

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden dalam penelitian ini berasal dari 1 orang pimpinan, 1 orang bagian produksi dan 1 orang bagian pemasaran yang ada di Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari serta pedagang yang terlibat di dalam Rantai Pasok Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

5.1.1 Identitas Responden Usaha Pabrik Tempe

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh responden berupa data kuisisioner yang disebarkan oleh penulis. Identitas responden yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek keadaan yang meliputi: Umur, Pendidikan dan Pengalaman Responden, lebih lanjut diuraikan sebagai berikut :

5.1.1.1 Umur

Umur adalah batasan atau tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik seseorang. Umur sangat mempengaruhi aktifitas seseorang karena dikaitkan langsung dengan kekuatan fisik dan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan Keputusan. Umur > 20 tahun dinamakan remaja, Umur 18-40 tahun dinamakan dewasa. Umur > 40 tahun dinamakan usia madya dini yang ditandai dengan perubahan jasmani dan mental. Responden yang benar muda relatif cenderung mempunyai kemampuan fisik yang lebih baik, dibandingkan dengan responden yang berumur tua. Adapun umur responden dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 7. Umur Responden Usaha Tempe Ali Wahid, Usaha Tempe Pak Basori dan Usaha Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar.

No.	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	27-43	6	66,6
2.	44-60	2	22,2
3.	> 60	1	11,1
Jumlah		9	100

Minimum : 27 Tahun

Maksimum: 79 Tahun

Rata-rata : 41 Tahun

Sumber: Lampiran 2

Tabel 7, menunjukkan bahwa umur responden pada rentang umur 27- 43 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 66,6% yang dimana merupakan termasuk dalam kategori usia produktif, umur 44-60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 22,2% dan umur >60 tahun berjumlah 1 orang yang dimana merupakan umur rentan dalam bekerja. Perlu diketahui bahwa rata-rata umur pada semua responden Usaha Tempe di Kota Makassar termasuk dalam usia produktif.

5.1.1.2 Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran, pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok yang diturunkan dari suatu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan dan penelitian.

Tingkat Pendidikan umumnya mempengaruhi cara berpikir dan bertindak dalam pengambilan keputusan dalam menjalankan sebuah usaha. Secara umum Pendidikan yang lebih tinggi yang ditunjang di berbagai pengalaman dan akan mempengaruhi produktivitas pada kemampuan kerja yang lebih baik. Tingkat Pendidikan yang tinggi akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi dan mudah menerima hal baru.

Tabel 8. Pendidikan Responden Usaha Tempe Ali Wahid, Usaha Tempe Pak Basori dan Usaha Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	2	22,2
2	SMP	2	22,2
3	SMA	1	11,1
4	S1	4	44,4
Jumlah		9	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 8, menunjukkan bahwa tingkat Pendidikan responden Usaha Pabrik Agroindustri Tempe di Kota Makassar dapat dinyatakan Pendidikan tertinggi adalah S1 yang jumlahnya sebanyak 4 orang, sehingga responden termasuk dalam tingkat Pendidikan yang produktif.

5.1.1.3 Status Pekerjaan

Status pekerjaan adalah indikator yang menunjang status atau tanggung jawab masing-masing dalam pekerjaan yang dimilikinya.

Tabel 9. Status Pekerjaan Responden Usaha Tempe Ali Wahid, Usaha Tempe Pak Basori dan Usaha Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar.

No.	Status Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pimpinan	3	33,3
2.	Produksi	3	33,3
3.	Pemasaran	3	33,3
Jumlah		9	100

Sumber: Lampiran 2

Tabel 9, menunjukkan bahwa responden pada Usaha pabrik Tempe Ali wahid, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar yaitu 3 orang pimpinan, 3 orang bagian produksi dan 3 orang bagian pemasaran.

5.1.1.4 Lama Bekerja

Lama bekerja adalah suatu kurun waktu atau lamanya tenaga kerja itu bekerja di suatu tempat.

Tabel 10. Lama Bekerja Responden Usaha Tempe Ali Wahid, Usaha Tempe Pak Basori dan Usaha Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar.

No.	Lama Bekerja (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	6-10	4	44,4
2.	11-15	2	22,2
3.	16-20	3	33,3
Jumlah		9	100
Minimum : 6 tahun			
Maksimum: 20 tahun			
Rata-rata : 13 tahun			

Sumber : Lampiran 2

Tabel 10, menunjukkan bahwa lama bekerja responden Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari adalah 6-10 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 44,4 %, 11-15 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 22,2% dan 16-20 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 33,3%, rata-rata lama bekerja pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu 13 tahun.

5.1.2 Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran atau pedagang merupakan seseorang yang terlibat dalam rantai pasok pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu pedagang pengecer. Identitas responden dalam penelitian ini meliputi: Umur, Tingkat Pendidikan, Status Pekerjaan dan Lama Usaha. Identitas responden lembaga pemasaran Usaha Pabrik Tempe dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 11. Identitas Responden Lembaga Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

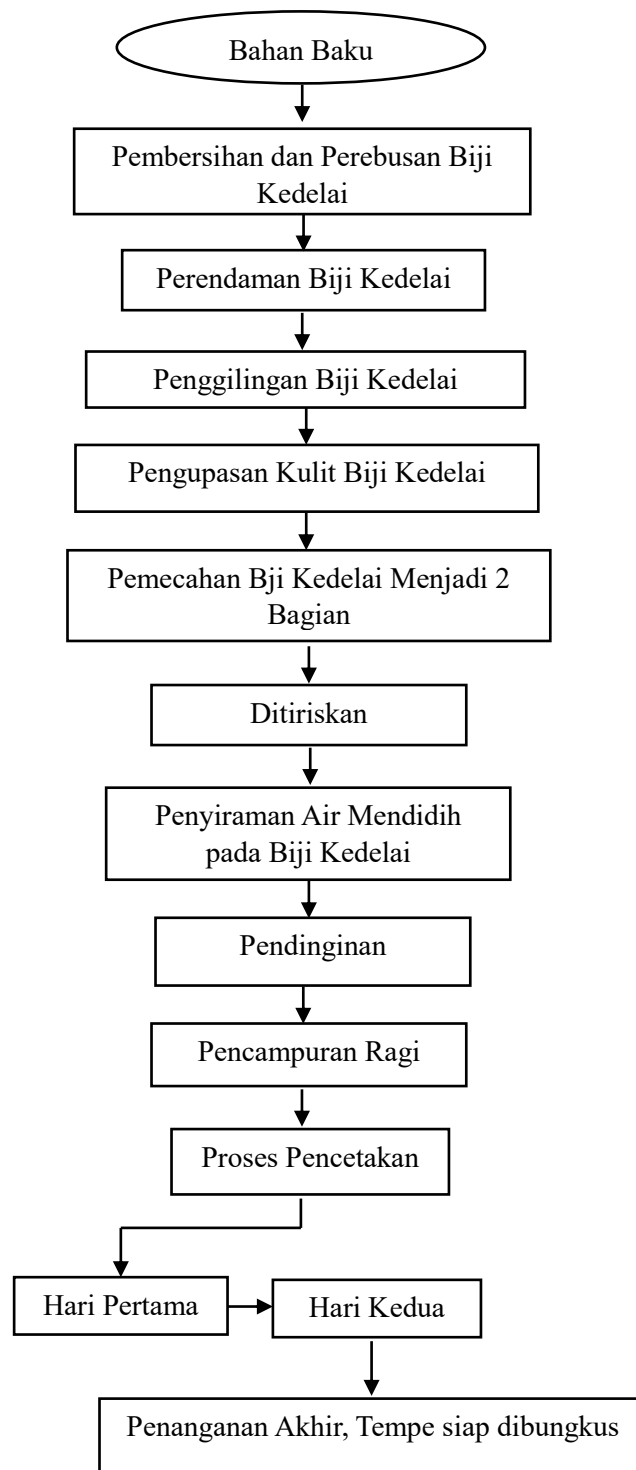
No.	Nama Responden	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Lembaga Pemasaran
1.	Maryam	45	SMP	Pedagang Pengecer 1
2.	Ummu	35	SMA	Pedagang Pengecer 2
3.	Hamdia	35	SMA	Pedegang Pengecer 3
4.	Rian	30	SMA	Rumah Makan 1
5.	Tina	28	SMA	Rumah Makan 2
Rata-rata		35	SMA	

