

**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGANDAN BAURAN
PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI,
KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO**

(Skripsi)

Oleh

Gita Dhika Citra Putri Andini
NPM 1514131099



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRAK

ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN DAN BAURAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI, KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO

Oleh

Gita Dhika Citra Putri Andini

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga pokok produksi, keuntungan agroindustri tempe dan bauran pemasaran tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Penelitian ini menggunakan metode sensus untuk klaster agroindustri rumah tangga menurut BPS yang diklasifikasikan menjadi 2 tingkatan yaitu kecil dan sedang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 agroindustri tempe. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Agustus 2019. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga pokok produksi agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro pada klaster kecil sebesar Rp 3.031,88 per kilogram dan pada klaster sedang sebesar Rp 3.521,97 per kilogram, (2) agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro merupakan industri yang menguntungkan karena nilai R / C untuk semua klaster lebih dari 1, keuntungan atas biaya total untuk klaster kecil sebesar Rp 2.471.409,25 dan klaster sedang sebesar Rp 3.470.409,07, (3) bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro tidak menggunakan metode klaster karena jenis dan harga produk di semua agroindustri hampir sama.

Kata kunci: harga pokok produksi, agroindustri, keuntungan, bauran pemasaran dan tempe.

ABSTRACT

Analysis The Cost of Production, Income and Marketing Mix of Tempe Agroindustry in Yosodadi, East Metro, Metro

By

Gita Dhika Citra Putri Andini

This study aims to analyze the cost of production, income and Marketing Mix of Tempe Agroindustry. This study uses the census method for household clusters according to BPS which are classified into 2 levels, namely small and medium. Determination of the research location was chosen purposively. The population in this study were 18 tempe agroindustries. Respondents in this study were the owners of the tempe agroindustry in Yosodadi, East Metro, Metro. Field data collecting was carried out in August 2019. The data collected in this study were primary and secondary data. The data was analysed with quantitative and qualitative descriptive method.. The results showed that (1) the cost of production of tempe agroindustry in Yosodadi, East Metro, Metro in the small cluster was Rp 3.031,88/kilogram and medium cluster was Rp 3.521,97/kilogram, (2) Tempe agroindustry in Yosodadi Village, East Metro, Metro is a profitable industry, the income for small cluster was Rp 2.471.409,25 and medium cluster was Rp 3.470.409,07 (3) the marketing mix applied by tempe agroindustry in Yosodadi Village, East Metro, Metro is not using the cluster method because the types and prices of products in all agroindustries are almost the same.

Key words: cost of production, agroindustry, income, marketing mix and tempe.

**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGANDAN BAURAN
PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI,
KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO**

(Skripsi)

Oleh

Gita Dhika Citra Putri Andini
NPM 1514131099



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

Judul Skripsi : **ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI,
KEUNTUNGANDAN BAURAN PEMASARAN
AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN
YOSODADI, KECAMATAN METRO TIMUR,
KOTA METRO**

Nama Mahasiswa : **Gita Dhika Citra Putri Andini**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1514131099**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.
NIP 19600822 198603 2 001

Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.
NIP 19620816 198703 2 002

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

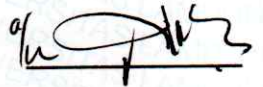
Ketua

: Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.



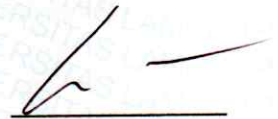
Sekretaris

: Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.



Penguji

Bukan Pembimbing : Ir. Eka Kasymir, M.Si.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juni 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGANDAN BAURAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI, KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO”** merupakan asil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain. Semua hasil yang tertuang dalam skripsi ini telah mengikuti kaidah penulisan karya ilmiah Universitas Lampung. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan salinan atau dibuat orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.

Bandar Lampung, 21 Juni 2021



Gita Dhika Citra Putri Andini
NPM 1514131099

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Sukabumi pada tanggal 12 Agustus 1995, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Putri dari pasangan Bapak Maulana Firmannudin dan Ibu Ernawati. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di MIN Tegal Kephuh, lulus pada tahun 2008. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN. 1 Surade, lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di MAN 3 Sukabumi, lulus pada tahun 2014. Penulis pernah aktif sebagai ketua 2 OSIS dan sekretaris *Science Club* semasa menempuh pendidikan SMA. Penulis juga pernah meraih juara 3 Olimpiade kimia tingkat MA Kabupaten Sukabumi, juara 3 *Science team competitions* dan juara harapan 1 Olimpiade kimia tingkat Kota dan Kabupaten Sukabumi. Penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi S1 Agribisnis di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2015 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Semasa kuliah di Universitas Lampung, penulis pernah aktif sebagai anggota bidang 2 (Pengkaderan dan Pengabdian Masyarakat) pada organisasi HIMASEPERTA periode 2016/2017. Pada tahun 2016, penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) selama 1 minggu di Desa Lugusari Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu. Pada tahun 2018 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pagar Jaya, Kecamatan Lambu Kibang, Kabupaten Tulang Bawang Barat selama 40 hari. Penulis juga melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT. Bimandiri Agro Sedaya pada tahun 2018.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrabbi lalamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan anugerah-Nya yang tiada terkira, shalawat teriring salam semoga selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang mulia, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul **“ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI, KEUNTUNGAN DAN BAURAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TEMPE DI KELURAHAN YOSODADI, KECAMATAN METRO TIMUR, KOTA METRO”** merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan rendah hati menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M. Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P. M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas masukan, arahan dan nasihatnya.
3. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S.,selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, saran, kesabaran dan arahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Ir. Eka Kasymir, M.Si., selaku Dosen Pembahas, atas masukan dan arahan, yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku Pembimbing Akademik, atas masukan, arahan dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan S1.
7. Kedua orang tua tercinta, yaitu ayah Maulana Firmannudin dan ibu Erna Wati, yang telah mendukung baik secara moril dan materil, dalam menyelesaikan perkuliahan.
8. Kakak dan adikku tersayang, yaitu Isma Putri Mahardika Tresna Firmani Rahayu dan Titan Ningtyas Sucie Putri Prameswari, yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
9. Keluarga besar tercinta, yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya.
10. Pemilik agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, atas segala bantuan yang telah diberikan selama proses penelitian di lapangan.
11. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian, atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Jurusan Agribisnis Universitas Lampung.
12. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian atas semua bantuan yang telah diberikan.
13. *Special thanks to*, Irpan, yang selalu memberikan bantuan, dukungan, nasihat, keceriaan, semangat, dan motivasi dalam setiap keadaan dan selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan kewajiban di bangku perkuliahan ini.
14. Sahabat-sahabat tersayang, yaitu Melani, Sonia, Nurlita, Anggi, Mutopa, Subhan, Rina, Leni, Tika, Sulastri, Dwina, Amni, Aminah, Efti, Elisya, Febri, Indah, Puji, dan Rasinta, yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
15. Keluarga KKN Desa Pagar Jaya Kecamatan Lambu Kibang Kabupaten Tulang Bawang Barat.

16. Teman-teman seperjuangan Praktik Umum, yaitu Tika Puji Rahayu, Dwina Chairunnisa dan Sulastri R. Sianturi, yang selalu ada dan memberi dukungan di saat senang maupun susah.
17. Sahabat seperjuangan Agribisnis 2015 Universitas Lampung.
18. Sahabat seperjuangan Angkatan 2015 Percepatan Skripsi.
19. Seluruh pihak yang telah membantu untuk dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat dituliskan namanya satu persatu.

Terimakasih diucapkan kepada semua pihak, semoga Allah SWT membalas budi baik yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan, akan tetapi penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermafaat bagi semua pihak dan almamater tercinta di masa yang akan datang.

Bandar Lampung, 27 Mei 2022
Penulis,

Gita Dhika Citra Putri Andini

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Agroindustri.....	9
2. Kedelai.....	11
3. Tempe.....	12
4. Teori Biaya.....	14
5. Harga Pokok Produksi.....	15
6. Keuntungan.....	18
7. Pasar dan Pemasaran.....	19
8. Bauran Pemasaran.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	33
III. METODE PENELITIAN	36
A. Metode Penelitian.....	36
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional.....	37
C. Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian dan Responden.....	42
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	44
E. Metode Analisis.....	44

IV. GAMBARAN UMUM LOKASIPENELITIAN.....	49
A. Keadaan Umum Kota Metro.....	49
1. Sejarah KotaMetro.....	49
2. Letak Geografis Kota Metro.....	50
3. Topografi Kota Metro.....	51
4. Keadaan Penduduk Kota Metro.....	52
5. Pendapatan Penduduk Kota Metro.....	53
B. Keadaan Umum Kecamatan Metro Timur.....	55
1. Sejarah Kecamatan Metro Timur.....	55
2. Letak Geografis Kecamatan Metro Timur.....	56
3. Keadaan Penduduk Kecamatan Metro Timur.....	56
4. Sarana Perekonomian Kecamatan Metro Timur.....	56
C. Keadaan Umum Kelurahan Yosdadi.....	57
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Karakteristik Agroindustri Tempe.....	59
1. Keadaan Agroindustri Tempe dan Penggunaan Bahan Baku....	59
2. Pengalaman Berusaha.....	61
B. Karakteristik Responden Agroindustri Tempe.....	62
1. Umur dan Pendidikan Responden.....	62
2. Jumlah Anggota Keluarga Responden.....	63
C. Proses Produksi Tempe.....	64
D. Analisis Harga PokokProduksi.....	67
1. Produksi Tempe.....	67
2. Bahan Baku.....	69
3. Bahan Tambahan.....	71
4. TenagaKerja.....	75
5. <i>Overhead</i> Pabrik.....	78
6. Peralatan.....	80
7. Struktur biaya.....	85
8. Perhitungan Harga Pokok Produksi.....	86
E. Analisis Keuntungan.....	90
1. Konversi Kedelai Menjadi Tempe.....	90
2. Perhitungan Keuntungan.....	90
F. Analisis Bauran Pemasaran.....	94
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105
Tabel 35-48.....	106-134

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kandungan Gizi Kedelai per 100 gram Bahan.....	3
2. Jumlah Persebaran Agroindustri Tempe di Kota Metro.....	4
3. Jumlah Persebaran Agroindustri Tempe di Kecamatan Metro Timur.....	4
4. Jumlah Agroindustri Tempe di Kelurahan Yosodadi tahun 2015-2018.....	5
5. Kandungan Gizi Tempe, Tahu, dan Kecap Per 100 Gram Bahan.....	12
6. Penelitian Terdahulu.....	25
7. Agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	43
8. Harga Pokok Produksi dengan <i>metode full costing</i>	45
9. Luas wilayah dan nama Kecamatan Kota Metro.....	51
10. Jumlah penduduk, luas wilayah, dan kepadatan penduduk menurut Kecamatan di Kota Metro Tahun 2018.....	52
11. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kota Metro Tahun 2018.....	53
12. Produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku dan distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha (industri pengolahan) di Kota Metro tahun 2014-2018.....	54
13. Distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha di Kota Metro tahun 2018.....	55
14. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Metro Timur Tahun 2018.....	56

15. Banyaknya sarana perekonomian di Kecamatan Metro Timur.....	57
16. Tahun berdiri, jumlah tenaga kerja dan jumlah bahan baku agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	60
17. Distribusi jumlah bahan baku (kedelai) yang di gunakan pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	61
18. Pengalaman berusaha responden agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	61
19. Distribusi responden menurut umur dan pendidikan responden.....	62
20. Distribusi responden menurut jumlah anggota keluarga agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	64
21. Produksi dan pendapatan agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	69
22. Penggunaan bahan baku pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	70
23. Penggunaan bahan tambahan (ragi) pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	73
24. Penggunaan bahan tambahan (katul/terigu) pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	75
25. Biaya tenaga kerja pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	77
26. Biaya <i>overhead</i> pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	79
27. Biaya penyusutan peralatan pada Agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	83
28. Biaya pemeliharaan alat penggiling pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, per bulan.....	84

29. Struktur Biaya Pada Agroindustri Tempe di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro.....	85
30. Perhitungan rata-rata harga pokok produksitempe dengan menggunakan Metode <i>Full Costing</i> pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	87
31. Konversi kedelai menjadi tempe agroindistri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	89
32. Perhitungan keuntungan per klaster pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	92
33. Ukuran dan kemasan produk agarindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	95
34. Harga produk berdasarkan ukuran dan kemasan pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Biaya Total.....	15
2. Kerangka pemikiran analisis harga pokok produksi, keuntungan dan bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	35
3. Bagan alir proses pembuatan tempe pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.....	67

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan sektor ekonomi khususnya industri, dalam hal ini pengembangan industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri) merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan nasional di sektor perindustrian. Pengembangan agroindustri dimaksudkan untuk memanfaatkan seoptimal mungkin potensi sektor pertanian dan sektor terkait lainnya dalam upaya meningkatkan produk nasional dan memperkuat struktur perekonomian. Efisiensi dan produktivitas agroindustri perlu terus ditingkatkan guna memperkuat daya saing produknya, baik dipasar internasional maupun domestik.

Dalam perekonomian agroindustri merupakan faktor penting, karena (Soekartawi, 2000) :

- (1) Agroindustri langsung berhubungan dengan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan primer umat manusia, yaitu kebutuhan akan pangan dan sandang.
- (2) Membuka lapangan kerja diluar usahatani.
- (3) Meningkatkan nilai tambah pertanian.
- (4) Meningkatkan penghasilan produk non-migas untuk konsumsi pasar dunia, terutama pada negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia.

Sektor pertanian memiliki keterkaitan dengan sektor perindustrian dan keduanya perlu terus ditingkatkan dengan mengembangkan agroindustri. Pengembangan agroindustri diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan industri kecil sekaligus untuk mengentaskan kemiskinan. Dalam sejarah dibuktikan bahwa keberhasilan ekonomi sebuah negara tidak hanya tertumpu pada industri

manufaktur dan jasanya tetapi juga tangguh dalam agroindustri, sedangkan negara yang memordukan sektor pertanian mengalami kekurangan pangan yang cukup besar sehingga mengalami kemunduran perekonomian.

