

**NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TAPE  
PADA AGROINDUSTRI RAJA TAPE 31 DI KABUPATEN BONDOWOSO**

***ADDED VALUE AND MARKETING OF OLAH TAPE PRODUCTS  
AT KING TAPE 31 AGROINDUSTRY IN BONDOWOSO DISTRICT***

**Marhamah, Joni Murti Mulyo Aji\***

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

\*Email: joni.faperta@unej.ac

(Diterima 29-01-2023; Disetujui 12-05-2023)

**ABSTRAK**

Agroindustri Raja Tape 31 merupakan agroindustri produk olahan tape yang bertepatan di Kelurahan Nangkaan Kabupaten Bondowoso yang memiliki permasalahan penurunan volume penjualan akibat adanya pandemi covid-19, sementara bahan baku singkong atau ubi kayu harganya cenderung semakin meningkat, dan sulit didapatkan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui volume penjualan, nilai tambah, saluran dan margin pemasaran. Metode pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik, Hayami, saluran dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa volume penjualan agroindustri Raja Tape 31 mengalami fluktuasi penjualan dan penurunan penjualan dodol tape dan pia tape sebesar 25-30%. Nilai tambah produk olahan tape menjadi dodol tape dan pia tape pada agroindustri Raja Tape 31 memberikan nilai tambah positif dimana  $VA > 0$ . Nilai tambah dodol tape sebesar Rp6.471,75/kg bahan baku tape dan tepung ketan dengan rasio nilai tambah 18,34%. Sedangkan nilai tambah pia tape sebesar Rp46.202,61/kg bahan baku tape dan tepung terigu dengan rasio nilai tambah sebesar 40,62%. Terdapat dua pola saluran pemasaran produk dodol tape dan pia tape pada agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso, yaitu: a. Saluran pemasaran I (Tingkat nol): Produsen – Konsumen. b. Saluran pemasaran II (Tingkat satu): Produsen – Pedagang pengecer – Konsumen. (4) Margin saluran pemasaran I dodol tape sebesar 0 dan saluran pemasaran tingkat II dodol tape sebesar Rp2.000 dengan distribusi untuk *share* keuntungan 45,00% dan biaya 9,00%. Margin saluran pemasaran I pia tape sebesar 0 dan saluran pemasaran II sebesar Rp3.000 dengan distribusi *share* keuntungan 63,33% dan biaya 12,67%.

Kata kunci: nilai tambah, saluran pemasaran, margin, agroindustri

**ABSTRACT**

*Raja Tape 31 agro-industry is a tape-processed agro-industry located in Nangkaan Village, Bondowoso Regency. It has a problem with decreasing sales volume due to the Covid-19 pandemic, while the price of cassava and its raw materials are getting expensive and difficult to obtain. This research aims to identify sales volume, added value, channels and marketing margins. The sampling method is purposive sampling method. Methods of data analysis using descriptive statistics, Hayami added value table, marketing channels and margins analysis. The results show that the sales volume of Raja Tape 31 Agroindustry experienced sales fluctuations and sales of dodol tape and pia tape decreased by 25-30%. The added value of processed tape products into dodol tape and pia tape at Raja Tape 31 Agroindustry provides positive added value where  $VA > 0$ . The added value of dodol tape is Rp.6,471.75/kg of raw tape and glutinous rice flour with a value added ratio of 18.34 %. Meanwhile, the added value of pia tape is Rp.46,202.61/kg of tape raw materials and wheat flour with an added value ratio of 40.62%. There are two marketing channel patterns for dodol tape and pia tape products in the Raja Tape 31 Agro-industry in Bondowoso Regency, namely: a. Marketing channel I (Level zero): Producers – Consumers. b. Marketing channel II (Level one): Producers - Retailers - Consumers. (4) The margin for marketing channel I for dodol tape is 0 and for marketing channel level II for dodol tape is Rp. 2,000 with distribution for a 45.00% profit share and 9.00%*

*costs. The margin for marketing channel I pia tape is 0 and marketing channel II is Rp.3000 with a profit share distribution of 63.33% and costs 12.67%.*

*Keywords: sales, value added, marketing channels, margin, agroindustry*

## **PENDAHULUAN**

Bondowoso merupakan salah satu daerah penghasil berbagai macam komoditas pangan yang dibudidayakan, yakni padi, jagung, ubi jalar, ubi kayu, kedelai, kacang tanah, dan kacang hijau. Salah satu tanaman pangan yang banyak dibudidayakan di Wilayah Kabupaten Bondowoso adalah ubi kayu. Produksi singkong di Kabupaten Bondowoso tahun 2016 adalah sebesar 82.073 ton, dan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2019 sebesar 24.663 ton. Mengalami peningkatan kembali menjadi pada tahun 2020 sebesar 25.414 ton. Penurunan produksi singkong ini disebabkan oleh penurunan luas lahan tanaman singkong karena adanya peralihan komoditas yang diusahakan oleh petani seperti komoditas lain seperti kopi, jagung dan padi. Kedua sistem pertanian singkong masih tradisional, ketiga minimnya keterampilan yang dimiliki petani singkong, ketiga ketidakstabilan harga singkong dan kelima sulitnya akses pasar (Riawati, 2018).

Agroindustri merupakan suatu usaha dalam menciptakan suatu produk olahan dengan bahan baku utamanya

yakni dari produk pertanian menjadi barang jadi ataupun setengah jadi Rahman (2015). Proses yang dilakukan mencakup pengawetan dan perubahan dengan perlakuan fisik atau kimiawi, dan ditunjang dengan penyimpanan, pengemasan dan distribusi.