Sumber : Lampiran 3

Tabel 11, menunjukkan bahwa identitas responden lembaga pemasaran pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar bernama Ibu Maryam merupakan pedagang pengecer 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yang berusia 45 tahun dengan pendidikan terakhir SMP, Ibu Ummu merupakan pedagang pengecer 2 pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yang berusia 35 tahun dengan pendidikan terakhir yaitu SMA, Ibu Hamdia merupakan pedagang pengecer 3 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yang berumur 35 tahun dengan pendidikan terakhir yaitu SMA, Rian berumur 30 tahun dengan Pendidikan terakhir yaitu SMA dan Tina berumur 28 tahun dengan Pendidikan terakhir yaitu SMA.

5.2 Proses Pengolahan Produk Tempe

Tempe adalah makanan tradisional dari Indonesia yang dibuat dari fermentasi oleh jamur *Rhizopus* sp pada bahan baku kedelai. Melalui proses fermentasi yang terjadi memungkinkan adanya perubahan kimia pada protein, lemak dan karbohidrat. Berikut ini adalah flowchart produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.



Gambar 9. Alur pembuatan atau Flowchart Produk Tempe pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

Adapun proses pengolahan produk fermentasi Tempe sebagai berikut;

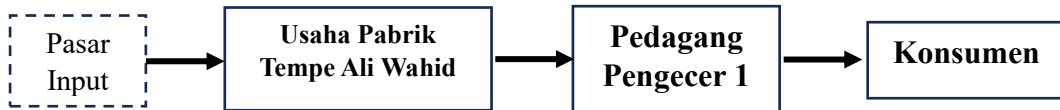
1. Biji kedelai dibersihkan lalu direbus hingga masak.
2. Biji kedelai yang telah dimasak selanjutnya dilakukan perendaman (untuk fermentasi) selama 12-24 jam.
3. Keesokan harinya, biji kedelai digiling menggunakan gilingan dinamo (untuk mengupas kulit biji kedelai).
4. Setelah dilakukan pengupasan kulit, biji kedelai dicuci bersih lalu dipecah menjadi dua bagian setiap bijinya, lalu ditiriskan.
5. Setelah ditiriskan, biji kedelai disiramkan air mendidih dan didiamkan selama 2 jam.
6. Setelah didiamkan selama 2 jam, kemudian didinginkan di atas kain yang besar agar proses pendinginan merata.
7. Biji kedelai yang telah dingin, dicampurkan dengan ragi.
8. Setelah dicampurkan dengan ragi, lalu dicetak di atas cetakan yang terbuat dari bambu dan didiamkan selama 2 hari.
9. Tempe siap dibungkus menggunakan daun pisang atau plastik bening.

5.3 Rantai Pasok (*Supply Chain*) Agroindustri Tempe (Aliran Produk, Aliran Keuangan dan Aliran Informasi)

Rantai pasok adalah sistem yang dilalui organisasi bisnis untuk menyalurkan barang produksi atau ke pelanggan. Mata rantai ini juga merupakan jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan, yang mempunyai tujuan sama yaitu seefektif dan seefisien mungkin menyelenggarakan pengadaan atau penyaluran barang atau jasa tersebut.

5.3.1 Aliran Produk

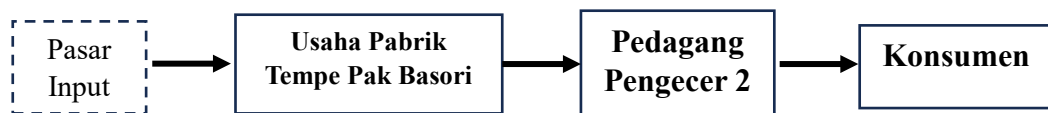
1. Aliran Produk Tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid



Gambar 10. Aliran Produk Tempe pada Rantai Pasok Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

Gambar 10, menunjukkan aliran produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid dalam melakukan kegiatan produksi bahan baku kedelai, ragi, daun pisang dan lainnya didapatkan dari pasar input yang ada di di Kota Makassar lalu pemilik usaha tempe mengelola menjadi produk tempe kemudian di jual langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar. Adapun permasalahan yang biasanya terjadi kepada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu harga kedelai yang sewaktu-waktu bisa melonjak naik dari harga biasanya dan kualitas kedelai yang kurang baik. Produsen tempe Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid biasanya memesan kedelai setiap 5 hari sekali. Produk tempe yang telah berhasil dibuat oleh Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid kemudian dilakukan penjualan yang diantarkan langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar dan pedagang pengecer akan menjual langsung ke konsumen akhir.

2. Aliran Produk Tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori

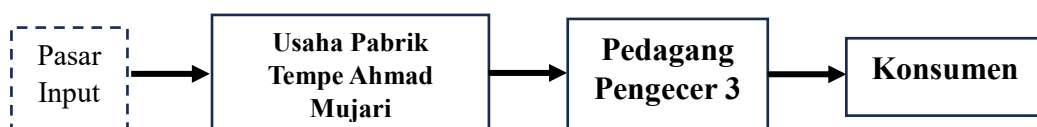


Gambar 11. Aliran Produk Tempe pada Rantai Pasok Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

Gambar 11, menunjukkan aliran produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori dalam melakukan kegiatan produksi bahan baku kedelai, ragi, daun pisang dan lainnya didapatkan dari pasar input yang ada di di Kota Makassar lalu pemilik usaha tempe mengelola menjadi produk tempe kemudian di jual langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar. Adapun permasalahan yang biasanya terjadi kepada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yaitu harga kedelai yang sewaktu-waktu bisa melonjak naik dari harga biasanya dan kualitas kedelai yang kurang baik. Produsen tempe Usaha Pabrik Tempe Pak Basori biasanya memesan kedelai setiap 1 minggu sekali. Produk tempe yang telah berhasil dibuat oleh Usaha Pabrik Tempe Pak Basori kemudian dilakukan penjualan yang diantarkan langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar dan pedagang pengecer akan menjual langsung ke konsumen akhir.