Agroindustri dapat diartikan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil-hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan seperti mesin dan alat-alat pertanian serta menciptakan jasa untuk kegiatan tersebut dalam hal ini kegiatan pemasarannya. Agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri peralatan dan mesin pertanian serta industri jasa (Soekartawi,2000).

Hampir semua komoditas hasil pertanian di Indonesia dapat diolah, salah satunya adalah kedelai. Kedelai merupakan salah satu komoditas pangan utama disamping padi dan jagung, hal ini dikarenakan kedelai memiliki banyak manfaat dan juga banyak digunakan sebagai bahan dasar makanan di Indonesia. Kacang kedelai merupakan salah satu tanaman palawija bernilai ekonomis tinggi yang memberikan andil cukup besar bagi pembangunan. Pemanfaatan utama kedelai adalah dari biji yang dapat dibuat menjadi tahu (*tofu*), bermacam-macam saus penyedap (salah satunya kecap), tempe, susu kedelai, tepung kedelai, minyak kedelai dan tauco. Hasil olahan kedelai seperti tahu dan tempe merupakan makanan menyehatkan dan mengandung zat gizi seperti protein tinggi, karbohidrat, lemak, mineral serta vitamin (Cahyadi, 2007).

Kedelai memiliki tren konsumsi yang tinggi dibandingkan dengan jenis kacang-kacangan lainnya. Kontribusi kacang kedelai hampir 12 kali lipat dibanding rata-rata konsumsi kacang tanah, dan hampir 6 kali lipat dibanding rata-rata konsumsi kacang hijau (Badan Ketahanan Pangan, 2012).

Kedelai juga memiliki kandungan gizi yang relatif tinggi yang mampu memperbaiki gizi masyarakat apabila dimasukkan dalam pola konsumsi sehari-hari sebagaimana terangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan gizi kedelai per 100 gram bahan

No	Unsur gizi	Jumlah kandungan gizi
1	Energi (kkal)	442,0
2	Air (g)	7,5
3	Protein (g)	34,9
4	Lemak (g)	38,1
5	Karbohidrat (g)	34,8
6	Mineral (g)	4,7
7	Kalsium (mg)	227,0
8	Fosfor (mg)	585,0
9	Zat Besi (mg)	8,0
10	Vitamin A (mg)	33,0
11	Vitamin B (mg)	1,1

Sumber: Cahyadi, 2007

Produk kedelai yang paling dikenal oleh masyarakat adalah tempe. Tempe sebagai salah satu makanan dari olahan kedelai yang terus berinovasi, mulai dari gorengan tempe yang dijual di pinggir jalan hingga sekarang digunakan pada menu-menu masakan di restoran besar. Pembuatan tempe tidak sulit dan dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat yang biasa dipergunakan di rumah, untuk usaha kecil sangat dianjurkan menggunakan alat-alat mekanis.

Tempe dikonsumsi sebagai sumber protein nabati yang harganya lebih murah dibandingkan sumber protein lainnya, yang menjadikan tempe sebagai salah satu sumber protein nabati yang digemari masyarakat. Hal ini menjadikan tempe sebagai peluang usaha yang menjanjikan.

Agroindustri tempe pada umumnya dikelola dalam bentuk industri rumah tangga. Industri tempe merupakan salah satu industri pengolahan pangan yang cukup potensial untuk terus dikembangkan, dikarenakan permintaan akan tempe cukup besar dan tempe juga merupakan produk yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat baik dari kalangan atas maupun bawah. Industri tempe merupakan industri kecil yang mampu menyerap sejumlah besar tenaga kerja baik yang terkait langsung dalam proses produksi maupun yang terkait dengan perdagangan bahan yang merupakan masukan maupun produk hasil olahannya. Industri tempe memiliki peran yang sangat besar didalam usaha pemerataan kesempatan kerja, kesempatan usaha dan peningkatan pendapatan.

Kota Metro merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Lampung dan sebagian besar masyarakat di kota tersebut bermata pencaharian di bidang agroindustri, khususnya di bidang agroindustri tempe, hal tersebut berdasarkan tabel di bawah ini, yaitu tabel persebaran agroindustri tempe di Kota Metro.

Tabel 2. Jumlah persebaran agroindustri tempe di Kota Metro

No	Nama kecamatan	Jumlah agroindustri tempe (unit)
1	Metro Barat	5
2	Metro Pusat	17
3	Metro Selatan	4
4	Metro Utara	31
5	Metro Timur	39
Jumlah		96

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota Metro 2018

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa persebaran agroindustri tempe terbesar di Kota Metro berada di Kecamatan Metro timur yang berjumlah 39 agroindustri tempe. Agroindustri tempe yang berada di Kecamatan Metro Timur sangat menguntungkan bagi pemilik usahanya dikarenakan permintaan tempe yang cukup besar, sehingga industri ini dianggap memiliki potensi yang baik untuk terus dijalankan. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh industri tempe di Kecamatan Metro timur diantaranya yaitu masalah permodalan yang sangat minim dan banyaknya agroindustri sejenis yang terdapat di kecamatan tersebut, hal ini berdasarkan tabel berikut, yaitu tabel persebaran agroindustri tempe di Kecamatan Metro Timur.

Tabel 3. Jumlah persebaran agroindustri tempe di Kecamatan Metro Timur

No	Nama kelurahan	Jumlah agroindustri tempe (unit)
1	Yosodadi	30
2	Yosorejo	1
3	Tejoagung	0
4	Tejosari	1
5	Iringmulyo	7
Jumlah		39

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota Metro 2018

Yosodadi merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Metro Timur yang sebagian penduduknya terlibat dalam usaha agroindustri tempe. Usaha pembuatan tempe masih dilakukan secara tradisional dengan tenaga kerja yang terlibat berasal dari dalam keluarga sendiri dan usaha penjualan tempe yang diambil oleh masyarakat sekitar dan langsung menjual kepasar, jumlah agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi tahun 2015 – 2018

No	Tahun	Jumlah agroindustri tempe (unit)
1	2015	39
2	2017	23
3	2018	30

Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota Metro 2018

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa jumlah pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi mengalami fluktuasi. Fluktuasi jumlah pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi tersebut terjadi sejak tahun 2015 hingga tahun 2018, dimana dalam tabel tersebut terlihat jumlah pengusaha agroindustri tempe terjadi penurunan. Menurut hasil pra survei fluktuasi jumlah pengusaha agroindustri tempe tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik usaha tersebut dalam menentukan harga pokok produksi tempe yang akan mempengaruhi terhadap keuntungan serta kurangnya pengetahuan mengenai bauran pemasaran yang dapat menyebabkan pengusaha agroindustri tempe tidak dapat mengembangkan usahanya bahkan ada beberapa pengusaha agroindustri tempe terpaksa tidak melanjutkan usahanya. Pemilik agroindustri tempe yang ada di Kelurahan Yosodadi belum melakukan penghitungan keseluruhan biaya yang dikeluarkan seperti bahan baku, tenaga kerja, dan pengangkutan. Permasalahan ini menyebabkan pemilik agroindustri tidak mengetahui total biaya yang dikeluarkan sehingga pemilik usaha agroindustri tempe tersebut tidak dapat menentukan harga pokok produksi tempe untuk usahanya tersebut.

Pengaruh kurangnya pengetahuan pemilik agroindustri tempe mengenai cara menghitung keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh usaha yang dijalankannya membuat pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi selama ini belum

pernah melakukan analisis tentang usaha agroindustri tersebut. Hal tersebutseringkali menimbulkan pertanyaan apakah usaha agroindustri tersebut telah menetapkan harga jual yang tepat sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal, walaupun demikian bagi sebagian besar pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi akan tetap dilakukan secara berkelanjutan meskipun tidak pernah dievaluasi karena menurut pengusaha agroindustri tempe ini merupakan mata pencaharian dan menurut data dari pra survei usaha agroindustri tempe yang dijalankan di Kelurahan Yosodadi merupakan usaha yang turun temurun.

Pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi juga tidak mengetahui bahwa dalam produksi tempe yang dihasilkan memiliki harga pokok produksi sebagai penentuan harga jual produk dan akan berpengaruh langsung terhadap keuntungan yang dihasilkan oleh agroindustri tersebut. Dengan diketahuinya harga pokok produksitempe tersebut, maka pengusaha dapat mengetahui berapa harga jual produk yang tidak merugikan usaha mereka, atau dengan kata lain dapat memperoleh keuntungan yang maksimal, sehingga permasalahan yang timbul adalah apakah agroindustri tempe tersebut memberikan keuntungan yang maksimum dengan harga jual yang berlaku saat ini.

Bukan hanya masalah mengenai kurangnya pengetahuan pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi tersebut mengenai perhitungan harga pokok produksi tempe dan keuntungan yang menjadi penyebab jumlah pengusaha agroindustri tempe mengalami penurunan dari tahun 2015 hingga tahun 2018. Masalah lain yang dihadapi oleh pengusaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi tersebut adalah masalah pemasaran produk tempe yang dihasilkan oleh agroindustri tempe yang berada di Kelurahan Yosodadi, dimana penjualan suatu produk akan tergantung bagaimana cara pemasaran produk tersebut.

Menurut data dari hasil pra survei rata- rata produksi tempe yang ada di Kelurahan Yosodadi berkisar antara 15 kg sampai 100 kg kedelai setiap kali produksi. Untuk sebagian besar pengusaha agroindustri tempe yang volume produksinya cukup tinggi yaitu kisaran 30 kg hingga 100 kg setiap kali produksi yaitu produksi dari sebagian besar pengusaha agroindustri yang dapat bertahan

dari tahun 2015, sedangkan untuk pengusaha agroindustri tempe dengan jumlah volume produksi rata-rata dibawah 30 kg setiap kali produksi sebagian besar adalah pengusaha yang baru membuka usahanya di tahun 2018. Menurut hasil pra survei jumlah produksi tersebut berkurang sekitar 40 persen sampai 50 persen dari tahun-tahun sebelumnya. Jumlah produksi yang terus menurun tersebut dipengaruhi oleh pemasaran dari produk tersebut yang tidak maksimal.

Menurut dari data pra survei, tempe yang dihasilkan oleh Agroindustri yang terdapat di Kelurahan Yosodadi tersebut terbagi menjadi 3 ukuran yaitu ukuran kecil, ukuran sedang dan ukuran besar. Ada beberapa agroindustri yang membungkus tempunya menggunakan daun dan konsumen banyak menyukai tempe yang dibungkus daun tersebut, namun pembungkusan tempe menggunakan daun ini mengeluarkan biaya yang lebih besar sedangkan konsumen tetap menginginkan harga tempe yang relatif lebih murah. Dalam hal ini pemasaran sangat penting dalam usaha peningkatan volume penjualan tempe. Bauran pemasaran dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian tempe dengan menggunakan ke tujuh komponennya, sehingga produsen akan mendapatkan keuntungan yang maksimal, maka dari itu diperlukan analisis mengenai bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan suatu analisis untuk mengetahui, penentuan harga pokok produksi dan bauran pemasaran terhadap usaha agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, maka penulis bermaksud untuk mencoba meneliti tentang “ **Analisis Harga Pokok Produksi, Keuntungandan Bauran Pemasaran Agroindustri Tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- (1) Berapa harga pokok produksi tempe pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro?
- (2) Berapa besar keuntungan agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro?

- (3) Bagaimana bauran pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan pemasaran pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini memiliki tujuan, yaitu :

- (1) Mengetahui besar harga pokok produksi tempe agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.
- (2) Mengetahui keuntungan agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.
- (3) Mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan pemasaran pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini antara lain adalah, bagi:

- (1) Agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya.
- (2) Pemerintahan terkait dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan program pengembangan agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi.
- (3) Bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Agroindustri

Menurut Saragih (2000) agroindustri merupakan usaha meningkatkan efisiensi faktor pertanian hingga menjadi kegiatan yang sangat produktif melalui proses modernisasi pertanian. Melalui modernisasi di sektor agroindustri dalam skala nasional, penerimaan nilai tambah dapat ditingkatkan sehingga pendapatan ekspor akan lebih besar lagi. Pembangunan agroindustri khususnya yang berlokasi di pedesaan berarti menempatkan kebijaksanaan pertanian pada posisi yang sebenarnya dengan berlandaskan pada tersedianya sumberdaya yang ada.

Agroindustri merupakan suatu kegiatan atau usaha yang mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman atau hewan melalui proses transformasi dengan menggunakan perlakuan fisik dan kimia, penyimpanan, pengemasan, serta distribusi. Ciri penting dari agroindustri adalah kegiatannya tidak tergantung musim, membutuhkan manajemen usaha yang moderen, pencapaian skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Soekartawi, 2000).

Menurut Soekartawi (2000) agroindustri mampu meningkatkan devisa negara, meningkatkan perekonomian dan menyerap tenaga kerja bagi pelaku agribisnis dan mampu mendorong munculnya industri lain. Skala usaha yang optimal dan efisien, serta mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi. Pentingnya agroindustri sebagai suatu pendekatan pembangunan pertanian dapat dilihat dari kontribusinya terhadap pendapatan pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja dan perolehan devisa. Meskipun demikian dalam pembangunan agroindustri di dalam

negeri, dihadapkan pada beberapa tantangan dan masalah. Masalah tersebut antara lain:

- (a) Beragamnya masalah agroindustri di pedesaan berdasarkan jenis usahanya terutama dalam pemenuhan bahan baku.
- (b) Peran agroindustri pedesaan yang dirasakan masih kurang nyata karena lebih fokus kepada agroindustri di perkotaan.
- (c) Pemerintah kurang konsisten terhadap kebijakan mengenai agroindustri.
- (d) Kurangnya fasilitas permodalan, meskipun ada prosedurnya amat ketat.
- (e) Keterbatasan pasar.
- (f) Lemahnya infrastruktur.
- (g) Kurang perhatian terhadap penelitian dan pengembangan.
- (h) Lemahnya keterkaitan industri hulu dan hilir.
- (i) Kualitas produksi dan prosesing yang belum mampu bersaing.

