



**PEMASARAN DAN STRATEGI BERTAHAN  
GULA MERAH TEBU PADA UKM BUMI ASIH  
DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Oleh  
**Ilham Arfiansyah**  
**NIM 151510601077**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2022**



**PEMASARAN DAN STRATEGI BERTAHAN  
GULA MERAH TEBU PADA UKM BUMI ASIH  
DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Oleh  
**Ilham Arfiansyah**  
**NIM 151510601077**

Dosen Pembimbing  
**Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji M.Rur.M**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2022**

**PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Samsul Arifin dan Ibu Sri Ismiati, Adik Fahriyal Fajri yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a selama ini.
2. Dosen Pembimbing di Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
3. Bapak/Ibu Gruru dari Taman Kanak-Kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
4. Teman-teman Program Studi Agribisnis 2015 Fakultas Pertanian Universitas Jember.
5. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

**MOTTO**

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”.*

(Q.S Al Baqarah: 286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa-apa pada diri mereka”

(Q.S Ar-Ra’d: 11)



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Arfiansyah

NIM : 151510601077

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul **“Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

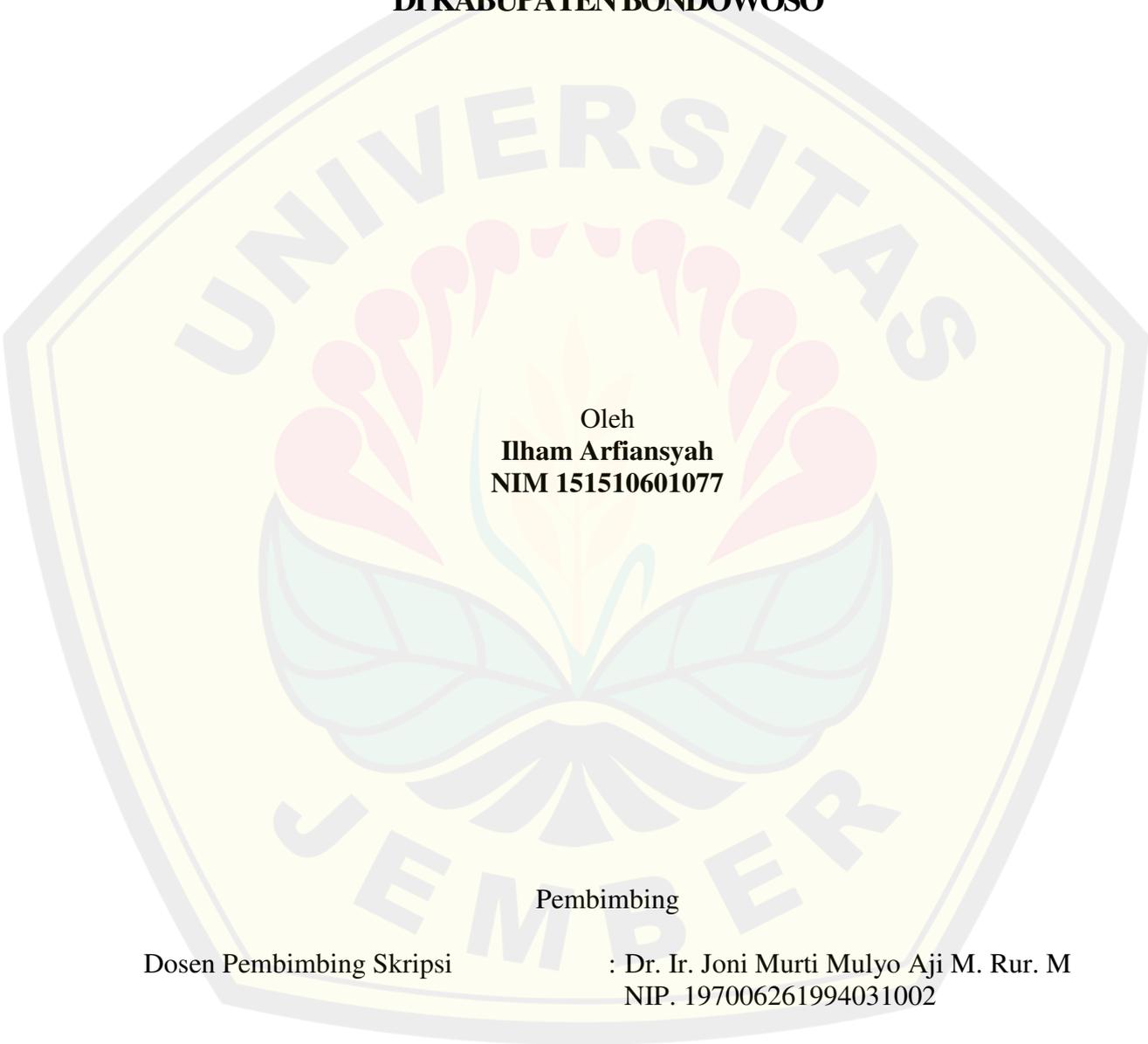
Jember, Januari 2022

Yang menyatakan,

**Ilham Arfiansyah**  
**NIM. 151510601077**

**SKRIPSI**

**PEMASARAN DAN STRATEGI BERTAHAN  
GULA MERAH TEBU PADA UKM BUMI ASIH  
DI KABUPATEN BONDOWOSO**



Oleh  
**Ilham Arfiansyah**  
NIM 151510601077

Pembimbing

Dosen Pembimbing Skripsi

: Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji M. Rur. M  
NIP. 197006261994031002

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul: “**Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso**”, telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Jum’at, 28 Januari 2022

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Skripsi,

**Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M**  
**NIP. 197006261994031002**

Dosen Penguji 1,

Dosen Penguji 2,

**Ir. Anik Suwandari, M.P.**  
**NIP. 196404281990022001**

**Diana Fauziyah, S.P., M.P.**  
**NIP. 760017231**

Mengesahkan

Dekan,

**Prof. Dr. Ir. Soetriono, MP.**  
**NIP. 196403041989021001**

## RINGKASAN

**Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso;** Ilham Arfiansyah, 151510601077; Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Tanaman tebu merupakan salah satu komoditas perkebunan yang banyak diusahakan oleh perkebunan rakyat. Tanaman tebu banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan gula pasir. Tebu dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan gula pasir, tebu juga dapat diolah menjadi gula merah tebu. UKM Bumi Asih merupakan salah satu agroindustri yang bergerak dalam pengolahan gula merah tebu. Gula merah tebu memiliki prospek yang cukup baik, mengingat gula merah tebu produksi Indonesia sudah mampu menembus pasar ekspor. Agroindustri UKM Bumi Asih terletak di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso, dan telah beroperasi sejak tahun 2011. Produksi gula merah tebu dilakukan UKM Bumi Asih dari Bulan Juni sampai Bulan Januari.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tingkat keuntungan dan profitabilitas gula merah, strategi bertahan serta saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso. Metode penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive method*), yaitu Agroindustri Bumi Asih di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Metode penelitian yang dilakukan yaitu analitik dan deskriptif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapat dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilik UKM Bumi Asih dan pekerja dibagian pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan metode *snowball sampling* untuk mengetahui lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula merah tebu UKM Bumi Asih. Analisis data untuk mengetahui tingkat keuntungan menggunakan rumus keuntungan ( $\pi = TR - TC$ ) dan profitabilitas menggunakan analisis *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)* dan *Break even point (BEP)*. Analisis data untuk mengetahui

saluran dengan menggunakan deskriptif, margin pemasaran dengan menggunakan rumus margin pemasaran ( $Mp=Pr-Pf$ ) dan efisiensi pemasaran menggunakan rumus efisiensi pemasaran ( $EP = TB/TNP \times 100\%$ ). Analisis data untuk mengetahui strategi bertahan UKM Bumi Asih menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian keuntungan yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih menunjukkan UKM Bumi Asih mendapatkan keuntungan yang positif. Keuntungan yang diperoleh pada tahun 2018, yaitu sebesar Rp 231.585.750. Profitabilitas UKM Bumi Asih menunjukkan nilai GPM sebesar 24,99% dan nilai NPM sebesar 23,54%, hal tersebut menunjukkan usaha yang dilakukan UKM Bumi Asih mengeluarkan biaya yang efisien dalam kegiatan produksinya dan memperoleh keuntungan yang positif. Terdapat tiga saluran pemasaran pada UKM Bumi Asih. Nilai margin pemasaran kecil, *farmer's share* tinggi dan nilai efisiensi tinggi sehingga dapat dikatakan efisien. Strategi bertahan yang dilakukan UKM Bumi Asih lebih menekankan kepada memperkecil margin keuntungan dan menjalin kemitraan dengan petani tebu ketika harga tebu meningkat.

**SUMMARY**

**Survival Strategy and Marketing of Red Cane Sugar in UKM Bumi Asih in Bondowoso Regency;** Ilham Arfiansyah; 151510601077; Agribusiness Study Program, Socio-economic Agriculture Department, The Faculty of Agriculture, Jember University.

Sugarcane is one of the plantation commodities that are widely cultivated by smallholder plantations. Sugarcane is widely used as a raw material for making sugar. Besides being used as raw material for making sugar, sugar cane can also be processed into brown sugar cane. UKM Bumi Asih is one of the agro-industries that is engaged in processing sugar cane. Sugarcane brown sugar has a pretty good future prospect, considering that Indonesian cane brown sugar has been able to penetrate the export market. UKM Bumi Asih Agroindustry is located in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency, and has been operating since 2011. Within one year UKM Bumi Asih operates from June to January.

The purpose of this study was to determine the level of profit and profitability of brown sugar, survival strategies as well as marketing channels, margins and marketing efficiency of brown sugar cane at UKM Bumi Asih in Bondowoso Regency. The method of determining the location was carried out purposively (purposive method), namely Bumi Asih Wonokusumo Agroindustry, Tapen District, Bondowoso Regency. The research method used is analytic and descriptive. The data used in this study are primary data obtained by interview, observation and documentation techniques. Sampling was carried out by purposive sampling method, namely the owners of UKM Bumi Asih and workers in the marketing division, and continued with the snowball sampling method for the marketing channel of sugar cane at UKM Bumi Asih. Data analysis to determine the level of profit using the profit formula ( $\pi = TR - TC$ ) and profitability using analysis of Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM) and Break even point (BEP). Data analysis to determine the channel using descriptive, marketing margin using the marketing margin formula ( $M_p = Pr - Pf$ )

and marketing efficiency using the marketing efficiency formula ( $EP = TB / TNP \times 100\%$ ). Data analysis to determine the survival strategy of UKM Bumi Asih using descriptive analysis.

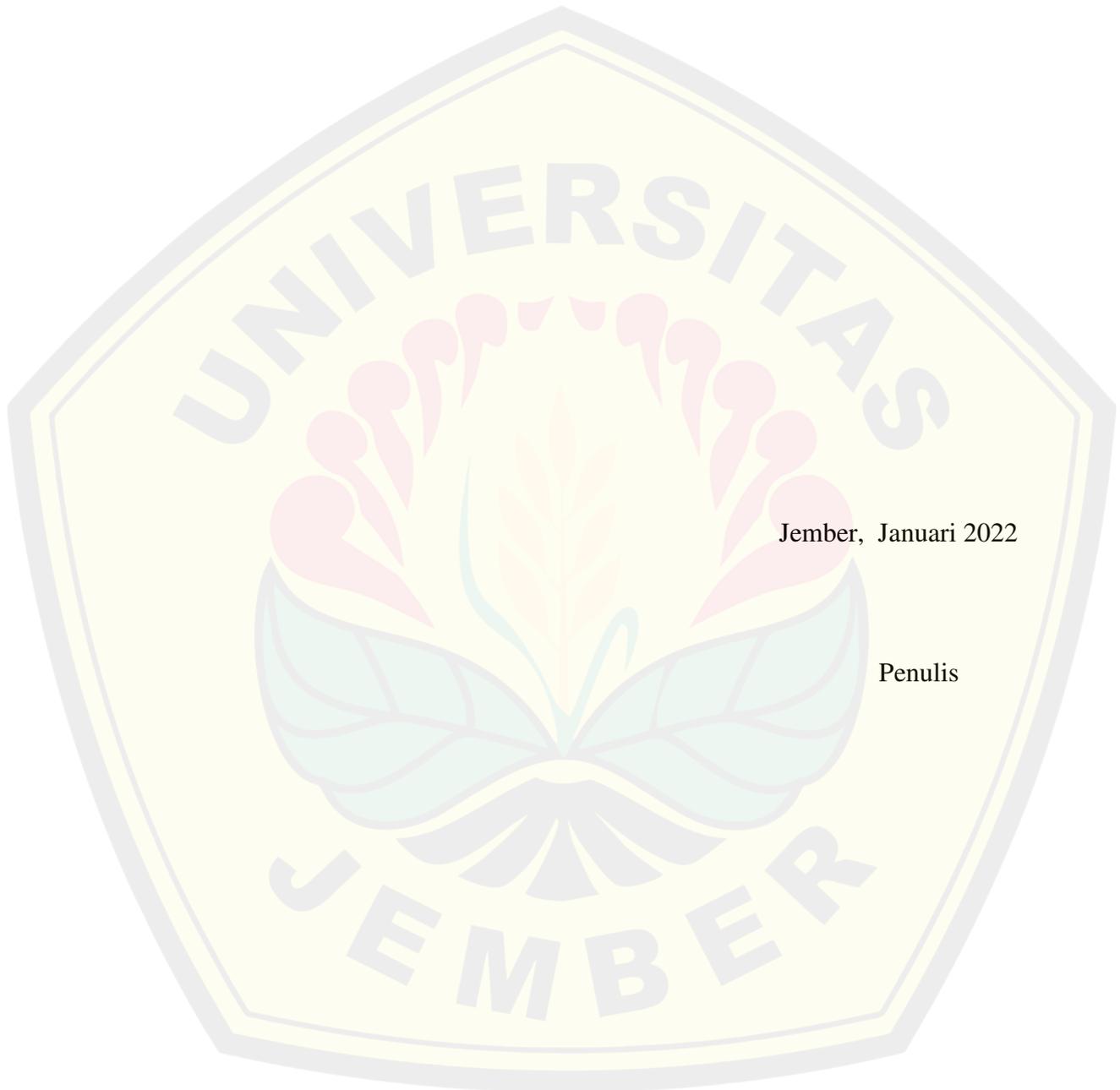
The results of the research on the benefits obtained by UKM Bumi Asih showed that UKM Bumi Asih had positive benefits. The profits obtained in 2018 amounted to IDR 231,585,750. The profitability of UKM Bumi Asih shows a GPM value of 24.99% and an NPM value of 23.54%, this shows that the efforts of Bumi Asih UKM have spent efficient costs in their production activities and obtained positive benefits. There are three marketing channels for UKM Bumi Asih. The value of the marketing margin is small, the farmer's share is high and the value of efficiency is high so it can be said to be efficient. The survival strategy carried out by UKM Bumi Asih emphasizes reducing profit margins and establishing partnerships with sugarcane farmers when sugarcane prices increase.

## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan berkat dan rahmatnya sehingga karya ilmiah (skripsi) dapat diselesaikan dengan judul **“Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso”**. Penyusunan karya ilmiah tertulis ini banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Soetrisno, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember;
2. Ati Kusmiati, S.P., M.P. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian atau Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Jember;
3. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan, nasihat, pengalaman, saran, serta motivasi selama penulisan skripsi ini;
4. Ir. Anik Suwandari, M.P. selaku Dosen Penguji Utama yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, nasihat, pengalaman, saran, serta motivasi selama penulisan skripsi ini;
5. Prof. Dr. Ir. Rudi Wibowo, MS. dan Diana Fauziah, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat selama masa studi;
6. Bapak Samsul Arifin, Ibu Sri Ismiati dan Adik Fahriyal Fajri selaku keluarga saya tercinta yang tiada hentinya memberikan dukungan serta do'a selama ini.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan, Salman Al Farisi, Yoga Setiawan dan Wisnu Eko Nugroho. Terimakasih atas perjalanan hidup yang berkesan dan terimakasih atas dukungan, semangat, kebersamaan, keceriaan, kekompakkan dalam berbagi ilmu, dan doa selama menjadi mahasiswa.
8. Seluruh teman-teman Agribisnis Universitas Jember angkatan 2015 atas semua bantuan dan kebersamaan selama menjadi mahasiswa.
9. Semua pihak yang terkait dan terlibat dalam karya ilmiah ini, khususnya yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah tertulis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.



Jember, Januari 2022

Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat.....</b>	<b>9</b>
1.3.1 Tujuan .....	9
1.3.2 Manfaat .....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Landasan Teori .....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Komoditas Tebu.....	15
2.2.2 Agroindustri.....	16
2.2.3 Gula Merah Tebu.....	18
2.2.4 Teori Biaya dan Pendapatan.....	21
2.2.5 Teori Profitabilitas.....	22
2.2.6 Teori Pemasaran .....	23

2.2.6.1 Saluran Pemasaran .....	24
2.2.6.2 Margin Pemasaran.....	25
2.2.6.3 Efisiensi Pemasaran .....	26
2.2.7 Strategi Bertahan .....	27
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 Hipotesis.....</b>	<b>31</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4 Metode Pengambilan Contoh.....</b>	<b>35</b>
<b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6 Definisi Operasional.....</b>	<b>41</b>
<b>BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Gambaran Umum UKM Bumi Asih Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso .....</b>	<b>44</b>
4.1.1 Geografis Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso .....	44
4.1.2 Profil UKM Bumi Asih .....	45
4.1.3 Struktur Organisasi Agroindustri Gula Merah UKM Bumi Asih .....	47
4.1.4 Tahapan Proses Pengolahan Produk Gula Merah Tebu pada agroindustri UKM Bumi Asih .....	48
<b>4.2 Tingkat Keuntungan dan Profitabilitas Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso .....</b>	<b>50</b>
<b>4.3 Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso .....</b>	<b>57</b>
<b>4.4 Strategi Bertahan Agroindustri UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso.....</b>	<b>68</b>
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>72</b>

5.2 Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN.....	79
KUISIONER.....	107
DOKUMENTASI .....	121

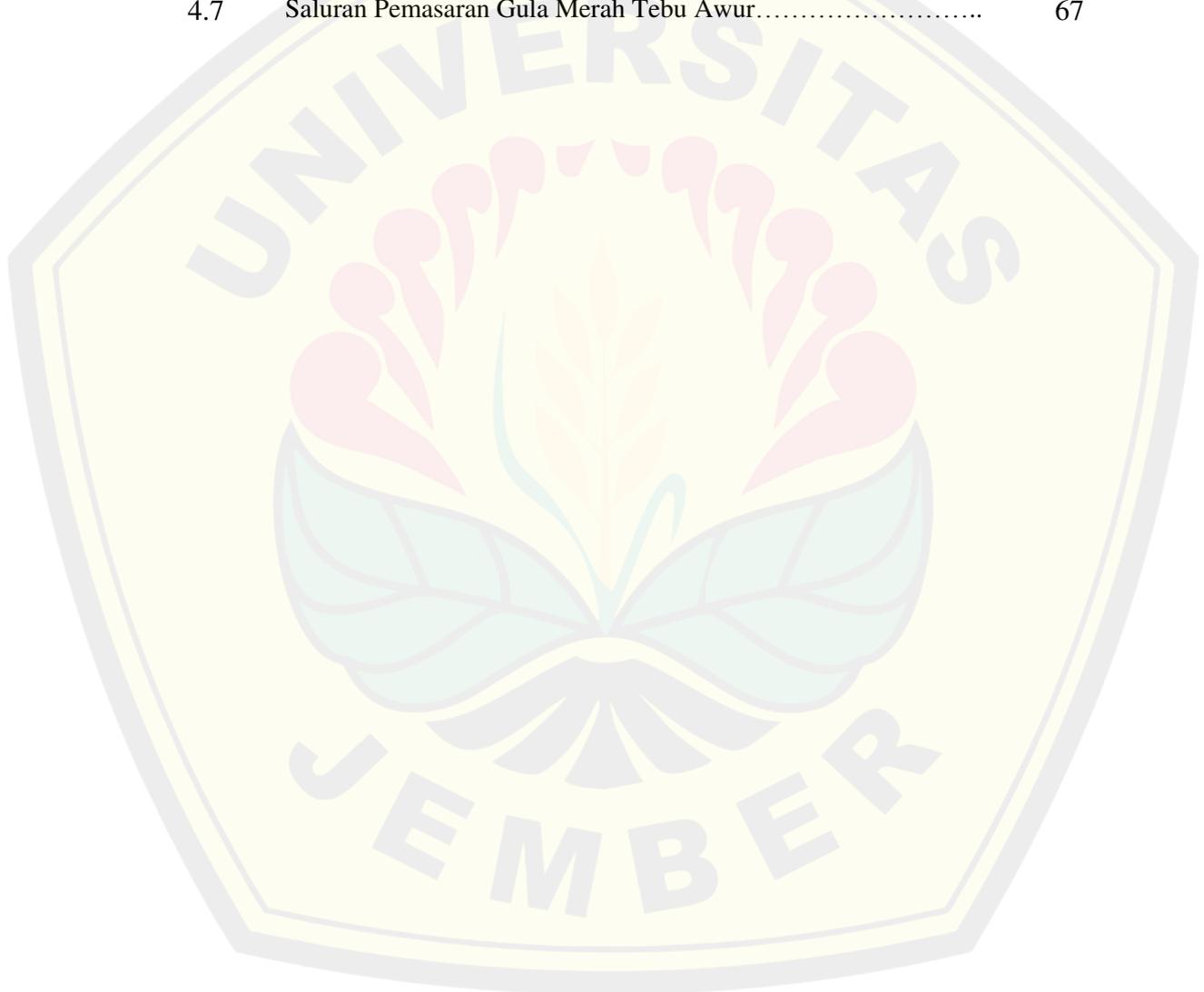


## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Data Produksi Tebu di Provinsi Jawa Timur Tahun 2013-2017.....	3
1.2 Data Produksi Tebu di Kabupaten Bondowoso Tahun 2013-2017..	4
2.1 Nilai Gizi yang Terkandung setiap 100 gr pada gula kelapa, aren dan gula merah tebu.....	19
3.1 Jabatan dan Jumlah Narasumber yang diwawancarai.....	35
4.1 Biaya Produksi Gula Merah Tebu pada Tahun 2018.....	53
4.2 Jumlah Volume Penjualan, Rata-Rata Harga Jual dan Jumlah Penerimaan UKM Bumi Asih pada tahun 2018.....	55
4.3 Keuntungan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018.....	55
4.4 Profitabilitas UKM Bumi Asih pada tahun 2018.....	56
4.5 Perhitungan margin, <i>share</i> dan distribusi margin pemasaran gula merah tebu cetak pada saluran pemasaran I.....	61
4.6 Perhitungan margin, <i>share</i> dan distribusi margin pemasaran gula merah tebu cetak pada saluran pemasaran II.....	63
4.7 Perhitungan margin, <i>share</i> dan distribusi margin pemasaran gula merah tebu cetak pada saluran pemasaran III.....	65
4.8 Efisiensi Pemasaran Gula merah tebu cetak UKM Bumi Asih	66
4.9 Perhitungan margin, <i>share</i> dan distribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran gula merah awur.....	67
4.10 Strategi Bertahan UKM Bumi Asih.....	69

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Kurva Marjin Pemasaran.....	26
2.2	Skema Kerangka Pemikiran.....	31
4.1	Struktur Organisasi Agroindustri Gula Merah UKM Bumi Asih..	47
4.2	Proses Pengolahan Gula Merah Tebu UKM Bumi Asih.....	48
4.3	Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Cetak.....	59
4.4	Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Cetak I.....	60
4.5	Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Cetak II.....	63
4.6	Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Cetak III.....	65
4.7	Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Awur.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No</b>		<b>Halaman</b>
1	Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Bulan pada Tahun 2018....	77
2	Total Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Bulan pada Tahun 2018.....	84
3	Biaya Tenaga Kerja per Hari.....	84
4	Total Biaya Tenaga Kerja Produksi Gula Merah Tebu pada Tahun 2018.....	85
5	Biaya Tetap Produksi Gula Merah Tebu.....	86
6	Biaya Perawatan Mesin.....	87
7	Biaya Penyusutan Bangunan.....	87
8	Total Biaya Tetap pada UKM Bumi Asih.....	87
9	Total Biaya Produksi UKM Bumi Asih pada Tahun 2018.....	88
10	Produksi dan Penjualan Gula Merah Tebu pada Tahun 2018.....	88
11	Total Pendapatan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018.....	89
12	Keuntungan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018.....	89
13	Profitabilitas UKM Bumi Asih pada Tahun 2018.....	90
14	Saluran Pemasaran Gula Merah Cetak pada UKM Bumi Asih....	91
15	Jumlah Pembelian, Harga Jual dan Harga Beli pada Lembaga Pemasaran Tingkat 1.....	92
16	Jumlah Pembelian, Harga Jual dan Harga Beli pada Lembaga Pemasaran Tingkat 2.....	95
17	Rata-Rata Jumlah Pembelian, Harga Beli, Biaya, Harga Jual dan Keuntungan pada Saluran Pemasaran Tingkat 1.....	99
18	Rata-Rata Jumlah Pembelian, Harga Beli, Biaya, Harga Jual dan Keuntungan pada Saluran Pemasaran Tingkat 2.....	100
20	Margin pemasaran, <i>share value</i> dan distribusi margin rantai saluran 1.....	101
21	Margin pemasaran, <i>share value</i> dan distribusi margin rantai saluran 2.....	102
22	Margin pemasaran, <i>share value</i> dan distribusi margin rantai saluran 3.....	102
23	Efisiensi Pemasaran Gula merah Tebu UKM Bumi Asih.....	103
24	Saluran Pemasaran Gula Merah Awur pada UKM Bumi Asih...	103
25	Margin pemasaran, <i>share value</i> dan distribusi margin.....	103
26	Daftar responden UKM Bumi Asih.....	104
27	Kuisisioner.....	105
28	Dokumentasi.....	119

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Subsektor perkebunan merupakan salah satu dari beberapa subsektor dalam pertanian. Pertanian memiliki beberapa subsektor didalamnya, subsektor tersebut meliputi subsektor pangan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan dan subsektor perkebunan. Perkebunan merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian saat ini. Subsektor perkebunan memiliki arti penting bagi sektor pertanian, karena subsektor perkebunan merupakan penyumbang sebagian besar pertumbuhan ekonomi daerah seperti di Provinsi atau Kabupaten (Tanjung, 2017).

Perkebunan memiliki dampak yang cukup besar dalam pembangunan serta pertumbuhan ekonomi masyarakat. Perkebunan adalah kegiatan budidaya tanaman tertentu pada tanah atau media tumbuh lainnya dalam suatu ekosistem yang sesuai, dengan bantuan permodalan, manajemen, ilmu pengetahuan dan teknologi, yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan. Tanaman perkebunan adalah tanaman yang memiliki nilai ekonomis, karena itu tanaman perkebunan diusahakan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Tanaman perkebunan dapat dikelompokkan menjadi dua berdasarkan karakteristiknya, yaitu tanaman semusim dan tahunan. Tanaman semusim adalah tanaman yang hanya bisa dipanen satu kali, sementara tanaman tahunan adalah tanaman yang memiliki umur panjang dan pemanenan hasilnya dilakukan lebih dari satu kali (Sari dkk., 2015).