Salah satu Kelurahan di Kecamatan Bondowoso yang memiliki agroindustri yang mengolah singkong menjadi dodol tape dan pia tape dan berbagai produk lainnya ialah Kelurahan Nangkaan. Salah satu agroindustri yang memanfaatkan singkong sebagai bahan baku untuk menghasilkan berbagai produk olahan adalah agroindustri Raja Tape 31.

Agroindustri Raja tape 31 merupakan salah satu bagian dari merk tape 31, yang awal mulanya didirikan pada tahun 1979 yang ditekuni secara turun temurun. Nama merk tape 31 sendiri dulunya adalah usaha yang dirintis oleh ibu pemilik Raja Tape 31 yang berjualan di pasar. Tahun 1980-an tape merk 31 mulai terkenal di berbagai daerah sehingga banyak orang Bondowoso yang mencoba meniru tape 31, sehingga pada tahun 2002 merk 31 mematenkan nama tersebut di Kementerian Hukum dan

HAM. Pada tahun 2016 agroindustri Raja tape 31 memilih untuk mendirikan agroindustri sendiri dengan nama Raja Tape 31. Raja Tape 31 termasuk UMKM yang berada di bawah naungan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso.

Agroindustri Raja Tape 31 memiliki beberapa kendala, salah satunya dalam aspek keuangan. Agroindustri Raja Tape 31 belum melakukan pencatatan laporan keuangan secara lengkap dan terperinci karena terkadang tidak melakukan pencatatan secara rutin mengenai laporan keuangan dari proses produksi yang dilakukan serta pencatatan proses penjualan. Agroindustri Raja tape 31 juga memiliki kendala dalam proses produksi dimana saat ini sulit memperoleh bahan baku singkong. Harga bahan baku yang mahal dan terkadang mengalami perubahan sewaktu-waktu, seperti halnya juga perubahan harga pada singkong, tepung, dan lain-lain. Penurunan jumlah produksi dodol tape dan pia tape sejak 2 tahun terakhir akibat adanya pandemi covid-19.

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan judul “Strategi Peningkatan Volume Penjualan UMKM Keripik Pisang Definas di Era Pandemi Covid-19” oleh Magfiroh (2022). Hasil penelitian

menunjukkan bawasannya kondisi penjualan keripik pisang definas masih fluktuatif akibat covid-19, dimana penjualan keripik definas mengalami penurunan sebesar 20% dari total omset.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur, et al., (2020), dengan judul “Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu (*Monihot Esculenta Crantz, Sin.*) Menjadi Tape Di UD. Wanda Putri Banyuwangi”. Hasil dari penelitian analisis nilai tambah tape ubi kayu UD. Wanda Putri menunjukkan nilai tambah tape kemasan mika dan kantong plastik sebesar Rp 3.128 dan 3.035. Rasio nilai tambah sebesar 55,50 % dan 61,03% menjadikan nilai tambah keduanya di kategorikan tinggi. Sehingga usaha ini sangat menguntungkan, dengan analisis keuntungan yang didapatkan memiliki hasil positif atau lebih dari nol dengan jumlah keuntungan Rp 30.389.691 pada bulan juni 2020.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui volume penjualan dodol tape dan pia tape pada agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso. Mengetahui nilai tambah pada pengolahan dodol tape dan pia tape di agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso dan Mengetahui saluran dan margin pemasaran dodol tape dan pia tape pada

agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso.

### METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode deskriptif dan analitik, dilaksanakan di Jl. Bringpol Sudarlan, Nangkaan Kabupaten Bondowoso. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari kuesioner dan wawancara pada produsen, 2 agen dan 5 konsumen agroindustri Raja Tape 31, sementara data sekunder

diperoleh dari instansi terkait Badan Pusat Statistik. Analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk mengetahui volume penjualan dodol tape dan pia tape yang dilakukan oleh agroindustri Raja Tape 31 dengan menggunakan tabel dan grafik.

Sedangkan alat analisis untuk menghitung nilai tambah pada produk dodol tape dan pia tape menggunakan metode Hayami. Pengujian dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah akibat adanya proses pengolahan tape. Adapun prosedur perhitungan nilai tambah dengan metode Hayami dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Dodol Tape dan Pia Tape dengan Metode Hayami**

No	Variabel Output, Input dan Harga	Nilai
1.	Output	A
2.	Bahan baku (kg)	B
3.	Tenaga kerja	C
4.	Faktor konversi (1/2)	$d = a/b$
5.	Koefisien tenaga kerja (3/2)	$e = c/d$
6.	Harga output (Rp/kg)	F
7.	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp)	G
<b>Pendapatan dan keuntungan (Rp/kg bahan baku)</b>		
8.	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9.	Harga input lain (Rp input bahan baku)	I
10.	Nilai output (Rp/kg) (4 x 6)	$j = d \times f$
11.	a. Nilai tambah (Rp/kg)	$k = j - h - i$
	b. Rasio nilai tambah $(11a/10) \times (100\%)$	$l = (k/j) \times 100\%$
12.	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (5 x 7)	$m = e \times g$
	b. Bagian tenaga kerja langsung $(12a/11a) \times 100\%$	$n = (m/k) \times 100\%$
13.	a. Keuntungan (Rp) $(11a - 12a)$	$o = k - m$
	b. Tingkat keuntungan $(13a/11a) \times (100\%)$	$p = (o/k) \times 100\%$
<b>Balas jasa pemilik faktor produksi</b>		
14.	Margin (Rp/gr) (10 - 8)	$q = j - h$
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	$r = (m/q) \times 100\%$
	b. Sumbangan input lain (%)	$s = (i/q) \times 100\%$
	c. Keuntungan perusahaan (%)	$t = (o/q) \times 100\%$

Sumber: Hayami *et al* (1987)

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga di berbagai tingkat lembaga pemasaran dalam sistem pemasaran (Mubarak, 2015). Alat analisis untuk mengetahui Saluran dan margin pemasaran menggunakan rumus:

$$M = P_r - P_f$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran

$P_r$  = Harga tingkat konsumen (Rp)

$P_f$  = Harga tingkat produsen (Rp)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Volume Penjualan dodol tape dan pia tape pada agroindustri Raja Tape 31

#### 1. Volume penjualan dodol tape Agroindustri Raja Tape 31

Penjualan dodol tape dan pia sebelum terjadinya pandemi covid 19 berjalan dengan lancar, akan tetapi sejak adanya pandemi covid-19 penjualan dodol tape dan pia tape mengalami penurunan hingga mencapai 25-30%. Tabel 2 menunjukkan volume penjualan dodol tape pada Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso.