Firdaus (2012) menjelaskan mengenai karakteristik agroindustri yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan industri lainnya. Karakteristik agroindustri tersebut antara lain adalah:

- (a) Memiliki keterkaitan yang kuat dengan industri hulu maupun industri hilir.
- (b) Menggunakan sumber daya alam yang ada dan dapat diperbaharui.
- (c) Mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif di pasar domestik dan pasar internasional.
- (d) Dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.
- (e) Produk agroindustri pada umumnya bersifat elastis, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Menurut Soekartawi (2000) terdapat tiga karakteristik yang perlu diperhatikan dalam agroindustri, yaitu :

- (a) Komponen biaya bahan baku, pada umumnya merupakan komponen terbesar dalam agroindustri. Ketidakpastian produksi pertanian dapat menyebabkan ketidakstabilan harga bahan baku, sehingga dapat menyulitkan pendanaan dan pengelolaan modal kerja.
- (b) Perlu adanya perhatian dan keterlibatan pemerintah dalam kegiatan agroindustri, karena banyak produk-produk agroindustri merupakan

kebutuhan yang harus dipenuhi dan merupakan komoditas penting bagi perekonomian suatu negara.

- (c) Pasokan bahan baku yang tidak kontinyu dapat menyebabkan kesenjangan antara ketersediaan bahan baku dengan proses produksi dalam kegiatan agroindustri.

2. Kedelai

Kedelai (*Glycine max L Mer*) merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang mengandung protein nabati yang tinggi, sumber lemak, vitamin, dan mineral. Apabila cukup tersedia di dalam negeri akan mampu memperbaiki gizi masyarakat melalui konsumsi kedelai segar maupun melalui konsumsi kedelai olahan seperti tahu, tempe, tauco, kecap, susu dan lain sebagainya. Kedelai merupakan tanaman Cina dan telah dibudidayakan oleh manusia sejak 2500 SM. Kedelai mulai dikenal di Indonesia sejak abad ke-16. Awal mula penyebaran dan pembudidayaan kedelai yaitu di Pulau Jawa, kemudian berkembang ke Bali, Nusa Tenggara dan pulau-pulau lainnya (Crowder, 2007).

Kedelai merupakan tanaman semusim, berupa semak rendah, tumbuh tegak, berdaun lembut, dengan beragam morfologi. Tinggi tanaman berkisar 10 – 200 cm, dapat bercabang sedikit atau banyak tergantung kultivar dan lingkungan hidup. Morfologi tanaman kedelai didukung oleh komponen utamanya yaitu akar, daun, batang, bunga, polong dan biji sehingga pertumbuhannya bisa optimal (Adisarwanto, 2002).

Pengolahan kedelai dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu :

- a. Dengan fermentasi : Pengolahan melalui fermentasi akan menghasilkan kecap, oncom, tauco dan tempe.
- b. Tanpa fermentasi : Bentuk olahan tanpa melalui fermentasi adalah yuba, sere, susu kedelai, tahu, taugé dan tepung kedelai.

3. Tempe

Tempe merupakan sumber protein nabati yang mempunyai nilai gizi yang tinggi dari pada bahan dasarnya. Tempe dibuat dengan cara fermentasi, yaitu dengan menumbuhkan kapang *Rhizopus oryzae* pada kedelai matang yang telah dilepaskan kulitnya. Inkubasi / fermentasi dilakukan pada suhu 25-37C selama 36-48 jam. Selama inkubasi terjadi proses fermentasi yang menyebabkan perubahan komponen-komponen dalam biji kedelai. Persyaratan tempat yang dipergunakan untuk inkubasi kedelai adalah kelembaban, kebutuhan oksigen dan suhu yang sesuai dengan pertumbuhan jamur (Cahyadi, 2007).

Menurut Cahyadi (2007) tempe merupakan sumber protein tinggi yang harga persatuan unit lebih murah apabila dibandingkan dengan sumber protein asal hewani seperti daging, susu dan telur. Harganya juga relatif murah, kandungan gizinya cukup tinggi. Beberapa khasiat tempe bagi kesehatan antara lain menurunkan kolesterol, anti diare dan anti oksidan. Nilai gizi protein tempe meningkat setelah proses peragian, karna terjadinya pembebasan asam amino yang terkandung dalam kedelai diperoleh dari ragi. Tempe yang baik ialah yang tidak banyak campuran-campurannya, misalkan ampas kedelai, onggok, dan sebagainya. Tempe yang baik dibuat dari kacang kedelai yang tidak busuk dan tidak banyak batu-batu kecilnya, dan dipilih biji kedelai yang tua serta berkilat dan agak berminyak, berikut tabel kandungan gizi pada tempe tertera pada Tabel 5.

Tabel 5. Kandungan gizi tempe, tahu, dan kecap Per 100 gram bahan

Kandungan gizi	Tempe	Tahu	Kecap
Energi (kkal)	149,0	68,0	46,0
Protein (g)	18,3	7,8	5,7
Lemak (g)	4,0	4,6	1,3
Kalsium (mg)	129,0	124,0	123,0
Air (g)	64,0	84,8	63,0

Sumber: Cahyadi, 2007

Berdasarkan Tabel 5 tempe, tahu dan kecap memiliki kandungan energi, protein, kalsium dan lemak untuk memenuhi kebutuhan gizi akan tetapi tempe memiliki

energi dan kalsium yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan tahu dan kecap. Kandungan energi dan kalsium yang tinggi pada tempe dapat memenuhi energi dan kalsium bagi tubuh. Selain kandungan gizinya, tempe memiliki harga yang relatif murah sehingga tempe dapat dikonsumsi oleh berbagai konsumen. Sebagai makanan rakyat, tempe mudah dijumpai di pasaran dan dapat dimasak dengan aneka cara seperti digoreng, dibacem, atau bahkan hanya direbus. Masyarakat menyukai tempe sebagai lauk-pauk dan cemilan.

Menurut Astawan (2008) tempe yang baik harus memenuhi syarat mutu secara fisik dan kimiawi. Tempe dikatakan memiliki mutu fisik jika tempe itu sudah memenuhi ciri-ciri tertentu. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut :

(a) Warna putih

Warna putih ini disebabkan adanya miselia kapang yang tumbuh pada permukaan biji kedelai.

(b) Tekstur tempe kompak

Tempe yang baik mempunyai bentuk kompak yang terikat oleh Miselium sehingga terlihat berwarna putih dan bila diiris terlihat keeping kedelainya.

(c) Aroma dan rasa khas tempe

Terbentuk aroma dan rasa yang khas pada tempe disebabkan terjadinya degradasi komponen-komponen dalam tempe selama berlangsungnya proses fermentasi.

Dalam prosesnya dari kedelai menjadi tempe harus melalui proses fermentasi. Fermentasi adalah salah satu bentuk respi anaerobik, akan tetapi, terdapat definisi yang lebih jelas yang mendefinisikan fermentasi sebagai respirasi dalam lingkungan anaerobik dengan tanpa akseptor elektron eksternal. Fermentasi menjadikan tekstur kedelai menjadi lebih lunak sehingga lebih mudah dicerna. Pengolahan kedelai menjadi tempe juga menurunkan kadar stakiosa dan raffinosa, senyawa yang dapat menyebabkan kembung perut atau flatulensi. Dibandingkan kedelai, mengkonsumsi tempe juga memiliki kelebihan. Secara kimiawi, tempe mengandung protein lebih tinggi, nitrogen terlarut meningkat, asam lemak bebas meningkat dan nilai cerna juga meningkat (Astawan, 2008).

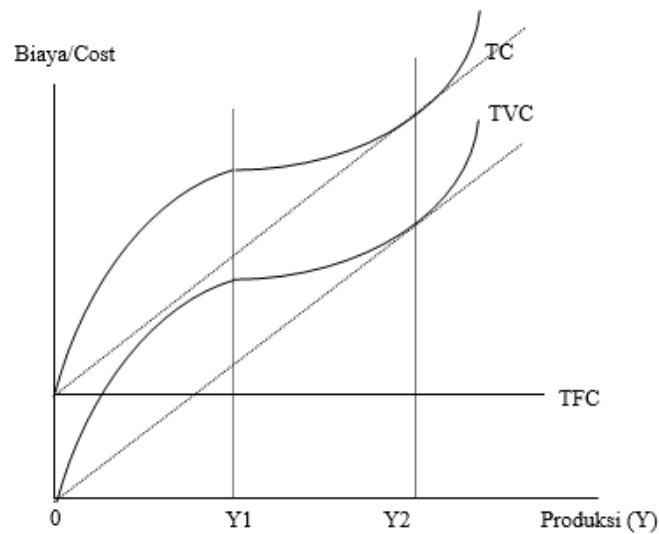
4. Teori Biaya

Menurut Mulyadi (2002) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam arti sempit diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok, atau dalam pengertian lain biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan didalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Daniel (2002) biaya produksi adalah kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh peternak dalam proses produksi, baik secara tunai maupun secara tidak tunai. Biaya tetap yang dikeluarkan pengolah ikan terdiri dari biaya bahan baku, obat-obatan, perlengkapan, tenaga kerja upahan, dan tenaga kerja keluarga.

Suratiah (2002) menyatakan bahwa biaya dan pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal, eksternal dan faktor manajemen. Faktor internal maupun eksternal akan bersama-sama mempengaruhi biaya dan pendapatan. Faktor internal meliputi umur petani, tingkat pendidikan dan pengetahuan, jumlah tenaga kerja keluarga, luas lahan. Faktor eksternal terdiri dari input yang terdiri atas ketersediaan dan harga. Faktor manajemen berkaitan dengan pengambilan keputusan dengan berbagai pertimbangan ekonomis sehingga diperoleh hasil yang memberikan pendapatan yang maksimal.

Menurut Mulyadi (2002) berdasarkan volume kegiatan, biaya dibedakan atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixedcost*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi yang jumlah totalnya tetap pada volume kegiatan tertentu, sedangkan biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel dinamakan biaya total, kurva biaya total dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kurva Biaya Total

Keterangan:

TC : *Total Cost* (Total Biaya)

TVC : *Total Variabel Cost* (Biaya Variabel Total)

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

Gambar 1 menunjukkan sumbu x adalah *output* dan sumbu y adalah biaya total. TFC adalah biaya tetap total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. TVC atau biaya variabel total merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya. TC atau biaya total merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya total variabel dan biaya total akan meningkat dengan meningkatnya *output*. Biaya total merupakan biaya keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya total ini didapat dari penjumlahan biaya tetap total (TFC) dan biaya variabel total (TVC).

5. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah semua biaya langsung dan tidak langsung yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi sehingga barang atau jasa tersebut bisa dijual. Perusahaan harus menghitung harga pokok suatu barang karena sangat penting untuk pelaporan keuangan perusahaan. Penentuan harga pokok

produksi dilakukan sebelum perusahaan menentukan harga jual. Harga ini nantinya akan digunakan oleh manajemen untuk membandingkan dengan pendapatan dan disajikan dalam laporan laba rugi. Perusahaan juga akan lebih mudah melakukan pengontrolan produksi jika mengetahui harga pokoknya. Banyak perusahaan yang salah dalam penentuan harga pokok produksi karena mengira harga pokok produksi sama dengan harga jual. Sebenarnya keduanya berbeda, karena harga jual telah ditambah dengan keuntungan yang diinginkan perusahaan sedangkan harga pokok produksi tidak (Mulyadi, 2002).

Menurut Mulyadi (2002) untuk menghindari kesalahan dalam menentukan harga pokok produksi maka harus diketahui komponen apa saja yang harus ada dalam perhitungan tersebut, berikut komponen-komponen dalam perhitungan harga pokok produksi.

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah semua biaya yang digunakan untuk membeli bahan baku produksi, tidak hanya harga bahan pokok dari sebuah barang, tetapi semua komponen untuk menyiapkan bahan baku tersebut. Biaya ini terdiri dari harga bahan pokok, harga bahan tambahan, dan harga ongkos pengiriman barang.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya ini merupakan semua biaya yang diperlukan untuk membayar tenaga kerja produksi yang mampu merubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya ini termasuk dalam harga pokok produksi karena tenaga yang dipekerjakan bekerja untuk memproduksi barang. Contoh dari biaya tenaga kerja langsung adalah biaya gaji yang dibayarkan pada buruh pabrik, yang secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produksi.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* merupakan semua biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi bahan baku menjadi produk jadi siap dijual. Biaya ini meliputi biaya tenaga kerja tidak langsung yang bekerja tidak secara langsung mengerjakan pembuatan produk. Biaya penyusutan peralatan produksi juga termasuk dalam biaya ini karena peralatan secara langsung digunakan tetapi tidak setiap periode memerlukan biaya servis atau perawatan.

Mulyadi (2002) menjelaskan bahwa dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan, yaitu *full costing* dan *variable costing*.

a. *Full costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

b. *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku *variable* ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

Mulyadi (2002) menjelaskan bahwa perbedaan pokok yang ada di antara kedua metode (*full costing* dan *variable costing*) adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap akan mempunyai akibat pada perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan rugi laba. Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal, atau atas dasar biaya *overhead* pabrik

sesungguhnya. Biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

6. Keuntungan

Teori keuntungan digunakan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan maka harus ada keseimbangan antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Keuntungan yaitu imbalan yang diterima oleh seluruh rumah tangga pada lapisan masyarakat dalam suatu negara atau daerah, dari penyerahan faktor-faktor produksi atau setelah melakukan kegiatan perekonomian. Keuntungan tersebut digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sisanya merupakan tabungan untuk memenuhi hari depan (Tito, 2011).