Tanaman perkebunan semusim dan tahunan di Indonesia dikelola oleh negara, swasta maupun rakyat. Tanaman perkebunan tersebut dibudidayakan dalam beberapa jenis perkebunan, pembagian tersebut berdasarkan bentuk pengusahaannya menjadi tiga bagian, yaitu perkebunan besar negara, perkebunan besar swasta dan perkebunan rakyat. Perkebunan besar negara, yaitu suatu usaha budidaya tanaman yang dilakukan dan dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang hasil seluruhnya untuk dijual dengan areal pengusahaannya sangat luas. Perkebunan besar swasta, yaitu suatu usaha budidaya tanaman yang

dilakukan oleh perusahaan swasta yang hasil seluruhnya untuk dijual dengan areal pengusahaannya sangat luas dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Perkebunan Rakyat, yaitu suatu usaha budidaya tanaman yang dilakukan oleh rakyat yang hasilnya sebagian besar untuk dijual, dengan area pengusahaannya dalam skala yang luasnya terbatas. Tanaman-tanaman perkebunan yang diusahakan dalam jenis perkebunan tersebut beragam, seperti tanaman kopi, kakao, kelapa sawit, teh, tebu, karet (Suwanto dkk., 2014).

Tebu merupakan salah satu komoditas perkebunan yang banyak diusahakan oleh perkebunan rakyat. Tebu sangat cocok untuk dibudidayakan di Indonesia, karena tebu cocok hidup di lahan kering dimana sebagian wilayah di Indonesia memiliki lahan kering. Tebu termasuk ke dalam komoditas perkebunan yang memiliki peran strategis, karena tebu merupakan bahan baku pembuatan gula. Gula merupakan salah satu bahan makanan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari (Nurjayanti, 2014). Tebu memiliki kandungan gula yang berbentuk sukrosa, kadar sukrosa dalam tebu berkisar antara 11%-19%. Tebu digiling terlebih dahulu untuk memperoleh air perasan tebu atau yang sering disebut nira. Nira tebu merupakan cairan hasil perasan yang diperoleh dari penggilingan tebu yang memiliki warna coklat kehijauan. Nira tebu selain mengandung gula, juga mengandung zat-zat lainnya (zat non gula). Nira tebu harus melalui beberapa tahapan proses produksi dari penggilingan hingga menjadi gula (Yanutya, 2013).

Berdasarkan data dari Direktorat Jendral Perkebunan (2016), setengah produksi tebu nasional merupakan produksi dari perkebunan yang ada di Pulau Jawa. Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi tebu tertinggi di Indonesia pada tahun 2015. Provinsi Jawa Timur menyumbangkan hampir setengah produksi tebu nasional. Provinsi Lampung merupakan provinsi dengan produksi tebu tertinggi setelah Provinsi Jawa Timur. Provinsi Jawa Tengah juga menjadi penghasil tebu tertinggi selain Provinsi Jawa Timur yang ada di Pulau Jawa. Jawa Tengah memiliki produksi tebu tertinggi ke tiga nasional. Produksi tebu nasional pada tahun 2015 didominasi oleh produksi perkebunan rakyat.

Tanaman tebu banyak dibudidayakan di wilayah Provinsi Jawa Timur. Provinsi Jawa Timur memiliki potensi yang baik sebagai wilayah penghasil tebu nasional. Provinsi Jawa Timur juga merupakan salah satu provinsi penghasil tebu terbesar yang ada di Indonesia. Hal tersebut dapat di lihat pada Tabel 1.1 mengenai data produksi tebu di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2015-2019.

Tabel 1.1 Data Produksi Tebu di Provinsi Jawa Timur Tahun 2015-2019

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
2015	1.092.208
2016	1.035.157
2017	1.010.447
2018	1.066.628
2019	1.046.856
<b>Jumlah</b>	<b>5.251.296</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, (2020).

Berdasarkan Tabel 1.1 produksi tebu di Provinsi Jawa Timur dari tahun 2015 sampai dengan 2017 mengalami penurunan. Produksi tebu Provinsi Jawa Timur berturut-turut dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 adalah sebesar 1.092.208 ton, 1.035.157 ton, dan 1.010.447 ton. Tahun 2018 produksi tebu Provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, produksi tebu pada tahun 2018 adalah sebesar 1.066.628 ton. Tahun 2019 produksi tebu di Provinsi Jawa Timur kembali mengalami penurunan, produksi tebu pada tahun 2019 adalah sebesar 1.046.856 ton. Produksi tebu tertinggi dalam kurun waktu 2015 sampai 2019 di Provinsi Jawa Timur terjadi pada tahun 2015 yaitu sebesar 1.092.208 ton. Jumlah produksi tebu dari tahun 2015 sampai 2019 sebesar 5.251.296 ton.

Menurut analisis yang dilakukan oleh Hermawati (2015), komoditas tebu merupakan salah satu komoditas unggulan dalam pengembangan agroindustri, dengan pertimbangan kontribusi yang besar terhadap PDRB Kabupaten Bondowoso. Tanaman tebu merupakan tanaman perkebunan yang banyak ditanam di Kabupaten Bondowoso selain tanaman kopi dan tembakau. Banyaknya tanaman tebu di Kabupaten Bondowoso didukung dengan adanya agroindustri pabrik penggilingan tebu Prajekan di Kabupaten Bondowoso.

Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu kabupaten penyumbang produksi tebu yang ada di Povinsi Jawa Timur. Kabupaten Bondowoso memiliki potensi untuk terus mengembangkan perkebunan tebu. Produksi tebu yang dihasilkan di Kabupaten Bondowoso dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Berikut data produksi tebu di Kabupaten Bondowoso pada tahun 2015-2019 yang tersaji pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Data Produksi Tebu di Kabupaten Bondowoso Tahun 2015-2019

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
2015	28.863
2016	21.840
2017	21.092
2018	32.150
2019	31.150
<b>Jumlah</b>	<b>135.095</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Timur, (2020).

Berdasarkan Tabel 1.2 produksi tebu di Kabupaten Bondowoso dari tahun 2015 sampai dengan 2019 mengalami perubahan yang berfluktuasi. Produksi tebu di Kabupaten Bondowoso pada tahun 2015 sebesar 28.863 ton. Tahun berikutnya produksi tebu mengalami penurunan, produksi tebu pada tahun 2016 sebesar 21.840 ton. Produksi tebu kembali mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, produksi tebu pada tahun 2017 sebesar 21.092 ton. Produksi tebu mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2018, yaitu sebesar 32.150 ton. Tahun 2019 produksi tebu di Kabupaten Bondowoso kembali mengalami penurunan, produksi tebu pada tahun 2019 yaitu sebesar 31.150 ton. Produksi tebu di Kabupaten Bondowoso dalam kurun waktu 2015 sampai 2019 total sebesar 135.095 ton, sementara produksi tebu tertinggi di Kabupaten Bondowoso pada kurun waktu tersebut terjadi pada tahun 2018.

Menurut Yunitasari dkk. (2018), Kabupaten Bondowoso memiliki spesialisasi dan keunggulan kompetitif pada gula, sehingga berpotensi sebagai salah satu daerah penghasil tebu yang dapat lebih dimaksimalkan. Kecamatan Tapen merupakan kecamatan penghasil tebu terbesar yang ada di Kabupaten Bondowoso. Kecamatan lain dengan produksi tebu tertinggi di Kabupaten Bondowoso yaitu, Kecamatan Tamanan dan Kecamatan Sukosari. Kecamatan Tapen memiliki potensi dalam mengembangkan perkebunan tebu. Berdasarkan

data BPS Kabupaten Bondowoso (2018), 8 dari total 9 desa yang ada di Kecamatan Tapen memiliki potensi sebagai daerah penghasil tanaman tebu didalam sektor perkebunan.

Industri gula di Jawa Timur sudah ada sejak jaman Kolonial Belanda. Belanda mendirikan pabrik gula yang banyak tersebar di beberapa kabupaten di Jawa Timur. Pabrik gula yang didirikan oleh Kolonial Belanda memproduksi gula pasir. Belanda memproduksi gula untuk di ekspor ke eropa. Hingga saat ini masih banyak pabrik gula peninggalan Belanda yang masih beroperasi, namun beberapa diantaranya sudah ditutup. Penyebab tutupnya pabrik gula tersebut salah satunya karena usia pabrik gula yang sudah tua. Pabrik gula di Jawa Timur mayoritas dinaungi oleh Perseroan Terbatas Perkebunan Nusantara (PTPN), yang terbagi ke dalam 3 PTPN yaitu PTPN X, PTPN XI dan PTPN XII. PTPN merupakan usaha yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang perkebunan. Pabrik gula yang ada di Jawa Timur beberapa diantaranya juga dikelola oleh swasta, namun tidak sebanyak pabrik gula yang dikelola oleh PTPN (Apriawan, 2015).

Mayoritas petani tebu yang ada di Indonesia saat ini sangat bergantung kepada pabrik gula yang dikelola oleh BUMN. Agroindustri gula merah tebu merupakan salah satu alternatif bagi petani tebu untuk menjual tebunya, dan juga dapat mengurangi ketergantungan terhadap pabrik gula. Agroindustri gula merah tebu umumnya masih bersekala rumah tangga atau kecil. Agroindustri tersebut di dirikan untuk memanfaatkan bahan baku tebu yang tidak terserap oleh pabrik gula. Bahan baku tersebut diperoleh karena kelebihan produksi tebu, atau bisa juga karena masa panen sebagian lahan tebu yang terlambat. Agroindustri gula merah tebu di Kabupaten Kediri merupakan salah satu yang telah melakukan ekspor ke Jepang. Peluang ekspor gula merah tebu yang terbuka luas juga menjadi alasan semakin banyaknya agroindustri gula merah tebu (Subaktilah dkk, 2018).

Gula merah tebu memiliki beberapa perbedaan dengan gula merah aren dan gula merah kelapa. Gula merah tebu umumnya berwarna coklat kemerahan. Gula merah tebu merupakan gula merah dengan kadar sukrosa tertinggi dibandingkan dengan gula merah aren dan gula merah kelapa, dengan kadar

sukrosa sebesar 86%. Gula merah tebu juga memiliki kadar lemak dan air yang lebih rendah dibandingkan dengan gula merah aren dan gula merah kelapa. Gula merah tebu memiliki tingkat kemanisan 10% lebih manis dibandingkan dengan gula pasir (Heryani, 2016).

Pengolahan tebu menjadi gula merah dilakukan di UKM Bumi Asih. UKM Bumi Asih terletak di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. UKM Bumi Asih memproduksi gula merah dari bahan baku tebu yang terlebih dahulu telah diperas niranya. Tebu yang digunakan diperoleh dari petani yang ada di sekitar UKM Bumi Asih. UKM Bumi Asih mulai memproduksi pada waktu awal panen tebu atau pada Bulan Juni sampai dengan Bulan Desember, hal tersebut bertujuan agar petani yang masih memiliki sisa tebu masih bisa menjual tebunya untuk menambah pendapatan petani. Nira hasil perasan tebu kemudian diolah untuk dijadikan gula merah. Gula merah tebu hasil produksi UKM Bumi Asih merupakan gula merah asli dari tebu tanpa adanya campuran gula atau pemanis lainnya. UKM Bumi Asih memproduksi 2 jenis gula merah tebu, yaitu gula merah cetak dan gula awur. Gula merah cetak merupakan gula yang berwarna merah dan memiliki tekstur yang keras dan dicetak dengan ukuran tertentu. Gula awur adalah gula merah yang tidak dicetak atau biasanya berasal dari serpihan sisa proses pencetakan gula merah cetak. UKM Bumi Asih saat ini masih memproduksi gula merah tebu dengan menggunakan mesin semi tradisional. Gula merah dijual dalam bentuk curah dan tidak memiliki label. Gula merah tebu yang diproduksi di UKM Bumi Asih biasanya digunakan sebagai campuran beberapa jenis makanan atau minuman, seperti jamu tradisional, kue tradisional. Gula merah tebu bisa juga dijadikan sebagai bahan baku pembuatan kecap manis.

Menurut Yogi (2018), analisis usahatani gula merah tebu memiliki nilai R/C ratio 1,22 sampai 1,35. Nilai tersebut menunjukkan bahwa produksi gula merah menguntungkan. Nilai keuntungan yang didapatkan di atas Rp 1 juta per hari. Ketiga, potensi pangsa pasar yang cukup besar. Peluang ekspor gula merah ke negara Jepang, Malaysia, Amerika Serikat, Belgia, Kanada, dan Australia masih terbuka lebar. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Darmiati dan Nur

(2017), menunjukkan bahwa gula merah tebu pada usaha milik Bapak Edi menguntungkan, dengan total keuntungan (pendapatan bersih) sebesar Rp. 29.274.689 per bulan. Usaha agroindustri gula merah tebu menguntungkan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, selain itu peluang pasar yang besar hingga keluar negeri. Terdapat masalah bagi agroindustri gula merah tebu yang ada di Kabupaten Bondowoso, sehingga dua dari tiga agroindustri gula merah tebu harus tutup dan tidak memproduksi lagi.

Kurang tersedianya informasi pasar dan masih rendahnya kemampuan tawar menawar UKM Bumi Asih dalam memasarkan gula merah tebu, menjadi salah satu alasan UKM Bumi Asih sangat bergantung kepada tengkulak yang datang untuk membeli produk gula merah tebu. Gula merah tebu sebagian dijual melalui tengkulak, dan sisanya dijual secara langsung kepada agroindustri dengan harga yang relatif murah. Kurang jelasnya jaringan pemasaran gula merah tebu membuat UKM Bumi Asih kesulitan dalam memasarkan gula merah tebu secara langsung kepada konsumen. Keterlibatan tengkulak dalam pemasaran gula merah tebu UKM Bumi Asih membuat semakin banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Lembaga pemasaran yang semakin banyak akan membuat semakin panjang saluran pemasaran yang ada, sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap harga di tingkat konsumen. Pemasaran gula merah melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang ada di Kabupaten Bondowoso, sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan marjin pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Gula merah produksi UKM Bumi Asih dijual ke beberapa pasar yang ada di sekitar wilayah Kabupaten Bondowoso seperti, Pasar Induk Bondowoso, Pasar Besuki, Pasar Wonosari, Pasar Prajekan, Pasar Maesan, Pasar Induk Situbondo dan Pasar Tanjung Jember. Produksi gula merah dari luar daerah Kabupaten Bondowoso banyak masuk ke beberapa pasar tradisional yang ada di wilayah Kabupaten Bondowoso. Gula merah tersebut biasanya berasal dari kabupaten lain yang ada di Provinsi Jawa Timur seperti, Kabupaten Kediri, Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Lumajang, Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Blitar. Banyaknya produk gula merah yang masuk dari luar Kabupaten

Bondowoso akan berdampak terhadap pemasaran produk gula merah dari dalam Kabupaten Bondowoso. Banyaknya produk gula merah tebu yang masuk dari luar Kabupaten Bondowoso membuat usaha agroindustri gula merah tebu susah untuk berkembang, karena agroindustri gula merah tebu di Kabupaten Bondowoso masih tergolong usaha kecil kebawah. UKM Bumi Asih merupakan satu-satunya UKM yang masih bertahan dalam memproduksi gula merah tebu di Kabupaten Bondowoso.

Strategi merupakan salah satu cara agar tetap terus bisa bertahan dalam persaingan industri. Keunggulan strategi pada suatu perusahaan dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk bisa bersaing dan bertahan dalam persaingan industri. Strategi bertahan biasanya digunakan oleh suatu perusahaan ketika perusahaan telah berhasil menciptakan pasar dan berusaha mempertahankan dari pesaingnya. Strategi bertahan juga ditujukan agar para pesaing tidak berkembang, sehingga perusahaan bisa menguasai pasar (Griffin, 2004).

UKM Bumi Asih menggunakan strategi untuk mencapai suatu tujuan dan juga menerapkan strategi dalam bersaing agar dapat terus bertahan dalam persaingan industri. Strategi bertahan digunakan agar perusahaan dapat terus bertahan dari banyaknya para produsen gula merah tebu yang berasal dari luar daerah. Penerapan strategi bertahan oleh UKM Bumi Asih diharapkan agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam segala situasi, terutama dalam mempertahankan pasar gula merah tebu yang ada di wilayah Kabupaten Bondowoso. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pemasaran gula merah tebu dan strategi bertahan pada UKM Bumi Asih.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat keuntungan dan profitabilitas gula merah tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana saluran, margin dan efisiensi pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso?

3. Bagaimana strategi bertahan agroindustri UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat**

#### 1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui tingkat keuntungan dan profitabilitas gula merah tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk mengetahui saluran, margin dan efisiensi pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso.
3. Untuk mengetahui strategi bertahan agroindustri UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso.

#### 1.3.2 Manfaat

1. Bagi pemerintah, dapat dijadikan sebagai acuan untuk membuat kebijakan dalam pemasaran gula merah.
2. Bagi peneliti, dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran.
3. Bagi UKM Bumi Asih, dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan dalam melakukan pemasaran gula merah.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Aliudin dkk (2011), yang berjudul “Efisiensi dan Pendapatan Usaha Gula Aren Cetak (Kasus pada Perajin Gula Aren Cetak di Desa Cimenga, Kecamatan Cijaku, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten)” menyatakan bahwa penelitian ini menggunakan model analisis keuntungan untuk mengetahui keuntungan perajin. Berdasarkan hasil penelitian keuntungan yang diperoleh perajin dalam satu kali proses produksi Rp 29.823,81. Keuntungan tersebut diperoleh dengan mengorbankan biaya sebesar Rp 2.585,813,37 dan penerimaan Rp 4.196,299,36 dalam satu kali proses produksi. Keuntungan yang diperoleh perajin dalam satu tahun sebesar Rp10.736.571,60.

Penelitian yang dilakukan oleh Saleh (2014), yang berjudul “Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren di Desa Tulo’a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango” menyatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya pendapatan perajin gula aren di Desa Tulo’a dan untuk menganalisis besarnya keuntungan perajin gula aren di Desa Tulo’a. Analisis data yang digunakan yaitu analisis pendapatan (*Income*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai biaya variable terdiri dari biaya sarana produksi (biaya pembelian daun palm, biaya pembelian buah kelapa dan biaya tenaga kerja dalam keluarga), sedangkan biaya tetap hanya meliputi penyusutan alat. Total biaya yang diperlukan untuk satu bulan produksi adalah sebesar Rp 1.248.916 yang diperoleh dari penjumlahan biaya variable sebesar Rp 1.205.290 dan biaya tetap sebesar Rp 43.626. Rata-rata gula merah yang di produksi per bulan mencapai 496 bungkus dengan harga Rp 5.360 per bungkus. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui penerimaan dalam satu bulan sebesar Rp 2.644.600 dengan biaya sebesar Rp 1.248.916, sehingga diperoleh tingkat pendapatan perajin gula aren di Desa Tulo’a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango sebesar Rp 1.395.684. Hasil ini diperoleh perajin dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan selama 1 bulan produksi. Rata-rata pendapatan per tahun yang diperoleh perajin di Desa Tulo’a sebesar Rp. 16.748.208.

Penelitian yang dilakukan oleh Darmiati dan Nur (2017), yang berjudul “Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pengolahan Gula Merah Tebu di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah (*Studi Kasus Usaha Bapak Edi*)” menyatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya dan pendapatan usaha pengolahan gula merah tebu di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus analisis total biaya, pendapatan kotor (penerimaan), dan pendapatan bersih (keuntungan). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa biaya tetap yang dibutuhkan dalam satu kali produksi adalah sebesar Rp 4.056.111 yang diperoleh dari hasil penjumlahan biaya penyusutan peralatan, biaya penyusutan bangunan dan biaya perawatan mesin. Biaya variable yang dibutuhkan dalam satu bulan produksi adalah sebesar Rp 66.509.200 yang diperoleh dari penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya lain-lain. Agroindustri Bapak Edi dapat memproduksi gula merah tebu 16.640 kg dalam satu bulan, dengan harga jual gula merah sebesar Rp 6.000/ kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh Bapak Edi untuk menjalankan agroindustri gula merah tebu di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah Propinsi Aceh yaitu sebesar Rp. 70.565.311 per bulan, dan penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 99.840.000 per bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa agroindustri gula merah tebu yang dijalankan oleh Bapak Edi menguntungkan, dengan total keuntungan sebesar Rp. 29.274.689 per bulan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriainingsih (2019), dengan judul “Analisis Profitabilitas Keripik Pisang pada Industri “Cahaya Indi” di Desa Tanamea Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala” meneliti mengenai pendapatan dan keuntungan pada industri keripik pisang Cahaya Indi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui laba yang diperoleh dengan menggunakan *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*. *Gross Profit Margin* diperoleh dari laba sebelum bunga dan pajak dibagi dengan penjualan dikalikan dengan 100%, sehingga hasil perhitungan yang diperoleh sebesar 43,42%. Nilai *Gross Profit Margin* yang diperoleh menunjukkan bahwa setiap

penambahan Rp. 1 penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp.43,42. *Net Profit Margin* diperoleh dari laba bersih setelah pajak dibagi dengan penjualan dikalikan dengan 100%, sehingga hasil perhitungan yang diperoleh sebesar 42,93%. Nilai *Net Profit Margin* yang diperoleh menunjukkan bahwa setiap penambahan Rp. 1 penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp.42,93.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustaqim (2019), yang berjudul “Analisis Kelayakan Usaha Gula Merah Kelapa (Studi Kasus: Desa Tumpeng Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang)” meneliti tentang kelayakan finansial pada usaha gula merah kelapa di Desa Tumpeng Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang. Analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut salah satunya menggunakan analisis BEP. Analisis BEP yang digunakan ada dua, yaitu BEP unit dan BEP rupiah. BEP unit diperoleh dari hasil biaya tetap dibagi dengan harga jual perunit dikurangi biaya variabel perunit, sehingga hasil penelitian yang diperoleh untuk BEP unit adalah sebesar 4.853,8 kg. BEP rupiah diperoleh dari hasil biaya tetap dibagi dengan satu dikurangi dengan biaya variabel perunit dibagi dengan harga jual perunit, sehingga hasil penelitian yang diperoleh untuk BEP rupiah adalah sebesar Rp 8.389,2. Gula merah kelapa yang diproduksi memiliki jumlah 8.100/kg dalam satu tahun, dengan harga jual sebesar Rp 14.000/kg. Hasil gula merah kelapa dan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan hasil perhitungan BEP unit dan BEP Rupiah menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatayat dkk (2017), yang berjudul “Analisis Pemasaran Gula Merah Tebu di Kabupaten Bener Meriah (*Studi Kasus Agroindustri Bapak Edi*)” menyatakan bahwa Pemasaran yang digunakan pada agroindustri gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah ada dua saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung (Agen). Proses pemasaran gula merah tebu Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah dilakukan melalui 2 (dua) saluran pemasaran, yaitu saluran I = produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir, saluran II = produsen - agen distributor - pedagang pengecer - konsumen akhir. Saluran pemasaran yang paling efisien

dalam memasarkan gula merah tebu Bapak Edi Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah adalah menggunakan saluran I, hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran bernilai rendah yaitu 25%, dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu bernilai tinggi yaitu sebesar 75%.

Penelitian yang dilakukan oleh Sofiani (2015), yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Pola Pemasaran Petani Gula Kelapa di Desa Semedo Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas” diketahui bahwa ada 4 macam pola pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian pola pemasaran yang memiliki rantai pemasaran paling pendek adalah pola IV yaitu: Petani, Tengkulak, Pedagang Luar Kota dengan *farmer's share* sebesar 89.41% dan margin pemasaran sebesar Rp 646,00. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini pola pemasaran yang memiliki margin pemasaran terkecil dan *farmer's share* terbesar terdapat pada pola II yaitu: petani, tengkulak, pengumpul, pedagang luar kota. Pola pemasaran tersebut diketahui memiliki margin pemasaran terkecil dan persentase *farmer's share* terbesar dibandingkan dengan pola pemasaran lainnya artinya semakin tinggi nilai persentase *farmer's share*, maka suatu sistem pemasaran dianggap semakin menguntungkan petani.

Penelitian yang dilakukan oleh Rasihen (2017), yang berjudul “Analisis Efisiensi dan Perilaku Pasar Gula Aren di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu” menyatakan bahwa pola pemasaran gula aren di Kecamatan Rambah Samo pada saluran satu, perajin menjualnya langsung ke konsumen akhir yang datang langsung ke tempat produksi dengan harga jual Rp. 20.000/Kg sedangkan pada saluran pemasaran dua dimulai dari perajin yang menjual gula aren kepada pedagang pengecer dengan harga Rp. 20.000/Kg dan pedagang menjualnya kembali kepada konsumen akhir yang berada di pasar Kecamatan Rambah Samo dengan harga Rp 24.400/Kg. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran satu karena memiliki margin yang sangat kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran dua. Keuntungan yang diterima perajin pada saluran satu sebesar Rp. 19.273/Kg, sementara pada saluran dua sebesar Rp. 2.329/Kg. Penerimaan perajin pada saluran pemasaran satu sebesar Rp. 19.273/Kg, pada

saluran dua memperoleh penerimaan sebesar Rp 19.525/Kg. Perilaku pasar pada pemasaran gula aren di Kecamatan Rambah Samo dilihat dari lembaga pemasaran dan penentuan harga jual.

Penelitian yang dilakukan oleh Supardi dkk (2016), yang berjudul “Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Skala Rumah Tangga (Studi Kasus: Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat)” menyatakan bahwa saluran tataniaga agroindustri gula merah skala rumah tangga di lokasi penelitian terdapat 4 saluran diantaranya saluran (1) terdiri dari perajin - pedagang pengumpul-perusahaan satu. Saluran tataniaga (2) perajin - pedagang pengumpul - perusahaan dua. Saluran tataniaga (3) perajin - pedagang pengumpul-pedagang pasar. Saluran tataniaga (4) perajin - konsumen. Marjin total tataniaga gula merah di lokasi penelitian dari yang terbesar berturut-turut adalah saluran tataniaga (3) yaitu sebesar Rp. 6.226/kg, saluran tataniaga (2) sebesar Rp. 4.726/kg dan saluran tataniaga (1) sebesar Rp. 4.226/kg. Nilai *farmer's share* dari masing masing saluran dari yang terbesar hingga terkecil berturut-turut dimulai dari saluran tataniaga (1) sebesar 0,74%, saluran tataniaga (2) sebesar 0,71%, saluran tataniaga (4) sebesar 0,68% dan saluran tataniaga (3) sebesar 0,62%. Nilai *farmer's share* terkecil terdapat pada saluran (3) yaitu sebesar 0.62%. Berdasarkan analisis marjin tataniaga dan *farmer's share* pada agroindustri gula merah skala rumah tangga yang terdapat di Desa Pasiripis, maka saluran tataniaga yang paling efisien adalah pada saluran tataniaga (1) karena memiliki nilai marjin tataniaga terkecil dan nilai *farmer's share* terbesar. Saluran yang paling efisien terdapat pada saluran (1) karena memiliki nilai marjijn tataniaga terkecil dan *farmer's share* terbesar.