3. Aliran Produk pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

Saluran 1

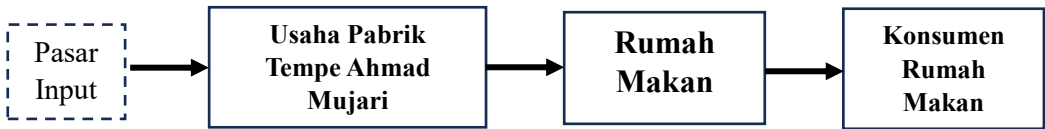


Gambar 12. Aliran Produk Tempe (Saluran 1) pada Rantai Pasok Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Gambar 12, menunjukkan aliran 1 produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari dalam melakukan kegiatan produksi bahan baku kedelai, ragi, daun pisang dan lainnya didapatkan dari pasar input yang ada di di Kota Makassar lalu pemilik usaha tempe mengelola menjadi produk tempe kemudian di jual langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar. Adapun permasalahan

yang biasanya terjadi kepada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu harga kedelai yang sewaktu-waktu bisa melonjak naik dari harga biasanya dan kualitas kedelai yang kurang baik. Produsen tempe Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari biasanya memesan kedelai setiap 20 hari (dengan pengambilan 3 ton kedelai). Produk tempe yang telah berhasil dibuat oleh Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari kemudian dilakukan penjualan yang diantarkan langsung kepada pedagang pengecer yang ada di pasar dan pedagang pengecer akan menjual langsung ke konsumen akhir.

Saluran 2



Gambar 13. Aliran Produk Tempe (Saluran 2) pada Rantai Pasok Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Gambar 13, menunjukkan aliran 2 produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari, dimana Usaha Pabrik Tempe melakukan kegiatan produksi tempe kepada konsumen rumah makan yang ada di Kota Makassar. Berikut ini adalah Tabel jenis produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe di Kota makassar.

Tabel 12. Jenis Produk Tempe pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar		
No.	Nama	Harga
1.	Usaha Tempe Ali Wahid	
	-Ukuran Sedang	10.000
	-Ukuran Besar	15.000
2.	Usaha Tempe Pak Basori	
	-Ukuran Sedang	8.000
	-Ukuran Besar	17.000
3.	Usaha Tempe Ahmad Mujari	
	-Ukuran Sedang	7.500
	-Ukuran Besar	20.000

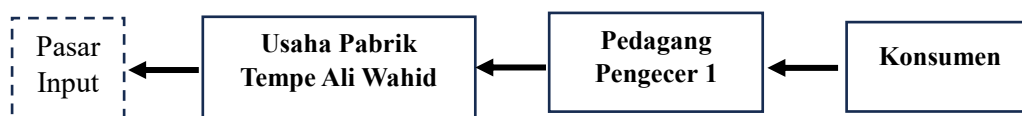
Sumber: Lampiran 4.

Tabel 12, menunjukkan bahwa produk tempe pada masing-masing Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar memiliki dua jenis ukuran yaitu ukuran sedang dan ukuran besar. Setiap usaha dan ukuran tempe memiliki harga yang masing-masing berbeda, pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid harga tempe untuk ukuran sedang yaitu Rp. 10.000 dan ukuran besar yaitu Rp. 15.000, harga tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori untuk ukuran sedang yaitu Rp. 8.000 dan ukuran besar yaitu Rp. 17.000 dan untuk Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari memiliki harga jual tempe yaitu Rp.7.500 ukuran sedang dan Rp.20.000 untuk tempe ukuran besar.

5.3.2 Aliran Keuangan

Aliran keuangan yang terjadi pada saluran ini yaitu dari ketiga produsen Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar langsung kepada pedagang pengecer. Mekanisme aliran keuangan produsen dan pedagang pengecer melakukan pembayaran dengan cara cash.

1. Aliran Keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid



Gambar 14. Aliran Keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

Gambar 14, menunjukkan aliran keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar. Konsumen melakukan transaksi kepada pedagang pengecer yang menjual produk tempe, pedagang pengecer 1 membeli produk

tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid, Usaha Pabrik Tempe melakukan pembelian bahan baku pada pasar input.

Tabel 13. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Input/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

No	Input	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Kedelai (Kg)	50	10.000	2.000.000
2.	Ragi (kg)	150	10.000	6.000.000
3.	Daun pisang (lbr)	10	25.000	1.000.000
4.	Tabung gas (bj)	-	-	-
5.	Plastik (bks)	4	100.000	1.600.000
6.	Tampah anyaman bambu	3	100.000	1.200.000
7.	Listrik	-	500.000	500.000
8.	Gaji karyawan	2	100.000	800.000
Total				13.100.000

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan aliran keuangan pasar input/hari pada Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Ali Wahid di Kota Makassar yaitu menggunakan bahan baku kedelai 50 kg dengan harga Rp.10.000, ragi 150 kg dengan harga Rp.10.000, daun pisang 10 lembar dengan harga Rp.25.000, tidak menggunakan tabung gas namun hanya menggunakan kayu bakar, plastik 4 bks dengan harga 100.000 tampah anyaman bambu 3 rak dengan harga Rp.100.000, Listrik Rp.500.000/bulan, gaji karyawan Rp.100.000 jadi total keseluruhan 13.100.000.

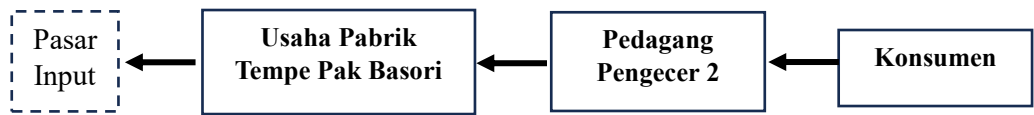
Tabel 14. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Output/bulan pada Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Pedagang pengecer 1			
	- Tempe sedang (pcs)	1.200	10.000	12.000.000
	- Tempe besar (pcs)	1.200	15.000	18.000.000
Total				30.000.000

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan aliran keuangan pasar output/bulan pada Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Ali Wahid yaitu membuat sebanyak 40 tempe/hari untuk tempe sedang dengan harga Rp.10.000 dan 40 tempe/hari untuk tempe yang berukuran besar dengan harga Rp.15.000, jadi total keseluruhan yang didapatkan Usaha Pabrik Agroindustri Tempe/bulan dari produk tempe yang terjual yaitu Rp.30.000.000.

2. Aliran Keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori



Gambar 15. Aliran Keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024

Gambar 15, menunjukkan aliran keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar. Konsumen melakukan transaksi kepada pedagang pengecer yang menjual produk tempe, pedagang pengecer 2 membeli produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori, Usaha Pabrik Tempe melakukan pembelian bahan baku pada pasar input.

Tabel 15. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Input/bulan pada Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

No	Input	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Kedelai (Kg)	200	10.000	8.000.000
2.	Ragi (kg)	150	16.000	9.600.000
3.	Daun pisang (lbr)	30	25.000	3.000.000
4.	Tabung gas (bj)	4	20.000	320.000
5	Plastik (bks)	5	70.000	1.400.000
6.	Tampah anyaman bambu	16	100.000	6.400.000
7.	Listrik	-	600.000	600.000
8.	Gaji karyawan	2	200.000	1.600.000
Total				30.920.000

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan aliran keuangan pasar input/hari pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar yaitu menggunakan bahan baku kedelai 200 kg dengan harga Rp.10.000, ragi 150 kg dengan harga Rp.16.000, daun pisang 30 lembar dengan harga Rp.25.000, tabung gas 4 unit dengan harga Rp.20.000, plastik 5 bks dengan harga 70.000, tampah anyaman bambu 16 rak dengan harga Rp.100.000, Listrik Rp.600.000/bulan, gaji karyawan Rp.200.000 jadi total keseluruhan 30.920.000.