Keuntungan agroindustri menurut Soekartawi (2000) dapat diperoleh dengan menghitung selisih antara pendapatan dari hasil usaha dengan biaya produksi

$$\Pi = TR - TC \dots\dots\dots(1)$$

$$TR = P \times Q \dots\dots\dots(2)$$

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots(3)$$

dimana:

Π = keuntungan (Rp)

TR = *Total Revenue* (Pendapatan Total)

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

TVC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

Q = *Quantity* (Unit)

P = *Price* (Harga)

TFC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

Pendapatan (*Revenue*) adalah pendapatan produsen dari hasil penjualan produksinya. Pendapatan total (*Total revenue*) adalah jumlah produk dikalikan dengan harga jual produk. (Arif dan Amalia, 2010).

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam kegiatan produksi. Biaya produksi dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi (Soekartawi, 2000).

Besarnya keuntungan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan pengolahan produk hasil pertanian tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya, seperti tingkat produksi, intensitas, dan efisiensi penggunaan tenaga kerja. Dalam melakukan kegiatan pengolahan, diharapkan dapat meningkatkan pendapatannya sehingga kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah, maka pendapatan yang diterima juga akan berubah (Soekartawi, 2000).

7. Pasar dan Pemasaran

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Menurut pandangan bisnis penjual dipandang sebagai industri dan pembeli sebagai pasar. Pemasar adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (*value*), sedangkan pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran nilai. Pemasar dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual (Keegan dan Malcolm, 1999).

Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, *pricing*, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan sekaligus atau pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Pemasaran merupakan pencocokan antara kemampuan dan keinginan untuk mencapai tujuan timbal balik yang saling menguntungkan. Pemasaran sendiri memiliki peran untuk memastikan bahwa perusahaan berfokus pada lingkungan

total dari bisnis, pasar, persaingan, konsumen, pemerintah dan *trend* serta bahwa pemasaran menggunakan semua pengetahuan dan pengalaman untuk mengembangkan suatu hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumennya (Keegan dan Malcolm, 1999).

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dari kebutuhan dan keinginan manusia sehingga penting diketahui perbedaan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan manusia (*human needs*) adalah ketidak beradaan beberapa kepuasan dasar, sedangkan keinginan (*wants*) adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Keinginan manusia terus dibentuk oleh kekuatan dan lembaga sosial seperti sekolah, keluarga dan perusahaan. Permintaan (*demands*) adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan dapat menjadi sebuah permintaan jika didukung oleh daya beli (Kotler, 1997).

Menurut Laksana (2008) ada 10 jenis produk, yang merupakan bagian ruang lingkup pemasaran yaitu :

- a. *Goods* : barang-barang fisik.
- b. *Service* : jasa atau pelayanan yang bersifat non fisik yang menyertai atau tidak menyertai produk barang fisik.
- c. *Persons* : keahlian atau ketenaran seseorang.
- d. *Events* : kegiatan atau peristiwa yang dibutuhkan oleh orang banyak.
- e. *Experiences* : pengalaman kegiatan atau seseorang yang dapat dinikmati oleh orang lain.
- f. *Places* : tempat atau kota yang memiliki keunggulan, dan keindahan
- g. *Properties* : hak kepemilikan bisa berupa benda nyata (*real estate*) atau finansial (saham dan obligasi).
- h. *Organization*: lembaga atau wadah yang dapat memberikan citra atau nilai jual dari suatu produk.
- i. *Information* : informasi yang dapat diproduksi dan dipasarkan (sekolah dan surat kabar).
- j. *Ideas* : gagasan yang menghasilkan produk yang diminati oleh konsumen.

8. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (1997) produk yang dipasarkan agar dapat memasuki pasar sasaran maka oleh para pemasar digunakan alat atau instrumen yang dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran Pemasaran adalah salah satu alat analisis pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Ada banyak alat analisis manajemen pemasaran, salah satunya adalah konsep bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

a. Produk

Definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau suatu kebutuhan. Dalam pengertian luas produk dapat mencakup apa saja yang bisa ditawarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa, organisasi dan gagasan. Setiap produk dilihat dalam lima tingkatan. Tingkat paling dasar adalah manfaat utama, yaitu jasa atau manfaat dasar yang sesungguhnya dibeli pelanggan. Pada tingkat kedua, pemasar harus mengubah manfaat itu menjadi produk generik, yaitu versi dasar dari produk tersebut. Pada tingkat ketiga, pemasar mempersiapkan produk yang diharapkan dan disetujui pembeli ketika membeli produk itu. Pada tingkat keempat, pemasar menyiapkan produk tambahan yang meliputi tambahan jasa dan manfaat yang akan memberdayakannya dari produk pesaing. Pada tingkat kelima adalah produk potensial yaitu semua tambahan dan perubahan yang mungkin didapat produk tersebut di masa depan.

b. Harga

Harga adalah sejumlah nilai uang yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen-elemen yang lain membutuhkan biaya. Strategi bauran harga yang dilakukan suatu perusahaan meliputi strategi penetapan harga, tingkat harga, keseragaman harga serta syarat-syarat

pembayaran. Perusahaan perlu menyesuaikan harga terhadap berbagai kondisi pasar. Pertama, penetapan harga geografis dimana perusahaan memberikan harga sesuai dengan jarak konsumen. Kedua diskon harga dan potongan pembelian dimana perusahaan membuat diskon kas, diskon jumlah, diskon fungsional, diskon musim dan potongan pembelian. Ketiga penetapan harga promosi dimana perusahaan memutuskan penetapan harga pimpinan yang rugi, harga peristiwa khusus, rabat kas dan diskon psikologis. Keempat, penetapan harga diskriminatif dimana perusahaan membuat harga yang berbeda bagi segmen konsumen, bentuk produk, citra merek, waktu dan tempat yang berbeda. Kelima, penetapan harga bauran produk dimana perusahaan memutuskan wilayah harga bagi beberapa produk dalam suatu lini produk dan atas penetapan harga fungsi tambahan, produk tawaran, produk sampingan, dan kumpulan produk.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghasilkan harga tertentu dalam memilih strategi penetapan harga. Metode penetapan harga tersebut antara lain :

(1) Penetapan harga *mark-up*

Metode penetapan harga yang paling mendasar adalah dengan menambahkan mark-up standar pada biaya produk.

(2) Berbasis Permintaan

Suatu metode yang menekankan pada berbagai faktor yang memengaruhi selera dan kesukaan pelanggan berdasarkan kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, manfaat yang diberikan produk dan perilaku konsumen secara umum.

(3) Berbasis Biaya

Faktor penetapan harga yang dipengaruhi aspek penawaran atau biaya, dan bukannya aspek permintaan. Harga akan ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran produk yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya langsung, *overhead*, dan juga laba/rugi.

(4) Berbasis Laba

Penetapan harga yang didasarkan pada keseimbangan biaya dan pendapatan. Metode ini memiliki 3 pendekatan yaitu, target *profit pricing* (penetapan harga berdasarkan target keuntungan), target *return on sales pricing* (target

harga berdasarkan penjualan), dan target *return on investment pricing* sebuah perusahaan.

(5) Berbasis persaingan

Penetapan harga yang dilakukan dengan mengikuti apa yang dilakukan pesaing. Metode ini memiliki 3 pendekatan melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar atau memberi harga lebih tinggi dari pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik (Purnama,2001).

c. Distribusi

Saluran distribusi sebagai sekumpulan organisasi yang saling tergantung satu sama lain yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk untuk digunakan atau dikonsumsi. Jadi sebuah saluran distribusi melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari konsumen. Berkaitan dengan tingkatan saluran pemasaran, strategi-strategi yang dikembangkan dalam rangka mencapai saluran distribusi adalah :

(1) Strategi distribusi intensif

Perusahaan menggunakan jumlah perantara sebanyak mungkin untuk mencapai konsumen.

(2) Strategi distribusi selektif

Perusahaan memilih sejumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam daerah geografis tertentu.

(3) Strategi distribusi eksklusif

Perusahaan hanya menggunakan satu perantara dengan pelimpahan wewenang untuk menyalurkan produknya, penjualan lebih agresif dan meningkatkan *image* produk (Swastha dan Sukotjo, 2000).

d. Promosi

Pemasaran modern menghendaki lebih daripada mengembangkan produk yang baik, menetapkan harga yang bersaing, dan memungkinkannya dijangkau pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus mampu mengkomunikasikan diri dengan pelanggan yang ada maupun yang potensial. Komunikasi pemasaran ini dilakukan perusahaan melalui promosi. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan pelanggan agar membeli produk tersebut. Bauran promosi terdiri dari empat alat utama yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi/personal. Iklan meliputi setiap bentuk dari penyajian non personal, promosi ide-ide, dan promosi barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang mendapat imbalan dari perusahaan. Promosi penjualan berupa insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian maupun penjualan suatu produk atau jasa (Buchari,2007).

B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk menjadi pembanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, serta diperlukan sebagai petunjuk dan penuntun dalam penentuan model analisis data yang sebaiknya digunakan dalam menganalisis data penelitian. Penelitian terdahulu akan memberikan gambaran tentang penelitian sejenis yang akan dilakukan, sehingga dapat dijadikan referensi. Penelitian ini menganalisis tentang harga pokok produksi, keuntungan dan bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yososdadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Kajian penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Penelitian terdahulu

No	Judul dan peneliti	Tujuan peneltian	Metode analisis	Hasil Pembahasan
1	Analisis Pendapatan dan Biaya Pokok Produksi Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. (Purwaningsih, 2018)	Menganalisis pendapatan dan biaya pokok produksi usahatani ubi kayu.	Metode analisis yang digunakan adalah perhitungan biaya, penerimaan, pendapatan, keuntungan dan analisis hpp usahatani ubi kayu.	Rata-rata produksi usahatani ubi kayu sebesar 25,369 ton/ha, Rata-rata pendapatan di atas biaya tunai sebesar Rp12.190.194/ ha, Rata-rata pendapatan di atas biaya total sebesar Rp 5.447.277/ha dan biaya pokok produksi usahatani ubi kayu yaitu sebesar Rp769/kg dengan selang kepercayaan 95% antara Rp480.00/kg dan Rp 815/kg.
2	Analisis Pendapatan dan Biaya Pokok Produksi Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Bandar Mataram, Kabupaten Lampung Tengah. (Mansi, 2018)	Menganalisis pendapatan, biaya pokok produksi dan selang kepercayaan usahatani ubi kayu.	Metode analisis yang digunakan adalah perhitungan biaya, penerimaan, pendapatan, keuntungan dan analisis hpp usahatani ubi kayu.	Rata-rata produksi usahatani ubi kayu sebesar 24,94 ton/ha dengan pendapatan rata-rata usahatani ubi kayu per hektar di atas biaya tunai sebesar Rp 12.854.874 dan di atas biaya total sebesar Rp 5.716.769. Biaya pokok produksi usahatani ubi kayu adalah sebesar Rp547/kg dengan selang kepercayaan 95% antara Rp420/kg dan Rp863/kg.

Tabel 6. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No	Judul dan peneliti	Tujuan peneltian	Metode analisis	Hasil Pembahasan
3	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu dengan Metode Full Costing Pada Industri Kecil (Studi Kasus Cv Laksa Mandiri) (Eprilianta, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis perhitungan harga pokok produksi produk tahu yang dilakukan oleh CV Laksa Mandiri. 2. Menganalisis perhitungan harga pokok produksi produk tahu dengan metode full costing pada CV Laksa Mandiri. 3. Menganalisis perbedaan antar metode full costing dan metode yang digunakan oleh CV Laksa Mandiri serta pengaruhnya terhadap harga jual. 	Analisis hpp dengan metode full costing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh CV Laksa Mandiri masih sangat sederhana dengan menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, biaya yang dihitung oleh CV Laksa Mandiri yaitu untuk tahu kuning sebesar Rp 222,94 dan tahu putih sebesar Rp 203,50. 2. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan dengan metode full costing pada CV Laksa mandiri ialah dengan menghitung seluruhbiaya dengan tahu kuning sebesar Rp 227,57 dan tahu putih sebesar Rp 207,84. 3. Pada perhitungan harga pokok produksi dengan metode full costing harga pokok produksi yang dihasilkan lebih besar dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi dengan metode perusahaan.

Tabel 6. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No	Judul dan peneliti	Tujuan peneltian	Metode analisis	Hasil Pembahasan
4	Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah Dan Prospek Pengembangan Agroindustri Marning Di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. (Agustina, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis besarnya Harga Pokok Produksi. 2. Mengetahui nilai tambah. 3. Mengetahui prospek pengembangan agroindustri marning. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis hpp dengan metode full costing. 2. Ananlisis niaini tambah dengan metode hayami. 3. identifikasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perolehan harga pokok produksi dengan metode <i>variable costing</i> per kilogram pada agroindustri marning yaitu sebesar Rp 9.634,76. Harga pokok produksi tersebut merupakan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan per kilogram marning. 2. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan 1 kg jagung menjadi marning adalah Rp 3.715,88 per kg. Rasio nilai tambah yang diperoleh yaitu 0,36 atau 36 persen. Hal ini berarti, dalam pengolahan diterima oleh pengolahan marning dalam menghasilkan nilai tambah pada jagung. 3. Prospek pengembangan agroindustri marning di Desa Karang Anyar dapat dikatakan cukup prospektif, jika dilihat dari identifikasi terhadap ketersediaan bahan baku, ketersediaan tenaga kerja, penawaran marning, daerah pemasaran produk, dukungan masyarakat, dan dukungan pemerintah.