**Tabel 2. Volume Penjualan Dodol Tape pada Agroindustri Raja Tape 31**

Bulan	Tahun	
	Penjualan dodol tape (mika) 2020	Penjualan dodol tape (mika) 2021
Januari	480	346
Februari	480	346
Maret	480	346
April	360	346

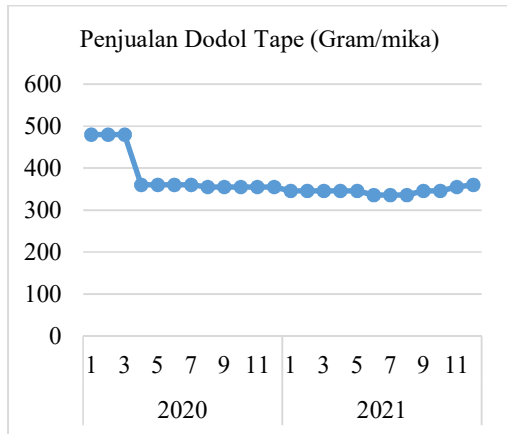
Mei	360	346
Juni	360	336
Juli	360	336
Agustus	355	336
September	355	346
Oktober	355	346
November	355	355
Desember	355	360
<b>Jumlah</b>	<b>4656</b>	<b>4142</b>
<b>Rata-rata</b>		

Sumber: Data Primer (diolah 2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa adanya perubahan yang bersifat fluktuasi dengan data yang cenderung meningkat. Volume penjualan dodol tape pada bulan Januari hingga Maret 2020 relatif stabil yaitu 480 mika/bulan. Sedangkan pada masa pandemi covid-19 mulai mengalami penurunan pada bulan April hingga Juli 2020 dengan volume penjualan sebanyak 360 mika/bulan dengan jumlah penurunan sekitar 25%. Hal ini disebabkan adanya himbauan pemerintah tentang pemberlakuan PSBB (pembatasan sosial bersekala besar) kepada masyarakat untuk melakukan aktivitas di rumah saja. Pada bulan agustus hingga bulan desember 2020 penjualan dodol tape terus mengalami penurunan hingga 26% dengan volume penjualan 355 mika/bulan.

Grafik volume penjualan dodol tape pada Agroindustri Raja Tape 31 dapat dilihat pada Gambar 1.

NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TAPE  
PADA AGROINDUSTRI RAJA TAPE 31 DI KABUPATEN BONDOWOSO  
Marhamah, Joni Murti Mulyo Aji



**Gambar 1. Volume Penjualan Dodol Tape pada Agroindustri Raja Tape 31**

2. Volume penjualan pia tape Agroindustri Raja Tape 31

Pengolahan pia tepe dilakukan proses produksi 3 sampai 4 kali dalam seminggu, dengan membutuhkan waktu 2 hari dalam pengerjaannya. Perolehan pia dalam satu kali produksi sebanyak 65 kotak. Data volume penjualan pia tape pada bulan Januari 2020 hingga pada bulan Desember 2021 menunjukkan adanya perubahan fluktuasi penjualan dengan data yang cenderung meningkat.

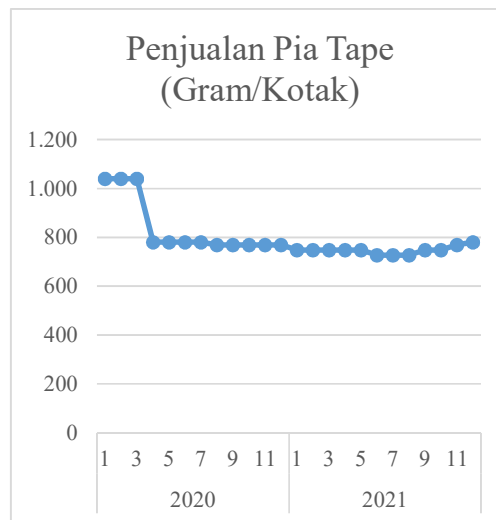
**Tabel 3. Volume Penjualan Pia Tape pada Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso**

Bulan	Tahun	
	Penjualan pia tape (kotak) 2020	Penjualan pia tape (kotak) 2021
Januari	1040	749
Februari	1040	749
Maret	1040	749
April	780	749
Mei	780	749
Juni	780	728
Juli	780	728
Agustus	770	728

September	770	749
Oktober	770	749
November	770	770
Desember	770	780
<b>Jumlah</b>	<b>10.088</b>	<b>8.975</b>
<b>Rata-rata</b>		

Sumber: Data Primer (diolah 2022)

Tabel 3 data volume penjualan pada bulan Januari hingga Maret 2020 pia tape mengalami volume penjualan yang stabil yaitu 1.040 kotak/bulan. Sedangkan pada masa pandemi covid-19 mulai mengalami penurunan pada bulan April hingga Juli 2020 dengan volume penjualan sebanyak 780 kotak/bulan dengan jumlah penurunan sekitar 25%. Pada bulan Agustus hingga bulan Desember 2020 penjualan pia tape terus mengalami penurunan hingga 26% dengan volume penjualan 770 kotak/bulan.