Penelitian yang dilakukan oleh Susilo (2010), yang berjudul “Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta” menyatakan bahwa strategi bertahan yang diterapkan oleh responden pada dasarnya dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu: menaikkan harga jual produk dan tidak menaikkan harga produk. Data hasil survei yang diperoleh dari 86 responden menyatakan bahwa sebanyak 86% menaikkan harga jual produk dan 14% tidak menaikkan harga produk. Kelompok responden sebagian juga ada yang menaikkan harga,

strategi bertahan yang diterapkan mencakup: menaikkan harga saja (41,86%), kombinasi harga naik dan mengurangi margin keuntungan (22,09%), harga naik dan mengecilkan ukuran produk (23,26%), dan kombinasi harga naik, mengurangi margin keuntungan, dan mengecilkan ukuran produk sebanyak 12,79%. Responden sebagian besar memilih untuk tetap berusaha dengan mempertahankan kualitas produk. Responden yang tidak menaikkan harga jual, sebanyak 14 responden menyatakan bahwa, sebanyak 2 responden (14,29%) tidak menaikkan harga jual dan tidak diikuti dengan strategi atau tindakan apapun. Responden yang menerapkan strategi dengan mengurangi margin keuntungan sebanyak 4 reponden (28,57%), mengecilkan ukuran produk 5 responden (35,71%), dan yang menerapkan kombinasi mengurang margin keuntungan dan mengecilkan ukuran produk sebanyak 3 responden (21,43%).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Komoditas Tebu

Tebu (*Saccharum officinarum* Linn.) merupakan tanaman jenis rumput-rumputan yang dapat tumbuh di daerah yang beriklim tropis dan sub tropis. Tanaman tebu dapat tumbuh dengan baik di tanah yang tidak terlalu kering atau terlalu basah. Tanaman tebu banyak dibudidayakan di Indonesia terutama di Pulau Jawa dan Sumatra, karena memiliki tanah yang cocok untuk tanaman tebu. Tebu dapat diolah menjadi beberapa jenis produk seperti gula meja, falernum, molasses, rum dan etanol (Suwanto dkk., 2014). Klasifikasi tebu secara taksonomi adalah sebagai berikut:

Kingdom : Plantae  
 Sub Kingdom : Tracheobionta  
 Super Divisi : Spermatophyta  
 Divisi : Magnoliophyta  
 Kelas : Liliopsida  
 Sub Kelas : Commelinidae  
 Ordo : Poales  
 Famili : Graminae atau Poaceae  
 Genus : Saccharum  
 Spesies : *Saccharum officinarum* Linn.

Tanaman tebu memiliki morfologi berupa batang yang berbentuk tegak dan tidak memiliki cabang. Batang tanaman tebu dapat mencapai ketinggian 3 hingga 5 meter atau lebih. Tanaman tebu memiliki batang berwarna hijau, merah tua, ungu, maupun kombinasi dari warna tersebut. Daun yang dimiliki tebu merupakan daun tidak lengkap, yaitu terdiri dari helaian daun dan pelepah daun, tidak dilengkapi oleh tangkai daun. Tanaman tebu memiliki sistem perakaran serabut dengan panjang dapat mencapai hingga 1 meter (Sari dkk., 2019).

Tebu dibudidayakan sebagai salah satu tanaman penghasil bahan pemanis (sukrosa) yang terdapat didalam batang tebu. Batang tebu terdiri dari sukrosa berkisar 8-16%, fiber serat berkisar 11-16%, air 69-76% dan padatan lainnya. Batang tebu yang digiling dapat menghasilkan cairan yang disebut dengan nira. Kualitas nira tebu dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Baik buruknya kualitas nira tebu dipengaruhi oleh faktor karakteristik dan kualitas varietas tebu, mekanisme tebang muat angkut dan penundaan giling tebu juga tidak kalah pentingnya dalam menentukan kualitas nira (Kuspratomo dkk., 2012).

### 2.2.2 Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan yang saling berhubungan (interlasi) produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi produk pertanian. Pakar sosial ekonomi memiliki pandangan bahwa agroindustri (pengolahan hasil pertanian) merupakan bagian dari lima subsistem agribisnis yang disepakati, yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, usaha tani, pengolahan hasil, pemasaran, sarana dan pembinaan. Pengolahan hasil pertanian akan memberikan keterpaduan antara sektor industri dan pertanian yang diharapkan memberikan efek ganda tinggi melalui penciptaan lapangan kerja baru, perbaikan distribusi pendapatan, nilai tambah serta pembangunan pertanian (Awantara, 2014).

Agroindustri memiliki keterkaitan dengan pertanian dan industri, maka kaitannya dengan industri dapat berkaitan ke belakang (*backward linkage*) maupun ke depan (*forward linkage*). Keterkaitan ke belakang terjadi karena kegiatan pertanian membutuhkan input produksi, alat pertanian dan mesin yang

langsung dipakai dalam proses produksi di sektor pertanian. Keterkaitan ke depan terjadi karena adanya ciri-ciri produk pertanian seperti bersifat musiman, volume besar nilai kecil, mudah rusak, atau karena permintaan konsumen yang makin menuntut persyaratan kualitas (Sapratama dan Erli, 2013).

Agroindustri sebagai suatu subsistem dapat dipandang sebagai kegiatan yang memerlukan input dan merubahnya untuk mencapai tujuan tertentu. Input dalam kegiatan industri terdiri atas bahan mentah hasil pertanian maupun bahan tambahan, tenaga kerja, modal dan faktor pendukung lainnya. Kegiatan agroindustri tidak terlepas dari tujuan utama yaitu meningkatkan nilai tambah produk pertanian melalui pengolahan lebih lanjut dari bahan-bahan mentah hasil pertanian maupun memberikan jasa kepada perajin (Rahmatulloh, 2016).

UKM merupakan salah satu bentuk agroindustri yang ada. Pemerintah telah mengaturnya ke dalam undang-undang No. 20 Tahun 2008. Menurut UU No.20 tahun 2008 Pasal 1 disebutkan bahwa:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UKM memiliki kriteria tertentu yang telah diatur ke dalam UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6, disebutkan bahwa:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah suatu bentuk usaha produktif perorangan dengan skala rumahan. Usaha kecil memiliki karyawan sebanyak 1-19 orang, usaha menengah memiliki karyawan sebanyak 20-99 orang. UKM memiliki peran penting didalam masyarakat, karena UKM memiliki daya serap yang tinggi terhadap tenaga kerja. UKM dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian karena mampu mengurangi tingkat pengangguran (Jauhari, 2010).

### 2.2.3 Gula Merah Tebu

Menurut Wirioadmodjo dalam Heryani (2016), sebagai komoditi pertanian, gula merah memiliki ciri daya simpan yang relatif singkat karena mudah menyerap air sehingga mudah lembek. Gula merah cetak memiliki

karakteristik mudah menyerap air dari lingkungan. Kondisi penanganan serta penyimpanan gula merah yang tidak sesuai akan berpengaruh terhadap perubahan kadar air. Kadar sukrosa yang semakin tinggi akan menghasilkan nira yang baik. Kadar air juga dapat berpengaruh terhadap kekerasan gula merah, semakin tinggi kadar air dalam gula merah maka akan semakin rendah tingkat kekerasan gula merah. Warna gula merah ditentukan oleh kualitas dari nira. Gula merah yang memiliki warna lebih cerah dianggap memiliki kualitas yang lebih baik. Mutu nira juga akan mempengaruhi kekerasan gula merah. Gula merah memiliki rasa yang lebih manis dibandingkan gula pasir. Gula merah juga memiliki rasa yang sedikit asam, karena didalam gula merah terdapat asam organik.

Gula merah tebu memiliki beberapa perbedaan dengan jenis gula merah lainnya. Gula merah tebu memiliki ciri khas lebih sedikit keras jika dibandingkan dengan jenis gula merah lainnya. Gula merah tebu memiliki warna cokelat muda atau cokelat tua. Berikut merupakan nilai gizi pada 3 jenis gula merah.

Tabel 2.1 Nilai Gizi yang Terkandung setiap 100 gr pada gula kelapa, aren dan gula merah tebu

<b>Kandungan</b>	<b>Gula Kelapa (mg)</b>	<b>Gula aren (mg)</b>	<b>Gula Merah Tebu (mg)</b>
Kalori	386	386	356
Protein	3	0	0,4
Lemak	10	0	0,5
Hidrat arang	76	95	90,6
Kalsium	76	75	51
Fosfor	37	35	44
Besi	2,6	3	4,2
Vit. A	0	0	0
Vit. B1	0	0	0,02
Vit. B2	0	0	0,03
Vit. C	0	0	0
Air	10	9	7,4

Sumber: Heryani, (2016).

Berdasarkan Tabel 2.1 gula merah tebu memiliki kandungan nilai gizi yang tidak jauh berbeda dengan gula merah kelapa dan gula merah aren. Gula merah tebu memiliki kadar air yang lebih rendah jika dibandingkan dengan gula merah kelapa dan gula merah tebu. kadar air berpengaruh terhadap daya simpan

gula merah, semakin rendah kadar air dalam gula merah maka daya simpan gula merah semakin panjang. Gula merah tebu memiliki daya simpan yang lebih baik dibandingkan gula merah kelapa dan aren karena memiliki kadar air yang lebih rendah. Kandungan kalori pada gula merah tebu sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan gula merah kelapa dan aren, gula merah tebu mengandung 356 mg kalori sedangkan gula merah kelapa dan aren mengandung 386 mg per 100 g gula merah.

Gula merah diperoleh melalui proses pengolahan secara tradisional sederhana yang pada prinsipnya dengan melakukan penguapan nira dengan cara dipanaskan sampai nira menjadi padat. Tahapan proses pengolahan nira pada pembuatan gula merah tebu adalah sebagai berikut:

1) Penerimaan nira dari stasiun pengepresan.

Penerimaan nira harus diusahakan bersih dan selama perjalanan dari stasiun pengepresan ke tempat pengolahan, penampung atau wadah nira harus dalam keadaan tertutup. Tujuannya untuk mencegah masuknya kotoran dan benda-benda asing baik berupa tanaman yang patah, serangga atau benda-benda lainnya.

2) Penyaringan.

Penyaringan nira dilakukan dengan menggunakan saringan yang terbuat dari logam anti karat (*stainless steel*). Penyaringan bertujuan untuk memisahkan nira dari kotoran-kotoran seperti lebah, daun kering, dan serangga lainnya. Ukuran lubang saringan cukup halus, sehingga efektif untuk menyaring kotoran yang berukuran kecil.

3) Pemurnian.

Pemurnian nira dilakukan pada awal proses pemasakan, proses pemurnian nira dilakukan dengan mencampurkan kapur ke dalam nira. Pemberian kapur pada saat pemasakan dengan suhu tinggi ( $>70^{\circ}\text{C}$ ) bertujuan untuk meningkatkan pH nira sehingga dapat mematikan kerja enzim *invertase*. Penambahan kapur juga dapat memisahkan kotoran-kotoran seperti tanah dan serat-serat halus batang tebu yang ikut bersama nira. Pemurnian nira dilakukan agar nira yang dihasilkan menjadi lebih jernih.

4) Pemasakan/Pemanasan.

Pemasakan nira dilakukan dengan pengapian sedang agar gula yang dihasilkan berwarna coklat muda. Pengapian yang terlalu besar kan membuat proses pemanasan nira terlalu tinggi, sehingga nira akan cepat matag. Gula yang dihasilkan akan berwarna coklat tua sampai kehitaman sebagai akibat terjadinya *browning* dan karamelisasi ataupun gula gosong. Pengapian kecil akan berpengaruh pada suhu panas yang rendah, sehingga proses pemasakan akan berjalan lambat dan melelahkan. Waktu pemasakan nira semakin lama akan semakin meningkat hingga mencapai titik 100-110°C. Pengadukan nira saat dimasak dilakukan dengan tujuan nira tidak mengkristal. Pemasakan umumnya memerlukan waktu 3-4 jam. Nira yang sudah masak memiliki ciri-ciri berwarna coklat muda, mulai mengental, sedikit berbuih, dan suhunya >120°C. Pengukuran tersebut juga dapat dilakukan dengan mengangkat cairan gula sampai terdapat benang-benang gula.

5) Pencetakan.

Nira yang sudah masak kemudian dicetak ke dalam cetakan. Cetakan gula merah umumnya terbuat dari tempurung kelapa dan batang bambu. Ukuran cetakan gula merah disesuaikan dengan yang diinginkan perajin dan menyesuaikan dengan kebutuhan. Proses pencetakan dilakukan dengan cepat agar gula tidak padat sebelum dicetak.

6) Pendinginan.

Pendinginan dilakukan di ruang terbuka tetapi memiliki sanitasi yang baik. Gula merah tebu yang telah tercetak dibiarkan dalam cetakan sampai benar-benar dingin dan padat sempurna. Sungkup kawat kasa digunakan sebagai penutup agar gula merah yang telah dingin terhindar dari pencemaran berupa kotoran, lalat atau binatang lainnya (Sukardi, 2010).

#### 2.2.4 Teori Biaya dan Pendapatan

Biaya merupakan besarnya suatu pengorbanan yang dapat diukur dengan satuan nilai untuk menghasilkan suatu produk. Biaya yang digunakan dalam proses produksi menurut jangka waktu dapat dibedakan menjadi dua, yaitu biaya

jangka pendek dan biaya jangka panjang. Biaya jangka pendek berkaitan dengan penggunaan biaya dalam waktu atau situasi yang tidak lama, jumlah masukan (input) faktor produksi tidak sama, dapat berubah-ubah. Biaya produksi jangka pendek masih dapat dibedakan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, sedangkan dalam jangka panjang semua faktor produksi adalah biaya variabel. Biaya tetap (fixed costs) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran input-input tetap dalam proses produksi jangka pendek. Penggunaan input tetap tidak tergantung pada kuantitas output yang diproduksi. Biaya variabel (variable costs) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran input-input variabel dalam proses produksi jangka pendek perlu diketahui yang bahwa penggunaan input variabel tergantung pada kuantitas output yang diproduksi dimana semakin besar kuantitas output yang diproduksi, pada umumnya semakin besar pula biaya variabel yang digunakan (Waris dkk., 2015).

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan total (*total revenue*) dan biaya-biaya (*total cost*). Penerimaan total merupakan hasil kali produksi total (*quantity*) dengan harganya (*price*). Biaya yang dimaksud dalam pengertian ini adalah biaya keseluruhan, baik itu biaya tetap (*fixed cost*) maupun biaya tidak tetap (*variable cost*). Masing-masing input produksi tersebut dikalikan dengan harganya. Besar kecilnya pendapatan bergantung dari penerimaan total dan biaya-biaya, ketiganya memiliki hubungan keterikatan. Agar pendapatan perusahaan bisa maksimal, maka perusahaan akan berusaha membuat selisih antara penerimaan dan biaya sebesar mungkin (Anggraeni, 2016).

#### 2.2.5 Teori Profitabilitas

Profitabilitas ialah kemampuan manajemen untuk memperoleh laba. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (*operating asset*). Profitabilitas merupakan kemampuan

perusahaan untuk menghasilkan laba/ profit. Istilah rasio profitabilitas merujuk pada beberapa indikator atau rasio yang berbeda yang bisa digunakan untuk menentukan profitabilitas dan prestasi kerja perusahaan (Novianty, 2020).

*Gross Profit Margin (GPM)* atau laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi oleh biaya – biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan produksi. Laba kotor merupakan laba yang pertama kali diperoleh oleh perusahaan dari hasil penjualan produk. *Net Profit Margin (NPM)* atau laba bersih adalah laba yang diperoleh dari laba yang telah dikurangi oleh biaya – biaya perusahaan seperti beban pokok penjualan dan penyusutan serta pajak perusahaan. *Break even point (BEP)* atau analisis titik impas adalah salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui keuangan perusahaan dan dapat digunakan sebagai alat perencanaan keuangan. Analisis titik impas digunakan untuk mengetahui pada titik berapa hasil penjualan sama dengan jumlah biaya. Analisis ini nanti akan menunjukkan perusahaan beroperasi dalam keadaan kondisi rugi atau tidak rugi, atau laba sama dengan nol (Kasmir, 2018).

#### 2.2.6 Teori Pemasaran

Pasar merupakan tempat bertemunya antara permintaan dan penawaran, termasuk semua interaksi dan kontak yang terjadi antara penjual dan pembeli dalam mempertukarkan barang dan jasa. Pasar menurut ilmu ekonomi adalah tempat atau proses interaksi antara penjual (penawaran) dan pembeli (permintaan) hingga akhirnya terjadi harga keseimbangan pasar dan jumlah barang yang diperdagangkan. Pihak yang terlibat antara penjual dan pembeli sama-sama mendapatkan keuntungan, pihak penjual mendapatkan keuntungan dan pihak pembeli mendapatkan barang yang dibutuhkan. Jenis pasar dibagi menjadi 2 menurut jenis transaksinya, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Kegiatan yang dilakukan didalam pasar yang paling utama di lakukan oleh setiap perusahaan adalah pemasaran (Indrawati dan Yovita, 2014).

Menurut Kotler dan Keller dalam Cahyadi (2014), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan memperoleh sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan melalui

penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran merupakan suatu kegiatan antar individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran memiliki arti yang lebih luas daripada penjualan, karena bidang penjualan merupakan bagian dari bidang pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu untuk berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran berorientasi kepada kepuasan konsumen, perusahaan memberikan kepuasan kepada konsumen agar usahanya tetap berjalan terus dan konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan. Tujuan pemasaran terdiri dari beberapa hal, yaitu:

1. Konsumen potensial memiliki pengetahuan mengenai produk perusahaan, dan perusahaan dapat menyediakan produk yang diminta oleh konsumen.
2. Perusahaan dapat menjelaskan semua hal yang berkaitan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran sendiri meliputi berbagai kegiatan seperti, penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, sampai dengan pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen dengan cepat.
3. Mengetahui dan memahami sikap konsumen terhadap produk yang diinginkan, sehingga produk dapat terjual dengan sendirinya (Priangani, 2013).

#### 2.2.6.1 Saluran Pemasaran

Menurut Erniningsih dalam Indraswari (2015), saluran pemasaran merupakan seperangkat lembaga pemasaran yang menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir, meliputi status kepemilikan barang ataupun perwujudan dari sistem pemasaran itu sendiri, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Saluran pemasaran diperlukan untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen melalui proses pengangkutan. Saluran pemasaran memiliki fungsi untuk mengumpulkan informasi mengenai konsumen, pesaing dan lingkungan pemasaran. Masing-masing Lembaga pemasaran yang terlibat memiliki peran masing-masing yang berbeda.

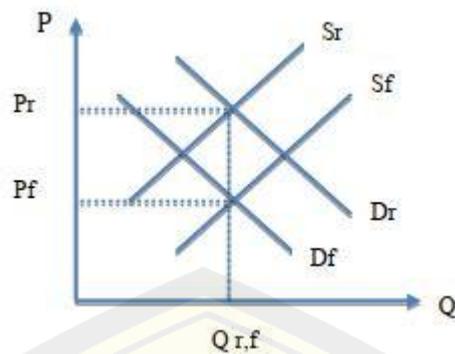
Saluran pemasaran terdiri dari beberapa tingkatan, tingkatan saluran pemasaran dapat menunjukkan panjangnya suatu saluran pemasaran yang terlibat didalamnya. Terdapat 4 tingkatan saluran pemasaran, yaitu:

- 1) Saluran nol tingkat (disebut pula saluran distribusi langsung) terdiri dari seorang produsen yang menjual langsung kepada konsumen.
- 2) Saluran satu tingkat mempunyai satu perantara penjualan, dalam pasar konsumen perantara itu sekaligus merupakan pengecer.
- 3) Saluran dua tingkat mempunyai dua perantara, didalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar dan sekaligus pengecer.
- 4) Saluran tiga tingkat mempunyai tiga perantara, dalam saluran tiga tingkat ini biasanya pemborong berada di tengah, antara grosir dan pengecer. Pemborong membeli dari grosir dan menjual ke pengecer kecil yang biasanya tidak dilayani oleh pedagang besar (Harjanti dkk., 2015).

#### 2.2.6.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh konsumen. Margin pemasaran digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran baik efisiensi teknis maupun efisiensi harga. Perbedaan margin pemasaran disetiap lembaga pemasaran dapat disebabkan oleh perbedaan perlakuan terhadap produk untuk menciptakan nilai tambah yang menimbulkan kepuasan konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dan semakin banyak perlakuan terhadap produk maka nilai margin pemasaran semakin besar (Sambuaga dkk., 2016).

Mernurut Hanafie (2010), perpotongan antara garis *derived supply* dan *primary demand* akan membentuk harga di tingkat pengecer dan perpotongan antara garis *primary supply* dan *derived demand* akan membentuk harga di tingkat petani. Selisih antara harga di tingkat pengecer dan harga di tingkat petani akan menghasilkan suatu nilai atau yang disebut dengan margin. Penjumlahan antara biaya dengan keuntungan akan menghasilkan marjin pemasaran. Nilai margin pemasaran yang semakin besar akan berdampak pada tidak efisienya kegiatan pemasaran tersebut.



Gambar 2.1 Kurva Margin Pemasaran

## Keterangan

Pf : harga di tingkat produsen

Pr : harga di tingkat konsumen

Df : kurva permintaan turunan (permintaan di tingkat petani)

Dr : kurva permintaan primer (permintaan di tingkat pengecer)

Sf : kurva penawaran primer (permintaan di tingkat petani)

Sr : kurva penawaran turunan (permintaan di tingkat pengecer)

Qr,f : jumlah keseimbangan di tingkat produsen dan konsumen

## 2.2.6.3 Efisiensi Pemasaran

Menurut Rashid dan Chaudry dalam Soekartawi (1989), efisiensi pemasaran terdiri dari efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi. Efisiensi pemasaran teknis merupakan efektivitas yang berkaitan dengan aspek fisik dalam pemasaran. Efisiensi pemasaran dari segi ekonomi merupakan efektivitas dalam kegiatan pemasaran yang dilihat dari segi keuntungan. Indikator yang sering dilakukan dalam kajian efisiensi operasional adalah margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya (Asmarantaka dkk., 2017).

Pemasaran agribisnis dapat dinyatakan efisien (efisiensi relatif) apabila terdapat indikator-indikator antara lain (1) menciptakan atau meningkatkan nilai tambah (*value added*) yang tinggi terhadap produk agribisnis, (2) menghasilkan keuntungan bagi setiap lembaga pemasaran yang terlibat sesuai dengan nilai biaya-biaya yang dikeluarkan, (3) margin pemasaran (biaya dan keuntungan) yang terjadi relatif sesuai dengan fungsi-fungsi atau aktivitas bisnis yang meningkatkan

kepuasan konsumen akhir, dan (4) memberikan bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) yang relatif akan merangsang petani berproduksi ditingkat usaha tani (Jumiati dkk., 2013).

### 2.2.7 Strategi Bertahan

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*", yaitu "*stratos*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin. Strategi dapat diartikan kepemimpinan dalam ketentaraan. Strategi bertahan dalam perkembangannya terdapat banyak pengertian atau definisi strategi. Pengertian strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen didalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan di dalam pasar. Perusahaan memerlukan strategi untuk bersaing dengan perusahaan yang lainnya, sehingga setiap perusahaan harus siap untuk mengalahkan pesaingnya. Perusahaan yang tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya akan kalah dengan perusahaan lainnya. Strategi bersaing didefinisikan sebagai upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, arena fundamental persaingan berlangsung (Saul dkk., 2016).

## 2.3 Kerangka Pemikiran

Subsektor perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang menjanjikan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan subsektor pertanian lainnya. Subsektor perkebunan termasuk salah satu penyumbang devisa negara, karena sebagian besar hasil subsektor perkebunan di ekspor ke luar negeri. Perkebunan di Indonesia sudah ada sejak jaman penjajahan Kolonial Belanda. Perkebunan tebu adalah salah satu komoditas yang diusahakan oleh Kolonial Belanda.

Perkebunan tebu di Indonesia pada saat ini banyak dikelola oleh masyarakat secara perorangan. Kepemilikan lahan perkebunan tebu di Indonesia sejak dulu merupakan salah satu komoditas yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, karena tebu merupakan bahan baku utama dalam pembuatan gula. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu daerah yang banyak membudidayakan tanaman tebu. Kondisi tanah di daerah Jawa Timur yang sesuai

dengan kebutuhan tanaman tebu membuat banyak petani lebih memilih untuk menanam tanaman tebu. Daerah di Jawa Timur beberapa diantaranya memiliki pabrik pengolahan tebu untuk proses menjadi gula, pabrik tersebut dibangun untuk menunjang banyaknya perkebunan tebu yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki pabrik gula untuk menunjang kegiatan agroindustri perkebunan tebu.

Agroindustri pengolahan tebu yang ada di Kabupaten Bondowoso saat ini tidak hanya tergantung terhadap pabrik gula yang ada di Kecamatan Prajekan. Pengolahan tebu menjadi gula saat ini sudah mulai dikembangkan dengan adanya UKM Bumi Asih yang terletak di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. UKM Bumi asih adalah usaha yang bergerak dalam pengolahan tebu menjadi gula merah. Lokasi UKM Bumi asih yang terletak di desa yang mayoritas petaninya menanam tanaman tebu, sehingga UKM Bumi Asih tidak kesulitan dalam memperoleh bahan baku utama produksi yaitu tebu. Tebu yang diperoleh dari petani kemudian diperas untuk diambil niranya. Nira hasil perasan kemudian dimasak hingga menjadi kental dan berwarna merah kecoklatan. Nira yang telah matang kemudian dicetak ke dalam wadah cetakan yang terbuat dari bambu, sementara sisa serpihan hasil cetakan akan menjadi gula awur. Gula awur adalah gula merah yang tidak dicetak atau biasanya berasal dari serpihan sisa proses pencetakan gula merah cetak. UKM Bumi Asih mengolah tebu menjadi gula merah cetak dan gula merah awur. Gula merah di UKM Bumi Asih saat ini masih di produksi dengan menggunakan mesin semi tradisional.

Gula merah produksi UKM Bumi Asih dijual tanpa menggunakan label. Kurang tersedianya informasi pasar dan masih rendahnya kemampuan tawar menawar UKM Bumi Asih dalam memasarkan gula merah tebu, menjadi salah satu alasan UKM Bumi Asih sangat bergantung kepada tengkulak yang datang untuk membeli produk gula merah tebu. Pemasaran gula merah produksi UKM Bumi Asih yang masih berbentuk curah membuat lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Pola-pola pemasaran yang terbentuk didalamnya juga akan semakin beragam. Pola-pola pemasaran ini terbentuk oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya.

Saluran pemasaran yang terbentuk nantinya akan menyebabkan adanya margin dalam pemasaran gula merah. Margin pemasaran yang ada didalam saluran pemasaran memiliki perbedaan antara lembaga pemasaran yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan harga di tingkat produsen dan konsumen yang berfluktuasi menyebabkan margin pemasaran mengalami fluktuasi. Besarnya tingkat margin yang diperoleh bergantung kepada perlakuan yang diberikan terhadap produk gula merah curah UKM Bumi Asih. Lemahnya informasi pasar yang didapat membuat produsen memiliki keterbatasan dalam menawarkan gula merah ke lembaga pemasaran lainnya. Saluran pemasaran yang terbentuk membuat tingkat efisiensi saluran pemasaran berbeda-beda.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui keuntungan yang diperoleh oleh agroindustri gula merah dengan bahan baku tebu yang dilakukan UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso. Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Darmiati dan Nur. M. T. (2017), yang menyatakan pendapatan yang diperoleh agroindustri gula merah tebu Bapak Edi menunjukkan hasil yang positif dalam menjalankan usaha agroindustri gula merah tebu. Rata-rata pendapatan bersih yang diperoleh agroindustri gula merah tebu adalah sebesar Rp 29.274.689 per bulan.