Tabel 16. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Output/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

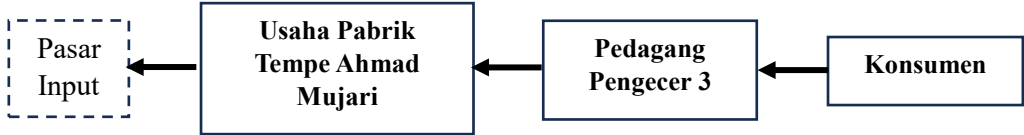
No	Lembaga Pemasaran	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Pedagang pengecer 2			
	- Tempe sedang (pcs)	2.400	8.000	19.200.000
	- Tempe besar (pcs)	1.500	17.000	25.500.000
	Total			44.700.000

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 16, menunjukkan aliran keuangan pasar output/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu membuat sebanyak 80 tempe/hari untuk tempe sedang dengan harga Rp.8.000 dan 50 tempe/hari untuk tempe yang berukuran besar dengan harga Rp.17.000, jadi total keseluruhan yang didapatkan Usaha Pabrik Tempe/bulan dari produk tempe yang terjual yaitu Rp.44.700.000.

3. Aliran Keuangan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

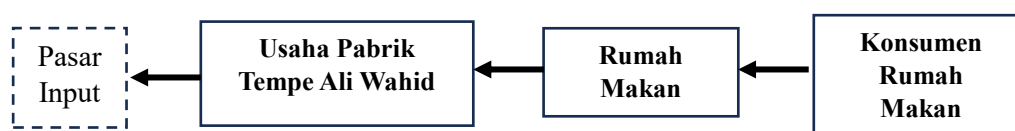
Saluran 1



Gambar 16. Aliran Keuangan (saluran 1) pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024

Gambar 16, menunjukkan aliran keuangan saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar. Konsumen melakukan transaksi kepada pedagang pengecer yang menjual produk tempe, pedagang pengecer 3 membeli produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari, Usaha Pabrik Tempe melakukan pembelian bahan baku pada pasar input.

Saluran 2



Gambar 17. Aliran Keuangan (saluran 2) pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024

Gambar 17, menunjukkan aliran keuangan saluran 2 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar. Konsumen rumah makan melakukan pembelian produk tempe secara langsung dari Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari, Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari melakukan pembelian bahan baku pada pasar input.

Tabel 17. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Input/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

No	Input	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Kedelai (Kg)	150	12.000	7.200.000
2.	Ragi (gram)	150	10.000	6.000.000
3.	Daun pisang (lbr)	30	25.000	3.000.000
4.	Tabung gas (bj)	6	20.000	480.000
5.	Plastik	10	30.000	1.200.000
6.	Tampah anyaman bambu	30	100.000	12.000.000
7.	Listrik	-	750.000	750.000
8.	Gaji karyawan	2	200.000	1.600.000
Total				21.430.000

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 17, menunjukkan aliran keuangan pasar input/hari pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar yaitu menggunakan bahan baku kedelai 150 kg dengan harga Rp.12.000, ragi 150 kg dengan harga Rp.10.000, daun pisang 30 lembar dengan harga Rp.25.000, tabung gas 6 biji dengan harga Rp.20.000, plastik 10 bks dengan harga 30.000, tampah anyaman bambu 30 rak dengan harga Rp.100.000, Listrik Rp.750.000/bulan, gaji karyawan Rp.200.000 jadi total keseluruhan 21.430.000.

Tabel 18. Aliran Keuangan Rantai Pasok (*Supply Chain*) Pasar Output/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Total (Rp)
1.	Pedagang pengecer 3			
	a. Saluran 1			
	- Tempe sedang (pcs)	1.500	7.500	11.250.000
	- Tempe besar (pcs)	1.500	20.000	30.000.000
	Rumah Makan			
	b. Saluran 2			
	- Tempe sedang (pcs)	600	7.500	4.500.000
	- Tempe Besar (pcs)	300	15.000	4.500.000
	Total			50.250.000

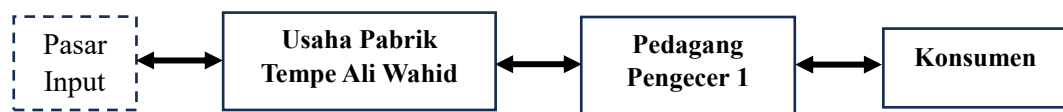
Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 18, menunjukkan aliran keuangan pasar output/bulan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu membuat sebanyak 50 tempe/hari untuk tempe sedang dengan harga Rp.7.500 dan 50 tempe/hari untuk tempe yang berukuran besar dengan harga Rp.20.000 yang di jual kepada pedagang pengecer, sedangkan pada saluran 2 yaitu rumah makan, sebanyak 20 produk tempe/hari dengan harga Rp.7.500 untuk tempe sedang dan 10 produk tempe besar dengan harga Rp.15.000 jadi total keseluruhan yang didapatkan Usaha Pabrik Tempe/bulan dari produk tempe yang terjual yaitu Rp.50.250.000.

5.3.3 Aliran Informasi

Aliran informasi yang terjadi pada saluran ini meliputi informasi kualitas atau informasi harga serta informasi waktu. Informasi kualitas, pedagang pengecer mendapatkan informasi mengenai kualitas tempe yang baik dan tahan untuk beberapa hari jika disimpan sehingga pedagang pengecer memberitahukan kepada produsen tempe bagaimana kualitas tempe yang baik untuk para konsumen akhir.

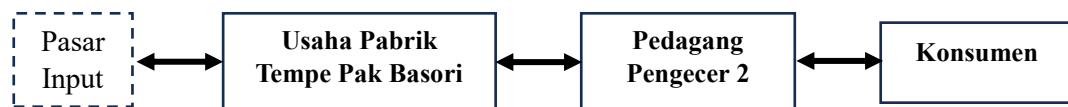
1. Aliran Informasi Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid



Gambar 18. Aliran Informasi pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

Gambar 18, menunjukkan informasi untuk para anggota konsumen akhir, harga yang diberikan oleh produsen kepada pedagang pengecer yaitu harga yang telah di sepakati langsung oleh produsen tempe. Informasi waktu, pedagang pengecer melakukan pembelian dengan cara didatangi oleh produsen tempe atau anggota keluarga dari Usaha Pabrik Tempe yang di tugaskan untuk mengantar produk tempe itu ke pasar, sebelumnya permintaan di sampaikan melalui via telepon kepada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid.

2. Aliran Informasi Usaha Pabrik Tempe Pak Basori



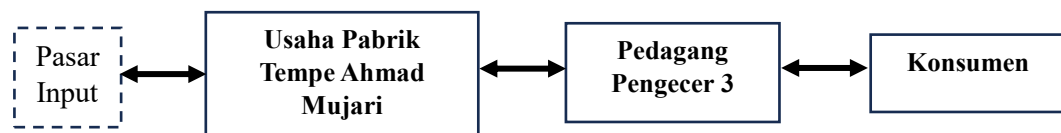
Gambar 19. Aliran Informasi pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

Gambar 19, menunjukkan informasi untuk para anggota konsumen akhir, harga yang diberikan oleh produsen kepada pedagang pengecer yaitu harga yang

telah di sepakati langsung oleh produsen tempe. Informasi waktu, pedagang pengecer melakukan pembelian dengan cara didatangi oleh produsen tempe atau anggota keluarga dari Usaha Pabrik Tempe yang di tugaskan untuk mengantar produk tempe itu ke pasar, sebelumnya permintaan di sampaikan melalui via telepon kepada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori.