**Gambar 2. Volume Penjualan Pia Tape pada Agroindustri Raja Tape 31**

**Nilai Tambah Produk Dodol Tape dan Pia Tape pada Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso**

Nilai tambah merupakan perubahan nilai pada suatu komoditas karena adanya sebuah perlakuan yang di berikan terhadap komoditas tersebut. Nilai tambah

pada penelitian ini ialah pertambahan nilai tambah tape menjadi dodol tape dan pia tape. Dodol tape dan pia tape adalah produk inovasi yang di produksi oleh Agroindustri Raja Tape 31. Berikut adalah tabel analisis nilai tambah dodol tape Pada Agroindustri Raja Tape 31.

**Tabel 4. Nilai Tambah Dodol Tape dan pia tape pada Agroindustri Raja Tape 31**

No	Analisis nilai tambah	Satuan	Dodol Tape	Pia Tape
	Output, input, harga			
1	Output/total produksi	Kg	11,4	22,75
2	Inpit/bahan baku	Kg		
	Tape		8	3
	Tapung ketan dan terigu		0,5	5
	Total input bahan baku		8,5	8
3	Input tenaga kerja	HOK	1	1
4	Faktor konversi		1,341	2,84
5	Koefisien tenaga kerja	Hari/kg	0,118	0,125
6	Harga produk	Rp/kg	26.315,78	40.000
7	Upah rata-rata TK	Rp/HOK	40.000,00	40.000
	Pendapatan dan keuntungan			
8	Harga input bahan baku			
	bahan baku tape	Rp/kg	3.000,00	3.000,00
	bahan baku tepung	Rp/kg	10.000,00	10.600,00
	Total bahan baku	Rp	13.000,00	13.600,00
9	Sumbangan imput lain			
	Biaya penolong	Rp/kg	15.792,00	53.792,00
	Biaya penyusutan alat	Rp/kg	30,35	155,39
	Total sumbangan	Rp	15.822,35	53.947,39
10	Nilai produk	Rp/kg	35.294,10	113.750,00
11	Nilai tambah	Rp/kg	6.471,75	46.202,61
	Rasio nilai tambah	%	18,34	40,62
12	Pendapatan	Rp/kg	4706	5.000
	Imbalan TK	%	72,71	10,82
13	Keuntungan	Rp/kg	1.765,87	41.202,61
	Tingkat keuntungan	%	5,003	36,22

Sumber: Data Primer Bulan Juli 2022

**1. Nilai Tambah Dodol Tape**

Dodol tape merupakan produk inovasi olahan tape yang diproduksi oleh Agroindustri Raja Tape 31 yang memiliki rasa manis khas. Bahan baku lain yang digunakan untuk campuran dodol tape

meliputi tepung ketan, gula, susu, coklat cair dan mentega. Selain ditunjang dengan bahan tambahan, proses produksi dodol tape juga didukung dengan keseterediaan peralatan seperti kompor, wajan kuningan, spatula, loyang kayu.

NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TAPE  
PADA AGROINDUSTRI RAJA TAPE 31 DI KABUPATEN BONDOWOSO  
Marhamah, Joni Murti Mulyo Aji

Proses produksi pada pengolahan dodol tape pada bulan Juli 2022 dilakukan sebanyak 16x. Berdasarkan Tabel 4 dalam pengolahan dodol tape terdapat dua bahan baku utama yang digunakan yaitu tape dan tepung ketan. Rata-rata bahan baku tape digunakan pada satu kali produksi sebanyak 8 kg dan tepung ketan sebanyak 0,5 kg, dengan total bahan baku yang digunakan sebanyak 8,5 kg. Rata-rata output dodol tape yang di hasilkan dalam satu kali produksi sebanyak 11,4 kg. Nilai faktor konversi dodol tape sebesar 1,341 kg. Mampu menghasilkan output sebesar 11,4 kg dodol tape. Dodol tape yang sudah di kemas, di pasarkan dengan harga 10.000/mika dengan kemasan 380 gram. Satu kali proses produksi membutuhkan waktu 4-5 jam dengan 1 tenaga kerja, dengan ini dalam 4-5 jam mampu menyelesaikan 8,5 kg bahan baku tape dengan perolehan produk dodol tape sebanyak 30 mika. Upah yang di terima oleh tenaga kerja pada setiap HOK sebesar Rp 40.000. Koefisiensi tenaga kerja perolehan dodol tape sebesar 0,118.

Proses pengolahan dodol menggunakan tape dan tepung tersebut ialah bahan baku utama, dengan harga pada setiap satu kilogram tape dan setengah kilogram tepung sebesar Rp 3.000/kg dan Rp 10.000/  $\frac{1}{2}$  kg. Biaya

penyusutan alat dengan total nilai sumbangan bahan lain sebesar Rp 15.792,00. Nilai produk dari proses pengolahan tape menjadi dodol tape sebesar Rp 35.294,10.