Tabel 6. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No.	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Pembahasan
5	Analisis Penentuan Beban Pokok Produksi Pada Usaha Tempe Sumber Mas Jember. (Baihaqi, 2018)	Untuk mengetahui sistem pengendalian biaya yang digunakan usaha tempe sumber mas, perhitungan beban pokok produksi tempe dengan metode <i>full costing</i> dan perhitungan biaya produksi.	Menggunakan metode perhitungan hpp <i>full costing</i> .	Perhitungan beban pokok produksi tempe tiap potongnya lebih besar nilainya ketika dilakukan perhitungan hpp dengan metode <i>full costing</i> dibandingkan yang dilakukan perusahaan dengan selisih Rp 97,838. Usaha tempe Sumber Mas memproduksi tempe sebanyak 139.221 potong selama sebulan dan selisih biaya produksi tempe antara perhitungan dengan metode <i>full costing</i> dan metode perhitungan hpp oleh perusahaan adalah Rp 13.621.104,198.
6	Analisis Pendapatan Industri Tempe di Gampong Gunong Cut Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya. (Alfina, 2016)	Untuk mengetahui berapa besar tingkat pendapatan dari industri tempe di Gampong Gunong Cut Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya.	Metode analisis yang digunakan adalah perhitungan biaya, penerimaan, pendapatan dan keuntungan.	Berdasarkan hasil penelitian, maka rata-rata total biaya yang dikeluarkan industri tempe di Gampong Gunong Cut Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya dalam sebulan proses produksi adalah sebesar Rp 5.642.194, rata-rata penerimaan sebesar Rp 6.425.000, jadi rata-rata keuntungan perbulan dalam proses produksi pada industri tempe di Gampong Gunong Cut adalah sebesar Rp 782.806.

Tabel 6. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No	Judul dan peneliti	Tujuan peneltian	Metode analisis	Hasil Pembahasan
7	Manajemen Produksi dan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Berbagai Tipe Peternak Ayam Broiler. (Kurniawati, 2014)	untuk mengetahui manajemen produksi ayam broiler dan harga pokok produksi ayam broiler peternak tipe mandiri, semi mandiri dan peternakan tipe kemitraan.	Menggunakan metode perhitungan hpp <i>full costing</i> dan variabel <i>costin</i> .	Peternak kemitraan rata-rata HPP yang didapatkan selama satu tahun yaitu Rp13.539,48/kg dengan rata-rata harga jual ayam broiler selama satu tahun adalah sebesar Rp14.330,57/kg. Untuk itu dapat dilihat bahwa selisih antara harga pokok dari perhitungan dan harga jual adalah sebesar Rp 791,09. Peternak semi mandiri rata-rata HPP yang diperoleh selama satu tahun yaitu Rp13.372,09/kg dengan rata-rata harga jual selama satu tahun ternak ayam broiler adalah sebesar Rp 14.700,00/kg. Untuk itu selisih antara harga pokok dari perhitungan dan harga jual adalah sebesar Rp 1.327,91.

Tabel 6. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No.	Judul dan Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Pembahasan
8	Strategi Pemasaran Produk Tortila Jagung (Studi Kasus UMKM KWT Kemuning II Desa Marga Catur, Kalianda) (Alfian, 2017)	mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dan menentukan strategi pemasaran produk tortilla jagung di KWT KemuningII.	Metode anlisis SWOT.	Prioritas strategi yang dapat digunakan untuk memperluas daerah pemasaran yaitu memperbaiki sistem manajemen internal dengan cara meningkatkan motivasi kerja dan melakukan kegiatan promosi dengan media cetak dan elektronik.
9	Analisis Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus) Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung. (Ledy, 2018)	Adapun tujuan dari penelitan ini adalah, sebagai berikut: 1. Mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan pemasaran pada agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan. 2. Mengetahui strategi pengembangan yang ada pada agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan.	Metode analisis deskriptif kualitatif bauran pemasaran 4p dan analisis SWOT.	1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung adalah: a. Produk Kopi Bubuk Cap Intan adalah bubuk hitam, dengan warna hitam pekat, dikemas menggunakan plastik transparan dengan berbagai macam ukuran, terdapat label halal pada kemasan, serta berkualitas baik. b. Metode penetapan harga yang ditawarkan Kopi Bubuk Cap Intan adalah berdasarkan harga pesaing. c. Distribusi Kopi Bubuk Cap Intan berada di Jl. KP Empang d. Kegiatan promosi yang telah diterapkan oleh agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan adalah penjualan tatap muka

				(<i>personal selling</i>) dan promosi penjualan, serta belum melakukan periklanan dan publisitas.
				2. Strategi pengembangan pada a Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung adalah : (a) memanfaatkan teknologi yang digunakan, (b) memanfaatkan lokasi yang berada di pasar dan terus bekerjasama dengan PTPN 7, (c) mempertahankan kualitas produk, (d) memberdayakan kemampuan serta keterampilan SDM.
10	Pengaruh Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung. (Octaviani, 2014)	untuk mempelajari karakteristik responden konsumen jus buah segar di Bandar Lampung, menganalisis pengaruh bauran pemasaran, (meliputi produk, harga, tempat dan promosi) terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk membeli jus buah segar di Bandar Lampung, menganalisis pengaruh faktor sosial, pribadi dan psikologi konsumen dalam membeli jus	Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dan statistik Structural Equation Models (SEM) serta Rank Spearman. Analisis Rank Spearman digunakan untuk melihat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Pengaruh bauran	Konsumen dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan, dengan persentase konsumen perempuan 69,5 persen dan laki-laki 30,5 persen, sedangkan konsumen jus buah paling besar adalah konsumen jus buah yang berusia 21 tahun. Variabel produk dan harga dalam bauran pemasaran berpengaruh secara nyata terhadap pembelian jus buah. Faktor pribadi dan sosial secara nyata memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian jus buah segar oleh konsumen di Bandar Lampung, sedangkan yang lain tidak berpengaruh

buah segar di Bandar Lampung, serta menganalisis faktor-faktor dominan bauran pemasaran dan perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli jus buah segar di Bandar Lampung.

pemasaran (marketing mix) dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian jus buah segar di Bandar Lampung dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Models (SEM).

secara nyata. Berdasarkan nilai loading dari analisis SEM, variabel bauran pemasaran dan perilaku konsumen yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian jus buah segar di Bandar Lampung, adalah variabel produk, sedangkan berdasarkan analisis korelasi Rank Spearman, yang berhubungan nyata terhadap pembelian adalah macam/jenis buah, kemasan, rasa, pelayanan, dan kesukaan terhadap jus buah segar. Variabel-variabel yang berhubungan nyata terhadap pembelian kembali adalah macam atau jenis buah, kemasan, rasa, pelayanan, harga, dan kesukaan.

C. Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada pengolahan sumberdaya hasil pertanian. Produk pertanian yang bersifat mudah rusak adalah alasan bagi pelaku pertanian untuk melakukan pengolahan agar membuat produk menjadi lebih tahan lama. Usaha pengolahan yang memberikan nilai tambah salah satunya adalah agroindustri tempe, untuk menghasilkan produk tersebut dibutuhkan input, adapun input yang digunakan yaitu bahan baku utama kedelai, bahan baku penunjang seperti ragi, katul atau terigu, bahan bakar dan lainnya.

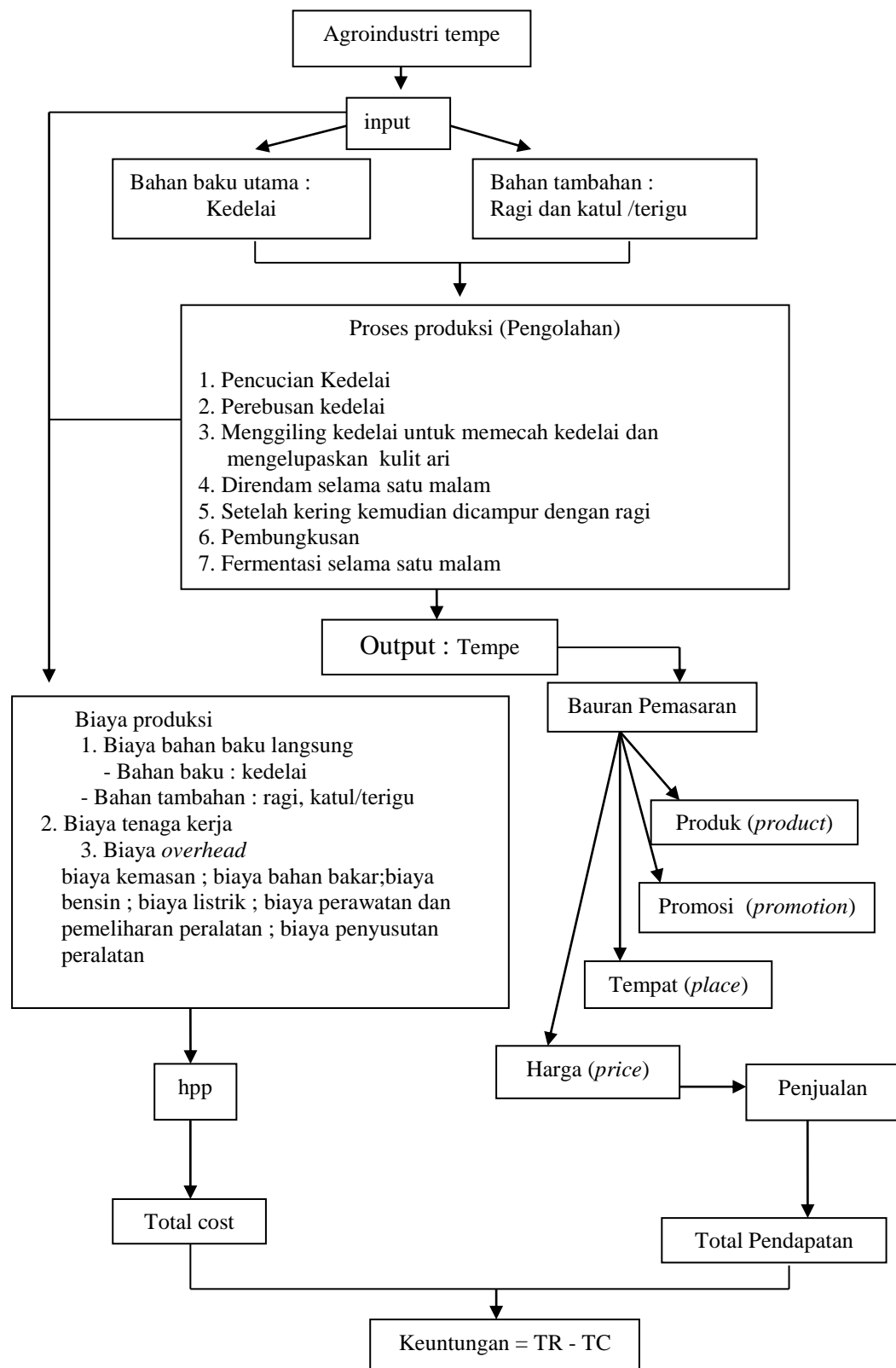
Metro Timur khususnya Kelurahan Yosodadi adalah salah satu kelurahan yang mayoritas masyarakat di Daerah tersebut mengusahakan usaha di bidang agroindustri tempe, namun di Kelurahan tersebut mengalami penurunan jumlah agroindustri dari tahun 2015 yaitu sebanyak 39 agroindustri dan pada tahun 2018 menurun menjadi 30 agroindustri tempe di Kelurahan tersebut, dan juga kebanyakan dari pengusaha agroindustri tempe yang menutup usahanya tidak membuka usahanya kembali, dan jumlah agroindustri yang tumbuh pada tahun 2018 adalah pengusaha agroindustri yang baru. Pada penelitian ini akan diteliti mengenai harga pokok produksi tempe yang akan diketahui keuntungan yang sebenarnya dari agroindustri tersebut dan juga menganalisis mengenai bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk yang dihasilkan oleh agroindustri tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah agar pengusaha usaha agroindustri tempe mengetahui harga pokok produksi tempe sehingga menunjukkan keuntungan yang benar-benar dihasilkan oleh usaha yang dijalankan, selain itu bauran pemasaran dianggap penting untuk meningkatkan volume penjualan dan juga mengetahui keuntungan yang dihasilkan oleh agroindustri. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan agroindustri tempe yaitu ditentukan oleh pengadaan bahan baku, baik dari segi kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi yang mendukung pengadaan bahan baku. Bahan baku merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup suatu agroindustri. Hal ini dikarenakan

bahan baku akan digunakan sebagai *input* atau faktor produksi yang akan menghasilkan *output* atau hasil produksi.

Transformasi kedelai hingga menjadi tempe tersebut tentu memerlukan biaya-biaya dalam proses pengelohannya. Biaya-biaya tersebut akan mempengaruhi dalam penentuan harga pokok produksi tempe, masih banyak pengusaha yang keliru mengenai harga pokok produksi dengan harga jual. Dalam penelitian ini akan di analisis harga pokok produksi yang akan mempengaruhi keuntungan yang dihasilkan oleh usaha tersebut, sehingga akan terlihat apakah keuntungan yang dihasilkan saat ini benar-benar dapat memberikan dampak berkelanjutan bagi usaha yang dijalankan saat ini untuk masa yang akan mendatang. Selain penentuan harga pokok produksi tempe dan keuntungan dalam penelitian ini akan menganalisis bauran pemasaran produk tempe yang dihasilkan oleh agroindustri yang berada di Kelurahan Yosodadi tersebut. Keuntungan suatu usaha akan ditentukan dari volume penjualan, maka dengan adanya bauran pemasaran diharapkan volume penjualan akan meningkat.

Berdasarkan hal tersebut, maka akan diteliti mengenai harga pokok produksi tempe yang berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode produksi, keuntungan dan bauran pemasaran. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu pelaku industri untuk mengetahui harga pokok produksi, keuntungan serta bauran pemasaran. Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pemikiran analisis harga pokok produksi tempe, keuntungandan bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis harga pokok produksi, keuntungan dan bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode sensus untuk klaster rumah tangga menurut BPS karena, agroindustri tempe pada penelitian ini memiliki tenaga kerja sebanyak 2 sampai 4 orang dan diklasifikasikan menjadi 2 tingkatan yaitu kecil dan sedang berdasarkan produktivitas atau jumlah kedelai yang diproduksi menjadi tempe. Metode penelitian sensus merupakan salah satu metode digunakan di dunia penelitian untuk memperoleh data dan jawaban terhadap berbagai pertanyaan dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan. Dalam penelitian ini metode sensus digunakan untuk memperoleh data atau informasi mengenai harga pokok produksi tempe, keuntungan dan bauran pemasaran agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.