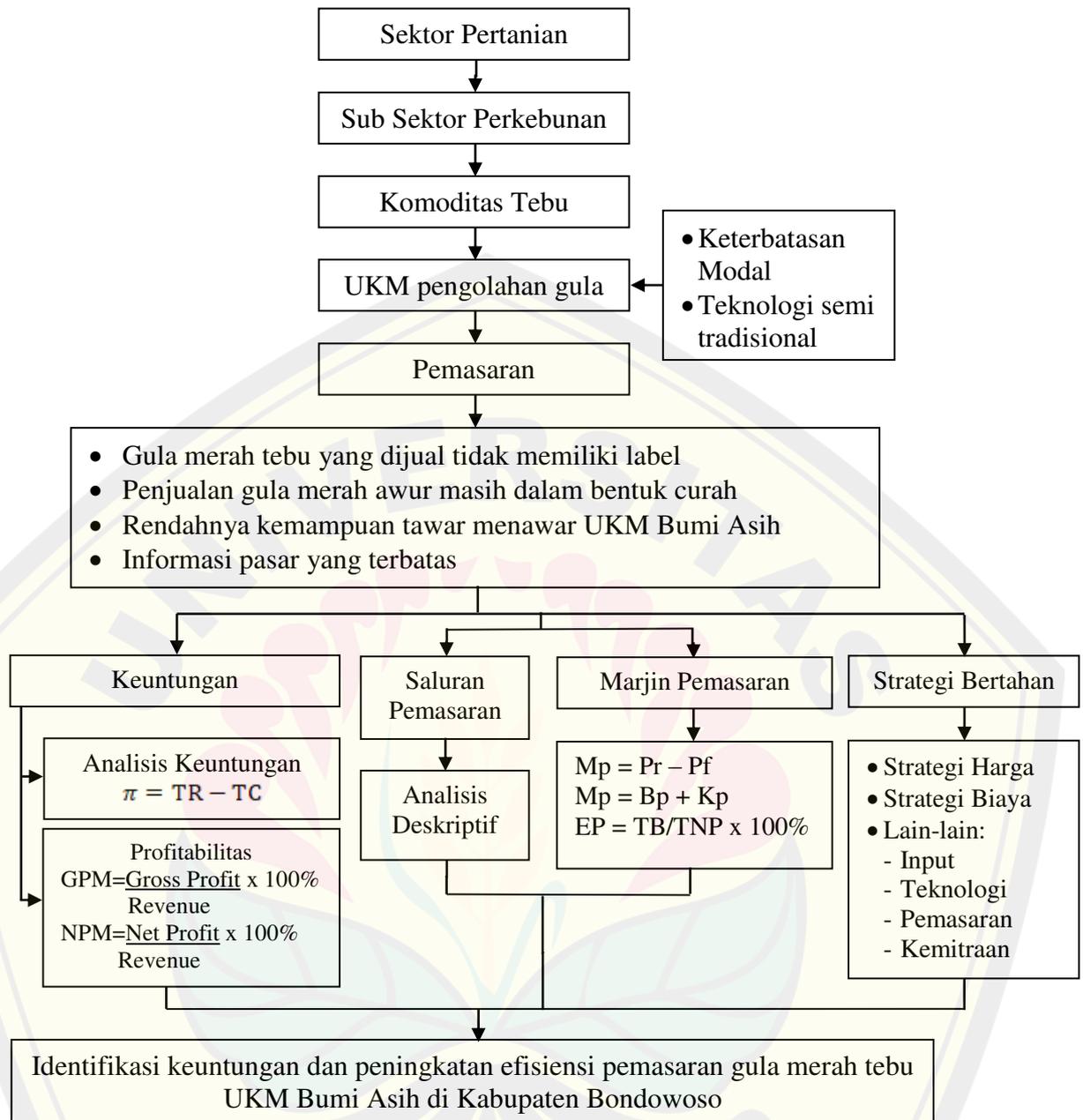
Tujuan kedua dari penelitian ini untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih. penelitian serupa yang dilakukan oleh Fatayat dkk. (2017), berdasarkan hasil penelitian tersebut pemasaran dilakukan secara langsung dan tidak langsung (agen). Pemasaran secara langsung dilakukan dari produsen kepada penjual eceran yang ada di wilayah Kabupaten Bener Meriah, sementara untuk diluar wilayah Kabupaten Bener Meriah produsen menjual kepada agen terlebih dahulu dan kemudian disalurkan kepada pedagang eceran. Margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran bernilai rendah yaitu 25%, dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri gula merah tebu bernilai tinggi yaitu sebesar 75%.

UKM Bumi Asih saat ini hanya masih mampu memasarkan gula merah tebu di sekitar Kabupaten Bondowoso. Pasar gula merah tebu yang ada di wilayah eks-Karesidenan Besuki, khususnya di Kabupaten Bondowoso sejak lama sudah

menjadi daerah pemasaran bagi agroindustri dari luar Kabupaten Bondowoso. Pemasok gula merah tebu di Kabupaten bondowoso mayoritas berasal dari Kabupaten Kediri, Kabupaten Tulungagung, dan Kabupaten Blitar. Banyaknya produk gula merah tebu dari luar daerah membuat usaha agroindustri gula merah tebu skala menengah kebawah akan sulit berkembang. Dua Agroindustri gula merah tebu di Kabupaten Bondowoso telah berhenti produksi dan mengalami gulung tikar. UKM Bumi Asih merupakan satu-satunya agroindustri gula merah tebu yang masih terus berproduksi di wilayah Kabupaten Bondowoso.

Tujuan ketiga dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bertahan yang diterapkan oleh UKM Bumi Asih. Menurut pendapat Griffin (2017) didalam bukunya yang berjudul Manajemen menjelaskan bahwa, penerapan strategi bertahan dilakukan oleh perusahaan untuk melindungi usahanya dari para kompetitor atau pesaing baru. Perubahan yang terjadi dalam lingkungan ekonomi serta dengan adanya pesaing baru membuat perusahaan harus bertahan. Strategi bertahan dilakukan dengan tujuan menurunkan biaya atau meningkatkan kinerja dari produk yang sudah ada. Strategi bertahan memiliki tujuan utama untuk mempertahankan produknya agar tetap bisa bersaing di pasar.

Maka dari itu perlu dilakukan penelitian tingkat keuntungan usaha UKM Bumi Asih dengan menggunakan analisis keuntungan. Perlu dilakukan penelitian selanjutnya untuk mengetahui saluran-saluran pemasaran yang ada pada gula merah UKM Bumi Asih. Saluran pemasaran yang ada perlu dikaji margin pemasaran agar nantinya dapat diketahui saluran pemasaran yang paling efisien. Berikut merupakan skema kerangka pemikiran pada Gambar 2.3.



Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran

#### **2.4 Hipotesis**

1. Gula merah tebu pada UKM Bumi Asih memberikan keuntungan positif.
2. Strategi bertahan yang diterapkan oleh UKM Bumi Asih dengan mengubah margin penjualan dan mempertahankan kualitas gula merah tebu.
3. Margin pemasaran gula merah tebu UKM Bumi Asih efisien dengan share biaya dan share keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran merata.



### BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan penentuan secara sengaja (*Purposive Method*). Menurut Dewanti dan Sihombing (2012) *Purposive Method* adalah metode penentuan lokasi secara sengaja berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Penggunaan metode *Purposive Method* dilakukan dengan cara menentukan lokasi secara sengaja sebab terdapat alasan-alasan diketahuinya sifat-sifat yang ada pada lokasi penelitian. Daerah yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Peneliti memilih Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso karena terdapat UKM Bumi Asih yang merupakan satu-satunya produsen gula merah tebu di Kabupaten Bondowoso.

#### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Metode analisis deskriptif digunakan untuk meneliti suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun peristiwa yang terjadi. Penggunaan metode analisis deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang terjadi. Metode deskriptif pada penelitian ini yaitu menggambarkan atau menjelaskan mengenai saluran pemasaran gula merah tebu dan strategi bertahan pada UKM Bumi Asih. Metode Analitik merupakan lanjutan dari metode deskriptif yang berfungsi untuk menghitung dan menganalisa faktor-faktor atau data secara cermat dan teliti. Metode analitik pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis data keuntungan, profitabilitas, share biaya dan efisiensi pemasaran (Rukajat, 2018).

#### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh dari

peneliti lain. Pengumpulan data dilakukan dari 8 Agustus 2019 sampai dengan 13 Oktober 2019. Pengumpulan data diperoleh secara langsung ataupun tidak langsung dari responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah :

#### 3.1.1 Observasi

Menurut Mamik (2015), Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Data yang ingin diperoleh dari observasi adalah data primer berupa pengamatan awal terhadap pemasaran yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih. Alat pengumpul data yang digunakan dalam observasi adalah catatan lapang. Data yang diperoleh dari observasi adalah kegiatan produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih.

#### 3.1.2 Wawancara

Menurut Syafirah (2012), Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang akan mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara digunakan untuk memperoleh data primer dari responden. Wawancara menggunakan bantuan dari kuesioner untuk membantu peneliti dalam menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang ingin diajukan. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan panduan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya. Data yang ingin diperoleh dari wawancara mengenai proses pembuatan gula merah tebu, pemasaran gula merah tebu, saluran pemasaran dan strategi bertahan pada UKM Bumi Asih. Data yang ingin diperoleh dari lembaga pemasaran berupa saluran pemasaran, penjualan dan pembelian gula merah tebu.

#### 3.1.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Data dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar dan karya. Data yang diperoleh dari hasil dokumentasi merupakan data sekunder. Data dokumentasi di gunakan untuk memperoleh data produksi

dan data penjualan gula merah tebu pada UKM Bumi Asih, serta digunakan untuk mendukung data yang diperoleh dari hasil wawancara. Data yang ingin diperoleh adalah data produksi dan penjualan gula merah tebu pada UKM Bumi Asih.

### 3.4 Metode Pengambilan Contoh

Penentuan populasi menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Mamik (2015) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja oleh peneliti. Peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri sesuai dengan kehendak peneliti. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalam kegiatan pemasaran gula merah tebu UKM Bumi Asih. Peneliti memilih secara sengaja pemilik UKM Bumi Asih, karena peneliti ingin memperoleh data produksi dan pemasaran gula merah tebu, serta strategi bertahan yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih. Peneliti juga ingin memperoleh informasi mengenai tengkulak sebagai lembaga pemasaran yang membeli langsung gula merah tebu ke UKM Bumi Asih.

Pengambilan sampel yang selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Penggunaan metode *snowball sampling* dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran dari gula merah UKM Bumi Asih. Pemilihan sampel ditentukan langsung oleh pemilik UKM Bumi Asih sebagai orang yang mengetahui tengkulak sebagai sampel selanjutnya. Tengkulak kemudian menunjuk sampel selanjutnya yaitu pedagang pengecer. Penunjukan sampel akan berhenti ketika sampel terakhir akan langsung menunjuk konsumen.

Tabel 3.1 Jabatan dan Jumlah Narasumber yang diwawancarai

<b>Narasumber</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
Pemilik UKM Bumi Asih	1
Pekerja	1
Tengkulak	4
Pedagang Pengecer	9

Narasumber yang diwawancarai total berjumlah 15 orang, yang terdiri dari 1 orang pemilik UKM Bumi Asih, 1 orang pekerja di UKM Bumi Asih, 4 orang pedagang, dan 9 orang pedagang pengecer. Pemilik UKM Bumi Asih merupakan

orang pertama yang diwawancarai untuk memperoleh informasi mengenai produksi, penjualan dan strategi bertahan pada UKM Bumi Asih. Pemilik kemudian menunjuk satu orang pekerja yang paham mengenai pemasaran, dan juga menunjuk 4 orang tengkulak. Wawancara kepada tengkulak dilakukan untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya pembelian dari UKM Bumi Asih dan penjualan ke pedagang pengecer. Masing-masing tengkulak menunjuk 2 orang pedagang pengecer di Pasar Prajekan, 2 orang di Pasar Tamanan, 2 orang di Kecamatan Wringin dan 3 orang di Pasar Bondowoso.

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menjawab hipotesis pertama tentang tingkat keuntungan gula merah pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso dapat dilihat dengan menggunakan analisis keuntungan yang diformulasikan sebagai berikut (Nopirin, 2008).

$$\pi = TR - TC$$

$$\pi = (P_y \cdot Y) - (TFC + TVC)$$

Keterangan:

$P_d$  = Pendapatan bersih atau keuntungan ( $\pi$ ) (Rp)

$TR$  = Total penerimaan (Rp)

$TC$  = Total biaya (Rp)

$P_y$  = Harga output (Rp/kg)

$Y$  = Produksi yang diperoleh dalam suatu usaha (kg)

$TFC$  = Biaya tetap (Rp)

$TVC$  = Biaya variabel (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan:

- $TR > TC$  menunjukkan bahwa UKM Bumi Asih mendapatkan keuntungan yang positif.
- $TR = TC$  menunjukkan bahwa UKM Bumi Asih berada pada titik impas (BEP).
- $TR < TC$  menunjukkan bahwa UKM Bumi Asih mendapatkan keuntungan yang negatif (rugi).

Analisis profitabilitas pada UKM Bumi Asih menggunakan perhitungan *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)* dan *Break even point (BEP)*. *Gross Profit Margin (GPM)* digunakan untuk mengetahui persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan. *Gross Profit Margin (GPM)* dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2018).

$$GPM = \frac{Gross\ Profit}{Revenue} \times 100\%$$

Keterangan :

*GPM* = *Gross Profit Margin (%)*

*Gross Profit* = Laba kotor (Rp)

*Revenue* = Pendapatan bersih (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan:

- $GPM > 0$ , berarti usaha yang dilakukan menguntungkan dalam memperoleh laba kotor.
- $GPM \leq 0$ , berarti usaha yang dilakukan tidak menguntungkan dalam memperoleh laba kotor.

Analisis *Net Profit Margin (NPM)* digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap penjualan. *Net Profit Margin (NPM)* dirumuskan sebagai berikut (Kasmir, 2018).

$$NPM = \frac{Net\ Profit}{Revenue} \times 100\%$$

Keterangan :

*NPM* = *Net Profit Margin (%)*

*Net Profit* = Laba bersih/ laba setelah pajak (Rp)

*Revenue* = Pendapatan bersih (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan:

- $NPM > 0$ , berarti usaha yang dilakukan menguntungkan dalam memperoleh laba neto.
- $NPM \leq 0$ , berarti usaha yang dilakukan tidak menguntungkan dalam memperoleh laba neto.

Analisis titik impas atau *break even point (BEP)* digunakan untuk mengetahui pada titik berapahasil penjualan sama dengan jumlah biaya, atau perusahaan beroperasi pada saat kondisi tidak mendapatkan laba, dan tidak rugi

atau laba sama dengan nol. Analisis titik impas juga digunakan untuk menentukan berapa unit jumlah yang harus dijual agar perusahaan memperoleh keuntungan, baik dalam volume penjualan dalam unit maupun rupiah (Kasmir, 2018).

Perhitungan *break even point (BEP)* dapat dibedakan berdasarkan satuannya, yaitu unit dan rupiah.

a. Analisis titik impas dalam unit

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

Keterangan:

BEP = *Break Even Point* (Kg)

FC = Biaya tetap (Rp)

P = Harga jual per satuan (Rp)

VC = Biaya variable per satuan (Rp)

b. Analisis titik impas dalam rupiah

$$BEP = \frac{FC}{1 - VC/P}$$

Keterangan:

BEP = *Break Even Point* (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

P = Harga jual per satuan (Rp)

VC = Biaya variable per satuan (Rp)

Metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah ke dua yaitu metode deskriptif, margin dan efisiensi pemasaran gula pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih. Metode deskriptif menjelaskan saluran dalam suatu distribusi pemasaran yang terlibat mulai dari tingkat produsen sampai pada tingkat konsumen akhir.

Perhitungan margin pemasaran diperlukan untuk melihat efisiensi pemasaran gula merah pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso. Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran. Besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan

penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga pemasaran. Margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Hanafie, 2010) :

$$M = Pr - Pf$$

$$M = \Pi + CM$$

Keterangan:

M = Marjin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

$\Pi$  = Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

CM = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

Distribusi margin terdiri dari rata-rata margin keuntungan dan margin biaya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{bi} = \frac{B_i}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan:

$S_{bi}$  = *Share* biaya lembaga pemasaran ke-i (%)

$B_i$  = Biaya pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/Kg)

Rumus distribusi margin keuntungan lembaga pemasaran ke-i.

$$S_{ki} = \frac{K_i}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$K_i = P_{ji} - P_{bi} - B_{ji}$$

Keterangan:

$S_{ki}$  = *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i (%)

$K_i$  = Keuntungan pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/Kg)

$P_{ji}$  = Harga jual pada lembaga ke-i (Rp/ Kg)

$P_{bi}$  = Harga beli pada lembaga ke-i (Rp/ Kg)

$B_{ji}$  = Biaya pemasaran lembaga ke-i (Rp/ Kg)

Untuk mengetahui *share* biaya pemasaran dan *share* keuntungan pada masing-masing Lembaga pemasaran, maka digunakan rumus sebagai berikut:

Rumus *Share* biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i.

$$S_{bi} = \frac{B_i}{P_r} \times 100\%$$

$$S_{ki} = \frac{K_i}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

$S_{bi}$  = Rata-rata margin biaya lembaga ke-i (%)

$S_{ki}$  = Rata-rata margin keuntungan lembaga ke-i (%)

$P_r$  = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika  $S_{ki} > S_{bi}$  , maka pemasaran gula merah tebu dikatakan efisien
- Jika  $S_{ki} < S_{bi}$  , maka pemasaran gula merah tebu dikatakan tidak efisien

Metode yang digunakan untuk menjawab hipotesis ketiga tentang efisiensi pemasaran menggunakan perhitungan tingkat efisiensi pemasaran. Tingkat efisiensi pemasaran pada gula merah tebu merupakan hasil total biaya pemasaran gula merah tebu dengan total produksi gula merah tebu. Efisiensi pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 1989):

$$EP_s = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

$EP_s$  : Efisiensi Pemasara

$TB$  : Total biaya pemasaran

$TNP$  : Total Nilai Produk yang dipasarkan

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika  $EP_s < 50\%$  , maka pemasaran gula merah tebu dikatakan efisien
- Jika  $EP_s > 50\%$  , maka pemasaran gula merah tebu dikatakan tidak efisien

Dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa hal tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai produk yang dijual berarti pula terjadi adanya pemasaran yang tidak efisien. Dapat disimpulkan bahwa kriteria pengambilan keputusannya yaitu, persentase EP terkecil adalah saluran pemasaran yang efisien.

Metode yang digunakan untuk menjawab hipotesis ke tiga mengenai strategi bertahan UKM Bumi Asih menggunakan pendekatan deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dari fenomena yang diamati atau melakukan eksplorasi kemungkinan hubungan dua atau lebih fenomena. Analisis deskriptif juga dapat dilakukan dengan teknik statistik yang relatif sederhana, seperti misalnya menggunakan tabel, grafik, dan ukuran tendensi sentral yaitu nilai rata-rata, nilai tengah, dan modus. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan mengenai strategi bertahan harga, strategi bertahan biaya dan strategi bertahan lainnya (input, teknologi, pemasaran dan kemitraan). Strategi bertahan yang diterapkan oleh UKM Bumi Asih dalam menghadapi kenaikan harga, biaya dan lainnya. beberapa pertimbangan yang diambil berdasarkan dari penelitian terdahulu, seperti pengurangan margin keuntungan, ukuran produk dikecilkan, pengurangan tenaga kerja dan penekanan biaya promosi.

### **3.6 Definisi Operasional**

1. Tanaman Tebu (*Saccharum Officinarum L*) merupakan tanaman yang banyak dibudiyakan di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso.
2. Usahatani tebu adalah suatu kegiatan pembudidayaan komoditas tebu yang dilakukan oleh para petani tebu di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso.
3. Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses penyaluran gula merah dari UKM Bumi Asih sampai ke konsumen.
4. Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang terlibat dalam proses penyaluran gula merah tebu.
5. Tengkulak adalah orang yang bekerja megumpulkan gula merah tebu hasil produksi UKM Bumi Asih untuk dijual kembali kepada pedagang atau konsumen.

6. Pedagang pengecer adalah orang yang menjual gula merah tebu produksi UKM Bumi Asih secara eceran kepada konsumen.
7. Konsumen adalah orang yang memakai gula merah tebu produksi UKM Bumi Asih.
8. Pendapatan agroindustri gula merah adalah total penerimaan penjualan gula merah dikurangi dengan total biaya produksi gula merah dalam satuan rupiah.
9. Biaya produksi adalah semua biaya-biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi gula merah tebu dalam satuan rupiah.
10. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dibutuhkan sejak saat gula merah tebu selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang hingga sampai ke konsumen yang dinyatakan dalam satuan Rp/Kg.
11. Total Revenue adalah total penerimaan dari hasil penjualan gula merah tebu dalam satuan rupiah.
12. Total Cost adalah total biaya produksi gula merah tebu dalam satuan rupiah.
13. Gross Profit Margin adalah persentase laba yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.
14. Net Profit Margin adalah persentase laba yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.
15. Break Even Point adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian atau analisis yang digunakan untuk menentukan berapa unit yang harus dijual agar kita memperoleh keuntungan, baik volume penjualan dalam unit atau rupiah.
16. Laba kotor adalah pendapatan langsung UKM Bumi Asih atas penjualan gula merah tebu selama satu periode tertentu.
17. Laba bersih adalah pendapatan UKM Bumi Asih yang sudah dikurangi pajak.
18. Pendapatan bersih adalah penerimaan selama satu tahun dikalikan dengan harga gula merah.
19. Marjin pemasaran adalah harga gula merah ditingkat konsumen dikurangi dengan harga gula merah ditingkat produsen dalam satuan Rp/Kg.
20. Harga beli gula merah tebu adalah harga atau biaya yang harus dibayar/ dikeluarkan untuk membeli gula merah tebu dalam satuan Rp/ Kg.

21. Harga jual gula merah tebu adalah harga yang ditetapkan UKM Bumi Asih atas gula merah tebu kepada pembeli dalam satuan Rp/ Kg.
22. Efisiensi pemasaran gula merah tebu adalah perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan yang dinyatakan dalam satuan persen (%).
23. Harga ditingkat konsumen adalah harga yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mengkonsumsi gula merah tebu dalam satuan Rp/ Kg.
24. Keuntungan pemasaran adalah harga jual gula merah tebu dikurangi dengan harga beli dan biaya pemasaran gula merah tebu dalam satuan Rp/ Kg.
25. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya relatif tetap dan tidak tergantung pada banyaknya gula merah tebu yang diproduksi dinyatakan dalam satuan rupiah.
26. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya bergantung pada banyaknya gula merah tebu yang diproduksi dinyatakan dalam satuan rupiah.

## BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1 Gambaran Umum UKM Bumi Asih Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso

#### 4.1.1 Geografis Desa Wonokusumo Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso

Desa Wonokusumo merupakan salah satu dari sembilan desa yang termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Tapan Kabupaten Bondowoso. Desa Wonokusumo terletak pada wilayah ujung selatan dari Kecamatan Tapan. Desa Wonokusumo memiliki total luas wilayah sebesar 8,45 km<sup>2</sup>. Desa Wonokusumo secara administratif memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Timur	: Desa Nogosari
Sebelah Utara	: Desa Mangli Wetan
Sebelah Barat	: Desa Bendoarum
Sebelah Selatan	: Desa Sukosari Lor

Jarak dari pusat pemerintahan Desa Wonokusumo ke Pusat Pemerintahan Kecamatan Tapan  $\pm$  6,6 km. Jarak dari pusat pemerintahan Desa Wonokusumo ke Pusat Pemerintahan Kabupaten Bondowoso  $\pm$ 14,3 km. Desa Wonokusumo terletak pada ketinggian berkisar antara 300 sampai dengan 400 mdpl. Desa Wonokusumo memiliki kondisi topografi berupa daerah perbukitan dan hamparan lahan datar. Desa Wonokusumo memiliki waduk yang berfungsi untuk menampung air ketika musim hujan, sehingga pada saat musim kemarau masih memiliki cadangan air. Waduk tersebut juga dimanfaatkan masyarakat Desa Wonokusumo untuk keperluan irigasi lahan pertanian. Lahan produktif di Desa Wonokusumo seluas 845 Ha, yang terdiri dari sawah seluas 231 Ha, tegal seluas 527 Ha, perkebunan 12 Ha. Lahan di Desa Wonokusumo didominasi oleh lahan kering yang sebagian besar ditanami tebu dengan luas lahan 425 ha. Lahan pertanian yang luas membuat lapangan pekerjaan dibidang pertanian terbuka lebar, total sebanyak 2.167 masyarakat di Desa Wonokusumo bekerja dalam bidang pertanian (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso, 2018).

#### 4.1.2 Profil UKM Bumi Asih

UKM Bumi Asih merupakan salah satu agroindustri yang memanfaatkan tebu sebagai bahan baku utama dalam proses produksi. Tebu dimanfaatkan niranya untuk dijadikan gula merah. Batang tebu diperas hingga memperoleh nira yang kemudian diproses hingga menjadi gula merah tebu. UKM Bumi Asih telah berdiri sejak tahun 2011 dan hingga saat ini masih terus berproduksi untuk menghasilkan gula merah tebu. Bapak Machrus merupakan pemilik sekaligus penggagas berdirinya UKM Bumi Asih yang terletak di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Berdirinya UKM Bumi Asih dilatar belakangi keresahan sebagian petani tebu di Desa Wonokusumo dan sekitarnya yang hasil panennya tidak dapat terserap oleh pabrik gula. Potensi dan peluang gula merah yang masih sangat besar, serta ketersediaan tebu sebagai bahan baku utama yang melimpah disekitar Desa Wonokusumo dan proses pengolahan tebu menjadi gula merah yang cukup sederhana menjadi latar belakang didirikannya UKM Bumi Asih.

Tanaman tebu merupakan komoditas perkebunan unggulan di Desa Wonokusumo dan beberapa desa disekitarnya, sebagian besar perekonomian masyarakat bergantung dari hasil perkebunan tebu milik rakyat. UKM Bumi Asih didirikan dengan tujuan peningkatan terhadap olahan dari tanaman tebu secara mandiri dan lebih intensif agar nantinya dapat meningkatkan pendapatan petani tebu di wilayah Desa Wonokusumo dan sekitarnya. UKM Bumi Asih menjadi pilihan lain bagi petani tebu untuk menjual hasil panen tebunya, salah satu kelebihan dari penjualan hasil panen tebu ke UKM Bumi Asih adalah petani lebih cepat dalam penerimaan uang hasil penjualan tebu.

UKM Bumi Asih bekerja sama dengan para petani tebu untuk memenuhi kebutuhan bahan baku produksi. UKM Bumi Asih memiliki 20 petani tebu rekanan. Kerja sama dengan petani tebu dilakukan dengan tujuan memenuhi kebutuhan bahan baku ketika UKM Bumi Asih kesulitan dalam memperoleh bahan baku sehingga proses produksi gula merah tebu dapat terus berlangsung. Petani tebu yang bekerja sama dengan UKM Bumi Asih menjadi prioritas untuk menggiling tebunya ketika banyak tebu yang masuk ke UKM Bumi Asih.

