeli kembali produk susu kedelainya dan untuk setiap konsumen yang tertarik diajak untuk bergabung di kelompok *On-Line* dengan media social seperti *Blackberry Messenger* (BBM), *WhatsApp* (WA) sehingga memudahkan produsen dan konsumen susu kedelai untuk jual-beli secara langsung tanpa perantara.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai bagaimana strategi pemasaran produk susu kedelai untuk meningkatkan jumlah penjualan dan memaksimalkan keuntungan oleh pengusaha produk susu kedelai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto, T. 2008. *Budidaya Kedelai Tropika*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Aminah, N. 2013. *Skripsi, Analisis Nilai Tambah Dalam Pengolahan Susu Kedelai Pada Skala Industri Rumah Tangga di Kota Medan*. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan
- Badan Pusat Statistik. 2013. Laporan Statistik Provinsi Bali 2013. Provinsi Bali: Dinas Statistik Provinsi Bali, Provinsi Bali. [10 Maret 2016]
- Cahyadi, W. 2007. *Kedelai Khasiat dan Teknologi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2015. Laporan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Denpasar. Provinsi Bali
- Galeaz, R.D. and Navis, S.R., 1999, Soymilk-DrinkUp, *Soyfoods USA*, Vol. 4 (8), <http://www.soyfoods.com/newletter/> [6 Maret 2016].
- Juhaeri, S. 2015. *Laporan Mingguan Praktikum Biokimia I*. Universitas Mataram. Mataram. [9 Januari 2017]
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.