Menurut Supranto (2008) pengertian sensus adalah cara pengumpulan data apabila seluruh elemen populasi diselidiki satu persatu, dimana dalam penelitian ini semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Penelitian dengan menggunakan metode sensus bertujuan untuk membuat generalisasi dengan kesalahan relatif kecil. Menurut BPS penggolongan perusahaan industri pengolahan ini semata-mata hanya didasarkan kepada banyaknya tenaga kerja yang bekerja, tanpa memperhatikan apakah perusahaan itu menggunakan mesin tenaga atau tidak, serta tanpa memperhatikan besarnya modal perusahaan itu. Perusahaan industri pengolahan dibagi dalam 4 golongan yaitu, industri besar (banyaknya tenaga kerja 100 orang atau lebih), industri sedang (banyaknya tenaga kerja 20-99 orang), industri kecil (banyaknya tenaga kerja 5-19 orang), industri rumah tangga (banyaknya tenaga kerja 1-4 orang).

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan istilah khusus yang mencakup pengertian untuk mendapatkan data dan melakukan analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut :

Agroindustri adalah subsistem dari sistem agribisnis yang mempunyai kaitan langsung dengan produksi pertanian yang memproses hasil pertanian dari bahan nabati atau yang berasal dari tanaman serta hewani atau yang dihasilkan oleh hewan menjadi produk dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan nilai ekonomis. Proses yang digunakan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi.

Agroindustri tempe merupakan suatu kegiatan pengolahan atau suatu kegiatan yang mengubah bahan baku kedelai menjadi sebuah produk yang memiliki nilai tambah dan nilai ekonomis yaitu tempe.

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan atau proses mengolah untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah dan bernilai ekonomis yang tinggi. Salah satu kegiatan tersebut adalah pengolahan kedelai dengan melakukan suatu kesatuan proses kegiatan untuk mengolah kedelai tersebut menjadi tempe.

Input merupakan bahan-bahan dan alat-alat serta tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan produk tempe. Input pada agroindustri tempe terdiri dari bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja dan peralatan.

Jumlah bahan baku adalah jumlah bahan utama yang digunakan sebagai dasar untuk pembuatan suatu produk, dimana bahan tersebut diolah kembali melalui proses tertentu untuk dibuat menjadi bentuk yang lain. Bahan baku utama yang digunakan pada agroindustri tempe adalah kedelai yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Bahan tambahan adalah barang yang dimanfaatkan dalam proses produksi, namun bukan merupakan bagian dari bahan baku utama untuk menghasilkan suatu produk dan bahan tambahan ini juga membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut. Bahan tambahan yang digunakan pada agroindustri tempe adalah ragi dan katul/terigu, dalam pembuatan ragi ini akan dicampur dengan katul/terigu.

Ragi adalah bibit yang digunakan untuk pembuatan tempe. Ragi tempe mengandung jamur *Rhizopus sp* yang dikenal juga dengan jamur tempe. Dalam proses produksi tempe ragi ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Katul/terigu adalah salah satu bahan tambahan yang digunakan sebagai bahan campuran dalam pembuatan ragi. Dalam pembuatan ragi katul/terigu ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Output merupakan hasil dari proses produksi berupa tempe yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Tempe merupakan makanan yang dibuat dari fermentasi kacang kedelai dengan menggunakan beberapa jenis kapang *Rhizopus*, seperti *Rhizopus oligosporus* atau biasa dikenal sebagai ragi tempe, yaitu sejenis jamur yang dapat mengurai protein di dalam kacang kedelai menjadi asam amino. Kandungan protein tempe berbeda dengan kandungan protein dalam kacang kedelai terutama dalam proses penyerapan. Tempe ini biasanya memiliki bentuk kotak atau persegi serta berbau khas dan berwarna putih keabu-abuan.

Tenaga kerja merupakan sejumlah orang yang mampu melakukan suatu pekerjaan guna membantu memperlancar proses produksi tempe. Tenaga kerja ini terdiri dari tenaga kerja luar keluarga dan tenaga kerja dalam keluarga.

Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan baik dari dalam maupun dari luar keluarga selama proses produksi tempe. Hari orang kerja memiliki delapan jam kerja efektif.

Peralatan adalah sejumlah alat yang digunakan untuk mendukung proses produksi tempe, berupa alat-alat seperti mesin pemecah kedelai, drum besi, drum plastik, ember, irik, kerih, pengaduk, gayung, terpal dan tungku.

Biaya produksi adalah biaya atau korbanan yang dikeluarkan oleh pengusaha agroindustri tempe selama proses produksi berlangsung yang bertujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang siap dipasarkan dan terdiri dari Biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*, diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya bahan pokok yang menjadi bagian yang tak terpisahkan untuk memproduksi tempe pada satu tahun terakhir dan dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk. Biaya bahan baku langsung tersebut dibagi menjadi dua yaitu, biaya bahan baku yang berupa kedelai dan biaya bahan tambahan yang berupa ragi dan katul/terigu (Rp/bulan).

Biaya tenaga kerja merupakan gaji yang diperoleh karyawan yang bekerja dalam proses produksi dimulai dari pengolahan bahan mentah yaitu kedelai menjadi produk tempe yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku di daerah penelitian (Rp/bulan).

Biaya *overhead*, yaitu kumpulan dari semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi tempe selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja. Jenis biaya yang termasuk ke dalam biaya *overhead* adalah biaya kemasan, biaya bahan bakar, biaya bensin, biaya listrik, biaya perawatan dan penyusutan peralatan (Rp/bulan).

Biaya kemasan adalah besaran biaya yang harus dibayarkan untuk membeli media pembungkus tempe. Kemasan yang digunakan dalam pengemasan tempe yaitu plastik dan daun (Rp/bulan).

Biaya bahan bakar adalah biaya yang berhubungan dengan penggunaan bahan bakar yang digunakan untuk merebus kedelai. Bahan bakar yang digunakan dalam proses pengolahan tempe ini adalah kayu bakar (Rp/bulan).

Biaya bensin adalah biaya yang berhubungan dengan penggunaan bensin yang digunakan untuk menggiling kedelai menggunakan alat penggiling (Rp/bulan).

Biaya listrik adalah biaya yang berhubungan dengan penggunaan listrik yang dikeluarkan dalam penggunaan air selama proses pengolahan tempe (Rp/bulan).

Biaya penyusutan peralatan adalah alokasi biaya perolehan suatu aset tetap selama masa manfaat aset itu. Besar nilai yang dapat disusutkan adalah selisih antara harga perolehan dengan nilai sisa (Rp/bulan).

Biaya perawatan dan pemeliharaan peralatan adalah alokasi biaya yang digunakan untuk kegiatan memelihara atau menjaga fasilitas atau peralatan yang digunakan dalam proses produksi, yang bertujuan agar sarana fasilitas pada kondisi yang diharapkan dan selalu dalam kondisi siap pakai (Rp/bulan).

Harga pokok produksi adalah nilai uang dari satu satuan produksi yang diperoleh dari perhitungan keseluruhan biaya pembelian bahan langsung, biaya tenaga kerja dan biaya overhead yang terlibat langsung dalam memproses kedelai menjadi tempe dibagi dengan jumlah keseluruhan tempe yang dihasilkan dalam suatu periode, diukur dalam satuan rupiah (Rp/kg).

Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi dimana semua biaya produksi seperti biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja dan biaya overhead baik biaya overhead tetap maupun variabel diperhitungkan ke dalam biaya pokok produksi.

Biaya total adalah jumlah dari seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi tempe yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya bahan penunjang, dan sumbangan input lain, yang diukur dengan satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pendapatan total adalah jumlah uang yang diterima dari penjualan tempe, dihitung dengan mengalikan jumlah seluruh hasil produksi dengan harga jual per kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan. Penjualan juga merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari kegiatan penjualan tersebut perusahaan dapat memperoleh pendapatan.

Keuntungan adalah hasil pengurangan antara pendapatan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi tempe, yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp).

Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen melalui suatu kegiatan pertukaran atau penyampaian barang dari titik produsen ke titik konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran ini juga bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi tersebut.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju melalui komponen 4p yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*.

Produk (*product*) adalah keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (tempe). Produk akan dianalisis dengan melihat berbagai jenis tempe yang diproduksi berdasarkan dengan kemasaran dan ukuran/harga serta alasan memproduksi jenis-jenis tempe tersebut.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk tempe yang dibelinya guna memenuhi

kebutuhan dan keinginan. Dalam penelitian ini harga akan dilihat dari realitas penentuan harga jual yang dilakukan oleh setiap pengusaha agroindustri tempe.

Tempat (*place*) adalah lokasi di mana agroindustri menyalurkan produk tempe yang tersedia bagi konsumen. Tempat akan dianalisis dengan melihat sasaran pasar yang dituju oleh produsen tempe berdasarkan tempat pemasaran dan jenis pelanggan serta alasan mengapa produsen memilih tempat tersebut untuk menyalurkan produk tempe yang telah diproduksi.

Promosi (*promotion*) adalah upaya untuk menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk tempe. Dalam penelitian ini promosi akan dilihat dari bagaimana cara produsen tempe dalam mempromosikan produk tempe yang telah diproduksi.

C. Lokasi Penelitian, Waktu Pengambilan Data dan Responden

Penelitian ini dilakukan pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Penentuan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan jumlah agroindustri tempe terbanyak di Kota Metro berada di Kelurahan Yosodadi. Berdasarkan data dari dinas koperasi, UMK, usaha menengah dan perindustrian Kota Metro tahun 2018 Kelurahan Yosodadi merupakan sentra agroindustri tempe terbanyak dibandingkan kelurahan lainnya di Metro Timur dan Kota Metro. Pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2019.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 agroindustri tempe yang berada di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan wawancara langsung dengan tujuan agar mendapatkan data sesuai dengan fakta yang sebenarnya serta pertanyaan yang diajukan lebih terstruktur dan mencakup berbagai hal yang dapat menunjang penelitian.

Terdapat perbedaan jumlah agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi antara data dari Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota Metro tahun 2018 dengan hasil pra survei yang telah dilakukan. Menurut data Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota metro tahun 2018 jumlah agroindustri tempe yang berada di Kelurahan Yosodasi berjumlah 30 agroindustri tempe, sedangkan menurut hasil pra survei jumlah agroindustri tempe yang berada di Kelurahan Yosodadi berjumlah 20 agroindustri. Hal tersebut terjadi karena kenyataannya di Kelurahan Yosodadi banyak agroindustri tempe yang sudah tidak memproduksi.

Agroindustri tempe yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 18 agroindustri. Delapan belas agroindustri tersebut memenuhi kriteria agroindustri rumah tangga menurut BPS, serta agroindustri tersebut merupakan agroindustri yang aktif memproduksi dan merupakan agroindustri yang khusus memproduksi tempe (tidak memproduksi produk selain tempe dalam satu agroindustri). Daftar agroindustri hasil pra survei yang telah dilakukan di Kelurahan Yosodadi tersaji dalam Tabel 7.

Tabel 7. Agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro

No	Nama	Volume produksi (kg)	Tenaga kerja (orang)
1	Khorizal	40	3
2	Subehan	22	2
3	Suhardi	15	2
4	Wasis	25	2
5	Khoirudin	25	3
6	Sidik	20	2
7	Khoirunnas	35	3
8	Kunjali	50	3
9	Zainuri	50	4
10	Tukidal	35	2
11	Supartini	45	2
12	Juminem	15	2
13	Marus	40	3
14	Hambali	25	3
15	Waris	45	3
16	Muamiardi	40	3
17	M.Tekun	20	2
18	Ari Sabudi	40	2

Sumber: Pra survei, 2019

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari melalui wawancara secara langsung dengan pemilik agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro menggunakan kuesioner yang telah disediakan. Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara tersebut diklasifikasikan menjadi 2 tingkatan yaitu kecil dan sedang. Adapun data yang diklasifikasikan adalah data jumlah bahan baku yang digunakan, identitas responden seperti pengalaman berusaha, umur dan jumlah anggota keluarga. Klasifikasi tersebut didapatkan dari selisih antara nilai tertinggi dengan nilai terendah, kemudian hasil dari nilai tersebut dibagi dua untuk menentukan *range* dari setiap tingkatan klasifikasi.

Data sekunder diperoleh melalui analisis dokumen-dokumen atau dengan studi dokumentasi yaitu mempelajari dan mengamati dokumen atau catatan tertulis atau arsip yang relevan dengan penelitian terkait melalui Dinas Koperasi, UKM dan perindustrian Kota Metro, Balai Kelurahan yosodadi, laporan-laporan terdahulu dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dan analisis deskriptif kualitatif, adapun metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Analisis harga pokok produksi

Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama mengenai besar harga pokok produksi usaha agroindustri tempe, peneliti menggunakan analisis harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*. Alasan penggunaan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi, karena sebagian besar agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi adalah industri rumah tangga yang sebagian besar tenaga kerjanya berasal dari dalam keluarga, sehingga terdapat faktor produksi yang tidak dihitung atau dibayar seperti tenaga kerja dalam

keluarga, walaupun faktor produksi tersebut tidak dibayar akan tetapi biaya tersebut akan tetap dihitung sebagai biaya, oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*.

Metode *Full costing* adalah metode penentuan biaya pokok produksi yang memperhitungkan seluruh unsur biaya pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik tetap maupun *variable*. Pada metode *full costing* seluruh biaya tersebut dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar yang sesungguhnya. Biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut sudah dijual (Mulyadi, 2002).

Tabel 8. Harga pokok produksi dengan metode *full costing*

Jumlah produksi per bulan		xxx (A)
Biaya bahan baku langsung per bulan	xxx (B)	
Biaya tenaga kerja langsung perbulan	xxx (C)	
Biaya <i>overhead</i> variabel dan tetap	xxx (D)	
Total harga pokok produksi (B+C+D)		xxx (E)
Harga pokok produksi per kilogram (E/A)		xxx (F)

Sumber : Mulyadi, 2002

2. Analisis keuntungan

Metode analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu menganalisis keuntungan yang diperoleh dari agroindustri tempe. Sebelum melakukan analisis keuntungan terlebih dahulu melakukan analisis biaya pada tujuan pertama yaitu menghitung harga pokok produksi dengan metode *full costing* dan analisis pendapatan tujuannya untuk mengetahui biaya total dan pendapatan total pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi.