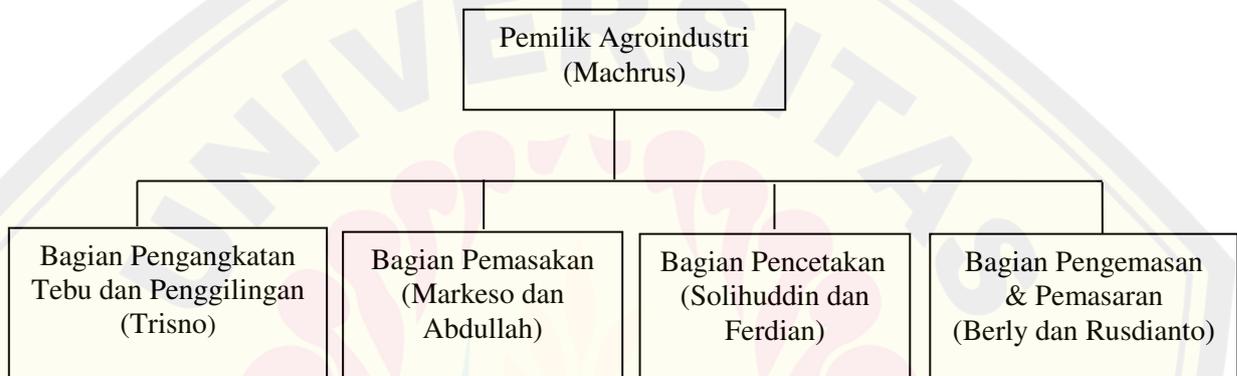
Pabrik pengolahan gula merah tebu milik UKM Bumi Asih terletak didekat pemukiman penduduk, serta tidak jauh dari lahan tebu yang ada di Desa Wonokusumo. Bangunan pabrik terdiri dari bagian pengolahan dan bagian gudang penyimpanan. Pabrik pengolahan dan gudang penyimpanan terdiri dari dua bangunan yang terpisah, namun masih dalam satu lokasi yang berdekatan. Pabrik UKM Bumi Asih memiliki bangunan yang terbuka, yaitu hanya memiliki dinding yang tingginya  $\pm$  1 meter dan memiliki atap. Bangunan yang dibuat terbuka bertujuan agar sirkulasi udara di bagian pemasakan nira menjadi lebih baik. UKM Bumi Asih masih menggunakan teknologi semi tradisional dalam proses produksinya. Penggunaan mesin hanya pada bagian pemerasan tebu dengan menggunakan mesin pemeras tebu bertenaga diesel. Tenaga kerja yang bekerja di UKM Bumi Asih berasal dari warga sekitar yang berjumlah 7 orang. Pabrik pengolahan gula merah tebu milik UKM Bumi Asih setiap tahunnya beroperasi dari Bulan Juni sampai Desember mengikuti waktu panen tebu. Bulan Januari UKM Bumi Asih hanya beroperasi untuk mengolah kembali gula merah tebu untuk dicetak.

UKM Bumi Asih pada awalnya memproduksi 3 jenis gula merah, yaitu gula merah cetak, gula merah awur dan gula merah semut. Sejak tahun 2017 UKM Bumi Asih mengalami masalah kerusakan pada alat produksi gula merah semut, sehingga pada tahun 2018 pemilik UKM Bumi Asih memutuskan untuk menghentikan produksi gula merah semut. Gula merah tebu hasil produksi UKM Bumi Asih awalnya diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar tradisional yang ada di daerah eks Karesidenan Besuki, namun dengan seiring waktu banyak dari pabrik yang membutuhkan gula merah sebagai bahan baku produksi. Penjualan gula merah cetak produksi UKM Bumi Asih saat ini sudah hampir masuk ke seluruh pasar tradisional yang ada di Kabupaten Bondowoso, bahkan sudah masuk ke pasar tradisional yang ada di Kabupaten Jember dan Situbondo. Bentuk gula merah cetak tebu produksi UKM Bumi Asih umumnya dicetak dalam bentuk cetakan batok kelapa, namun UKM Bumi Asih juga mencetak gula merah tebu dalam bentuk cetakan bambu sesuai dengan permintaan dari pasar. Gula merah awur yang diproduksi di khususkan untuk pabrik yang membutuhkan gula merah

tebu sebagai bahan baku produksi. Gula merah cetak dijual dalam bentuk kemasan plastik ukuran 5 kg, sementara gula awur dikemas ke dalam karung yang memiliki ukuran bervariasi.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Agroindustri Gula Merah UKM Bumi Asih

Struktur organisasi yang ada di UKM Bumi Asih bisa dibilang cukup sederhana. Struktur organisasi pada agroindustri UKM Bumi Asih berada di bawah pengawasan langsung oleh pemilik agroindustri. Struktur organisasi UKM Bumi Asih dapat dilihat pada gambar 4.1.



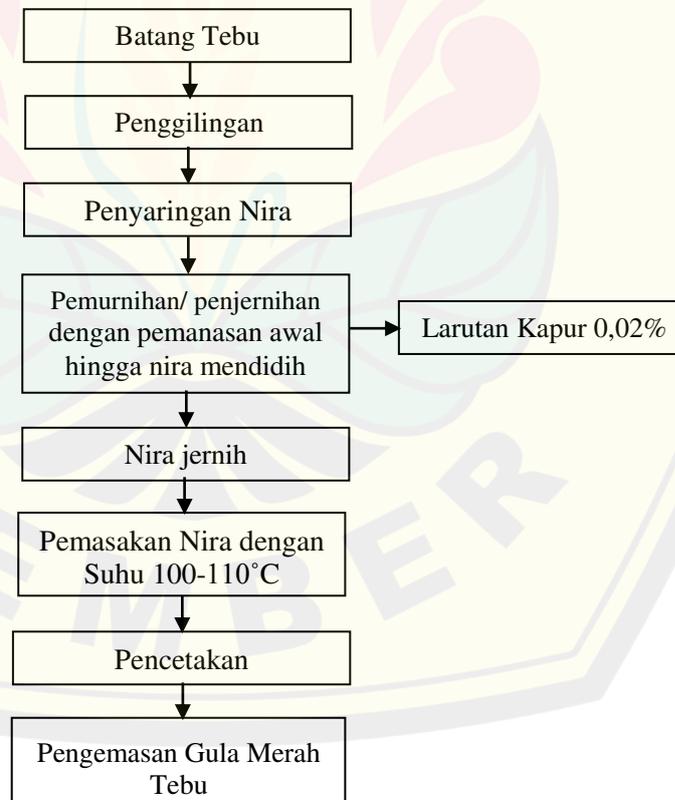
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Agroindustri Gula Merah UKM Bumi Asih

Berdasarkan Gambar 4.1 UKM Bumi Asih dipimpin oleh pemilik UKM yaitu Bapak Machrus. Pemilik UKM Bumi Asih langsung membawahi 4 bagian yang terdiri dari 7 orang. Tugas dari seorang pemilik UKM Bumi Asih hanya mengawasi ke empat bagian tersebut agar proses produksi gula merah tebu UKM Bumi Asih dapat berjalan dengan baik. Ke-empat bagian tersebut terdiri dari, bagian penerimaan bahan baku dan penggilingan, bagian pemasakan, bagian pencetakan serta bagian pengemasan dan pemasaran. Bagian penerimaan bahan baku dan penggilingan terdiri dari satu orang pekerja yang bertugas untuk menurunkan tebu dari *truck* ke bagian pengolahan. Bagian pemasakan terdiri dari dua orang pekerja yang bertugas untuk mengolah bahan baku tebu menjadi produk gula merah tebu. Bagian pencetakan terdiri dari dua orang yang bertugas mencetak nira tebu yang sudah melalui proses pemasakan. Bagian pengemasan terdiri dari dua orang yang bertugas untuk mengemas gula merah tebu yang sudah jadi untuk kemudian dipasarkan dipasarkan ke daerah Bondowoso dan sekitarnya.

Tenaga kerja pada UKM Bumi Asih memiliki 6 hari kerja aktif dalam produksi gula merah tebu. Hari kerja di UKM Bumi Asih dari Hari Sabtu sampai dengan Hari Kamis. Jam kerja dalam sehari yaitu selama 8 jam, yang dimulai jam 7 pagi sampai jam 4 sore dengan 1 jam waktu istirahat. Tenaga kerja terdiri dari 7 orang laki-laki. Tenaga kerja pada UKM Bumi Asih bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing, namun dalam beberapa kegiatan produksi pekerja saling membantu jika diperlukan. Sistem upah kerja yang digunakan dalam UKM Bumi Asih adalah upah sistem borongan yang akan dibayarkan di akhir minggu.

#### 4.1.4 Tahapan Proses Pengolahan Produk Gula Merah Tebu pada agroindustri UKM Bumi Asih

Kegiatan pengolahan gula merah tebu di UKM Bumi Asih sangat penting, karena akan mempengaruhi kualitas dari gula merah tebu. Kegiatan pengolahan gula merah tebu terdiri dari beberapa tahapan yaitu, penggilingan tebu, penyaringan, pemurnian, pemasakan, dan pencetakan. Berikut ini diagram pembuatan gula merah tebu pada agroindustri UKM Bumi Asih pada gambar 4.2



Gambar 4.2 Proses Pengolahan Gula Merah Tebu UKM Bumi Asih

a) Penggilingan

Penggilingan tebu dilakukan menggunakan mesin pemeras tebu berpengerak diesel. UKM Bumi Asih dalam satu hari dapat menggiling 8 sampai 10 ton tebu, hal tersebut bergantung pada ketersediaan tebu yang ada. Peggilingan tebu langsung dilakukan ketika tebu baru diturunkan dari *truck*. Peggilingan dilakukan untuk memeras nira yang ada didalam batang tebu. Proses penggilingan akan menghasilkan nira tebu dan ampas atau sepah batang tebu.

b) Penyaringan Nira

Hasil perasan nira kemudian disaring untuk memisahkan dan membersihkan nira dari kotoran yang terbawa saat proses penggilingan. Nira disaring menggunakan kain yang memiliki pori-pori kecil. Penyaringan nira dilakukan agar nantinya gula merah yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang baik.

c) Pemurnian Nira

Proses pemurnian nira dilakukan pada saat awal proses pemasakan nira. Pemurnian nira dilakukan dengan mencampurkan air kapur sebanyak 0,67 kg ke dalam wajan yang sudah terisi nira. Pemberian nira bertujuan untuk memisahkan kotoran-kotoran kecil dan serat halus pada batang tebu yang ikut bersama nira. Pemurnian nira diharapkan dapat memisahkan kotoran-kotoran yang tidak tersaring dalam proses penyaringan.

d) Pemasakan Nira

Nira hasil penyaringan dimasukkan ke dalam wajan yang terbuat dari besi. Kapasitas nira dalam satu wajan yaitu 100 - 150 liter yang diolah, kemudian dipanaskan pada suhu sekitar 110°C selama tiga sampai empat jam sambil dilakukan pengadukan. Pengolesan minyak goreng dilakukan sebelum pemasakan dengan tujuan agar gula merah saat mengental tidak lengket ke wajan. Suhu optimal untuk pemasakan nira adalah sebesar 110-120°C. Proses pemasakan gula merah tebu dari awal hingga mengental perlu dilakukan pengadukan untuk mempercepat penguapan air dari nira serta untuk menghasilkan warna gula yang seragam. Pengadukan nira dilakukan dengan tujuan agar nira matang secara sempurna dan tidak mengakibatkan nira menjadi gosong.

## e) Pencetakan

Proses pencetakan akan dilakukan ketika nira tebu sudah mengental dan berwarna kecoklatan. Nira yang sudah mengental dimasukkan ke dalam cetakan berbentuk silinder yang terbuat dari batang bambu atau cetakan yang terbuat dari tempurung kelapa. Penentuan penggunaan jenis cetakan tergantung dari permintaan pasar. Nira tebu yang telah dituang ke dalam cetakan kemudian dibiarkan sampai dingin. Nira tebu dalam cetakan yang sudah dingin dan mengeras kemudian siap dikeluarkan dari alat cetak. Gula merah tebu hasil cetakan kemudian akan dikemas ke dalam kantong plastik.

## f) Pengemasan

Gula merah yang sudah selesai cetak kemudian akan dikemas ke dalam kantong plastik. Pengemasan bertujuan agar gula merah lebih tahan lama saat disimpan, selain itu juga dapat menghemat waktu kerja karena gula merah dikemas dengan berat yang sama per plastik. Pengemasan dilakukan oleh 2 orang tenaga kerja. Gula merah langsung dikemas setelah tercetak dan menjadi keras. Pengemasan gula merah dilakukan dengan menggunakan plastik tanpa adanya label produk. Pengemasan gula merah awur berbeda dengan gula cetak, pengemasan gula awur menggunakan karung. Gula merah awur dikemas dengan berat sesuai dengan ukuran karung yang digunakan. Gula merah yang sudah selesai dikemas kemudian disusun secara rapi dan disimpan didalam gudang penyimpanan untuk disimpan terlebih dahulu sebelum dipasarkan.

#### **4.2 Tingkat Keuntungan dan Profitabilitas Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso**

Keuntungan sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi biaya produksi selanjutnya agar agroindustri dapat terus memproduksi. Besarnya keuntungan dipengaruhi oleh biaya variable, biaya tetap, dan besarnya harga jual produk yang dihasilkan. Biaya tidak tetap (*variabel cost*) yang digunakan dalam agroindustri gula merah tebu meliputi seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Biaya tetap (*fix cost*) meliputi investasi dan penyusutan dari alat

produksi, bangunan dan mesin. Keuntungan agroindustri dapat dihitung dengan mengurangi total penerimaan dari hasil penjualan gula merah tebu dengan total biaya yang dikeluarkan.

Pendapatan UKM Bumi Asih dapat diketahui dengan cara mengkurangkan total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam satu tahun. Jumlah penerimaan yang diperoleh UKM Bumi Asih diketahui dari hasil mengkalikan jumlah gula merah tebu yang diproduksi dengan harga jual gula merah tebu. Jumlah biaya yang dikeluarkan oleh UKM Bumi Asih untuk memproduksi gula merah tebu diketahui dari biaya tetap yang sudah dihitung biaya penyusutannya dan ditambahkan dengan biaya variable yang dikeluarkan selama produksi gula merah tebu. Perhitungan penerimaan penjualan gula merah tebu dilakukan per bulan sesuai dengan jumlah yang dijual dan harga gula merah dipasaran yang mengalami perubahan pada waktu tertentu. Total biaya yang dikeluarkan sangat bergantung pada biaya variabel produksi, karena jumlah dan harga bahan baku utama gula merah tebu mengalami perubahan.

Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk mempengaruhi pendapatan dari agroindustri. Besarnya biaya produksi yang dikeluarkan setiap bulannya berbeda-beda tergantung dari jumlah dan harga bahan baku utama. UKM Bumi Asih hanya melakukan produksi 7 bulan selama satu tahun, produksi gula merah tebu dimulai dari Bulan Juni dan berakhir pada Bulan Desember. Jumlah bahan baku yang dibutuhkan setiap bulannya berbeda-beda bergantung pada ketersediaan bahan baku tebu yang ada dilapang. UKM Bumi Asih pada Bulan Januari akan melakukan pengolahan ulang gula merah awur untuk kemudian dijadikan gula merah tebu cetak dan dijual ke pasar. Pengolahan tersebut biasanya hanya membutuhkan waktu 2 hari produksi. Pengolahan kembali gula merah tebu akan mengalami penyusutan sebanyak 3%. Gula merah tebu tersebut diproduksi untuk memenuhi permintaan pasar pada Bulan Januari dan jika berlebih maka akan dijual pada bulan-bulan berikutnya.

Biaya yang dikeluarkan oleh UKM Bumi Asih terdiri dari biaya variable dan biaya tetap. Biaya variable merupakan biaya yang berubah-ubah pada setiap kali proses produksinya yang dapat mempengaruhi jumlah produksi. UKM Bumi

Asih harus mengeluarkan biaya variabel untuk membeli tebu sebagai bahan baku utama. Rata-rata UKM Bumi Asih mampu mengolah tebu sebesar 8.000 kg sampai dengan 10.000 kg per hari. Harga tebu sebagai bahan baku utama pembuatan gula merah tebu biasanya mengalami perubahan harga setiap bulannya, hal tersebut terjadi karena jumlah ketersediaan tebu dan kualitas dari tebu yang ada pada saat itu. Harga tebu juga berbeda-beda tergantung dari kualitas tebu, mulai dari Rp 320/ kg sampai dengan Rp 500/kg. Harga tebu pada Bulan Juni sebesar Rp 420 dengan kebutuhan produksi per hari sebesar 8 ton. Harga tebu pada Bulan Juli meningkat menjadi Rp 460 dengan kebutuhan produksi per hari sebesar 8 ton. Harga tebu pada Bulan Agustus sampai Oktober sebesar Rp 500 dengan kebutuhan produksi per hari ditingkatkan menjadi 10 ton. Harga tebu pada Bulan November menurun menjadi Rp 420 dengan kebutuhan produksi per hari sebesar 8 ton. Harga tebu pada Bulan Desember kembali menurun menjadi Rp 320 dengan kebutuhan produksi per hari sebesar 8 ton. Biaya variabel lainnya yang dibutuhkan adalah minyak goreng untuk proses pemasakan, air kapur sebagai pengendap kotoran saat pemasakan nira. Bahan bakar yang digunakan untuk proses pemasakan menggunakan kayu bakar dan blabat, sementara solar digunakan untuk bahan bakar diesel untuk proses penggilingan tebu. Kemasan yang digunakan adalah plastik ukuran 5 kg untuk gula merah cetak dan karung untuk gula merah awur. Biaya variabel yang dibutuhkan untuk proses produksi juga meliputi biaya listrik dan biaya air. Biaya lainnya yang harus dikeluarkan untuk membayar 7 orang pekerja dengan sistem borongan sebesar Rp 420.000 per hari.

Biaya tetap yang dibutuhkan UKM Bumi Asih untuk proses produksi terdiri dari 3 jenis, yaitu biaya penyusutan peralatan, biaya penyusutan bangunan dan biaya perawatan mesin diesel. Biaya penyusutan peralatan meliputi biaya penyusutan tungku dan wajan/ kualu untuk proses pemasakan nira tebu; bak penampung air digunakan untuk menampung nira sebelum dimasak; selang digunakan untuk mengalirkan nira. mesin pengaduk untuk mengaduk gula merah yang baru masak; diesel sebagai mesin penggerak mesin pemeras; mesin pemeras digunakan untuk memeras tebu; mesin penyedot untuk membuang ampas tebu;

alat cetak untuk mencetak gula merah tebu; tempat pendingin digunakan untuk mendinginkan gula awur; skop untuk memasukkan gula ke karung dan timbangan yang digunakan saat pengemasan. Biaya penyusutan bangunan meliputi biaya penyusutan pabrik dan gudang penyimpanan. Biaya perawatan rutin pada mesin diesel dan mesin penggilingan tebu.

Jumlah yang diproduksi setiap bulannya dan harga tebu yang berbeda pada setiap bulannya juga akan mempengaruhi jumlah biaya yang dikeluarkan pada setiap bulannya. UKM Bumi Asih berproduksi dari hari Sabtu sampai hari Kamis, hari Jum'at tidak melakukan proses produksi karena dinilai kurang efektif akibat terpotong waktu sholat Jum'at. UKM Bumi Asih melakukan produksi gula merah tebu selama tujuh bulan dengan total 155 hari aktif produksi, sedangkan sisanya tidak berproduksi. Berikut biaya produksi gula merah tebu per bulannya yang dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Biaya Produksi Gula Merah Tebu pada Tahun 2018

No	Jenis Biaya	Jumlah biaya (Rp/ Tahun)	Persentase (%)
<b>1</b>	<b>Biaya Tetap</b>		
	Biaya Penyusutan Peralatan	9.306.250	1,23
	Biaya Penyusutan Bangunan	5.000.000	0,66
	Biaya Perawatan Mesin	4.200.000	0,55
<b>2</b>	<b>Biaya Variabel</b>		
	Biaya Produksi	675.108.000	88,95
	Biaya Tenaga Kerja	65.340.000	8,61
	<b>Total</b>	<b>758.954.250</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Table 4.1 terdapat 2 jenis biaya yang dibutuhkan dalam memproduksi gula merah tebu. Biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan peralatan, biaya penyusutan bangunan, dan biaya perawatan mesin. Biaya variable terdiri dari biaya produksi dan biaya tenaga kerja. Total biaya produksi yang dibutuhkan pada tahun 2018 mencapai Rp 758.954.250. Total biaya tersebut diperoleh hasil penjumlahan biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan peralatan sebesar Rp 9.306.250, biaya penyusutan bangunan sebesar Rp 5.000.000, biaya perawatan mesin sebesar Rp 4.200.000 dan ditambah dengan penjumlahan biaya variabel yang terdiri dari biaya produksi sebesar Rp 675.108.000 dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 65.340.000. Biaya perawatan

mesin merupakan biaya terendah yang dibutuhkan, yaitu sebesar Rp 4.200.000/ tahun dengan persentase sebesar 0,55% dari total biaya yang dibutuhkan selama satu tahun. Biaya variable produksi merupakan biaya tertinggi yang dibutuhkan, yaitu sebesar Rp 675.108.000/ tahun dengan persentase sebesar 88,98% dari total biaya yang dibutuhkan selama satu tahun.

UKM Bumi Asih memiliki kapasitas giling maksimal 12 ton tebu. Rata-rata dalam sehari UKM Bumi Asih menggiling 8 - 10 ton tebu, yang nantinya akan menghasilkan gula merah tebu sebanyak 800 - 1000 kg. Gula merah tebu yang diproduksi oleh UKM Bumi Asih selama tahun 2018 sebesar 134.900 kg. Gula merah tebu tersebut terbagi menjadi 2, yaitu gula merah cetak dan gula merah awur. Volume produksi untuk 2 jenis gula merah tebu tersebut diproduksi sesuai dengan kebutuhan pasar. Produksi dari gula merah tebu biasanya menunggu permintaan dari pasar. Jumlah volume produksi gula merah tebu harus menyesuaikan dengan permintaan pasar, karena jika jumlah volume produksi melebihi permintaan pasar, maka harga gula merah tebu dipasar akan turun. Harga jual gula merah tebu cetak berkisar antara Rp 8.200 sampai dengan Rp 9.400, sementara harga jual gula merah awur sebesar Rp 7.200.

Awal panen tebu biasanya dilakukan sekitar bulan Mei – Juni, pada jangka waktu tersebut rendemen tebu masih rendah sehingga petani masih banyak yang belum memanen tebunya. Produksi gula merah tebu yang dihasilkan pada awal panen biasanya juga tidak terlalu banyak, namun harga gula merah cenderung tinggi. Puncak panen tebu sekitar bulan Juli sampai September, pada waktu tersebut tingkat rendemen pada tebu tinggi. Produksi gula merah tebu pada waktu tersebut tinggi, sehingga harga jual gula merah tebu cenderung menurun. Panen tebu biasanya berakhir pada sekitar bulan November-Desember, pada saat akhir panen ketersediaan tebu mulai menurun dan rendemen tebu juga mulai menurun. Harga jual gula merah tebu mulai cenderung meningkat. Harga jual gula merah tebu pada bulan Januari hingga saat panen tebu tiba cenderung meningkat, namun pada saat awal musim panen harga gula merah tebu mulai turun sampai dengan titik harga terendah pada saat musim panen raya.

Gula merah tebu hasil produksi UKM Bumi Asih terbagi menjadi gula merah tebu cetak dan gula merah tebu awur. Gula merah cetak diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pasar, sementara gula merah awur diproduksi untuk memenuhi kebutuhan industri makanan dan minuman. Jumlah produksi dan harga dari kedua gula merah tersebut berbeda sesuai dengan permintaan dan kondisi pasar. Volume penjualan, rata-rata harga jual dan jumlah penerimaan UKM Bumi Asih dapat dilihat dalam Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2 Jumlah Volume Penjualan, Rata-Rata Harga Jual dan Jumlah Penerimaan UKM Bumi Asih pada tahun 2018

No	Jenis Produk	Volume Penjualan (kg)	Rata-rata Harga Jual (Rp/kg)	Jumlah Penerimaan (Rp)
1	Gula Merah Cetak	13.700	8.625	119.340.000
2	Gula Merah Awur	121.000	7.200	871.200.000
<b>Total</b>		<b>134.700</b>		<b>990.540.000</b>

Berdasarkan Table 4.2 volume penjualan gula merah cetak sebesar 13.700 kg dikalikan dengan rata-rata harga jual sebesar Rp 8.625/ kg sehingga menghasilkan jumlah penerimaan gula merah cetak sebesar Rp 119.340.00. Volume penjualan gula merah awur sebesar 121.000 kg dikalikan dengan rata-rata harga jual sebesar Rp 7.200/ kg sehingga diperoleh jumlah penerimaan gula merah cetak sebesar Rp 871.200.000. Total penerimaan UKM Bumi Asih selama tahun 2018 diperoleh dari hasil penjumlahan penerimaan gula merah cetak sebesar Rp 119.340.00 dan penerimaan gula merah awur sebesar Rp 871.200.000, sehingga dihasilkan total penerimaan hasil penjualan gula merah tebu sebesar Rp 990.540.000

Total biaya yang dikeluarkan dan total penerimaan yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih akan menentukan jumlah keuntungan yang diperoleh. Keuntungan UKM Bumi Asih dapat dilihat dalam Tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4.3 Keuntungan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018

No	Uraian	Nilai (Rp/ Tahun)
1	Total Penerimaan	990.540.000
2	Total Biaya	758.954.250
<b>Total Keuntungan</b>		<b>231.585.750</b>

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui total penerimaan yang diperoleh UKM Bumi Asih pada tahun 2018 sebesar Rp 990.540.000. Total biaya yang dibutuhkan pada tahun 2018 sebesar Rp 758.954.250. Total keuntungan yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih pada tahun 2018 sebesar Rp 231.585.750. Total keuntungan tersebut diperoleh dari total penerimaan sebesar Rp 990.540.000 dikurangi dengan total biaya sebesar Rp 758.954.250. Total keuntungan UKM Bumi Asih menunjukkan nilai yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa usaha produksi gula merah tebu UKM Bumi Asih pada tahun 2018 menguntungkan.

Profitabilitas dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar UKM Bumi Asih dalam memperoleh laba. Profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas UKM Bumi Asih pada tahun 2018 dapat dihitung menggunakan beberapa analisis. Berikut merupakan hasil perhitungan beberapa analisis profitabilitas UKM Bumi Asih tahun 2018 yang dapat dilihat dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Profitabilitas UKM Bumi Asih pada tahun 2018

<b>Profitability Ratio</b>	
<i>Gross Profit Margin (%)</i>	24,99
<i>Net Profit Margin (%)</i>	23,54
BEP (Kg)	95.918
BEP (Rupiah)	5.634

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui terdapat beberapa hasil perhitungan profitabilitas UKM Bumi Asih pada tahun 2018 dengan menggunakan perhitungan *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)* dan *Break even point (BEP)*. Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis *Gross Profit Margin (GPM)* diperoleh hasil sebesar 24,99%. Nilai GPM sebesar 24,99% diperoleh dari laba kotor dibagi dengan pendapatan bersih dikalikan dengan 100%. Nilai *GPM* sebesar 24,99% > 0, hal tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan UKM Bumi Asih menguntungkan dalam memperoleh laba kotor. Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis *Net Profit Margin (NPM)* diperoleh hasil sebesar 23,54%. Nilai NPM sebesar 23,54% diperoleh dari laba bersih dibagi dengan pendapatan bersih dikalikan dengan 100%. Nilai *NPM* sebesar 23,54% > 0, hal tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan UKM

Bumi Asih menguntungkan dalam memperoleh laba bersih. Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis *Break even point (BEP)* dalam kg diperoleh hasil sebesar 95.918 kg, maka UKM Bumi Asih harus menjual sebanyak 95.918 kg gula merah tebu dengan harga jual Rp 7.913 agar memperoleh BEP atau titik impas. Nilai BEP sebesar 95.918 kg diperoleh dari hasil biaya tetap dibagi dengan harga produk yang dikurangi dengan biaya variabel per satuan. Hasil perhitungan dengan menggunakan analisis *Break even point (BEP)* dalam rupiah diperoleh hasil sebesar Rp 5.634, berarti jika gula merah tebu yang diproduksi dalam 1 tahun sebesar 134.700 kg, maka harga jual yang ditetapkan sebesar Rp 5.634 agar UKM bumi asih memperoleh BEP atau titik impas. Nilai BEP sebesar Rp 5.634 diperoleh dari hasil biaya tetap dibagi dengan satu dikurangi terlebih dahulu dengan biaya variabel per satuan dibagi harga produk. Hasil perhitungan profitabilitas juga dapat digunakan sebagai evaluasi kinerja manajemen apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmiati dan Nur (2017). Hasil dari penelitian tersebut dengan menggunakan perhitungan rumus analisis total biaya, pendapatan kotor (penerimaan), dan pendapatan bersih (keuntungan). Hasil tersebut menunjukkan bahwa agroindustri gula merah tebu yang dijalankan menguntungkan, dengan total keuntungan (pendapatan bersih) sebesar Rp. 29.274.689 per bulan.