Nilai tambah adalah perbedaan antara nilai produk yang dihasilkan dengan biaya input dan biaya lainnya selain tenaga kerja. Hasil perhitungan pengolahan tape menjadi dodol tape menunjukkan bahwa proses tersebut mampu memberikan nilai tambah karena nilai tambah yang dihasilkan lebih dari nol. Nilai tambah yang diciptakan sebesar Rp 6.471,75, artinya setiap 1 kg bahan baku tape dan  $\frac{1}{2}$  kilogram tepung ketan yang digunakan mampu menciptakan nilai tambah sebesar Rp 6.471,75. Rasio nilai tambah tape menjadi dodol tape sebesar 18,34%, artinya setiap Rp 10.000 nilai produk mampu memperoleh nilai tambah sebesar Rp 18,34%. Pendapatan tenaga kerja diperoleh dari perkalian antara koefisien tenaga kerja dan upah tenaga kerja, sehingga diperoleh pendapatan tenaga kerja sebesar Rp 4.706. Rasio tenaga kerja diperoleh melalui bagian pendapatan tenaga kerja dibandingkan dengan nilai tambah dikali 100% sehingga diperoleh sebesar 72,71%. Keuntungan diperoleh dari nilai tambah dikurangi pendapatan tenaga kerja, diperoleh



keuntungan pengolahan tape menjadi dodol tape sebesar Rp 1.765,87/kg tape dan tepung ketan. Tingkat keuntungan ialah keuntungan dibagi nilai produk dikalikan 100% sehingga diperoleh nilai sebesar 5,003%. Hal ini menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh Agroindustri Raja Tape 31 sebesar Rp 1.765,87 setiap kg dari total nilai output. Berdasarkan hasil analisis nilai tambah, dapat diketahui bahwa pengolahan dodol tape mampu memberikan nilai tambah karena nilai tambah lebih dari nol (VA).

## 2. Nilai Tambah Pia Tape

Pia tape adalah inovasi produk unggulan olahan tape yang di miliki oleh raja tape 31. Pengolahan tape menjadi pia tape dilakukan sebanyak 16x proses produksi. Satu kali proses produksi pia tape membutuhkan waktu 4 sampai 5 jam dengan 1 orang pekerja. Bentuk kemasan yang digunakan pada pia tape yaitu kemasan kotak (350 gram), dengan isi tape pia delapan biji. Produk pia tape dari sisi harga lebih tinggi di bandingkan dodol tapedapat diketahui bahwa pada bulan juli 2022 rata-rata bahan baku tape digunakan dalam satu kali produksi sebanyak 8 kg. Rata-rata output pia tape yang di hasilkan dalam satu kali produksi sebanyak 22,75 kg. Nilai faktor konversi pia tape sebesar 2,84 kg artinya setiap 1 kilogram bahan

baku tape dan tepung yang digunakan mampu menghasilkan output sebesar 22,75 kg pia tape. Pia tape yang sudah di kemas, dipasarkan dengan harga 40.000 kg/mika dengan kemasan 350 gram. Satu kali proses produksi membutuhkan waktu 4-5 jam dengan 1 tenaga kerja. Perolehan produk pia tape sebanyak 65 kotak. Upah yang di terima oleh tenaga kerja sebesar Rp 40.000. koefisiensi tenaga kerja perolehan pia tape sebesar 0,125

Proses pengolahan pia tape menggunakan tape dan tepung terigu sebagai bahan baku utama, dengan harga pada setiap satu kilogram tape dan tepung sebesar Rp 3.000/kg dan Rp 10.600 /kg. Pia tape diolah dengan cara modern menggunakan *mixer* dan gilingan otomatis. Pengolahan pia tape menggunakan bahan baku tambahan seperti mantega, gula, minyak, keju, telur dan biaya penunjang seperti gas, plastik dan kotak kemasan. Biaya penyusutan alat dengan total nilai sumbangan bahan lain sebesar Rp 53.947,39. Nilai produk dari proses pengolahan tape menjadi pia tape sebesar Rp 113.750,00.

Nilai tambah yang diperoleh melalui proses pengolahan tape sebesar Rp 46.202,61. Rasio nilai tambah tape menjadi dodol tape sebesar 40,62%. Pendapatan tenaga kerja sebesar Rp 5.000.

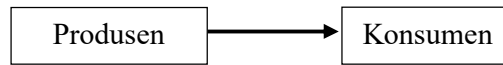
Rasio tenaga kerja didapatkan dari bagian pendapatan tenaga kerja dengan nilai tambah dikali 100% sehingga didapatkan nilai sebesar 10,82%. Keuntungan didapatkan dari menghitung selisih nilai tambah dengan pendapatan tenaga kerja, sehingga dihasilkan keuntungan pengolahan tape menjadi pia tape sebesar Rp. 41.202,61/kg tape dan tepung. Tingkat keuntungan ialah keuntungan yang dibagi nilai produk dan dikali 100% sehingga dihasilkan nilai sebesar 36,22%. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang didapatkan oleh Agroindustri Raja Tape 31 sebesar Rp 41.202,61 setiap kg dari total nilai output.

### Saluran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Putri et al., (2018) menjelaskan bahwa saluran pemasaran ialah seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna hilir. Berdasarkan hasil penelitian, Kegiatan lembaga pemasaran Agroindustri Raja Tape 31 terdapat satu

lembaga pemasaran ialah pedagang pengecer. Berikut adalah pola saluran pemasaran pada Agroindustri Raja Tape 31:

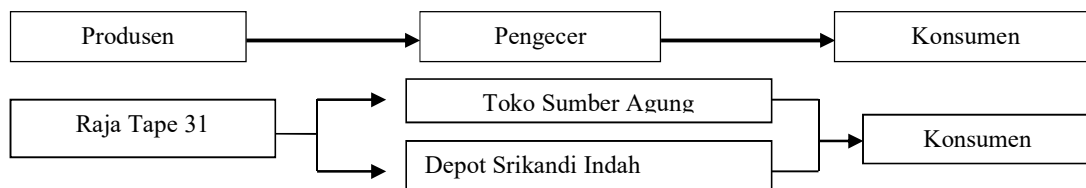
#### a. Saluran pemasaran 1 (tingkat nol)