3. Aliran Informasi Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

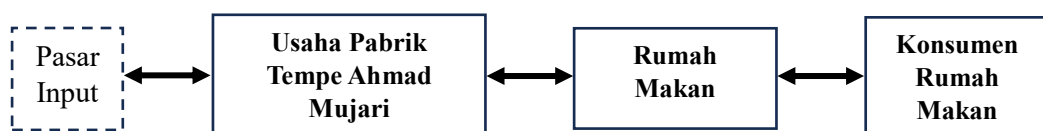
Saluran 1



Gambar 20. Aliran Informasi (saluran 1) pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Gambar 20, menunjukkan informasi untuk para anggota konsumen akhir, harga yang diberikan oleh produsen kepada pedagang pengecer yaitu harga yang telah di sepakati langsung oleh produsen tempe. Informasi waktu, pedagang pengecer melakukan pembelian dengan cara didatangi oleh produsen tempe atau anggota keluarga dari Usaha Pabrik Tempe yang di tugaskan untuk mengantar produk tempe itu ke pasar, sebelumnya permintaan di sampaikan melalui via telepon kepada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari.

Saluran 2



Gambar 21. Aliran Informasi (saluran 2) pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Gambar 21, menunjukkan informasi yang didapatkan untuk konsumen rumah makan, harga yang diberikan oleh produsen kepada konsumen rumah makan yaitu harga yang telah disepakati langsung oleh produsen tempe. Informasi waktu, konsumen rumah makan melakukan pembelian dengan cara didatangi oleh produsen tempe atau anggota keluarga dari Usaha Pabrik Tempe yang ditugaskan untuk mengantar produk tempe itu ke pasar, sebelumnya permintaan disampaikan melalui telepon kepada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari. Berdasarkan pernyataan aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi maka hipotesis 1 diterima hal ini sejalan dengan penelitian Nuraenah (2022) yang menyatakan bahwa terdapat 3 aliran yang terjadi yaitu aliran barang yang mengalir dari *supplier* sampai konsumen akhir, aliran keuangan yang mengalir dari konsumen sampai dengan *supplier* dan aliran informasi yang mengalir dari dua arah yaitu dari *supplier* sampai konsumen akhir dan dari konsumen akhir sampai dengan *supplier*.

5.4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan dengan konsumen dan harga yang diterima oleh produsen. Margin pemasaran merupakan jumlah biaya pemasaran demi keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran, besarnya margin pemasaran maka dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah efisien (Sudiyono. A, 2002). Untuk mengetahui margin pemasaran ketiga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar maka tentunya yang penting diketahui adalah harga jual dan harga beli setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

Margin saluran pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 19 sebagai berikut:

Tabel 19. Margin Saluran Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar, 2024.

Usaha Pabrik Tempe	Harga Beli (Rp/Pcs)	Harga Jual (Rp/Pcs)	Margin (Rp/Pcs)
Ali Wahid (1 Saluran)			
- Ukuran sedang	10.000	12.000	2.000
- Ukuran besar	15.000	18.000	3.000
Total			5.000
Pak Basori (1 Saluran)			
- Ukuran sedang	8.000	10.000	2.000
- Ukuran besar	17.000	20.000	3.000
Total			5.000
Ahmad Mujari (2 Saluran)			
a. Saluran 1			
- Ukuran sedang	7.500	10.000	2.500
- Ukuran besar	20.000	23.000	3.000
Total			5.500
b. Saluran 2			
- Ukuran sedang	7.500	-	-
- Ukuran besar	15.000	-	-
Total			-

Sumber: Lampiran 6

Tabel 19, menunjukkan bahwa margin pemasaran saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu sebanyak Rp. 2.000/Bks untuk ukuran sedang, sedangkan untuk ukuran besar yaitu Rp.3.000/Bks, Margin pemasaran saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yaitu sebanyak Rp.2.000/Bks untuk ukuran sedang sedangkan untuk ukuran besar yaitu Rp.3.000/Bks dan Margin pemasaran saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu sebanyak Rp.2.500/Bks untuk ukuran sedang sedangkan untuk ukuran besar yaitu Rp.3.000/Bks namun pada saluran 2 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari tidak memiliki margin pemasaran karena setelah dilakukan pembelian pada Usaha Pabrik Ahmad Mujari,

tempe tersebut ada yang diolah menjadi sambal goreng tempe maupun tempe goreng yang siap disajikan langsung di rumah makan sehingga harga jualnya tidak ada. Berikut adalah tabel rekapitulasi margin pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 20 sebagai berikut :

Tabel 20. Rekapitulasi Margin Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Usaha Pabrik Tempe	Margin (Rp/Pcs)
1.	Ali Wahid (1 Saluran)	5.000
2.	Pak Basori (1 Saluran)	5.000
3.	Ahmad Mujari	
	a. Saluran 1	5.500
	b. Saluran 2	-

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 20, rekapitulasi margin Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu Rp.5.000, rekapitulasi margin Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yaitu Rp.5.000 dan rekapitulasi margin Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari pada saluran 1 yaitu Rp.5.500. sedangkan saluran 2 yaitu tidak memiliki margin pemasaran.

5.5. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran ketiga Usaha Pabrik Tempe merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung atau biaya yang dikeluarkan oleh tiap-tiap panjang pemasaran tergantung dari panjang pendeknya alur pemasaran, mulai dari produk lepas dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen akhir.

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya seperti biaya transportasi dan biaya tenaga kerja dengan adanya biaya pemasaran tersebut maka harga suatu produk juga akan meningkat.

Biaya pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada

Tabel 21 berikut.

Tabel 21. Biaya Pemasaran Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah Pembelian	Harga/Pcs (Rp)	Total Harga Beli (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Pcs)
1.	Pedagang Pengecer 1				
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran sedang	30	10.000	300.000	10.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	15.000	500
	Total	-	-	315.000	10.500
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran besar	20	15.000	300.000	15.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	15.000	750
	Total	-	-	315.000	15.750

Sumber : Lampiran 7

Tabel 21, menunjukkan bahwa total biaya pemasaran pedagang pengecer 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid sebesar Rp.10.500 untuk ukuran sedang dan ukuran besar yaitu 15.750. dimana pedagang pengecer 1, biaya yang dikeluarkan pada biaya pembelian produk tempe sebesar Rp. 10.000 untuk ukuran sedang dan biaya pembelian produk tempe untuk ukuran besar yaitu Rp.15.000 dan biaya transportasi sebesar Rp.15.000.