Menurut Suratiah (2002) secara umum perhitungan pendapatan total (*Total Revenue/ TR*) adalah perkalian antara jumlah produksi (Y) dengan harga jual (Py) dan dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$TR = P_y \cdot Y \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

TR = *Total Revenue* (Pendapatan Total)

P_y = Harga Produk

Y = Jumlah Produksi

Menurut Suratiyah (2002) Keuntungan adalah selisih antara pendapatan (TR) dan biaya total (TC) yang dikeluarkan dalam memproduksi tempe. Analisis Keuntungan digunakan untuk menghitung keuntungan agroindustri tempe. Cara yang digunakan untuk menghitung keuntungan dinyatakan dengan rumus:

$$I = TR - TC \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan :

I = Keuntungan

TR = *Total Revenue* (Pendapatan Total)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

TC = Biaya bahan baku langsung + Biaya tenaga kerja + Biaya *overhead* + Biaya pemasaran

Biaya bahan baku langsung = Biaya bahan baku + Biaya bahan tambahan

Biaya bahan baku = Biaya kedelai

Biaya bahan tambahan = Biaya ragi + Biaya katul/terigu

Biaya overhead = Biaya kemasan + Biaya bahan bakar + Biaya bensin + Biaya listrik + Biaya perawatan dan pemeliharaan peralatan + Biaya penyusutan peralatan

3. Analisis bauran pemasaran

Metode analisis untuk menjawab tujuan yang ketiga yaitu manajemen pemasaran agroindustri tempe dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan oleh agroindustri tempe untuk mencapai tujuan pemasarannya dengan menggunakan klasifikasi alat-alat analisis yaitu 4p:

a. Produk

Produk dianalisis keunikan dari setiap produk tempe seperti jenis tempe berdasarkan kemasan dan ukuran/harga tempe yang diproduksi oleh setiap produsen tempe yang berada di Kelurahan Yosodadi untuk menghasilkan produk tempe yang memiliki daya jual yang tinggi.

b. Harga

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghasilkan harga tertentu dalam memilih strategi penetapan harga. Salah satu metode penetapan harga adalah metode berdasarkan harga di daerah sekitar atau harga pesaing. Menurut Purnama (2001) penentuan harga berdasarkan harga di daerah sekitar atau harga pesaing merupakan metode penetapan harga dengan menggunakan harga pesaing, metode ini memiliki 3 pendekatan yaitu, melalui sistem penjualan di bawah harga normal pesaing untuk menarik konsumen, menyamakan harga agar persaingan tidak terlalu besar dan memberi harga lebih tinggi dengan pesaingnya dengan asumsi bahwa produk yang mereka tawarkan memiliki kualitas lebih baik.

c. Tempat

Menurut Purnama (2001) tempat (*place*) mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen. Strategi tempat dilakukan agar konsumen dapat memperoleh produk dengan mudah. Strategi tempat juga dipahami sebagai strategi distribusi karena dalam strategi tempat produsen memilih alternatif pendistribusian atau penyaluran produk hingga ke tangan konsumen. Dalam tempat ini juga termasuk ke dalam sasaran yang ingin dituju dari pemasaran tempe tersebut. Sebagian besar produsen menggunakan perantara untuk menyalurkan produk ke pasar, dengan membangun sebuah saluran distribusi. Saluran distribusi memiliki fungsi-fungsi utama seperti informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan resiko, pemilikan fisik pembayaran dan hak milik.

d. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan produknya kepada pasar sasaran dan membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai cara-cara promosi atau cara penyampaian produk tempe kepada konsumen, macam-macam cara promosi adalah:

(1) Pemasaran Langsung dan Interaktif

Pemasaran langsung dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung dengan konsumen yang ditargetkan. Tujuannya untuk menghasilkan respon/transaksi langsung dari calon pembeli. Respon yang dihasilkan bisa berupa *inquiry*, pembelian produk/ jasa, atau dukungan. Pemasaran langsung dan interaktif memiliki beberapa kelebihan, yaitu pesan disiapkan dengan sangat cepat dan dapat disesuaikan untuk menarik calon pembeli yang dibidik, pesan juga dapat diubah segera berdasarkan respon individu.

(2) Penjualan Personal

Dalam penjualan personal, perusahaan melakukan penjualan secara langsung (tatap muka) ke calon pembeli. Tujuannya untuk memperkenalkan produk dan membentuk pemahaman mengenai produk atau jasa tersebut kepada calon pembeli, sehingga membuat mereka tertarik untuk mencoba dan akhirnya membeli. Penjualan personal dilakukan secara lisan, dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara penjual dan calon pembeli, dengan begitu penjual dapat langsung mengetahui tanggapan dari calon pembeli (Purnama,2001).

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kota Metro

1. Sejarah Kota Metro

Kota Metro dibentuk berdasarkan UU No 12 Tahun 1999 oleh Menteri Dalam Negeri bersama dengan Kabupaten Way Kanan dan Kabupaten Lampung Tengah. Kemudian pada tahun 2004 terbentuk UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah maka Kotamadya Dati II menjadi Kota Metro. Berdasarkan Peraturan Daerah No. 24 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah sehingga terbentuklah Dinas, Bagian Sekretariat Daerah dan Lembaga Teknis daerah, dimana salah satunya adalah Kecamatan Metro Timur dan Peraturan Walikota Metro Nomor 31 Tahun 2016 tentang Susunan, Tugas dan Fungsi Perangkat Daerah Kota Metro.

Kota Metro awalnya bermula dari dibangunnya sebuah induk Desa Baru yang diberi nama Trimurjo. Pembukaan induk Desa Baru tersebut dimaksudkan untuk menampung sebagian dari kolonis yang telah didatangkan sebelumnya dan untuk menampung kolonis-kolonis yang akan didatangkan selanjutnya. Hari Selasa 4 April 1937 kedatangan kolonis ini membuat daerah tersebut berkembang dengan pesat, daerah menjadi semakin terbuka dan penduduk kolonispun semakin bertambah serta kegiatan perekonomian mulai tumbuh dan berkembang.

Nama Desa Trimurjo diganti dengan nama “Metro” berasal dari kata “Mitro” yang artinya keluarga, persaudaraan atau kumpulan kawan-kawan, adapula yang mengatakan kata Metro berasal dari “Matern” bahasa Belanda yang artinya pusat atau centrum atau central yang maksudnya merupakan pusat/sentral kegiatan karena letaknya berada ditengah-tengah antara Trimurjo dengan Pekalongan.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, wilayah Administarsi Pemerintah Kota Metro dimekarkan menjadi 5 kecamatan yang meliputi 22 Kelurahan.

2. Letak Geografis KotaMetro

Metro merupakan salah satu Kota di Provinsi Lampung yang beribukota di Metro dan merupakan salah satu Daerah Otonom. Luas wilayah daerah ini 68,74 Km² terletak pada bagian tengah Provinsi Lampung. Secara astronomis Kota Metro terletak pada 105,17 BT sampai 105,19 BT dan 5,6 LS sampai 5,8 LS.

Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Metro memiliki batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Punggur (Kabupaten Lampung Tengah) dan Kecamatan Pekalongan (Kabupaten Lampung Timur).
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Metro Kibang (Kabupaten Lampung Timur).
- C. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pekalongan (Kabupaten Lampung Timur).
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Trimurjo (Kabupaten Lampung Tengah).

Secara administratif, Kota Metro mempunyai 5 Kecamatan dengan luas yang berbeda di masing-masing Kecamatan, seperti yang dijelaskan pada Tabel 9.

Tabel 9. Luas wilayah dan nama Kecamatan Kota Metro

Kecamatan	Luas (Km ²)	Persentasi terhadap luas (%)	Nama Kelurahan
Metro Pusat	11,39	20,85	Metro, Imopura, Yosomulyo, Hadimulyo Barat, Hadimulyo Timur
Metro Barat	11,28	16,41	Mulyojati, Mulyosari, Ganjaragung, Ganjarasri
Metro Utara	19,64	17,60	Banjarsari, Purwoasri, Purwosari, Karangrejo
Metro Timur	12,10	16,57	Iringmulyo, Tejoagung, Tejosari, Yosorejo, Yosodadi
Metro Selatan	14,33	28,57	Rejomulyo, Margorejo, Margodadi, Sumbersari
Jumlah	68,74	100	22 Kelurahan

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro, 2018

3. Topografi Kota Metro

a. Keadaantanah

Topografi Kota Metro berupa daerah dataran aluvial dengan kemiringan 6 derajat, tekstur tanah lempung dan liat berdebu, berstruktur granular serta jenis tanah podzolik merah kuning dan sedikit berpasir. Pada dataran di daerah sungai terdapat endapan permukaan alluvium (campuran liat galuh dan pasir) dengan tanah lotosol dan podsolik. Secara geologis, wilayah Kota Metro di dominasi oleh batuan endapan gunung berapi jenis Qw.

b. Penggunaan Lahan

Pola penggunaan lahan di Kota Metro secara garis besar dikelompokkan kedalam 2 jenis penggunaan, yaitu lahan terbangun dan lahan tidak terbangun. Lahan terbangun terdiri dari kawasan pemukiman, fasilitas umum, fasilitas sosial, fasilitas perdagangan dan jasa, sedangkan lahan yang tidak terbangun terdiri dari persawahan, perladangan dan lainnya. Kawasan di Kota Metro didominasi oleh persawahan dengan sistem trigasi teknis yang mencapai 2.982,15 hektar atau 43,38 persen dari luas total wilayah, selebihnya adalah lahan kering pekarangan sebesar 1.198,68 hektar, tegalan 94,49 hektar dan sawah non irigasi sebesar 40,50 hektar.

c. Iklim

Kota Metro terletak di bawah garis khatulistiwa 50 Lintang Selatan pada umumnya beriklim tropis-humid dengan angin laut yang bertiup dari Samudera Indonesia dengan dua arah angin setiap tahunnya. Pada bulan November hingga Maret angin bertiup dari arah Barat ke Barat Laut, sedangkan pada bulan Juli sampai Agustus angin bertiup dari arah Timur dan Tenggara, dengan Kecepatan angin rata-rata 58,3 knot. Rata-rata tinggi wilayah di atas permukaan laut (DPL) Kota Metro yaitu 52,5 m. suhu udara antara 26⁰c-29⁰c, kelembapan udara 80 persen-88 persen dan akan lebih tinggi pada tempat yang tinggi, serta rata-rata curah hujan per tahun 2.264 mm sampai 2.868 mm.

4. Keadaan Penduduk Kota Metro

Kepadatan penduduk di Kota Metro tahun 2018 mencapai 2.403 jiwa/km² dengan rata-rata jumlah penduduk per rumah tangga 4 orang. Kepadatan Penduduk di 5 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Metro Pusat dengan kepadatan sebesar 4.580 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Metro Selatan sebesar 1.071 jiwa/km². Sementara itu jumlah rumah tangga di Kota Metro sebanyak 41.298 rumah tangga. Telihat pada Tabel 10 jumlah penduduk, luas wilayah dan kepadatan penduduk menurut Kecamatan di Kota Metro Tahun 2018.

Tabel 10. Jumlah penduduk, luas wilayah, dan kepadatan penduduk menurut Kecamatan di Kota Metro Tahun 2018

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²)
1	Metro Selatan	14,33	15.351	1.071
2	Metro Barat	11,28	28.740	2.548
3	Metro Timur	12,10	40.678	3.362
4	Metro Pusat	11,39	52.162	4.580
5	Metro Utara	19,64	28.262	1.439
	Jumlah	68,74	165.193	2.403

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro, 2018

Penduduk Kota Metro berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2018 sebanyak 165.193 jiwa yang terdiri atas 82.494 jiwa penduduk laki-laki dan 82.699 jiwa penduduk perempuan. Besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2018 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 99,84. Secara rinci jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kota Metro Tahun 2018

No	Kecamatan	Penduduk		Jumlah
		Laki – laki	Perempuan	
1	Metro Selatan	7.653	7.698	15.351
2	Metro Barat	14.573	14.167	28.740
3	Metro Timur	20.148	20.530	40.678
4	Metro Pusat	25.841	26.321	52.162
5	Metro Utara	14.279	13.983	28.262
	Jumlah	82.494	82.699	165.193

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro, 2018

Data pada Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kota Metro berdasarkan jenis kelamin yang memiliki jumlah penduduk tertinggi yaitu pada kecamatan Metro Pusat dengan jumlah yang berjenis kelamin laki - laki sebesar 25.841 jiwa dan jumlah berjenis kelamin perempuan sebesar 26.321 jiwa, sedangkan jumlah penduduk terendah yaitu kecamatan Metro Selatan dengan jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebesar 7.653 jiwa dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 7.698 jiwa.

5. Pendapatan Penduduk Kota Metro

PDRB merupakan cerminan dari ukuran produktivitas seluruh nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu wilayah dalam satu tahun. Sedangkan PDRB perkapita mencerminkan tingkat produktivitas tiap penduduk dalam satu tahun. PDRB atas dasar harga konstan Kota Metro mengalami peningkatan dari 3.864.760.33 juta rupiah pada tahun 2017 menjadi 4.084.824,76 juta rupiah pada tahun 2018. Pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha mengalami peningkatan dari 5,66 persen pada tahun 2017 menjadi 5,69 persen pada tahun 2018. Pada Tabel 12 terlihat produk domestik regional bruto atas dasar harga

berlaku dan distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha (industri pengolahan) di Kota Metro tahun 2014-2018.