#### **4.3 Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Tebu pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso**

Saluran pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran terdiri dari lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya untuk mengalirkan barang dari produsen sampai ke konsumen. Saluran pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih terdiri dari beberapa lembaga didalamnya meliputi tengkulak dan pedagang pengecer. UKM Bumi Asih memproduksi 2 jenis gula merah tebu, pemasaran 2 jenis gula merah tebu tersebut memiliki cara yang berbeda. Konsumen dari 2 jenis gula merah tebu juga berbeda, karena menyesuaikan kebutuhan dari masing-masing konsumen.

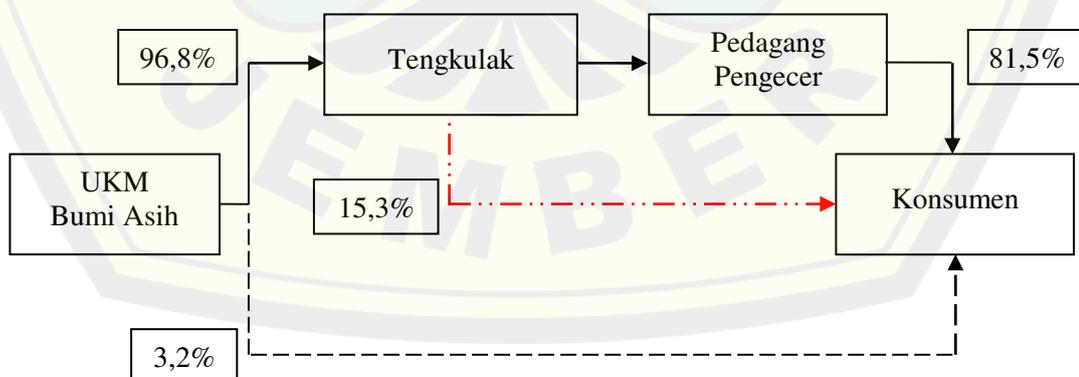
Gula merah tebu dalam bentuk cetak biasanya lebih banyak dikonsumsi oleh konsumen rumah tangga, sementara gula merah tebu awur dibutuhkan oleh agroindustri untuk diolah lagi menjadi produk yang baru. Volume penjualan gula merah tebu jenis awur lebih banyak dibandingkan dengan volume penjualan gula merah jenis cetak, hal tersebut dikarenakan jumlah kebutuhan agroindustri terhadap gula merah tebu jauh lebih besar jika dibandingkan dengan jumlah kebutuhan rumah tangga.

Pemasaran gula merah tebu cetak produksi UKM Bumi Asih masih bergantung kepada lembaga pemasaran yang membantu UKM Bumi Asih dalam menjual dan menyalurkan hingga ke konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula merah tebu memiliki peranan yang sangat penting bagi UKM Bumi Asih, karena lembaga pemasaran yang terlibat membantu memperluas jangkauan pemasaran dari gula merah tebu. Lembaga pemasaran yang terlibat akan membentuk suatu rantai pemasaran pemasaran yang memiliki tujuan untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen potensial maupun konsumen akhir. Penjualan gula merah tebu UKM Bumi Asih ke pasar tradisional melalui tengkulak. Tengkulak akan melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada UKM Bumi Asih, kemudian tengkulak datang secara langsung ke pabrik gula merah tebu yang berada di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Tengkulak selanjutnya menjual langsung ke pasar tradisional yang ada di Kabupaten Bondowoso. Tengkulak hanya menjual ke pedagang pengecer dan konsumen (industri rumah tangga), tengkulak tidak menjual ke pedagang besar karena pedagang besar kurang meminati gula merah tebu karena penjualan gula merah tebu cenderung lama dan minim peminat.

Pemasaran yang baik akan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, efisiensi pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran, share biaya dan saluran pemasaran yang terbentuk. Margin pemasaran gula merah tebu merupakan selisih atau perbedaan harga jual gula merah tebu ditingkat produsen dan harga beli gula merah tebu ditingkat konsumen. Share biaya merupakan biaya pemasaran pada suatu lembaga dibagi dengan margin pemasaran dikali dengan 100%. Share keuntungan merupakan keuntungan pemasaran pada suatu lembaga dibagi dengan

margin pemasaran dikali dengan 100%. Share biaya dan share keuntungan digunakan untuk mengetahui persentase biaya yang dikeluarkan dan persentase keuntungan yang diperoleh oleh suatu lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula merah tebu.

Konsumen gula merah tebu terdiri dari konsumen rumah tangga dan konsumen agroindustri. Margin margin pemasaran akan menunjukkan besarnya biaya-biaya yang dibutuhkan dan besarnya keuntungan yang diperoleh oleh setiap lembaga pemasaran pada rantai pemasaran. Nilai margin pemasaran akan menentukan efisiensi suatu rantai pemasaran, semakin kecil nilai margin pemasaran maka rantai pemasaran tersebut akan semakin efisien. Margin pemasaran juga dapat menunjukkan nilai share biaya dan share keuntungan, selain itu juga dapat mengetahui distribusi margin baik keuntungan maupun biaya pada setiap lembaga pemasaran. Pemasaran gula merah dikatakan menguntungkan jika nilai share keuntungan lebih besar dibandingkan dengan nilai share biaya. Distribusi margin akan menunjukkan besarnya selisih harga ditingkat produsen sampai ke konsumen untuk selanjutnya akan dilakukan keputusan pemasaran gula merah tebu efisien atau tidak efisien. Pemasaran gula merah tebu UKM Bumi Asih belum maksimal, hal tersebut dapat dilihat dari minimnya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula merah tebu. Minimnya lembaga pemasaran yang terlibat dapat berpengaruh kepada sempitnya jangkauan dan distribusi gula merah tebu hingga ke konsumen. Berikut merupakan gambaran saluran pemasaran gula merah tebu pada UKM Bumi Asih:



Gambar 4.3 Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Cetak

Keterangan :

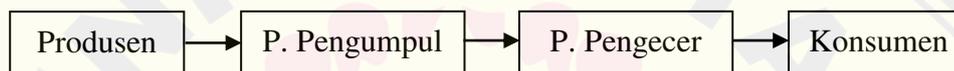
————— : Saluran Pemasaran I, yaitu UKM Bumi Asih – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen

----- : Saluran Pemasaran II, yaitu UKM Bumi Asih – Pedagang Pengumpul – Konsumen

----- : Saluran Pemasaran III, yaitu UKM Bumi Asih – Konsumen

Saluran pemasaran gula merah tebu cetak pada UKM Bumi Asih memiliki 3 jenis saluran pemasaran. Saluran pemasaran pada Gambar 5.1 akan dijabarkan pada gambar-gambar berikut ini sesuai pada masing-masing jenis saluran pemasaran:

#### 5.1.1 Saluran Pemasaran I



Gambar 4.4 Saluran Pemasaran I

Berdasarkan Gambar 4.4 diketahui saluran pemasaran terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengecer dan konsumen. Produsen akan menjual ke tengkulak yang sebelumnya telah melakukan pemesanan. Tengkulak biasanya berasal dari sekitaran wilayah Kabupaten Bondowoso. Tengkulak umumnya membeli gula merah tebu cetak berkisar 100-250 kg setiap bulannya. Tengkulak selanjutnya menjual secara langsung kepada pedagang pengecer yang umumnya berada di pasar-pasar tradisional, maupun ke pedagang-pedagang pengecer lainnya yang ada di wilayah Kabupaten Bondowoso. Pedagang pengecer berperan dalam menyalurkan secara langsung gula merah tebu kepada konsumen. Harga jual gula merah tebu pada tingkat konsumen berkisar antara Rp 9.200 – 12.200/kg. Tengkulak dalam menyalurkan produk harus mengorbankan biaya untuk transportasi, komunikasi dan penyimpanan gula. Pedagang pengecer harus mengorbankan biaya untuk proses pengemasan kembali untuk nantinya dijual ke konsumen.

Analisis margin, share biaya dan share keuntungan, serta distribusi margin gula merah tebu pada saluran I dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.6 Perhitungan margin, *share* dan distribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran I.

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
<b>1.</b>	<b>Petani</b>					
	a. Harga Jual	8.625	78,22			
<b>2.</b>	<b>Tengkulak</b>					
	b. Harga Beli	8.625				
	c. Biaya Transportasi	286		2,59		11,90
	d. Biaya Komunikasi	105		0,95		4,37
	e. Biaya Penyimpanan	27		0,24		1,12
	f. Harga Jual	9.819				
	g. Keuntungan	776	7,04		32,30	
<b>3.</b>	<b>Pedagang Pengecer</b>					
	a. Harga Beli	9.819				
	b. Biaya Pengemasan	101		0,91		4,19
	b. Harga Jual	11.027				
	c. Keuntungan	1.108	10,05		46,12	
<b>4.</b>	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	11.027				
	<b>Marginal Pemasaran</b>	<b>2.402</b>	<b>95,30</b>	<b>4,70</b>	<b>78,42</b>	<b>21,58</b>

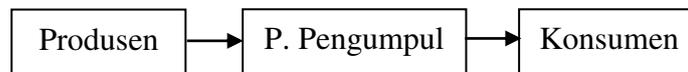
Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui hasil perhitungan margin pemasaran dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen adalah sebesar Rp 2.402/ kg. Produsen menjual gula merah tebu dengan harga Rp 8.625/ kg, dengan share keuntungan sebesar 78,22% dari keseluruhan share keuntungan pada saluran pemasaran. Tengkulak sebagai lembaga pertama yang membeli secara langsung gula merah dari produsen melalui pemesanan kepada produsen terlebih dahulu, tengkulak membeli dengan harga Rp 8.625/ kg. Tengkulak umumnya membeli gula merah tebu berkisar antara 100-250 kg per bulannya. Pemasaran gula merah tebu pada lembaga pemasaran ini mengeluarkan biaya untuk transportasi dan biaya komunikasi. Tengkulak biasanya melakukan pembelian sebanyak 2 kali selama sebulan. Tengkulak akan melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada UKM Bumi Asih. Biaya transportasi yang dikeluarkan sebesar Rp 286/kg, biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan oleh tengkulak untuk akomodasi tengkulak ke produsen untuk mengambil produk dan mendistribusikan gula merah tebu ke pedagang pengecer. Biaya komunikasi yang dikeluarkan sebesar Rp 105/kg, biaya tersebut merupakan biaya untuk menghubungi (telepon) pihak UKM Bumi Asih dalam melakukan pemesanan gula merah tebu. Biaya

penyimpanan yang dikeluarkan sebesar Rp 27/kg, biaya tersebut digunakan untuk membeli alas untuk yang berfungsi sebagai alas untuk menyimpan gula merah tebu. Tengkulak menjual gula merah tebu dengan harga sebesar Rp 9.819/ kg, dengan keuntungan sebesar Rp 776/ kg.

Tengkulak selanjutnya akan menjual gula merah tebu kepada pedagang pengecer yang terdapat di pasar-pasar tradisional di wilayah Kabupaten Bondowoso. Pedagang pengecer akan pergi ke pasar-pasar yang biasanya terdapat beberapa pedagang yang sudah berlangganan. Pedagang pengecer umumnya membeli gula merah tebu berkisar antara 20-70 kg per bulannya. Beberapa pedagang pengecer membeli sebanyak dua kali dalam sebulan kepada tengkulak. Pedagang pengecer pada saluran pertama berperan sebagai perantara dari tengkulak ke konsumen dalam jumlah yang lebih kecil. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya untuk pengemasan gula merah tebu ketika menjual lagi kepada konsumen akhir. Pedagang pengecer rata-rata mengemas gula merah cetak dengan berat 0,5 kg dan 1 kg setiap kemasannya. Biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 101/ kg. Pedagang pengecer menjual gula merah tebu kepada konsumen dengan harga Rp 11.027. pedagang pengecer memperoleh keuntungan sebesar Rp 1.108/ kg.

Penjualan gula merah tebu pada saluran pemasaran I dapat diketahui besarnya share biaya dan share keuntungan pada setiap lembaga pemasaran. Share keuntungan yang diperoleh oleh produsen gula merah tebu sebesar 78,22%, angka tersebut menunjukkan besarnya bagian keuntungan yang diperoleh oleh produsen gula merah tebu dari konsumen pada saluran pemasaran I. Share keuntungan yang diperoleh oleh tengkulak sebesar 7,04% dan share keuntungan pedagang pengecer sebesar 10,05%. Share biaya merupakan bagian yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam suatu saluran pemasaran. Share biaya pada saluran pemasaran I yang dikeluarkan oleh tengkulak untuk biaya transportasi sebesar 2,59%, biaya komunikasi 0,95%, biaya Penyimpanan 0,24% dan share biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk biaya pengemasan gula merah tebu sebesar 0,91%.

## 5.1.2 Saluran Pemasaran II



Gambar 4.5 Saluran Pemasaran II

Berdasarkan Gambar 4.5 diketahui saluran pemasaran terdiri dari produsen, tengkulak dan konsumen. Produsen akan menjual kepada tengkulak yang sebelumnya telah melakukan pemesanan. Tengkulak biasanya berasal dari Kabupaten Bondowoso. Tengkulak umumnya melakukan pembelian gula merah tebu cetak sebanyak 2 kali dalam sebulan, pembelian dalam sebulan mencapai 120 kg. Tengkulak selanjutnya akan menjual gula merah tebu kepada konsumen atau produsen kue tradisional dan toko jamu tradisional yang ada di Kabupaten Bondowoso. Tengkulak pada saluran pemasaran II hanya melakukan penjualan kepada konsumen yang telah melakukan pemesanan sebelumnya. Setelah konsumen memesan, tengkulak kemudian akan mengantarkan pesannya langsung kepada konsumen. Harga jual gula merah di tingkat konsumen pada saluran pemasaran ini berkisar antara Rp 9.700/ kg – Rp 11.000/ kg, harga tersebut mengikuti harga jual gula merah tebu ditingkat konsumen yang ada di pasar.

Analisis margin, share biaya dan share keuntungan, serta distribusi margin gula merah tebu pada saluran II dapat dilihat pada table berikut:

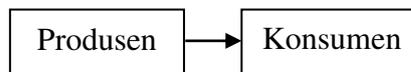
Tabel 4.6 Perhitungan margin, *share* dan distribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran II.

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	8.625	84,98			
2.	<b>Tengkulak</b>					
	b. Harga Beli	8.625				
	c. Biaya Transportasi	313		3,08		20,49
	d. Biaya Komunikasi	75		0,74		4,92
	e. Biaya Penyimpanan	27		0,27		1,77
	f. Harga Jual	10.150				
	g. Keuntungan	1.138	10,94		72,82	
3.	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	10.150				
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>1.525</b>				
	<b>Total</b>		<b>95,92</b>	<b>4,08</b>	<b>72,82</b>	<b>27,18</b>

Berdasarkan Table 4.6 dapat diketahui hasil perhitungan margin pemasaran dari tingkat produsen sampai tingkat konsumen adalah sebesar Rp 1.525/ kg. Produsen menjual gula merah tebu kepada tengkulak dengan harga Rp 8.625/ kg, dengan share keuntungan sebesar 84,98% dari keseluruhan share keuntungan pada saluran pemasaran. Tengkulak merupakan lembaga pemasaran yang berperan sebagai lembaga perantara yang menyalurkan gula merah tebu dari produsen ke konsumen. Tengkulak membeli gula merah tebu ketika mendapat pesanan dari konsumen. Tengkulak umumnya membeli gula merah tebu berkisar antara 70-130 kg per bulannya. Tengkulak melakukan pembelian secara langsung kepada UKM Bumi Asih. Tengkulak mengeluarkan biaya transportasi untuk mengambil dan mengantarkan gula merah tebu dari produsen ke konsumen yang telah memesan sebelumnya, biaya transportasi yang dikeluarkan sebesar Rp 313/ kg. Biaya komunikasi yang dikeluarkan sebesar Rp 75/kg, biaya tersebut merupakan biaya untuk menghubungi (telepon) pihak UKM Bumi Asih dalam pemesanan gula merah tebu. Biaya penyimpanan yang dikeluarkan sebesar Rp 27/kg, biaya tersebut digunakan untuk membeli alas yang nantinya digunakan untuk menyimpan gula merah tebu sebelum nantinya akan disalurkan kembali kepada konsumen. Tengkulak menjual gula merah tebu dengan harga sebesar Rp 10.150/ kg, dengan keuntungan sebesar Rp 1.138/ kg.

Penjualan gula merah tebu pada saluran pemasaran II dapat diketahui besarnya share biaya dan share keuntungan pada setiap lembaga pemasaran. Share keuntungan yang diperoleh oleh produsen gula merah tebu sebesar 84,98%, angka tersebut menunjukkan besarnya bagian keuntungan yang diperoleh oleh produsen gula merah tebu dari konsumen pada saluran pemasaran II. Share keuntungan yang diperoleh oleh tengkulak sebesar 10,94%. Share biaya merupakan bagian yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam suatu saluran pemasaran. Share biaya pada saluran pemasaran II yang dikeluarkan oleh tengkulak untuk biaya transportasi sebesar 3,08%, biaya komunikasi 0,74%, biaya penyimpanan 0,27%. Distribusi margin keuntungan yang diperoleh tengkulak sebesar 72,82% dan distribusi margin biaya yang harus dikeluarkan sebesar 27,18%.

## 5.1.3 Saluran Pemasaran III



Gambar 4.6 Saluran Pemasaran III

Berdasarkan Gambar 4.6 diketahui saluran pemasaran terdiri dari produsen dan konsumen. Produsen pada saluran pemasaran ini menjual secara langsung gula merah kepada konsumen. Penjualan gula merah tebu pada saluran ini dibatasi penjualannya, yaitu hanya dijual kepada warga yang ada disekitar pabrik pengolahan gula merah tebu tersebut. Tujuan dari pembatasan konsumen gula merah tebu agar harga jual gula merah tebu di pasar tidak menurun akibat penjualan langsung gula merah tebu kepada konsumen. Konsumen pada saluran pemasaran ke III ini biasanya hanya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga saja dan juga biasa digunakan untuk acara pernikahan dan lain sebagainya. Jumlah penjualan perbulannya pada saluran pemasaran ini tidak menentu. Harga jual gula merah tebu pada saluran pemasaran ini jauh lebih murah dibandingkan harga dipasar tradisional, yaitu seharga Rp 8.625/ kg.

Analisis margin, share biaya dan share keuntungan, serta distribusi margin gula merah tebu pada saluran II dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.7 Perhitungan margin, *share* dan distribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran III.

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
<b>1.</b>	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	8.575	99,42			
	b. Biaya Pengemasan	50		0,58	0	100,00
<b>2.</b>	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	8.625				
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>50</b>	<b>99,42</b>	<b>0,58</b>	<b>0</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan Table 4.7 dapat diketahui produsen menjual gula merah tebu secara langsung kepada konsumen, margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 50/ kg. Biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri sebesar Rp 50 untuk biaya pengemasan. Share keuntungan yang diperoleh oleh produsen dalam saluran pemasaran III gula merah tebu sebesar 99,42%, share biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam saluran pemasaran III gula merah tebu cetak sebesar 0,58%.

Efisiensi pemasaran merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran yang efisien akan tercipta apabila produsen, lembaga pemasaran dan konsumen memperoleh kepuasan dengan adanya kegiatan pemasaran. Pemasaran yang tidak efisien akan mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh produsen dan semakin besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen gula merah tebu cetak. Berikut merupakan efisiensi saluran pemasaran gula merah tebu cetak dalam tabel 4.8.

Tabel 4.8 Efisiensi Pemasaran Gula merah tebu cetak UKM Bumi Asih

NO	Jenis Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1.	Saluran I	492	11.027	4,46
2.	Saluran II	388	10.150	3,82
3.	Saluran III	50	8.625	0,58

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui nilai efisiensi pemasaran dari ketiga saluran pemasaran gula merah tebu cetak UKM Bumi Asih. Saluran pemasaran I membutuhkan total biaya sebesar Rp 492/ kg, dengan total nilai produk sebesar Rp 11.027/ kg sehingga nilai efisiensi yang diperoleh sebesar 4,46%. Nilai 4,46% pada saluran pemasaran I menunjukkan bahwa nilai tersebut kurang dari 50%, hal tersebut berarti saluran pemasaran I efisien. Saluran pemasaran II membutuhkan total biaya sebesar Rp 388/ kg, dengan total nilai produk sebesar Rp 10.150/ kg sehingga nilai efisiensi yang diperoleh sebesar 3,82%. Nilai 3,82% pada saluran pemasaran II menunjukkan bahwa nilai tersebut kurang dari 50%, hal tersebut berarti saluran pemasaran II efisien. Saluran pemasaran III membutuhkan total biaya sebesar Rp 50/ kg, dengan total nilai produk sebesar Rp 8.625/ kg sehingga nilai efisiensi yang diperoleh sebesar 0,58%. Nilai 0,58% pada saluran III menunjukkan nilai tersebut kurang dari 50%, berarti saluran pemasaran III efisien.

Saluran pemasaran gula merah tebu awur hanya memiliki satu saluran. Penjualan gula merah tebu jenis awur langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. Konsumen gula jenis ini berasal dari industri olahan makanan dan minuman dengan jumlah penjualannya juga berskala besar, seperti industri kecap manis dan industri petis. Mayoritas gula merah awur produksi UKM Bumi Asih dibeli oleh industri kecap manis. Pembelian gula merah tebu dalam skala besar

bertujuan untuk stok bahan baku pada saat industri gula merah tebu tidak berproduksi. Total penjualan gula merah tebu awur pada tahun 2018 adalah sebesar 121.000 kg. Konsumen utama gula merah tebu awur adalah industri kecap sedap dan kecap cap mobil. Pengiriman gula merah tebu awur ke pabrik dilakukan dalam seminggu sekali. Berikut merupakan saluran gula merah awur produksi UKM Bumi Asih yang ditampilkan dalam gambar 4.7.



Gambar 4.7 Saluran Pemasaran Gula Merah Tebu Awur

Analisis margin, share biaya dan share keuntungan, serta distribusi margin gula merah tebu awur dapat dilihat pada table 4.9.

Tabel 4.9 Perhitungan margin, *share* dan distribusi margin pemasaran pada saluran pemasaran gula merah awur.

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	7.200	100,00			
2.	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	7.200				
<b>Margin Pemasaran</b>		<b>0</b>	<b>100,00</b>			

Berdasarkan Table 4.9 dapat diketahui produsen menjual gula merah tebu awur secara langsung kepada konsumen sehingga margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 0/ kg. Share keuntungan yang diperoleh oleh produsen dalam saluran pemasaran III gula merah tebu sebesar 100%, sedangkan share biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam saluran pemasaran III gula merah tebu sebesar 0.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fatayat dkk (2017). Penelitian dilakukan berdasarkan dari perhitungan menggunakan alat analisis marjin dan efisiensi pemasaran yang dilakukan pada tiap perantara dalam saluran pemasaran. Hasil menunjukkan bahwa ada dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung (Agen). Saluran I = produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir, Saluran II = produsen - agen distributor - pedagang pengecer - konsumen akhir. Saluran pemasaran I

merupakan yang paling efisien, hal ini dikarenakan nilai persentase Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran bernilai rendah yaitu 25%, dan nilai persentase bagian yang diterima pemilik agroindustri yaitu sebesar 75%.

#### **4.4 Strategi Bertahan Agroindustri UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso**

Strategi bertahan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku usaha agar kegiatan usahanya dapat berlangsung secara berkelanjutan. Strategi bertahan akan mempengaruhi kemampuan suatu usaha untuk tetap terus memproduksi. Setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri dalam bersaing dengan perusahaan yang lainnya, jika perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya maka perusahaan tersebut akan kalah dengan perusahaan lainnya.

UKM Bumi Asih sebagai salah satu agroindustri gula merah tebu yang ada di Kabupaten Bondowoso memiliki beberapa strategi bertahan tersendiri agar kegiatan produksi yang dilakukan dapat terus berlangsung. Strategi bertahan yang di terapkan pada UKM Bumi Asih meliputi penentuan harga, kualitas produk, penyediaan bahan baku dan keuntungan yang diperoleh. Strategi tersebut diterapkan baik secara permanen atau pun secara opsional pada waktu-waktu tertentu. Penerapan strategi tersebut rata-rata dilakukan pada saat terjadi peningkatan harga tebu ditingkat petani yang menjadi bahan baku utama dalam produksi gula merah tebu. Pemilihan strategi tersebut berdasarkan dari pengalaman dan beberapa hal yang telah dipertimbangkan oleh pemilik UKM Bumi Asih dalam melakukan kegiatan produksi hingga pemasaran gula merah tebu.

UKM Bumi Asih memiliki beberapa pilihan dalam melaksanakan strategi bertahan. Strategi tersebut memiliki waktu pelaksanaan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan yang ada. Selain itu jangka waktu pelaksanaan bias secara permanen atau secara opsional Berikut merupakan strategi bertahan yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih yang tersaji dalam Table 4.10.

Tabel 4.10 Strategi Bertahan dan Teknis Pelaksanaannya pada UKM Bumi Asih

No	Jenis Strategi bertahan	Pelaksanaan		Waktu pelaksanaan	Teknis Pelaksanaan	Jangka waktu	
		Ya	Tidak			Opsional	Permanen
1	Merubah Harga Jual	√		Saat harga beli bahan baku utama (tebu) mengalami perubahan (naik/turun)	Harga jual gula merah tebu menyesuaikan dengan harga beli tebu dari petani	√	
2	Merubah Kualitas Produk		√	Saat harga beli bahan baku utama (tebu) mengalami peningkatan	Tidak mengurangi kualitas dari gula merah tebu		√
3	Merubah Margin Keuntungan	√		Saat harga beli bahan baku utama (tebu) mengalami peningkatan	Tidak menaikkan harga jual gula merah ketika harga bahan baku tinggi	√	
4	Menjalinkan Kemitraan	√		Sepanjang tahun	Melakukan kemitraan dengan petani dalam memenuhi kebutuhan tebu sebagai bahan baku produksi gula merah tebu dan membagi hasil produksi gula merah tebu kepada petani sebanyak 5%		√
5	Pembaruan Teknologi	√		Saat peningkatan kinerja UKM	Mengganti peralatan yang kurang efisien dalam proses produksi		√
6	Menjual Langsung Produk ke Pedagang	√		Saat penjualan gula merah rendah	Mencari pelanggan dengan cara menjual gula merah tebu langsung ke pedagang yang ada di pasar.	√	

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa ada 6 strategi yang diterapkan oleh UKM Bumi Asih untuk terus bertahan dalam menjalankan usaha. UKM Bumi Asih melakukan perubahan harga jual pada saat terjadi peningkatan harga beli tebu di tingkat petani, selain itu harga jual gula merah tebu mengikuti perubahan harga gula merah tebu di pasar. UKM Bumi Asih melakukan perubahan harga jual namun harganya masih tidak berbeda jauh dari harga sebelumnya. Perubahan harga jual gula merah tebu biasanya tidak signifikan, perubahan harga yang signifikan baru terjadi bila harga tebu mengalami perubahan yang signifikan. UKM Bumi Asih tidak melakukan penurunan kualitas dari gula merah tebu, karena kualitas produk dirasa akan memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk terus mempercayai produk gula merah tebu hasil produksi UKM Bumi Asih. Selain itu penurunan kualitas gula merah tebu juga akan mempengaruhi terhadap kemampuan waktu simpan gula merah tebu. Pemilik UKM Bumi Asih lebih memilih untuk mengurangi margin keuntungan selama harga bahan baku masih tinggi.