Tabel 22. Biaya Pemasaran Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah Pembelian	Harga/Pcs (Rp)	Total Harga Beli (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Pcs)
1.	Pedagang Pengecer 2				
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran sedang	30	8.000	240.000	8.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	15.000	500
	Total	-	-	255.000	8.500
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran besar	50	17.000	850.000	17.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	15.000	300
	Total	-	-	865.000	17.300

Sumber : Lampiran 7

Tabel 22, menunjukkan bahwa total biaya pemasaran pedagang pengecer 2 pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori sebesar Rp.8.500 untuk ukuran sedang dan ukuran besar yaitu 17.300. dimana pedagang pengecer 1, biaya yang dikeluarkan pada biaya pembelian produk tempe sebesar Rp. 8.000 untuk ukuran sedang dan biaya pembelian produk tempe untuk ukuran besar yaitu Rp.17.000 dan biaya transportasi sebesar Rp.15.000.

Tabel 23. Biaya Pemasaran Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

No.	Lembaga Pemasaran	Jumlah Pembelian	Harga/Pcs (Rp)	Total Harga Beli (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/Pcs)
1.	Pedagang Pengecer 3				
	a. Saluran 1				
	-Biaya Pembelian (Rp)	50	7.500	375.000	7.500
	Ukuran sedang	-	-	15.000	300
	- Transportasi (Rp)				
	Total	-	-	390.000	7.800
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran besar	25	20.000	500.000	20.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	15.000	600
	Total	-	-	515.000	20.600
	Rumah Makan				
	b. Saluran 2				
	-Biaya Pembelian (Rp)	10	7.500	75.000	7.500
	Ukuran sedang	-	-	10.000	1.000
	- Transportasi (Rp)				
	Total			85.000	8.500
	-Biaya Pembelian (Rp)				
	Ukuran besar	10	15.000	150.000	15.000
	- Transportasi (Rp)	-	-	10.000	1.000
	Total	-	-	160.000	16.000

Sumber : Lampiran 7

Tabel 23, menunjukkan bahwa total biaya pemasaran pedagang pengecer 3 saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari sebesar Rp.7.800 untuk ukuran sedang dan ukuran besar yaitu 20.600. dimana pedagang pengecer 3, biaya

yang dikeluarkan pada biaya pembelian produk tempe sebesar Rp. 7.500 untuk ukuran sedang dan biaya pembelian produk tempe untuk ukuran besar yaitu Rp.20.000 dan biaya transportasi sebesar Rp.15.000. Total biaya pemasaran saluran 2 pada rumah makan untuk produk tempe ukuran sedang yaitu Rp.8.500, sedangkan total biaya untuk ukuran besar yaitu Rp.16.000.

Berikut adalah tabel rekapitulasi biaya pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 24 berikut :

Tabel 24. Rekapitulasi Biaya Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Usaha Pabrik Tempe	Biaya Pemasaran (Rp/Pcs)
1.	Ali Wahid (1 Saluran)	26.250
2.	Pak Basori (1 Saluran)	25.800
3.	Tempe Ahmad Mujari	
	a. Saluran 1	28.400
	b. Saluran 2	24.500

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 24, total rekapitulasi biaya pemasaran pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu Rp.26.250, total rekapitulasi biaya pemasaran Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yaitu Rp.25.800, total rekapitulasi biaya pemasaran Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari pada saluran 1 yaitu Rp.28.400 dan total rekapitulasi biaya pemasaran pada saluran 2 yaitu Rp.24.500.

5.6 Market Share

Market Share merupakan indikator efisien pemasaran selain margin pemasaran, indikator ini mengukur seberapa besar bagian yang diterima oleh produsen sebagai balas jasa atau kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual di saluran. Semakin besar Market Share dan semakin kecil suatu margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan efisien. Adapun Market

Share pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 25 sebagai berikut.

Tabel 25. Market *Share* Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar, 2024.

Usaha Pabrik Tempe	Harga Tingkat Produsen (Rp/Pcs)	Harga Tingkat Akhir (Rp/Pcs)	Market Share (%)	Kriteria
Ali Wahid (1 Saluran)				
- Ukuran sedang	10.000	12.000	83,33	Efisien
- Ukuran besar	15.000	18.000	83,33	Efisien
Pak Basori (1 Saluran)				
- Ukuran sedang	8.000	10.000	80,00	Efisien
- Ukuran besar	17.000	20.000	85,00	Efisien
Ahmad Mujari (2 Saluran)				
a. Saluran 1				
- Ukuran sedang	7.500	10.000	75,00	Efisien
- Ukuran besar	20.000	23.000	86,95	Efisien
b. Saluran 2				
- Ukuran sedang	7.500	7.500	100,00	Efisien
- Ukuran besar	15.000	7.500	100,00	Efisien

Sumber : Lampiran 8

Tabel 25, menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran pedagang pengecer 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid memiliki market *share* yang diperoleh sebesar 83,33% untuk ukuran sedang dan 83,33% untuk ukuran besar, dimana termasuk kategori efisien, pada saluran pemasaran pedagang pengecer 2 pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori memiliki market *share* yang diperoleh sebesar 80% untuk ukuran sedang dan 85% untuk ukuran besar, dimana termasuk kategori efisien dan pada saluran pemasaran pedagang pengecer 3 saluran 1 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari memiliki market *share* yang diperoleh sebesar 75% untuk ukuran sedang dan 86,95% untuk ukuran besar, dimana termasuk kategori efisien. Hal ini menjelaskan bahwa nilai market *share* <50% maka pemasaran belum efisien jika nilai market *share* >50% maka pemasaran sudah dikatakan

efisien dan pada saluran 2 memiliki nilai market share yaitu 100% yang artinya efisien.

Berikut adalah tabel rekapitulasi market *share* Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 26 berikut :

Tabel 26. Rekapitulasi Market *Share* Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Usaha Pabrik Tempe	Rata-rata Market Share	Kriteria
1.	Ali Wahid (1 saluran)	83,37	Efisien
2.	Pak Basori (1 Saluran)	82,5	Efisien
3.	Ahmad Mujari (2 Saluran)		
	a. Saluran 1	90,48	Efisien
	b. Saluran 2	100,00	Efisien

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 26, kategori rekapitulasi market *share* pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu efisien.

5.7 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya biaya yang mencapai hasil kegiatan yang dijalankan. Efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara biaya pemasaran dengan harga jual di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persen.

Adapun efisiensi pemasaran Usaha Pabrik Tempe dapat dilihat pada Tabel 27 sebagai berikut.

Tabel 27. Efisiensi Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar, 2024.

Usaha Pabrik Tempe	Total Biaya (Rp)	Nilai Jual Produk (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)	Kriteria
Ali Wahid (1 Saluran)				
- Ukuran sedang	10.500	12.000	87,5	Efisien
- Ukuran besar	15.750	18.000	87,5	Efisien
Pak Basori (1 Saluran)				
- Ukuran sedang	8.500	10.000	85,0	Efisien
- Ukuran besar	17.300	20.000	86,5	Efisien
Ahmad Mujari (2 Saluran)				
a. Saluran 1				
- Ukuran sedang	7.800	10.000	78,0	Efisien
- Ukuran besar	20.600	23.000	89,0	Efisien
b. Saluran 2				
-Ukuran sedang	8.500	7.500	11,3	Efisien
-Ukuran besar	16.000	15.000	10,6	Efisien

Sumber: Lampiran 9

Tabel 27, menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid (pedagang pengecer 1) memiliki nilai efisiensi sebesar 87,5% untuk ukuran sedang dan 87,5% untuk ukuran besar, efisiensi pemasaran pada Usaha Pabrik Tempe Pak basori (pedagang pengecer 2) memiliki nilai efisiensi sebesar 85% untuk ukuran sedang dan 86,5% untuk ukuran besar dan efisiensi pemasaran pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yang dimana memiliki 2 saluran yaitu pada saluran 1 (pedagang pengecer 1) memiliki nilai efisiensi sebesar 78% untuk ukuran sedang dan 89,5% untuk ukuran besar dan saluran 2 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 11,3% untuk ukuran sedang dan 10,6% untuk ukuran besar. Hal ini menjelaskan bahwa saluran pemasaran termasuk dalam kategori efisien untuk Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori dan untuk Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari pada saluran 1 dan saluran 2 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari efisien

menurut kriteria keputusan yaitu $<100\%$ dikatakan saluran pemasaran efisien dan $>100\%$ saluran pemasaran tempe tidak efisien.