Tabel 12. Produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku dan distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha (industri pengolahan) di Kota Metro tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah PDRB (Juta Rupiah)	Persentase
1	2014	666.403,79	16,66
2	2015	750.264,71	16,91
3	2016	850.952,39	17,03
4	2017	935.408,61	17,06
5	2018	1.015.576,99	17,23

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro,2018

Data pada Tabel 12 menunjukkan jumlah produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku dan distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha (industri pengolahan) di Kota Metro mengalami peningkatan dari tahun 2014 hingga tahun 2018, dari 666.403,79 juta rupiah pada tahun 2014 dengan jumlah persentasi PDRB sebesar 16,66 persen kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2018 dengan jumlah PDRB sebesar 1.015.576,99 juta rupiah dengan jumlah persentasi PDRB sebesar 17,23 persen. Peningkatan jumlah PDRB Kota Metro yang terjadi pada tahun 2018 tersebut, menjadikan sektor industri pengolahan sebagai penyumbang PDRB terbesar di kota Metro. Distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha di Kota Metro tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi persentase PDRB menurut lapangan usaha di Kota Metro tahun 2018

No	Lapangan Usaha	Persentase
1	Pertanian, kehutanan, perikanan	5,60
2	Pertambangan dan penggalian	0,00
3	Industri pengolahan	17,23
4	Pengadaan listrik dan gas	0,13
5	Pengadaan air, pengolahan sampah, limbah	0,06
6	Konstruksi	6,38
7	Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor	16,98
8	Transportasi dan pergudangan	8,25
9	Penyediaan akomodasi dan makan minum	2,71
10	Informasi dan komunikasi	7,73
11	Jasa keuangan dan asuransi	7,29
12	Real estate	6,09
13	Jasa perusahaan	0,72
14	Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	7,47
15	Jasa pendidikan	5,66
16	Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	5,38
17	Jasa lainnya	2,32

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro, 2018

B. Keadaan Umum Kecamatan Metro Timur

1. Sejarah Kecamatan Metro Timur

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro, Metro Timur merupakan pemekaran dari Kecamatan Metro Raya. Luas wilayah Kecamatan Metro Timur adalah 12,10 Km². Kecamatan Metro Timur secara administratif terdiri dari 5 (lima) kelurahan yaitu Iringmulyo, Yosodadi, Yosorejo, Tejoagung, dan Tejosari. Sebagai daerah perkotaan dengan karakteristik yang cukup unik, Kecamatan Metro Timur sebagian wilayahnya merupakan daerah perkotaan dimana mata pencaharian yang mendominasi adalah di sektor perdagangan barang dan jasa yaitu berjumlah sekita 46,15 persen dari jumlah angkatan kerja.

2. Letak Geografis Kecamatan Metro Timur

Secara geografis, Kecamatan Metro Timur berbatasan dengan wilayah-wilayah sebagai berikut :

- a. sebelah Utara dengan Kecamatan Metro Pusat.
- b. sebelah Selatan dengan Kecamatan Metro Selatan.
- c. sebelah Timur dengan Kabupaten Lampung Timur.
- d. sebelah Barat dengan Kecamatan Metro Barat dan Metro Pusat.

3. Keadaan Penduduk Kecamatan Metro Timur

Berdasarkan laporan kependudukan dari masing-masing Kelurahan di Kecamatan Metro Timur diketahui jumlah penduduk Kecamatan Metro Timur sebanyak 40.678 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 20.148 jiwa dan perempuan sebanyak 20.530 jiwa. Kepadatan penduduk Kecamatan Metro Timur mencapai 3.362 jiwa/Km². Menurut suku bangsa, penduduk Kecamatan Metro Timur sebagian besar adalah suku Jawa, adapun rincian jumlah penduduk setiap Kelurahan terlihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Metro Timur Tahun 2018

No	Kecamatan	Penduduk		Jumlah
		Laki – laki	Perempuan	
1	Tejosari	1.441	1.414	2.855
2	Tejoagung	2.799	2.872	5.671
3	Iringmulyo	7.674	7.713	15.387
4	Yosorejo	3.669	3.941	7.610
5	Yosodadi	4.565	4.590	9.155
	Jumlah	20.148	20.530	40.678

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Metro, 2018

4. Sarana Perekonomian Kecamatan Metro Timur

Perkembangan ekonomi suatu wilayah selain diukur dengan indikator perekonomian juga dapat dilihat dari perkembangan jumlah sarana dan prasarana yang ada pada wilayah tersebut. Dari Tabel 15 dapat dilihat banyaknya sarana perekonomian di Kecamatan Metro Timur dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Banyaknya sarana perekonomian di Kecamatan Metro Timur

NoKelurahan	Pasar	Pertokoan	Koperasi	Bank	Rumah Makan	Toko
1 Tejosari	0	0	2	0	0	45
2 Tejoagung	1	1	4	0	1	74
3 Iringmulyo	0	9	10	1	4	165
4 Yosorejo	0	0	6	2	1	44
5 Yosodadi	0	2	2	0	5	89
Jumlah	1	12	24	3	11	417

Sumber: Monografi kelurahan Kecamatan Metro Timur, 2018

Jumlah sarana perekonomian yang berada di Kecamatan Metro Timur, dari tabel tersebut sarana perekonomian dengan jumlah tertinggi yang terdapat di Kecamatan tersebut adalah toko dengan jumlah 417 toko, serta jumlah toko terbanyak berada di Kelurahan Iringmulyo. Sarana perekonomian dengan jumlah terendah yang terdapat di Kecamatan Metro Timur adalah pasar dengan jumlah 1 yaitu berada di Kelurahan Tejoagung.

C. Keadaan Umum Kelurahan Yosdadi

Yosodadi adalah salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Metro Timur dengan Luas wilayah sebesar 3,36 km², terletak ada 25 - 60 m di atas permukaan laut. Keadaan tanah umumnya datar, dengan curah hujan rata-rata 2,707 mm/tahun dan suhu udara berkisar antara 26⁰c - 28⁰c, adapun batas-batas wilayah Kelurahan Yosodadi adalah, di :

- a. sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat.
- b. sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur.
- c. sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Yosorejeo Kecamatan Metro Timur.
- d. sebelah Timur berbatasan dengan kelurahan Adirejo dan Kelurahan Pekalongan Kecamatan Lampung Timur.

Sarana perhubungan untuk menempuh kelurahan Yosodadi dapat ditempuh dengan berbagai macam kendaraan baik roda dua maupun roda empat, dengan jarak :

- a. dengan ibu kota kecamatan Metro Timur berjarak 2 km.
- b. dengan Kota Metro berjarak 4 km.
- c. dengan Ibu Kota Provinsi Lampung berjarak 50 km.

Kelurahan Yosodadi merupakan kelurahan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak kedua setelah Kelurahan Iringmulyo dengan jumlah penduduk sebanyak 9.155 orang yang terdiri dari laki-laki sebanyak 4.565 orang, sedangkan perempuan sebanyak 4.590 orang dan terdiri dari 2.537 kepala keluarga.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga pokok produksi tempe pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro menggunakan metode *Full Costing*. Rata-rata harga pokok produksi untuk klaster kecil sebesar Rp3.031,88 per kilogram dan klaster sedang sebesar Rp3.521,97 per kilogram.
2. Agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro memperoleh keuntungan atas biaya tunai untuk klaster kecil sebesar Rp 6.138.302,81 per bulan sedangkan klaster sedang sebesar Rp 7.854.048,96 per bulan ,dan keuntungan atas biaya total untuk klaster kecil sebesar Rp 2.471.409,25 per bulan sedangkan klaster sedang sebesar Rp 3.470.409,07 per bulan. Nilai R/C rasio yang di peroleh oleh agroindustri tempe lebih dari 1, yaitu R/C rasio atas biaya tunai untuk klaster kecil sebesar 2,07 sedangkan klaster sedang sebesar 1,71, dan nilai R/C rasio atas biaya total untuk klaster kecil sebesar 1,26 sedangkan klaster sedang sebesar 1,22. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri tersebut cukup menguntungkan dan layak untuk dijalankan.
3. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro untuk bauran produk dan harga berbeda-beda. Bauran tempat untuk semua agroindustri tempe tersebut adalah sama dengan menggunakan dua saluran distribusi, yaitu:
Produsen → Konsumen akhir
Produsen → Pedagang pengecer → Konsumen akhir

Bauran promosi yang diterapkan pada agroindustri tempe tersebut menggunakan metode pemasaran langsung dan interaktif serta metode penjualan personal.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, agroindustri diharapkan membuat catatan keuangan akuntansi agar dapat diketahui kondisi keuangan usaha. Kemudian untuk kemasan produk tempe perlu dibuat lebih menarik, seperti menggunakan informasi nilai gizi pada kemasan, sehingga meningkatkan jumlah bahan baku yang diolah dan agroindustri tersebut mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dan bisa menyerap tenaga kerja.
2. Bagi dinas terkait yaitu Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Metro, diharapkan selalu memperhatikan para pengusaha kecil khususnya dalam hal permodalan sehingga usaha-usaha kecil yang sejenis dapat terus berkembang, hal ini dikarenakan usaha ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mampu menyerap tenaga kerja.
3. Bagi peneliti lain, sebaiknya melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan agroindustri dan perilaku konsumen tempe pada agroindustri tempe di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto, T. 2002. *Budidaya Dengan Pemupukan Yang Efektif dan Pengoptimalan Peran Bintil akar Kedelai*. Penebar Swaday. Jakarta.
- Agustina, D.R. 2015. *Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah Dan Prospek Pengembangan Agroindustri Marning Di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Jurnal*. Volume 3. Nomor 2. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1034/939>. Diakses pada tanggal 20 April 2019 pukul 17.00 WIB.
- Al Arif, M. dan E. Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi*. Prenada Media. Jakarta.
- Alfian, I.M, 2017. *Strategi Pemasaran Produk Tortila Jagung (Studi Kasus UMKM KWT Kemuning II Desa Marga Catur, Kalianda)*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Alfina. 2016. *Analisis Pendapatan Industri Tempe di Gampong Gunong Cut Kecamatan Darul Makmur Kabupaten Nagan Raya*. Skripsi. Universitas Teuku Umar. Meulaboh. <http://repository.utu.ac.id/341/1/I-V%20%283%29.pdf>. Diakses tanggal 20 April 2019 pukul 21.00 WIB.
- Astawan, M. 2008. *Sehat Dengan Tempe. Panduan Lengkap Menjaga Kesehatan dengan Tempe*. PT Dian Rakyat. Jakarta
- Badan Ketahanan Pangan Kementrian Pertanian RI. 2012. *Roadmap Diversifikasi Pangan 2011-2015*. BKP.Pertanian.go.id.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kecamatan metro Timur dalam Angka*. BPS Kota Metro. Metro.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kota metro dalam Angka*. BPS Kota Metro. Metro.
- Baihaqi, L.A. 2018. *Analisis Penentuan Beban Pokok Produksi Pada Usaha Tempe Sumber Mas Jember*. Jurnal. Volume 2. Universitas Jember. Jember.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/8648/5878>. Diakses pada tanggal 20 1 April 2019 pukul 21.00 WIB.

- Buchari, A. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cv Alfabeta. Bandung.
- Cahyadi,W. 2007. *Kedelai Khasiat dan Teknologi*. Bumi Aksara. Bandung.
- Crowder, 2007. *Genetika Tumbuhan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Metro. 2018. *Persebaran Industri Usaha Tempe*. Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian. Kota Metro.
- Eprilianta, S. 2011. *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Tahu dengan Metode Full Costing Pada Industri Kecil (Studi Kasus Cv Laksa Mandiri)*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/51972/1/H11sep.pdf>.
 Diakses pada tanggal 20 Maret 2019 pukul 19.00 WIB.
- Firdaus, M. 2012. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Diktat Kuliah. Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Keegan, W.J dan Malcolm H.B. 1999. *Marketing Plans That Work :KiatMencapai Pertumbuhan dan Profitabilitas Melalui Perencanaan Pemasaran yang Efektif*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Prehallindo. Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajamen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, N. 2014. *Manajemen Produksi dan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Berbagai Tipe Peternak Ayam Broiler*. *Jurnal*. Volume 2. Nomor 3. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/805/735>. Diakses pada tanggal 21 April 2019 pukul 17.00 WIB.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Ledy, D.S. 2018. *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus) Pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Mansi, A.A. 2018. *Analisis Pendapatan dan Biaya Pokok Produksi Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Bandar Mataram, Kabupaten Lampung Tengah. Skripsi.* Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Mantra, I.B. 2004. *Demografi Umumedi kedua.* Pustaka Belajar. Yogyakarta
- Mulyadi, A. 2002. *Sistem Akuntansi.* Ed. Ke-5. Aditya Media. Yogyakarta.
- Mulyadi, A. 2009. *Akuntansi Biaya.* Salemba. Jakarta.
- Novianti, F., F. Wijayanti, dan Carolina. 2016. *Analisis Usaha Pengolahan Kopi Jahe Skala Mikro, Studi Kasus: Unit Kopi Rakyat di Wewewa Tengah-Sumba Barat.* Jurnal Seminar Nasional IENACO ISSN: 2437-4349. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Jawa Barat.
- Octaviani, M.W. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung. Jurnal.* Volume 2. Nomor 2. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/736/677>. Diakses pada tanggal 19 April 2019 pukul 16.30 WIB.
- Purnama. 2001. *Strategi Pemasaran.* Rineka. Yogyakarta.
- Purwaningsih, R. 2018. *Analisis Pendapatan dan Biaya Pokok Produksi Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. Skripsi.* Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Saragih. 2000. *Karakteristik, Penerapan, dan Pengembangan Agroindustri.* Gramedia Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri.* PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. 2008. *Statistik (Teori dan Aplikasi).* Erlangga. Jakarta.
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan.* Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suratiyah, K. 2002. *Ilmu Usahatani.* Penebar Swadaya : Bogor.
- Swastha dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern.* Liberty. Yogyakarta.

Tito, B. 2011. *Pengaruh Pendapatan Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Tihu Kecamatan Bonepantai Kabupaten Bone Bolango. Jurnal Pendapatan*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Viktorsyah, Yoandes, dan Bahri. 2009. *Analisis Harga Pokok Produksi pada Perusahaan Kopi Bubuk Sari Murni di Kota Bengkulu*. Skripsi. Universitas Bengkulu. Bengkulu.