Gambar 2. Saluran Pemasaran 1 (Tingkat nol) Agroindustri Raja Tape 31

Saluran pemasaran 1 (Tingkat nol) adalah saluran pemasaran tanpa perantara. Saluran pemasaran 1 (tingkat nol) dapat dilihat bahwasanya produsen menjadi orang pertama yang menjual produk dodol tape dan pia tape kepada konsumen. produk dodol tape dan pia tape dipasarkan di toko Raja Tape 31 yang merupakan milik Raja Tape 31 sendiri. Raja tape 31 tidak hanya melayani pembelian secara *offline*, akan tetapi juga menerima pesenan secara *online* yang dilakukan melalui Whatsapp dan instagram (@rajatape) akan tetapi instagram jarang aktif. Raja Tape 31 menjual produk olahan tape ke konsumen yaitu untuk dodol tape dengan harga Rp 10.000/mika dan pia tape dengan harga Rp 14.000/kotak.

#### b. Saluran pemasaran 2 (tingkat satu)



Gambar 3. Saluran Pemasaran 2 (Tingkat satu) Aagroindustri Raja Tape 31

Saluran pemasaran 2 (Tingkat satu) dapat dilihat bahwasannya, produsen mengirim pada pedagang pengecer sesuai permintaan untuk memenuhi kebutuhan di toko untuk di jual. Pedagang pengecer membeli pada produsen untuk dijual kembali produk tersebut yang dilakukan secara offline pada konsumen akhir. Pedagang pengecer pemilik toko Sumber Agung dan depot Skrikandi Indah sama-sama tidak melayani pembelian secara online melalui *e-commerce* manapun.

### **Margin Pemasaran**

Menurut (Ilahude, 2013) dalam (Kai et al., 2016), margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang di bayarkan kepada produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Berikut adalah analisis margin pemasaran pada saluran pemasaran produk dodol tape dan pia tape pada agroindustri Raja Tape 31 Kabupaten Bondowoso.

#### **A. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Dodol Tape**

##### **1. Saluran Pemasaran 1 (Tingkat nol)**

Saluran pemasaran 1 produk dodol tape pada Agroindustri Raja Tape 31 yaitu di mulai dari produsen – konsumen. Produsen menjual produk dodol tape sebesar Rp. 10.000 dengan mengeluarkan

biaya pengemasan serta tenaga kerja. Berikut merupakan Tabel 6 nilai *market share*, distribusi margin dan margin pemasaran pada saluran pemasaran 1.

Tabel 6 dapat diketahui biaya pengemasan yang dikeluarkan sebesar Rp 180 sedangkan biaya tenaga kerja Rp 1.600. maka total keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 8.220. Apabila dilihat dari nilai *share* keuntungan (Ski), diperoleh sebesar 82,20%. Jika dilihat dari nilai *share* biaya (Sbi) yang dikeluarkan lembaga produsen dalam presentase yaitu sebesar 1,8% meliputi biaya pengemasan dan 16,00% biaya tenaga kerja. Biaya terbesar yaitu biaya tenaga kerja sedangkan terkecil yaitu biaya pengemasan. Perolehan margin pada saluran pemasaran 1 (tingkat 0) yaitu sebesar 0. Harga dodol tape pada saluran pemasaran 1 tingkat produsen yaitu Agroindustri Raja Tape 31 menerima keuntungan sesuai dengan biaya yang di keluarkan.

NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TAPE  
PADA AGROINDUSTRI RAJA TAPE 31 DI KABUPATEN BONDOWOSO  
Marhamah, Joni Murti Mulyo Aji

**Tabel 6. Saluran Pemasaran 1 Produk Dodol Tape Pada Agroindustri Raja Tape 31**

No	Lembaga pemasaran	Rp/Produk	Share Market %		Distribusi Margin %	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Produsen</b>					
	Biaya pengemasan	Rp. 180		1,80		
	Biaya tenaga kerja	Rp. 1.600		16,00		
	<b>Total biaya pemasaran</b>	Rp. 1.780				
	Harga jual	Rp.10.000				
	<b>Total keuntungan</b>	Rp. 8.220	82,20			
2.	<b>Konsumen</b>					
	Harga di tingkat konsumen	Rp. 10.000				
	<b>Margin = Pr - Pf</b>	0				
	<b>Total</b>		<b>82,20</b>	<b>17,8</b>		

Sumber: Data primer diolah (2022)

2. Saluran pemasaran 2 (Tingkat satu) pedagang pengecer – konsumen. Berikut Saluran pemasaran 2 pada adalah tabel 7 nilai *market share*, pemasaran produk dodol tape di Raja Tape distribusi margin dan margin pemasaran 31 adalah saluran pemasaran 2 tingkat satu pada saluran pemasaran 2. yaitu yang terdiri dari produsen –

**Tabel 7. Saluran Pemasaran 2 Produk dodol tape pada agroindustri Raja Tape 31**

No	Lembaga pemasaran	Rp/Produk	Share Market %		Distribusi Margin %	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Produsen</b>					
	Biaya pengemasan	180		2,25		
	Biaya tenaga kerja	1.600		20,00		
	Biaya transportasi	1.000		12,5		
	Biaya resiko	300		3,75		
	<b>Total biaya pemasaran</b>	3.080				
	Harga jual	8.000				
	<b>Total keuntungan</b>	4.920	49,20			
2.	<b>Pengecer</b>					
	Harga beli	8.000				
	Biaya tenaga kerja	1.000		10,00		50
	Biaya pengemasan	100		1,00		5
	<b>Total biaya pemasaran</b>	1.100				
	Harga jual	10.000				
	<b>Total keuntungan</b>	900	9,00		45,00	
3.	<b>Konsumen</b>					
	Harga beli	Rp. 10.000				
	<b>Margin = Pr-Pf</b>	2.000				
	<b>Total</b>		<b>58,20</b>	<b>49,50</b>	<b>45,00</b>	<b>55,00</b>