Pemilik UKM Bumi Asih melakukan kemitraan dengan beberapa petani tebu yang ada di Desa Wonokusumo. Keuntungan dari adanya kemitraan tersebut adalah ketika UKM Bumi Asih kesulitan dalam memenuhi kebutuhan *in put* produksi, maka UKM Bumi Asih akan menggunakan tebu petani mitra untuk diolah menjadi gula merah tebu sehingga proses produksi dapat berlangsung sesuai jadwal yang telah ditentukan. Penggunaan teknologi dalam produksi gula merah tebu masih semi tradisional, karena pemilik UKM Bumi Asih juga memikirkan biaya operasional dan perawatan mesin yang digunakan. Penggunaan mesin hanya digunakan pada bagian pemerasan nira tebu, sedangkan pada bagian pengadukan gula merah tebu hanya menggunakan alat semi tradisional.

Penjualan yang dilakukan oleh pemilik UKM Bumi Asih saat ini lebih difokuskan ke arah agroindustri, karena jumlah penjualan yang dilakukan jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah penjualan ke pasar tradisional atau konsumen rumah tangga. Jumlah penjualan gula merah tebu per bulan terhadap pasar tradisional dan konsumen rumah tangga dibatasi oleh pemilik UKM Bumi Asih dengan tujuan agar harga gula merah tebu yang ada dipasar tetap stabil dan

memiliki nilai jual yang tinggi. Hal tersebut dilakukan karena nantinya juga akan berdampak terhadap harga jual gula merah tebu kepada agroindustri dalam skala besar.

Secara garis besar UKM Bumi asih menjalankan strategi bertahan jika harga bahan baku tebu mengalami peningkatan yang signifikan. Perubahan harga tebu sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha agroindustri gula merah tebu yang dikelola oleh UKM Bumi Asih. Perubahan harga jual gula merah tebu yang dilakukan menyesuaikan dengan harga beli tebu sebagai bahan baku utama pembuatan gula merah tebu, selain itu UKM Bumi Asih juga melakukan penyesuaian terhadap margin keuntungan yang diperoleh namun tetap mempertahankan kualitas gula merah tebu yang diproduksi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian serupa yang dilakukan oleh Susilo (2010). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi bertahan yang diterapkan oleh responden pada dasarnya dikategorikan menjadi 2, yaitu: menaikkan harga jual produk dan tidak menaikkan harga produk. Data hasil survei yang diperoleh dari 86 responden menyatakan bahwa sebanyak 86% menaikkan harga jual produk dan 14% tidak menaikkan harga produk. Kelompok responden yang menaikkan harga dapat diurai kembali dalam beberapa kategori, strategi bertahan yang diterapkan mencakup: menaikkan harga saja (41,86%), kombinasi harga naik dan mengurangi marjin keuntungan (22,09%), harga naik dan mengecilkan ukuran produk (23,26%), dan kombinasi harga naik, mengurangi marjin keuntungan, dan mengecilkan ukuran produk sebanyak 12,79%.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Keuntungan yang diperoleh UKM Bumi Asih sebesar Rp. 231.585.750,00. Keuntungan yang diperoleh bernilai positif, berarti usaha yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih menguntungkan. Profitabilitas UKM Bumi Asih dilihat dari *Gross Profit Margin* sebesar 24,99%, *Net Profit Margin* sebesar 23,54%, *Break Event Point* sebesar 95.918 kg dan Rp 5.634. UKM Bumi Asih termasuk usaha yang menguntungkan karena nilai GPM (24,99% > 0) dan NPM (23,54% > 0).
2. Saluran pemasaran gula merah tebu cetak pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso terdiri dari 3 saluran pemasaran. Saluran pemasaran pertama, yaitu produsen – tengkulak – pedagang pengecer. Saluran pemasaran kedua, yaitu produsen – konsumen agroindustri. Saluran pemasaran yang terakhir, yaitu produsen – konsumen rumah tangga. *Farmer Share* tertinggi yang diperoleh oleh UKM Bumi Asih terdapat pada saluran pemasaran ke 3 dengan nilai 99,42%. Saluran pemasaran yang paling efisien dari ketiga saluran pemasaran tersebut, yaitu saluran pemasaran ke III (produsen - konsumen) dengan nilai efisiensi sebesar 0,58%.
3. UKM Bumi Asih melakukan strategi bertahan dengan tidak merubah kualitas produk, agar tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Mengurangi margin keuntungan agar harga gula merah tebu masih terjangkau konsumen. Menjalin kemitraan dengan petani dan pembaruan teknologi dilakukan agar UKM Bumi Asih dapat memproduksi secara optimal dengan jadwal yang sudah ditentukan.

### 5.2 Saran

1. UKM Bumi Asih seharusnya lebih meningkatkan jumlah penjualan pada saat pabrik tidak memproduksi lagi, dikarenakan pendapatan yang diterima pada waktu tersebut lebih besar dibandingkan dengan waktu produksi.

2. Melakukan perluasan pemasaran dengan melakukan kerjasama dengan agen distributor untuk penjualan luar Kabupaten Bondowoso.
3. Bagi para pelaku usaha yang serupa, bisa menerapkan beberapa strategi bertahan yang dilakukan oleh UKM Bumi Asih ketika mengalami kendala yang sama.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aliudin, S. Sariyoga, dan D. Anggraeni. 2011. Efisiensi dan Pendapatan Usaha Gula Aren Cetak (Kasus pada Perajin Gula Aren Cetak di Desa Cimenga, Kecamatan Cijaku, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten) *Agro Ekonomi*, 29(1): 73–85.
- Anggraeni, D. 2016. Analisis Tingkat Pendapatan Antara Usahatani Jagung Panen Muda dan Panen Pipilan di Kabupaten Serang Provinsi Banten. *Mimbar Agribisnis*, 1(2): 107-111.
- Apriawan, D. C., Irham, dan J. H. Mulyo. 2015. Analisis Produksi Tebu dan Gula di PT. Perkebunan Nusantara VII (PERSERO). *Agro Ekonomi*, 26(2): 159-167.
- Asmarantaka, R. W., J. Atmakusuma, Y. N. Muflikh, dan N. Rosiana. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. *Agribisnis Indonesia*, 5(2): 151-172.
- Awantara, I G. P. D. 2014. Sistem Manajemen Lingkungan: Perspektif Agrokompleks. Yogyakarta: Deepublish.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Provinsi Jawa Timur dalam Angka Tahun 2020*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kecamatan Tapen dalam Angka Tahun 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso.
- Cahyadi, H. D. dan S. Sugiharto. 2014. Pengaruh *Private Brand Strategy* Terhadap Brand Loyalty pada Air Mineral 600ml Merek Alfa di Alfamart Siwalankerto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1): 1-11.
- Darmiati dan T. M. Nur. 2017. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pengolahan Gula Merah Tebu di Desa Suka Makmur Kecamatan Wih Pesam Kabupaten Bener Meriah (*Studi Kasus Usaha Bapak Edi*). *Jurnal S. Pertanian*, 1(10): 807– 815.
- Dewanti, R. dan G. Sihombing. 2012. Analisis Pendapatan Usaha Peternak Ayam Buras (Studi Kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan). *Buletin Peternakan*, 36(1): 48-56.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2016. Statistik Perkebunan Indonesia 2015-2017. Jakarta: Sekretariat Di Direktorat Jendral Perkebunan.

- Fatayat, S., T. M. Nur, dan Elfiana. 2017. Analisis Pemasaran Gula Merah Tebu di Kabupaten Bener Meriah (*Studi Kasus Agroindustri Bapak Edi*). *Pertanian*, 1(12): 1066–1078.
- Fitrianingsih, E. 2019. Analisis Profitabilitas Keripik Pisang pada Industri “Cahaya Indi” di Desa Tanamea Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. *Agrotekbis*, 7(2): 267-273.
- Griffin, R. W. 2002. *Management*. 7th Edition. Boston: Houghton Mifflin Company. Terjemahan oleh Gania, G. 2004. *Manajemen: Jilid 1*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Harjanti, I. M., K. D. Astuti, dan R. Yesiana. 2015. Pola Distribusi Komoditas Pertanian Unggulan di Desa Mlatiarjo Kecamatan Gajah Kabupaten Demak. *Pembangunan Inklusif: Menuju Ruang dan Lahan Perkotaan yang Berkeadilan*. 8 September 2015. *Conference on Urban Studies and Development*: 161-176.
- Hermawati, D. T. 2015. Rencana Aksi Pengembangan Agroindustri Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis*, 15(1): 1-20.
- Heryani, H. 2016. *Keutamaan Gula Aren & Strategi Pengembangan Produk*. Banjarmasin: Lambung Mangkurat University Press.
- Indraswari, S. D., I K. Suamba, dan I. A. L. Dewi. 2015. Saluran Pemasaran Belimbing Organik (*Averrhoa carambola L.*) pada Kelompok Tani Sekar Sari Subak Mambal, Desa Mambal, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. *Agribisnis dan Agrowisata*, 4(5): 365-372.
- Indrawati, T. dan I. Yovita. 2014. Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi* 22(1): 1-8.
- Jauhari, J. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1): 159-168.
- Jumiati, E., D. H. Darwanto, S. Hartono Dan Masyhuri. 2013. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Agrifor*, 12(1): 1-10.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan: Edisi Revisi*. Depok: Rajawali Pers.

Kuspratomo, A. D., Burhan, dan M. Fakhry. 2012. Pengaruh Varietas Tebu, Potongan dan Penundaan Giling Terhadap Kualitas Nira Tebu. *Agrointek*, 6(2): 123-132.

Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama.

Mokuna, A. C., M. Makkarennu, dan R. Ridwan. 2017. Sistem Pemasaran Gula Semut Kelompok Tani Hutan (KTH) Buhung Lali Pada Hutan Kemasyarakatan (HKm) Bangkeng Bukit di Desa Bukit Harapan Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba. *Hutan dan Masyarakat*, 9(2): 83-92.

Mustaqim. 2019. Analisis Kelayakan Usaha Gula Merah Kelapa (Studi Kasus: Desa Tumpeng Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang). *Jurnal Inkofar*, 1(1): 88-93.

Nopirin. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Novianty, A. dan B. M. Andrie. 2020. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Agroindustri Gula Kelapa Di Kabupaten Pangandaran. *Mimbar Agribisnis*, 6(1): 322-327.

Nurjayanti, E. D., Syaifun, N. 2014. Analisis Kelayakan Usahatani Tebu (Studi Kasus Petani Tebu Mitra PG. Pakis Baru di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati). *Mediagro*, 10(1): 60-68.

Priangani, A. 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4): 1-9.

Rahmatulloh, A. 2016. Analisis Kinerja dan Lingkungan Agroindustri Bihun Tapioka di Kota Metro. *Skripsi. Lampung: Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.

Rasihen, Y. 2017. Analisis Efisiensi dan Perilaku Pasar Gula Aren di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. *SEPA*, 14(1): 47 – 52.

Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.

Rukmana. H. R. 2016. *Gula Merah dari Tebu*. Semarang: Aneka Ilmu.

Saleh, Y. 2014. Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo'a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango. *Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 1(4): 219-224.

- Sambuaga, J. M., R. Kaunang, dan G. A. J. Rumagit. 2016. Analisis Pemasaran Buah Pepaya di Desa Matungkas Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi Unsrat*, 12(2): 53-76.
- Sapratama, R. M. E. dan K. D. M. Erli H. 2013. Penentuan Kawasan Agroindustri Berdasarkan Komoditas Unggulan di Kabupaten Bondowoso. *Teknik POMITS*, 2(2): 109-113.
- Sari, D. N., H. Kadir dan R. B. Ningsih. 2015. Analisis Penggunaan Pola Pengembangan Perkebunan Karet pada Petani di Kecamatan Kuantan Hilir. *FEKON*, 2(2): 1-14.
- Sari, P. D., Puri, W. A., dan Hanum, D. 2019. *Delignifikasi Bahan Lignoselulosa: Pemanfaatan Limbah Pertanian*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Saul, E. Y. dan Y. S. Susilo. 2016. Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Pathok di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015. *Ekonomi Pembangunan*, 1(1): 1-14.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Sofiani, V. 2015. Analisis Pendapatan dan Pola Pemasaran Petani Gula Kelapa di Desa Semedo Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. *Hasil - Hasil Penelitian dan Pengabdian LPPM Universitas Muhammadiyah Purwokerto*. 26 September 2015. 96-100.
- Subaktilah, Y., N. Kuswardani, dan S. Yuwanti. 2018. Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(2): 107-115.
- Sukardi. 2010. Gula Merah Tebu: Peluang Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengembangan Agroindustri Pedesaan. *Pangan*, 19(4): 317-330.
- Supardi, H., A. Yusdiarti, dan A. Arsyad. 2016. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Gula Merah Skala Rumah Tangga (Studi Kasus: Desa Pasiripis Kecamatan Surade Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat). *AgribiSains*, 1(2): 1-9.
- Susilo, Y. S. 2010. Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta. *Ekuitas*, 14(2): 225 – 244.

- Suwarto, Y. Octavianty dan S. Hermawati. 2014. *Top 15 Tanaman Perkebunan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Syafirah, L. M. dan J. J. Rotinsulu. 2012. Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado. *EMBA*, 5(2): 245-255.
- Tanjung, I. P. 2017. Kontribusi Subsektor Perkebunan Terhadap Perekonomian Daerah: Studi Kasus di Provinsi Jawa Timur. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. 4 Juli 2008. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta.
- Waris, D. Herdiansah S., T. Hardiyanto. 2015. Analisis Biaya, Pendapatan dan R/C pada Agroindustri Gula Kelapa (Suatu Kasus di Desa Bantar Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap). *Agroinfo Galuh*, 2(1): 55-60.
- Yanutya, P. A. T. 2013. Analisis Pendapatan Petani Tebu di Kecamatan Japon Kabupaten Blora. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4): 286-296.
- Yogi, Y. A. 2018. Gula Merah Tebu untuk Kesejahteraan Petani. <https://republika.co.id/berita/ekonomi/pertanian/18/03/01/p4w1fc453-gula-merah-tebu-untuk-kesejahteraan-petani>. [Diakses pada 9 Juli 2019].
- Yunitasari, D., N. Istiyani, dan E. K. Lestari. 2018. Analisis Potensi Tebu dalam Mendukung Pencapaian Swasembada Gula di Kabupaten Bondowoso. *Buletin Tanaman Tembakau, Serat & Minyak Industri*, 10(1): 13-20.

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER  
LAMPIRAN

**Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Bulan pada Tahun 2018**

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan Juni

No	Variabel	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku (Rp)
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	420	8.000	136.000	57.120.000	420,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	10.000	1	17	170.000	1,25
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	17	68.000	0,50
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,74
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,74
	c. Solar	Perliter	5.400	20	340	1.836.000	13,50
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	-	-	-	-	-
	b. Karung	Perunit	2.500	16	272	680.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,74
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	1,47
<b>Total Biaya Variabel</b>						<b>60.374.000</b>	<b>444</b>

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 17 hari dalam sebulan produksi

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan Juli

No	Variabel	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	460	8.000	216.000	99.360.000	460,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	10.000	1	27	270.000	1,25
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	27	108.000	0,50
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,46
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,46
	c. Solar	perliter	5.400	20	540	2.916.000	13,50
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	320	1	400	128.000	0,59
	b. Karung	perunit	2.500	16	432	1.080.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,46
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	0,93
<b>Total Biaya Variabel</b>						<b>104.362.000</b>	<b>483</b>

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 27 hari produksi

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan Agustus

No	Variabel	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	500	10.000	250.000	125.000.000	500,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	10.000	1	25	250.000	1,00
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	25	100.000	0,40
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,40
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,40
	c. Solar	perliter	5.400	20	500	2.700.000	10,80
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	160	80	400	64.000	0,26
	b. Karung	perunit	2.500	20	500	1.250.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,40
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	0,80
<b>Total Biaya Variabel</b>						<b>129.864.000</b>	<b>519</b>

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 25 hari produksi

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan September

No	Variabel	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	500	10.000	260.000	130.000.000	500,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	10.000	1	26	260.000	1,00
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	26	104.000	0,40
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,38
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,38
	c. Solar	perliter	5.400	20	520	2.808.000	10,80
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	160	80	400	64.000	0,25
	b. Karung	perunit	2.500	20	520	1.300.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,38
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	0,77
<b>Total Biaya Variabel</b>						<b>135.036.000</b>	<b>519</b>

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 26 hari produksi

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan Oktober

No	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku	
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	500	10.000	270.000	135.000.000	500,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	11.000	1	27	297.000	1,10
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	27	108.000	0,40
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,37
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,37
	c. Solar	perliter	5.400	20	540	2.916.000	0,40
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	160	80	400	64.000	0,24
	b. Karung	perunit	2.500	20	540	1.350.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,37
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	0,74
<b>Total Biaya Variabel</b>					<b>140.235.000</b>	<b>519</b>	

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 27 hari produksi

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan November

No	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku	
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	420	8.000	144.000	60.480.000	420,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	11.000	1	18	198.000	1,38
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	18	72.000	0,50
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,69
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,69
	c. Solar	perliter	5.400	20	360	1.944.000	13,50
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	160	80	400	64.000	0,44
	b. Karung	perunit	2.500	16	288	720.000	5
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,69
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	1,39
<b>Total Biaya Variabel</b>					<b>63.978.000</b>	<b>444</b>	

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 18 hari produksi

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Biaya Variabel Gula Merah Tebu per Hari pada Bulan Desember

No	Satuan	Harga (Rp)	Kebutuhan perhari (Kuantitas)	Jumlah Kebutuhan (kuantitas)	Nilai (Rp)	Harga perkg Bahan Baku	
1	Bahan Baku						
	a. Tebu	perkilogram	320	8.000	120.000	38.400.000	320,00
2	Bahan Tambahan						
	a. Minyak Goreng	perkilogram	11.000	1	15	165.000	1,38
	b. Air Kapur	perkilogram	4.000	1	15	60.000	0,50
3	Bahan Bakar						
	a. Kayu		100.000	1	1	100.000	0,83
	b. Blabat		100.000	1	1	100.000	0,83
	c. Solar	perliter	5.400	20	300	1.620.000	13,50
4	Bahan Kemasan						
	a. Plastik Ukuran 5 kg	perlembar	160	80	400	64.000	0,53
	b. Karung	perunit	2.500	12	180	450.000	4
5	Biaya operasinal						
	a. Biaya Listrik		100.000	1	1	100.000	0,83
	b. Biaya Air		200.000	1	1	200.000	1,67
<b>Total Biaya Variabel</b>					<b>41.259.000</b>	<b>344</b>	

Catatan : UKM Bumi Asih beroperasi dalam 15 hari produksi

**Total Biaya Variabel Gula Merah Tebu pada Tahun 2018**

No	Bulan	Total Biaya Variabel (Rp)
1	Juni	60.374.000
2	Juli	104.362.000
3	Agustus	129.864.000
4	September	135.036.000
5	Oktober	140.235.000
6	November	63.978.000
7	Desember	41.259.000
<b>Total</b>		<b>675.108.000</b>

**Biaya Tenaga Kerja per Hari**

Kegiatan Produksi	Jumlah Tenaga Kerja	Waktu/Proses Produksi (jam)	Upah Tenaga Kerja/Proses Produksi (Rp)	Total Upah Tenaga Kerja/Proses Produksi (Rp)	Upah/Jam semua tenaga kerja (Rp)	Jumlah Jam Kerja
Pengolahan Gula Merah Tebu	7	8	60.000	420.000	52.500	56

Catatan : UKM Bumi Asih menggunakan sistem borongan

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

**Total Biaya Tenaga Kerja Produksi Gula Merah Tebu pada Tahun 2018**

No	Bulan	Proses Produksi (Hari)	Total Upah Tenaga Kerja/ Hari (Rp)	Total Upah Tenaga Kerja/ Bulan (Rp)
1	Juni	17	420.000	7.140.000
2	Juli	27	420.000	11.340.000
3	Agustus	25	420.000	10.500.000
4	September	26	420.000	10.920.000
5	Oktober	27	420.000	11.340.000
6	November	18	420.000	7.560.000
7	Desember	15	420.000	6.300.000
8	Januari	2	120.000	240.000
<b>Total</b>		<b>155</b>		<b>65.340.000</b>

Catatan: Jumlah pekerja pada Bulan Januari berjumlah 2 orang

**Biaya Tetap Produksi Gula Merah Tebu**

No	Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Umur Ekonomis	Total Harga (Rp)	Penyusutan (Rp/ Tahun)	Penyusutan (Rp/ Bulan)	Penyusutan (Rp/ Hari)
1	Tungku	3	Unit	150.000	8	450.000	56.250	4.688	156
2	Wajan/ Kual	9	Unit	2.500.000	10	22.500.000	2.250.000	187.500	6.250
3	Bak penampung air	1	Unit	2.400.000	8	2.400.000	300.000	25.000	833
4	Mesin pengaduk	2	Unit	7.500.000	15	15.000.000	1.000.000	83.333	2.778
5	Mesin pemeras	1	Unit	87.000.000	25	87.000.000	3.480.000	290.000	9.667
6	Alat cetak	600	Unit	1.000	5	600.000	120.000	10.000	333
7	Diesel 40 pk	1	Unit	6.000.000	15	6.000.000	400.000	33.333	1.111
8	Mesin penyedot	1	Unit	700.000	5	700.000	140.000	11.667	389
9	Tempat pendingin	2	Unit	2.000.000	5	4.000.000	800.000	66.667	2.222
10	Timbangan duduk 200 Kg	1	Unit	2.800.000	8	2.800.000	350.000	29.167	972
11	Timbangan dacin 10 Kg	1	Unit	275.000	1	275.000	275.000	22.917	764
12	Selang	15	Meter	20.000	4	300.000	75.000	6.250	208
13	Skop	4	Unit	75.000	5	300.000	60.000	5.000	167
<b>Total Biaya Tetap</b>						<b>142.325.000</b>	<b>9.306.250</b>	<b>775.521</b>	<b>25.851</b>

**Biaya Perawatan Mesin**

No	Mesin	Biaya/ Tahun (Rp)	Biaya/ Bulan (Rp)
1	Perawatan mesin	4.200.000	350.000
<b>Total Biaya</b>		<b>4.200.000</b>	<b>350.000</b>

**Biaya Penyusutan Bangunan**

No	Bangunan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Umur Ekonomis	Total Harga (Rp)	Penyusutan (Rp/ Tahun)	Penyusutan (Rp/ Bulan)	Penyusutan (Rp/ Hari)
1	Pabrik	1	Unit	15.000.000	10	15.000.000	1.500.000	125.000	4.167
2	Gudang penyimpanan	1	Unit	35.000.000	10	35.000.000	3.500.000	291.667	9.722
<b>Total Biaya</b>						<b>50.000.000</b>	<b>5.000.000</b>	<b>416.667</b>	<b>13.889</b>

**Total Biaya Tetap pada UKM Bumi Asih**

No	Uraian	Biaya/ Bulan (Rp)
1	Penyusutan Peralatan	775.521
2	Penyusutan Bangunan	416.667
3	Perawatan Mesein Diesel	350.000
<b>Total</b>		<b>1.542.188</b>

**Total Biaya Produksi UKM Bumi Asih pada Tahun 2018**

No	Jenis Biaya	Biaya/ Tahun (Rp)
1	Biaya variabel	740.448.000
2	Biaya Tetap	18.506.250
<b>Total</b>		<b>758.954.250</b>

**Produksi dan Penjualan Gula Merah Tebu pada Tahun 2018**

No	Bulan	Volume Produksi per Hari	Proses Produksi (Hari)	Jumlah Produksi (Kg)	Volume Penjualan (Kg)	Volume Sisa/ Simpanan (Kg)
1	Juni	700	17	11.900	11.000	900
2	Juli	800	27	21.600	20.500	2000
3	Agustus	1.000	25	25.000	20.500	6.500
4	September	1.000	26	26.000	19.500	13.000
5	Oktober	1.000	27	27.000	19.500	20.500
6	November	800	18	14.400	19.500	15.400
7	Desember	600	15	9.000	20.200	4.200
8	Januari	0	0	0	2.000	2.000
9	Februari	0	0	0	2.000	0
10	Maret	0	0	0	0	0
11	April	0	0	0	0	0
12	Mei	0	0	0	0	0
<b>Total</b>			<b>155</b>	<b>134.900</b>	<b>134.700</b>	

Catatan: Pada Bulan Januari pemasakan kembali gula merah untuk dicetak dan mengalami penyusutan 3-5%

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

**Total Pendapatan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018**

No	Bulan	Volume Penjualan		Harga Jual		Penerimaan		Total Penerimaan (Rp)
		Gula Cetak	Gula Awur	Gula Cetak	Gula Awur	Gula Cetak	Gula Awur	
1	Juni	-	11.000	-	7.200	-	79.200.000	79.200.000
2	Juli	1.500	19.000	8.200	7.200	12.300.000	136.800.000	149.100.000
3	Agustus	1.500	19.000	8.200	7.200	12.300.000	136.800.000	149.100.000
4	September	1.500	18.000	8.200	7.200	12.300.000	129.600.000	141.900.000
5	Oktober	1.500	18.000	8.200	7.200	12.300.000	129.600.000	141.900.000
6	November	1.500	18.000	8.200	7.200	12.300.000	129.600.000	141.900.000
7	Desember	2.200	18.000	9.200	7.200	20.240.000	129.600.000	149.840.000
8	Januari	2.000	-	9.400	-	18.800.000	-	18.800.000
9	Februari	2.000	-	9.400	-	18.800.000	-	18.800.000
10	Maret	-	-	-	-	-	-	-
11	April	-	-	-	-	-	-	-
12	Mei	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		<b>13.700</b>	<b>121.000</b>			<b>119.340.000</b>	<b>871.200.000</b>	<b>990.540.000</b>