Berikut adalah tabel rekapitulasi efisiensi pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 28 berikut :

Tabel 28. Rekapitulasi Efisiensi Pemasaran Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Usaha Pabrik Tempe	Efisiensi Pemasaran (%)	Kriteria
1.	Ali Wahid (1 Saluran)		
	-Ukuran sedang	87,5	Efisien
	-Ukuran besar	87,5	Efisien
2.	Pak Basori (1 Saluran)		
	-Ukuran sedang	85,0	Efisien
	-Ukuran besar	86,5	Efisien
3.	Ahmad Mujari (2 Saluran)		
	a. Saluran 1		
	-Ukuran sedang	78,0	Efisien
	-Ukuran besar	89,5	Efisien
	b. Saluran 2		
	-Ukuran sedang	11,3	Efisien
	-Ukuran besar	10,6	Efisien

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 28, kategori rekapitulasi efisiensi pemasaran pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu efisien, Hal ini menjelaskan bahwa saluran pemasaran termasuk dalam kategori efisien untuk Usaha pabrik Tempe Ali Wahid, Usaha Pabrik Tempe Pak basori dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari pada saluran 1, untuk saluran 2 pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari efisien menurut kriteria keputusan yaitu $<100\%$ dikatakan saluran pemasaran efisien dan $>100\%$ saluran pemasaran tempe tidak efisien, sehingga hipotesis 2 diterima sejalan dengan penelitian fadhlullah, dkk, (2018) yang menyatakan bahwa saluran pemasaran pada nilai efisiensi pemasaran efisien karena kurang dari 100%.

5.8 Elastisitas Transmisi Harga

Analisis elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang disatu tempat atau tingkatan terhadap perubahan harga itu di tempat atau tingkatan lain. Transmisi harga diukur melalui regresi sederhana di antara dua harga pada dua tingkat pasar, kemudian dihitung elastisitasnya.

1. Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid

Berdasarkan hasil penelitian perhitungan elastisitas transmisi harga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu:

$$\text{Persamaan Regresi} = P_f = 44,3382 + 0,378 P_r$$

$$\begin{aligned} E_t &= \frac{1}{0,378} \times \frac{10.000}{12.000} \\ &= 2,645 \times 0,833 \\ &= 2,20 \end{aligned}$$

Nilai elastisitas transmisi harga produk tempe di Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid yaitu 2,20 ($E_t > 1$) belum efisien, berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibandingkan dengan laju perubahan di tingkat produsen. Keadaan ini berarti bahwa pasar yang dihadapi pelaku tataniaga adalah pasar bersaing tidak sempurna dan terdapat kekuatan oligopsoni.

2. Usaha Pabrik Tempe Pak Basori

Berdasarkan hasil penelitian perhitungan elastisitas transmisi harga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu:

$$\text{Persamaan Regresi} = P_f = 232,74 + 0,959 P_r$$

$$E_t = \frac{1}{0,959} \times \frac{17.000}{20.000}$$

$$= 1,042 \times 0,85$$

$$= 0,88$$

Nilai elastisitas transmisi harga produk tempe di Usaha Pabrik Tempe Pak Basori yaitu 0,88 ($E_t < 1$) belum efisien, yang berarti laju perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer.

3. Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

Berdasarkan hasil penelitian perhitungan elastisitas transmisi harga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu:

$$\text{Persamaan Regresi} = P_f = 242,55 + 0,808 P_r$$

$$\begin{aligned} E_t &= \frac{1}{0,808} \times \frac{7.500}{10.000} \\ &= 1,237 \times 0,75 \\ &= 0,92 \end{aligned}$$

Nilai elastisitas transmisi harga produk tempe di Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu 0,92 ($E_t < 1$) belum efisien, yang berarti laju perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer.

Berikut adalah tabel rekapitulasi elastisitas transmisi harga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 29 berikut :

Tabel 29. Rekapitulasi Elastisitas Transmisi Harga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Status	E_t	Kriteria
1.	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	2,20 (>1)	Belum Efisien
2.	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,88 (<1)	Belum Efisien
3.	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	0,92 (<1)	Belum Efisien

Berdasarkan Tabel 29, kategori rekapitulasi elastisitas transmisi harga pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar yaitu belum efisien, hal ini menjelaskan yang berarti laju perubahan harga di tingkat produsen lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat pedagang pengecer, menurut kriteria keputusan yaitu apabila ($E_t > 1$) atau ($E_t < 1$) maka elastisitas transmisi harga dikatakan belum efisien, sehingga pernyataan elastisitas transmisi harga belum efisien pada Hipotesis 2 diterima sejalan dengan penelitian Sitanggang dkk (2015) yang menyatakan bahwa elastisitas transmisi harga pada pemasaran daging kerbau di Desa Sapala Paminggir Hulu, Sungai Utara adalah 3.089 ($E_t < 1$) sehingga pemasaran belum efisien.

5.9. Kinerja Pemasaran

5.9.1 Volume Penjualan

1. Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid

Berikut adalah tabel volume penjualan Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 30 berikut.

Tabel 30. Volume Penjualan Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Volume Penjualan (Pcs)	Perkembangan Penjualan (%)
2024	Januari	1.000	-
	Februari	1.500	50,0
	Maret	3.000	100,0
	April	3.000	0,0
	Mei	3.000	0,0
Rata-Rata			37,5

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 30, volume penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid pada bulan Januari mencapai 1.000/pcs dan Februari mencapai 1.500/pcs, terjadi penurunan pembuatan produk tempe karena menurut pemilik Usaha Pabrik Tempe adanya hari libur yang dimana permintaan sangat kurang pada bulan Maret mengalami kenaikan produksi mencapai 3.000/pcs hingga bulan Mei Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid memproduksi 3.000/pcs. Kinerja pemasaran berdasarkan volume penjualan rata-rata meningkat yaitu 37,5% pada periode bulan Januari hingga Mei 2024.

2. Usaha Pabrik Tempe Pak Basori

Berikut adalah tabel volume penjualan Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 31 berikut.

Tabel 31. Volume Penjualan Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Volume Penjualan (Pcs)	Perkembangan Penjualan (%)
2024	Januari	3.900	0,0
	Februari	3.900	0,0
	Maret	3.900	0,0
	April	3.900	0,0
	Mei	3.900	0,0
Rata-rata			0,0

Sumber: Lampiran II

Berdasarkan Tabel 31, volume penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori pada bulan Januari mencapai 6.000/pcs hingga bulan Mei 2024 volume penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori mencapai 3.900/pcs, menurut pemilik usaha tidak adanya penurunan produksi tempe dalam 5 bulan terakhir ini karena penjualan produk tempe berjalan dengan baik dan

pasokan kedelai yang masuk selalu berjalan dengan lancar, jadi rata-rata nilai perubahan penjualan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori 0% atau tidak ada perubahan perkembangan penjualan.

3. Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

Berikut adalah tabel volume penjualan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 32 berikut.

Tabel 32. Volume Penjualan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Volume Penjualan (Pcs)	Perkembangan Penjualan (%)
2024	Januari	3.000	-
	Februari	2.500	- 16,6
	Maret	3.900	56,0
	April	3.900	0,0
	Mei	3.900	0,0
Rata-rata			9,8

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 32, volume penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari pada bulan januari mencapai 3.000/pcs, pada bulan februari menurun 2.500/pcs karena pasokan kedelai yang kurang dari agen kedelai KIMA pada bulan Maret produk tempe kembali mengalami kenaikan mencapai 3.900/pcs hingga bulan Mei, Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari rata-rata mengalami kenaikan produksi dalam waktu 5 bulan terakhir dengan rata-rata mencapai 9,8%.

Berikut ini adalah rekapitulasi dari volume penjualan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

Tabel 33. Rekapitulasi Volume Penjualan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Status	Rata-rata (%)
1.	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	37,5
2.	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
3.	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	9,8

Berdasarkan Tabel 33, rekapitulasi rata-rata volume penjualan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar untuk Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid 37,5%, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori 0%, dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu 9,8%.

5.9.2 Pertumbuhan Pelanggan

1. Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid

Berdasarkan perhitungan pertumbuhan pelanggan Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, yaitu :

Tabel 34. Pertumbuhan Pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Pertumbuhan Pelanggan	Perkembangan Pertumbuhan Pelanggan(%)
2024	Januari	100	-
	Februari	150	50,0
	Maret	300	100,0
	April	300	0,0
	Mei	300	0,0
Rata-rata			37,5

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 34, pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid rata-rata mencapai 37,5%.

2. Usaha Pabrik Tempe Pak Basori

Berdasarkan perhitungan pertumbuhan pelanggan Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, yaitu :

Tabel 35. Pertumbuhan Pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Pertumbuhan Pelanggan	Perkembangan Pertumbuhan Pelanggan(%)
2024	Januari	260	0,0
	Februari	260	0,0
	Maret	260	0,0
	April	260	0,0
	Mei	260	0,0
Rata-rata			0,0

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 35, pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori tidak mengalami perubahan dari bulan Januari hingga bulan Mei dengan nilai rata-rata 0%

3. Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

Berdasarkan perhitungan pertumbuhan pelanggan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, yaitu :

Tabel 36. Pertumbuhan Pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar, 2024.

Tahun	Bulan	Pertumbuhan Pelanggan	Perkembangan Pertumbuhan Pelanggan(%)
2024	Januari	200	-
	Februari	166	- 17
	Maret	260	56,6
	April	260	0,0
	Mei	260	0,0
Rata-rata			9,9

Sumber: Lampiran 12

Berdasarkan Tabel 36. pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari rata-rata mencapai 9,9%.

Berikut ini adalah rekapitulasi dari pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

Tabel 37. Rekapitulasi pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Status	Rata-rata (%)
1.	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	37,5
2.	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
3.	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	9,9

Berdasarkan Tabel 37, rekapitulasi pertumbuhan pelanggan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid rata-rata mencapai 37,5%, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori 0% dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu 9,9%.

5.9.3 Kemampulabaan

1. Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid

Berikut adalah tabel kemampulabaan penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid di Kota Makassar.

Tabel 38. Kemampulabaan pada Penjualan Produk Tempe di Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid, 2024.

Tahun	Bulan	Kemampulabaan	Perkembangan Kemampulabaan (%)
2024	Januari	14.500.000	-
	Februari	15.000.000	3,4
	Maret	16.900.000	12,6
	April	16.900.000	0,0
	Mei	16.900.000	0,0
Rata-rata			4,0

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 38. Data kemampulabaan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid pada bulan Januari hingga bulan Mei memiliki nilai rata-rata 4%.

2. Usaha Pabrik Tempe Pak Basori

Berikut adalah tabel kemampulabaan penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Pak Basori di Kota Makassar.

Tabel 39. Kemampulabaan pada Penjualan Produk Tempe di Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Pak Basori, 2024.

Tahun	Bulan	Kemampulabaan	Perubahan Kemampulabaan (%)
2024	Januari	13.780.000	0,0
	Februari	13.780.000	0,0
	Maret	13.780.000	0,0
	April	13.780.000	0,0
	Mei	13.780.000	0,0
Rata-rata			0,0

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 39. Data kemampulabaan pada Usaha Pabrik Agroindustri Tempe Pak Basori dari bulan januari memiliki nilai rata-rata 0%.

3. Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari

Berikut adalah tabel kemampulabaan penjualan produk tempe pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari di Kota Makassar.

Tabel 40. Kemampulabaan pada Penjualan Produk Tempe di Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari, 2024.

Tahun	Bulan	Kemampulabaan	Perkembangan Kemampulabaan (%)
2024	Januari	26.350.000	-
	Februari	25.000.000	-5,12
	Maret	28.820.000	15,28
	April	28.820.000	0,0
	Mei	28.820.000	0,0
Rata-rata			5,1

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan Tabel 40. Data kemampulabaan pada Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari dari bulan januari hingga bulan Mei memiliki nilai rata-rata 5,1%.

Berikut ini adalah rekapitulasi dari kemampulabaan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

Tabel 41. Rekapitulasi kemampulabaan pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

No	Status	Rata-rata (%)
1.	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	4,0
2.	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
3.	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	5,1

Berdasarkan Tabel 41, rekapitulasi kemampulabaan pada Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid memiliki nilai rata-rata 4%, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori memiliki nilai rata-rata 0% dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari mencapai 5,1%.

Berikut ini adalah rekapitulasi dari kinerja pemasaran (volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampulabaan) pada Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar.

Tabel 42. Rekapitulasi kinerja pemasaran ketiga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar, 2024.

No	Status	Rata-rata Peningkatan (%)
1.	Volume Penjualan	
	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	37,5
	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	9,9
	Rata-Rata	15,8
2.	Pertumbuhan Pelanggan	
	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	37,5
	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	9,9
	Rata-rata	15,8
3.	kemampulabaan	
	Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid	4,0
	Usaha Pabrik Tempe Pak Basori	0,0
	Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari	5,1
	Rata-rata	3,0

Berdasarkan Tabel 42, rekapitulasi rata-rata kinerja pemasaran pada ketiga Usaha Pabrik Tempe di Kota Makassar mengalami perkembangan selama 5 bulan terakhir yaitu dari bulan januari hingga pada bulan mei namun pada Usaha Tempe Pak Basori memiliki nilai yang konstan sehingga pada rekapitulasi Usaha Pabrik Tempe Ali Wahid memiliki nilai rata-rata 15,8%, Usaha Pabrik Tempe Pak Basori memiliki nilai rata-rata 15,8% dan Usaha Pabrik Tempe Ahmad Mujari yaitu 3,0% maka dengan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, berdasarkan penelitian Saori dkk (2021) kinerja pemasaran pada CV. NJ Food Industries pada periode 2017-2019 sempat mengalami penurunan lalu mengalami kenaikan profit pada penjualan.