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 7 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran dodol tape bawasanya pemasaran dilakukan mulai dari produsen – pedagang pengecer – konsumen. Nilai margin pemasaran diperoleh dari saluran pemasaran 2 pada produsen dengan harga jual yakni Rp. 8.000 per produk lebih murah apabila menjadi *reseller* atau agen. Nilai margin pemasaran di peroleh dari saluran pemasaran 2 pada pedagang pengecer yaitu dengan harga jual sebesar Rp 10.000,-per produk dengan harga beli sebesar Rp 8.000. Biaya pengemasan sebesar Rp 180 per mika, biaya tenaga kerja sebesar Rp 1.600 per mika, biaya transportasi sebesar Rp 1.000 dan biaya resiko sebesar Rp 300 dengan total biaya pemasaran sebesar Rp 3.080. Nilai *share market* pada *share* keuntungan (Ski) sebesar 49,20% sedangkan nilai *share* biaya lembaga pemasaran pada biaya pengemasan sebesar 2,25%, biaya tenaga kerja sebesar 20,00%, biaya transportasi sebesar 12,5% dan biaya resiko sebesar 3,75%. Nilai distribusi margin pada *share* keuntungan (Ski) sebesar 45,00% sedangkan nilai *share* biaya lembaga pemasaran (Sbi) pada biaya tenaga kerja sebesar 50% dan biaya pengemasan sebesar 5%. Perolehan perhitungan

margin pemasaran dodol tape pada saluran pemasaran 2 (tingkat 1) yaitu sebesar Rp 2.000 Maka artinya *share* keuntungan yang di peroleh Agroindustri Raja Tape 31 memiliki perolehan yang baik. Sedangkan *share* biaya lembaga pemasaran pada keuntungan lembaga pemasaran sangat baik dan menguntungkan.

#### B. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Pia Tape

##### 1. Saluran Pemasaran 1 (Tingkat nol)

Saluran pemasaran 1 produk pia tape pada Agroindustri Raja Tape 31 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I dimulai dari produsen sebagai pelaku pertama yakni sebagai pemilik usaha produk pia tape dan langsung kepada konsumen akhir sebagai pembeli. Agroindustri Raja Tape 31 sebagai produsen menjual produk dodol tape sebesar Rp 14.000 dengan mengeluarkan biaya pengemasan serta tenaga kerja. Berikut merupakan tabel 4.9 nilai *market share*, distribusi margin dan margin pemasaran pada saluran pemasaran I produk pia tape pada Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso.

NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN PRODUK OLAHAN TAPE  
PADA AGROINDUSTRI RAJA TAPE 31 DI KABUPATEN BONDOWOSO  
Marhamah, Joni Murti Mulyo Aji

**Tabel 8. Saluran Pemasaran 1 produk pia tape pada Agroindustri Raja Tape 31**

No	Lembaga pemasaran	Rp/Produk	Share Market %		Distribusi Margin %	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Produsen</b>					
	Biaya pengemasan	1.500		10,71		
	Biaya tenaga kerja	2.000		14,29		
	<b>Total biaya pemasaran</b>	3.500				
	Harga jual	14.000				
	Total keuntungan	10.500	75,00			
2.	<b>Konsumen</b>					
	Harga di tingkat konsumen	14.000				
	<b>Margin = Pr-Pf</b>	0				
	<b>Total</b>		<b>75,00</b>	<b>25,00</b>		

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 8 Biaya pengemasan yang dikeluarkan sebesar Rp 1.500 sedangkan biaya tenaga kerja Rp 2.000 maka total keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 3.500. Apabila dilihat dari nilai *share* keuntungan (Ski), diperoleh sebesar 75,00%. Jika dilihat dari nilai *share* biaya pengemasan yang dikeluarkan lembaga produsen yaitu sebesar Rp 1.500 atau 10,71% dan *share* biaya tenaga kerja yang dikeluarkan lembaga produsen sebesar Rp 2.000 atau 14,29%. Perolehan margin pemasaran pia tape pada saluran pemasaran 1 (tingkat nol) yaitu sebesar Rp 0. Harga pia tape pada saluran pemasaran I pada tingkat produsen Agroindustri Raja Tape 31 menerima keuntungan sesuai dengan skala biaya yang di keluarkan.

2. Saluran Pemasaran 2 (Tingkat satu)

Saluran pemasaran 2 pada pemasaran produk pia tape di Raja Tape

31 adalah saluran pemasaran tingkat satu yaitu yang terdiri dari produsen – pedagang pengecer – konsumen.

Nilai margin pemasaran diperoleh produsen dengan harga jual yakni Rp 12.000. Nilai margin yang didapatkan saluran pemasaran 2 oleh pedagang pengecer yaitu harga jula sebesar Rp 15.000 dengan harga beli dari produsen sebesar Rp 12.000.

Tabel 9 menunjukkan bahwa saluran pemasaran pia tape pada saluran pemasaran dua dilakukan mulai dari produsen – pedagang pengecer – konsumen.