**Keuntungan UKM Bumi Asih pada Tahun 2018**

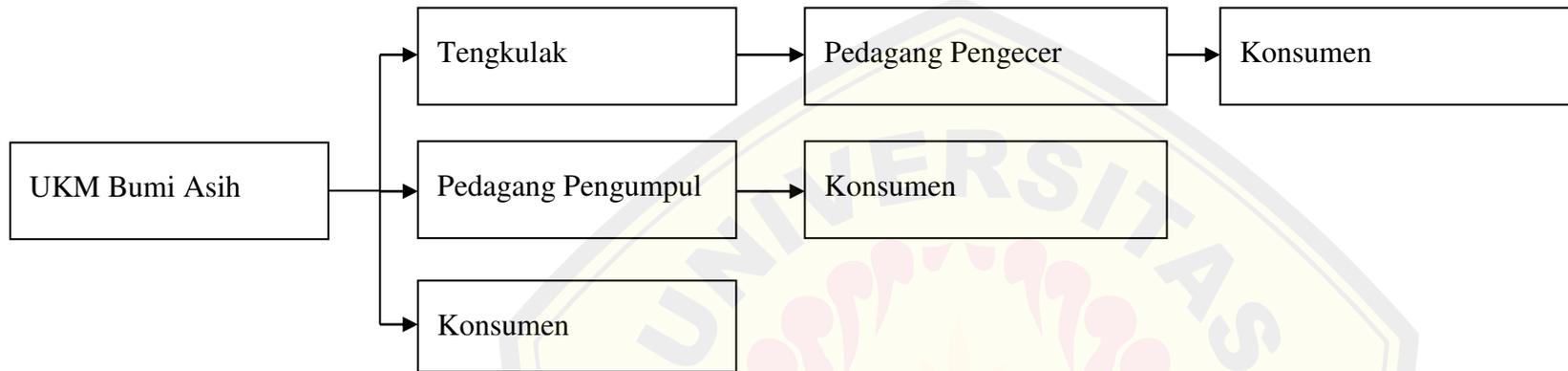
	Rupiah/ Tahun
Penerimaan	990.540.000
Total Biaya	758.954.250
<b>Keuntungan</b>	<b>231.585.750</b>

**Profitabilitas UKM Bumi Asih pada Tahun 2018**

Pendapatan Bersih	992.420.000
Beban Pokok Penjualan	744.408.000
<b>Laba Kotor</b>	<b>248.012.000</b>
Beban Operasi	
Beban Penyusutan	14.306.250
Pendapatan Sebelum Bunga dan Pajak	<b>233.705.750</b>
Pendapatan (Beban) Lain	
Beban Bunga	-
Pendapatan Bunga	-
Pendapatan Sebelum Pajak	<b>233.705.750</b>
Pajak	85.833
Laba Setelah Pajak/ Laba Bersih	<b>233.619.917</b>
<b>Profitability Ratio</b>	
<i>Gross Profit Margin (%)</i>	24,99
<i>Net Profit Margin (%)</i>	23,54
BEP (Kg)	95.918
BEP (Rupiah)	5.634

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

## Saluran Pemasaran Gula Merah Cetak pada UKM Bumi Asih



DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Jumlah Pembelian, Harga Jual dan Harga Beli pada Lembaga Pemasaran Tingkat 1

No	Bulan	Tengkulak (Hartono)			Tengkulak (Musleh)				
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	115	8.200	20.000	9.200	140	8.200	25.000	9.200
2	Agustus	115	8.200	20.000	9.200	140	8.200	25.000	9.200
3	September	115	8.200	20.000	9.200	140	8.200	25.000	9.200
4	Oktober	115	8.200	20.000	9.200	140	8.200	25.000	9.200
5	November	115	8.200	20.000	9.200	140	8.200	25.000	9.200
6	Desember	140	9.200	20.000	10.400	220	9.200	25.000	10.200
7	Januari	140	9.400	20.000	10.600	220	9.400	25.000	10.400
8	Februari	140	9.400	20.000	10.600	220	9.400	25.000	10.400
<b>Rata-rata</b>		<b>124</b>	<b>8.625</b>	<b>20.000</b>	<b>9.700</b>	<b>170</b>	<b>8.625</b>	<b>25.000</b>	<b>9.625</b>

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Bulan	Tengkulak (Imam)			Tengkulak (Hadi)				
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	130	8.200	38.000	9.600	100	8.200	35.000	9.500
2	Agustus	130	8.200	38.000	9.600	100	8.200	35.000	9.500
3	September	130	8.200	38.000	9.600	100	8.200	35.000	9.500
4	Oktober	130	8.200	38.000	9.600	100	8.200	35.000	9.500
5	November	130	8.200	38.000	9.600	100	8.200	35.000	9.500
6	Desember	150	9.200	38.000	10.600	100	9.200	35.000	10.500
7	Januari	150	9.400	38.000	10.800	100	9.400	35.000	10.700
8	Februari	150	9.400	38.000	10.800	100	9.400	35.000	10.700
<b>Rata-rata</b>		<b>138</b>	<b>8.625</b>	<b>38.000</b>	<b>10.025</b>	<b>100</b>	<b>8.625</b>	<b>35.000</b>	<b>9.925</b>

No	Bulan	Jumlah Pembelian (Kg)	Tengkulak (Musleh)		
			Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	80	8.200	25.000	9.700
2	Agustus	80	8.200	25.000	9.700
3	September	80	8.200	25.000	9.700
4	Oktober	80	8.200	25.000	9.700
5	November	80	8.200	25.000	9.700
6	Desember	80	9.200	25.000	10.700
7	Januari	80	9.400	25.000	11.000
8	Februari	80	9.400	25.000	11.000
<b>Rata-rata</b>		<b>80</b>	<b>8.625</b>	<b>25.000</b>	<b>10.150</b>

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Jumlah Pembelian, Harga Jual dan Harga Beli pada Lembaga Pemasaran Tingkat 2

No	Bulan	Pedagang (Hartono)			Pedagang (Hafid)				
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	30	9.200	100	10.500	20	9.200	110	10.750
2	Agustus	30	9.200	100	10.500	20	9.200	110	10.750
3	September	30	9.200	100	10.500	20	9.200	110	10.750
4	Oktober	30	9.200	100	10.500	20	9.200	110	10.750
5	November	30	9.200	100	10.500	20	9.200	110	10.750
6	Desember	40	10.400	100	11.700	20	10.400	110	12.000
7	Januari	40	10.600	100	11.900	20	10.600	110	12.200
8	Februari	40	10.600	100	11.900	20	10.600	110	12.200
<b>Rata-rata</b>		<b>34</b>	<b>9.700</b>	<b>100</b>	<b>11.000</b>	<b>20</b>	<b>9.700</b>	<b>110</b>	<b>11.269</b>

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Bulan	Pedagang (Rasyid)			Pedagang (Rahardjo)			Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)		
1	Juli	45	9.200	100	70	9.200	100	10.200	
2	Agustus	45	9.200	100	70	9.200	100	10.200	
3	September	45	9.200	100	70	9.200	100	10.200	
4	Oktober	45	9.200	100	70	9.200	100	10.200	
5	November	45	9.200	100	70	9.200	100	10.200	
6	Desember	55	10.200	100	70	10.200	100	11.200	
7	Januari	55	10.400	100	70	10.400	100	11.400	
8	Februari	45	10.400	100	70	10.400	100	11.400	
<b>Rata-rata</b>		<b>48</b>	<b>9.625</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>9.625</b>	<b>100</b>	<b>10.625</b>	

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Bulan	Pedagang (Susi)			Pedagang (Saiful)				
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	50	9.200	95	10.200	35	9.600	100	10.900
2	Agustus	50	9.200	95	10.200	35	9.600	100	10.900
3	September	50	9.200	95	10.200	35	9.600	100	10.900
4	Oktober	50	9.200	95	10.200	35	9.600	100	10.900
5	November	50	9.200	95	10.200	35	9.600	100	10.900
6	Desember	50	10.200	95	11.200	35	10.600	100	11.900
7	Januari	50	10.400	95	11.400	35	10.800	100	12.100
8	Februari	50	10.400	95	11.400	35	10.800	100	12.100
<b>Rata-rata</b>		<b>50</b>	<b>9.625</b>	<b>95</b>	<b>10.625</b>	<b>35</b>	<b>10.025</b>	<b>100</b>	<b>11.325</b>

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

No	Bulan	Pedagang (Tahir)			Pedagang (Dani)				
		Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	30	9.600	100	10.800	30	9.500	100	10.600
2	Agustus	30	9.600	100	10.800	30	9.500	100	10.600
3	September	30	9.600	100	10.800	30	9.500	100	10.600
4	Oktober	30	9.600	100	10.800	30	9.500	100	10.600
5	November	30	9.600	100	10.800	30	9.500	100	10.600
6	Desember	30	10.600	100	11.800	30	10.500	100	11.600
7	Januari	30	10.800	100	12.000	30	10.700	100	11.800
8	Februari	30	10.800	100	12.000	30	10.700	100	11.800
<b>Rata-rata</b>		<b>30</b>	<b>10.025</b>	<b>100</b>	<b>11.225</b>	<b>30</b>	<b>9.925</b>	<b>100</b>	<b>11.025</b>

Pedagang (Nurul)					
No	Bulan	Jumlah Pembelian (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Juli	30	9.500	100	10.800
2	Agustus	30	9.500	100	10.800
3	September	30	9.500	100	10.800
4	Oktober	30	9.500	100	10.800
5	November	30	9.500	100	10.800
6	Desember	30	10.500	100	11.800
7	Januari	30	10.700	100	12.000
8	Februari	30	10.700	100	12.000
<b>Rata-rata</b>		<b>30</b>	<b>9.925</b>	<b>100</b>	<b>11.225</b>

**Rata-Rata Jumlah Pembelian, Harga Beli, Biaya, Harga Jual dan Keuntungan pada Saluran Pemasaran Tingkat 1**

No	Nama	Total Pembelian (Kg/Bulan)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1	Hartono	132	8.625	209	9.700	887
2	Musleh	315	8.625	317	9.888	945
3	Imam	138	8.625	291	10.025	1.109
4	Hadi	100	8.625	350	9.925	950
<b>Rata-rata</b>		<b>169</b>	<b>8.625</b>	<b>292</b>	<b>9.884</b>	<b>968</b>

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Rata-Rata Jumlah Pembelian, Harga Beli, Biaya, Harga Jual dan Keuntungan pada Saluran Pemasaran Tingkat 2

No	Nama	Total Pembelian (Kg/Tahun)	Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
1	Hartono	34	9.700	100	11.000	1.200
2	Hafid	20	9.700	110	11.269	1.459
3	Rasyid	48	9.625	100	10.925	1.200
4	Rahardjo	70	9.625	100	10.625	900
5	Susi	50	9.625	95	10.625	905
6	Saiful	35	10.025	50	11.325	1.250
7	Tahir	30	10.025	50	11.225	1.150
8	Dani	30	9.925	50	11.025	1.050
9	Nurul	30	9.925	50	11.225	1.250
<b>Rata-rata</b>		<b>39</b>	<b>9.797</b>	<b>78</b>	<b>11.027</b>	<b>1.152</b>

## DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Margin pemasaran, *share value* dan distribusi margin rantai saluran 1

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
<b>1.</b>	<b>Petani</b>					
	a. Harga Jual	8.625	78,22			
<b>2.</b>	<b>Tengkulak</b>					
	b. Harga Beli	8.625				
	c. Biaya Transportasi	286		2,59		11,90
	d. Biaya Komunikasi	105		0,95		4,37
	e. Biaya Penyimpanan	27		0,24		1,12
	f. Harga Jual	9.819				
	g. Keuntungan	776	7,04		32,30	
<b>3.</b>	<b>Pedagang Pengecer</b>					
	a. Harga Beli	9.819				
	b. Biaya Pengemasan	101		0,91		4,19
	b. Harga Jual	11.027				
	c. Keuntungan	1.108	10,05		46,12	
<b>4.</b>	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	11.027				
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>2.402</b>	<b>95,30</b>	<b>4,70</b>	<b>78,42</b>	<b>21,58</b>

Margin pemasaran, *share value* dan distribusi margin rantai saluran 2

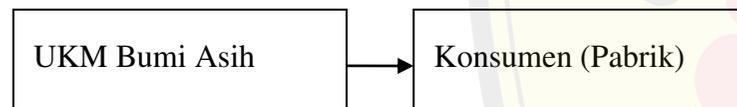
No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
<b>1.</b>	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	8.625	84,98			
<b>2.</b>	<b>Tengkulak</b>					
	b. Harga Beli	8.625				
	c. Biaya Transportasi	313		3,08		20,49
	d. Biaya Komunikasi	75		0,74		4,92
	e. Biaya Penyimpanan	27		0,27		1,77
	f. Harga Jual	10.150				
	g. Keuntungan	1.138	10,94		72,82	
<b>3.</b>	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	10.150				
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>1.525</b>				
	<b>Total</b>		<b>95,92</b>	<b>4,08</b>	<b>72,82</b>	<b>27,18</b>

Margin pemasaran, *share value* dan distribusi margin rantai saluran 3

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
<b>1.</b>	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	8.575	99,42			
	b. Biaya Pengemasan	50		0,58	0	100,00
<b>2.</b>	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	8.625				
	<b>Margin Pemasaran</b>	<b>50</b>	<b>99,42</b>	<b>0,58</b>	<b>0</b>	<b>100,00</b>

**Efisiensi Pemasaran Gula merah Tebu UKM Bumi Asih**

No	Jenis Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1.	Saluran I	492	11.027	4,46
2.	Saluran II	388	10.150	3,82
3.	Saluran III	50	8.625	0,58

**Saluran Pemasaran Gula Merah Awur pada UKM Bumi Asih****Margin pemasaran, *share value* dan distribusi margin**

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Agroindustri</b>					
	a. Harga Jual	7.200	100,00			
2.	<b>Konsumen</b>					
	a. Harga Beli	7.200				
	<b>Margin Pemasaran</b>		<b>0</b>	<b>100,00</b>		

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>	<b>Jabatan/ Pekerjaan</b>
1.	Machrus	Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso	Pemilik UD Bumi Asih
2.	Hartono	Desa Prajekan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso	Tengkulak
3.	Musleh	Desa Bondoarum Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso	Tengkulak
4.	Imam	Desa Lumbang Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso	Tengkulak
5.	Hadi	Desa Patemon Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso	Tengkulak
6.	Hartono	Desa Prajekan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Prajekan
7.	Hafid	Desa Prajekan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Prajekan
8.	Rasyid	Kelurahan Kademangan Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Bondowoso
9.	Rahardjo	Kelurahan Belindungan Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Bondowoso
10.	Susi	Kelurahan Nangkaan Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Bondowoso
11.	Saiful	Desa Tamanan Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Tamanan
12.	Tahir	Desa Kalianyar Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Tamanan
13.	Dani	Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Wringin
14.	Nurul	Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso	Pedagang di Pasar Wringin

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**KUISIONER**

---

**Judul Penelitian : Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu  
pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso**

**Lokasi : Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten  
Bondowoso**

---

**UKM**

**Pewawancara**

Nama : Ilham Arfiansyah  
NIM : 151510601077  
Tanggal Wawancara :

**Identitas Responden**

Nama :  
Umur :  
Pendidikan :  
Alamat :  
Pekerjaan :  
Jumlah Anggota Keluarga : Jiwa  
Lama Kegiatan Usaha : Tahun

**Responden**

( )

**A. GAMBARAN UMUM AGROINDUSTRI**

1. Sejak kapan agroindustri gula merah tebu ini didirikan?

Jawab : .....

2. Apa latar belakang anda mendirikan agrindustri gula merah ini?

Jawab : .....

3. Apakah alasan anda memilih usaha agroindustri gula merah tebu?

a. Menguntungkan

b. Mudah dibuat

c. Modal tidak besar

d. Bahan baku tersedia

Jawab : .....

4. Dimana letak agroindustri yang anda usahakan?

Jawab : .....

5. Mengapa anda memilih lokasi tersebut?

Jawab : .....

6. Apa saja produk yang diproduksi oleh agroindustri anda?

Jawab : .....

7. Bagaimana perkembangan agroindustri Anda sejak berdiri hingga saat ini?

Jawab : .....

8. Apakah agroindustri ini sudah memiliki ijin atau terdaftar di dinas terkait (Dinkes/ Disperindag/ Dinas UKMK) ?

Jawab : .....

9. Apakah anda pernah menerima bantuan dari pemerintah untuk kegiatan agroindustri gula merah tebu?

a. Pernah

b. Tidak Pernah

Jawab : .....

10. Bagaimana struktur organisasi di agroindustri ini?

Jawab : .....

11. Berapa jumlah tenaga kerja yang dimiliki?

a. Tenaga kerja dalam keluarga ..... orang

b. Tenaga kerja luar keluarga ..... orang

12. Apakah agroindustri gula merah tebu ini memiliki mitra usaha?

Jawab : .....

## II. KEGIATAN AGROINDUSTRI

### A. Bahan Baku

1. Bahan baku apa saja yang Anda perlukan dalam melakukan proses produksi?

a. Bahan baku utama : .....

b. Bahan baku penunjang : .....

2. Bagaimana anda memperoleh bahan baku utama?

Jawab : .....

3. Bagaimana ketersediaan bahan baku tebu untuk proses produksi?

a. Tersedia di daerah Wonokusumo

b. Tersedia diluar daerah Wonokusumo

Alasan : .....

4. Apakah ada standar tertentu dalam memilih bahan baku yang digunakan?

Jawab : .....

5. Bagaimana cara membedakan bahan baku tebu yang berkualitas dan tidak berkualitas?

Jawab : .....

6. Berapa harga bahan baku tebu per (Kg/Kw/Ton)?

Jawab : .....

7. Berapa harga pokok produksi 1 kg gula merah tebu?

Jawab : .....

8. Apakah ketersediaan bahan baku bisa berkelanjutan?

Jawab : .....

9. Apakah harga bahan baku tersebut seringkali mengalami perubahan setiap waktu?

Jawab : .....

10. Bagaimana sistem pembayaran pembelian bahan baku?

a. Bayar dimuka

b. Tunai

c. Bayar dibelakang

11. Apakah pernah mengalami kendala terkait dengan bahan baku?

Jawab : .....

12. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala tersebut?

Jawab : .....

**B. Produksi**

1. Bagaimana proses pembuatan gula merah tebu pada agroindustri anda?

Jawab : .....

2. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam sekali proses produksi gula merah tebu?

Jawab : .....

3. Berapa jumlah produksi gula merah tebu yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab : .....

4. Bagaimana teknologi yang digunakan dalam proses produksi olahan gula merah tebu?

Jawab : .....

5. Berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan dalam sekali produksi?

Jawab : .....

6. Berapa lama daya tahan produk gula merah tebu?

Jawab : .....

7. Apakah produksi gula merah tebu tergantung pada musim?

Jawab : .....

8. Kendala apa saja yang dialami dalam proses produksi?

Jawab : .....

9. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala tersebut?

Jawab : .....

10. Bahan bakar apa saja yang digunakan dalam proses produksi?

Jawab : .....

11. Mesin-mesin apa saja yang sudah digunakan? Apa saja fungsinya?

Jawab : .....

**C. Pemasaran Produk**

1. Bagaimana sistem pemasaran produk gula merah tebu?

Jawab : .....

2. Daerah mana saja tempat pemasaran produk gula merah tebu?

Jawab : .....

3. Berapa harga jual dari produk gula merah tebu?

Jawab : .....

4. Apakah agroindustri anda bermitra dengan perusahaan lain?

Jawab : .....

5. Apa saja kendala yang dihadapi ketika memasarkan produk gula merah tebu?

Jawab : .....

6. Upaya apa yang anda lakukan untuk mengatasi kendala tersebut?

Jawab : .....

7. Siapakah konsumen yang paling potensial untuk produk gula merah ini?

Jawab : .....

8. Apakah ada pesaing dalam memasarkan produk gula merah ini?

Jawab : .....

9. Apakah yang membedakan produk gula merah Anda dengan produk lain?

Jawab : .....

**D. Permodalan**

1. Berapa besar modal awal yang digunakan untuk memulai agroindustri ini?

Jawab : .....

2. Berasal darimana modal yang digunakan agroindustri untuk menghasilkan produk gula merah tebu?

a. Modal Sendiri

b. Modal Pinjaman

Alasan : .....

3. Apakah anda pernah menerima bantuan dari pemerintah untuk kegiatan agroindustri gula merah tebu?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah

Alasan : .....
4. Apakah terdapat kendala permodalan dalam menjalankan agroindustri gula merah tebu?
  - a. Ada
  - b. Tidak Ada

Alasan : .....
5. Apakah sudah dilakukan pembukuan keuangan usaha yang baik dan benar?
 

Jawab : .....

**E. Strategi bertahan**

1. Bagaimana cara anda dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku dalam produksi gula merah tebu?
  - a. Meningkatkan harga jual gula merah tebu
  - b. Tidak menaikkan harga jual gula merah tebu

Alasan : .....
2. Apakah anda merubah ukuran (memperkecil) gula merah tebu saat harga bahan baku naik?
  - a. Ya
  - b. Tidak

Alasan : .....
3. Apakah anda memperkecil keuntungan penjualan gula merah tebu saat harga bahan baku naik?
  - a. Ya
  - b. Tidak

Alasan : .....
4. Bagaimana cara anda menekan biaya produksi serendah mungkin saat harga bahan baku naik?

Jawab : .....

5. Apakah anda mengurangi tenaga atau jam kerja pekerja saat harga bahan baku naik?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan : .....

6. Apakah anda memperbarui teknologi yang digunakan dalam produksi gula merah tebu saat harga bahan baku naik?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan : .....

7. Apakah anda memiliki cara tersendiri dalam produksi gula merah tebu saat harga bahan baku naik?

Jawab : .....

**F. Biaya Produksi**

1. Biaya Tetap dalam produksi gula merah tebu/ hari

No	Alat	Umur Pakai	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Tungku				
2	Wajan				
3					
4					
5					
6					
7	Lain-lain				
<b>Total</b>					

2. Biaya Variabel untuk sarana produksi gula merah tebu

No	Bahan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Bahan Baku			

	Januari			
	Februari			
	Maret			
	April			
	Mei			
	Juni			
	Juli			
	Agustus			
	September			
	Oktober			
	November			
	Desember			
2	Bahan Tambahan			
	-			
	-			
	-			
3	Bahan Bakar			
4	Bahan Kemasan			
5	Lain-lain			
<b>Total</b>				

3 Biaya variabel untuk tenaga kerja

No	Jenis Kelamin	$\Sigma$ Orang	$\Sigma$ Hari	Tenaga Kerja				Total
				$\Sigma$ Jam/hari		Biaya/Biaya		
				½ hari	1hari	½ hari	1hari	
1	Laki-Laki							
2	Perempuan							
	Total							

## 4. Tabel Penerimaan UKM dalam 1 Tahun

NO	Bulan	Volume Produksi (kg)	Jumlah Hari Produksi*	Volume Penjualan (kg)	Harga Rata-Rata (Rp/kg)
1	Januari				
2	Februari				
3	Maret				
4	April				
5	Mei				
6	Juni				
7	Juli				
8	Agustus				
9	September				
10	Oktober				
11	November				
12	Desember				
	<b>Total</b>				

Keterangan : (\*) 1 kali proses produksi selesai dalam ..... hari

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**KUISIONER**

---

**Judul Penelitian** : Pemasaran dan Strategi Bertahan Gula Merah Tebu  
pada UKM Bumi Asih di Kabupaten Bondowoso

**Lokasi** : Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten  
Bondowoso

---

**LEMBAGA PEMASARAN**

**Pewawancara**

Nama : Ilham Arfiansyah  
NIM : 151510601077  
Tanggal Wawancara :

**Identitas Responden**

Nama :  
Umur :  
Pendidikan :  
Alamat :  
Pekerjaan :  
Jumlah Anggota Keluarga : Jiwa  
Lama Kegiatan Usaha : Tahun

**Responden**

( )

**A. GAMBARAN UMUM USAHA**

1. Apakah usaha ini menjadi pekerjaan utama atau pekerjaan sampingan anda?

Jawab : .....

2. Kegiatan apa saja yang dilakukan pada usaha pemasaran gula merah tebu?

Jawab : .....

3. Apa yang mendorong anda untuk melakukan usaha memasarkan gula merah tebu?

a. Keinginan sendiri

b. Usaha turun temurun

c. Lain-lain, .....

Alasan : .....

4. Berapa lama anda melakukan usaha memasarkan gula merah tebu?

Jawab : .....

5. Berapa besar modal yang digunakan untuk melakukan usaha pemasaran gula merah tebu?

Jawab: .....

6. Darimana anda mendapatkan modal tersebut?

Jawab: .....

7. Apakah anda menggunakan tenaga kerja dalam usaha ini?

Jawab: .....

**B. ALIRAN PRODUK**

1. Apa jenis gula merah tebu yang anda beli dan anda pasarkan?

Jawab : .....

2. Kapan anda melakukan pembelian terhadap gula merah tebu?

Jawab : .....

3. Dari siapa saja anda membeli gula merah tebu?

Jawab : .....

4. Berapa jumlah gula merah tebu setiap kali pembelian (kg)?

Jawab : .....

5. Kapan anda melakukan penjualan terhadap gula merah tebu?

Jawab : .....

6. Berapa banyak jumlah gula merah tebu yang biasanya anda pasarkan?

Jawab : .....

7. Kepada siapa saja anda menjual gula merah tebu?

Jawab : .....

8. Dimana anda menjual gula merah tebu tersebut?

a. di rumah

b. di pasar

c. Lain-lain .....

9. Mengapa anda menjual gula merah tebu di tempat tersebut?

Jawab : .....

10. Berapa jumlah rata-rata berat gula merah tebu yang anda jual?

Jawab : .....

11. Berapa jarak yang harus anda tempuh untuk menjual gula merah tebu?

Jawab : .....

12. Bagaimana cara anda dalam melakukan kegiatan pemasaran gula merah tebu?

Jawab : .....

13. Apa saja kendala yang anda hadapi dalam pemasaran gula merah tebu?

Jawab : .....

14. Bagaimana anda mengatasi kendala dalam pemasaran gula merah tebu tersebut?

Jawab : .....

### **C. ALIRAN KEUANGAN**

1. Berapakah harga beli gula merah tebu yang anda beli dari pedagang sebelumnya (Rp/Kg)?

Jawab : .....

2. Berapa harga gula merah tebu yang anda jual (Rp/Kg)?

Jawab : .....

3. Bagaimana sistem pembayaran yang dilakukan?

Jawab : .....

4. Berapa biaya yang dikeluarkan dalam proses penyaluran gula merah tebu?

No.	Jenis Biaya	Jumlah/ Unit*	Harga Satuan (Rp)	Total Biaya (Rp)
1.	Biaya pembelian (dari lembaga sebelumnya)			
2.	Biaya pengemasan			
3.	Biaya tenaga kerja			
	a. Dalam keluarga			
	b. Luar keluarga			
4.	Biaya transportasi			
5.	Biaya penyimpanan			
6.	Biaya .....			
	<b>Jumlah</b>			

Catatan : (\*) unit diukur dengan satuan .....

5. Berapa nilai yang anda peroleh jika anda menjual gula merah tebu?

No.	Bulan	Volume Penjualan/ Bulan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1.	Januari			
2.	Februari			
3.	Maret			
4.	April			
5.	Mei			
6.	Juni			
7.	Juli			
8.	Agustus			
9.	September			
10.	Oktober			

11.	November			
12.	Desember			



**DOKUMENTASI**



Gambar 1. Proses Penurunan Tebu dari Truk



Gambar 2. Proses Penggilingan Tebu



Gambar 3. Proses Pemasakan Nira Tebu



Gambar 4. Proses Pencetakan Gula Merah Tebu



Gambar 5. Gula Merah Tebu Jenis Awur yang Telah Selesai Dimasak



Gambar 6. Gula Merah Tebu Jenis Awur yang Telah Dikemas dalam Karung



Gambar 7. Wawancara dengan Pemilik UKM Bumi Asih



Gambar 8. Wawancara dengan Pedagang di Pasar