Biaya yang di keluarkan oleh produsen yaitu meliputi: Biaya pengemasan sebesar Rp. 1.500 per kotak, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 2.000 per kotak, biaya transportasi sebesar Rp. 1.000 dan biaya resiko sebesar Rp. 1000

dengan total biaya pemasaran sebesar Rp. 5.500. Nilai *share market* pada *share* keuntungan (Ski) sebesar 43,33% sedangkan nilai *share* biaya lembaga pemasaran (Ski) pada biaya pengemasan sebesar 12,50%, biaya tenaga kerja sebesar 16,67%, biaya transportasi sebesar 8,33% dan biaya resiko sebesar 8,33%. Nilai distribusi margin pada *share* keuntungan (Ski) sebesar 63,33 % sedangkan nilai *share* biaya lembaga

pemasaran (Sbi) pada biaya tenaga kerja sebesar 33,33% dan biaya pengemasan sebesar 0,67%. Sehingga margin pemasaran pada saluran pemasaran 2 (tingkat 1) memperoleh sebesar Rp. 3.000. Maka nilai *share* keuntungan yang di peroleh Agroindustri Raja Tape 31 memiliki perolehan hasil yang sangat baik. Sedangkan *share* biaya lembaga pemasaran pada keuntungan lembaga pemasaran baik dan menguntungkan.

**Tabel 9. Saluran Pemasaran 2 produk pia tape pada agroindustri raja tape 31**

No	Lembaga pemasaran	Rp/Produk	Share Market %		Distribusi Margin %	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
1.	<b>Produsen</b>					
	Biaya pengemasan	1.500		12,50		
	Biaya tenaga kerja	2.000		16,67		
	Biaya trasportasi	1.000		8,33		
	Biaya resiko	1.000		8,33		
	<b>Total biaya pemasaran</b>	5.500				
	Harga jual	12.000				
	<b>Total keuntungan</b>	6.500	43,33			
2.	<b>Pengecer</b>					
	Harga beli	12.000				
	Biaya tenaga kerja	1.000		6,67		33,33
	Biaya pengemasan	100		0,67		0,67
	<b>Total biaya pemasaran</b>	1.100				
	Harga jual	15.000				
	<b>Total keuntungan</b>	1.900	12,67		63,33	
3.	<b>Konsumen</b>					
	Harga beli	15.000				
	<b>Margin = Pr-Pf</b>	3.000				
	<b>Total</b>		<b>56,00</b>	<b>53,17</b>	<b>63,33</b>	<b>36,07</b>

Sumber : Data primer diolah (2022)

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada analisis nilai tambah dan pemasaran produk olahan tape pada

Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso, sehingga di peroleh beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Volume penjualan Agroindustri Raja Tape 31 pada penelitian ini menyatakan bahwa terjadi fluktuasi jumlah penjualan saat terjadinya PSBB akibat adanya covid-19. Adanya covid-19 mengakibatkan Agroindustri Raja Tape 31 mengalami fluktuasi penjualan dan penurunan penjualan dodol tape dan pia tape sebesar 25-30%.
2. Nilai tambah pada produk olahan tape Agroindustri Raja Tape 31 memberikan nilai tambah positif dimana  $VA > 0$ . Nilai tambah dodol tape sebesar Rp6.471,75/kg bahan baku tape dan tepung dengan rasio nilai tambah sebesar 18,34%. Sedangkan nilai tambah pia tape sebesar Rp46.202,61/kg bahan baku tape dan tepung dengan rasio nilai tambah sebesar 40,62%. Pia tape memiliki nilai tambah yang lebih besar dari pada dodol tape, dimana dalam 8 kilogram bahan baku pia tape mampu menghasilkan output sebanyak 22,75 kilogram. Sedangkan bahan baku dodol tape yang digunakan sebanyak 8,5 kilogram dengan perolehan output dodol tape sebanyak 11,4 kilogram. Sehingga harga pia tape lebih tinggi dari pada dodol tape.
3. Terdapat dua pola saluran pemasaran produk dodol tape dan pia tape pada Agroindustri Raja Tape 31 di Kabupaten Bondowoso yaitu :
  - a. Saluran pemasaran I (Tingkat nol):  
Produsen – Konsumen
  - b. Saluran pemasaran II (Tingkat satu):  
Produsen – Pedagang pengecer – Konsumen
4. Margin saluran pemasaran I (Tingkat nol) dodol tape sebesar 0 dan saluran pemasaran tingkat II (Tingkat satu) dodol tape sebesar Rp 2.000 dengan distribusi untuk *share* keuntungan 45,00% dan biaya 9,00%. Sedangkan pada margin saluran pemasaran I (Tingkat nol) pia tape sebesar 0 dan saluran pemasaran II (Tingkat satu) sebesar Rp 3000 dengan distribusi *share* keuntungan 63,33% dan biaya 12,67%.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hayami, Y., Kawagoe, T., Morooka, Y. and Siregar, M., (1987). Agricultural marketing and processing in upland Java: A perspective from a Sunda Village.
- Kai, Y., Baruwadi, M., Tolinggi, W. K. (2016). Analisis Distribusi Dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *Agrinesia : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, I(1), 71–78.



- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 dan 2. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Maghfiroh, R. U. (2022). Strategy To Increase Sales Volume Of Definas Banana Chips Msmes In The Covid-19 Pandemic Era. *Al-Muraqabah Journal Of Management And Sharia Business*. Vol. 2 (1)
- Mubarok, AA. Arsyad, A. Miftah,H. (2015). Analisis Nilai Tambah dan Margin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang. *Jurnal Pertanian*. 6 (1)
- Nur, K. M., Bahtiar, R. R., & ... (2020). Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu (Manihot Esculenta Crantz Sin.) Menjadi Tape Di Ud. Wanda Putri Banyuwangi. ... *Seminar Nasional Terapan ...*, 6(2), 254–261.
- Putri, R. K., Nurmalina, R., & Burhanuddin, B. (2018). Analisis Efisiensi Dan Faktor Yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 109.
- Riawati, Nian. (2018). Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Melalui Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Natapraja*. Vol.6.(2) : 163-178
- Rahman, S. (2015). Analsis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*. Vol 4 (3)