

STRATEGI DAN DAMPAK KENAIKAN HARGA KEDELAI TERHADAP LABA USAHA PRODUSEN TEMPE DI KECAMATAN TEMAYANG

Jurnal Agribisnis dan Pertanian Berkelanjutan

Andrian Utomo¹, Deviana Diah Probawati², Danang Ananda Yudha³

^{1,2,3} Fakultas Pertanian-Universitas Bojonegoro

Andrianutomo26@gmail.com¹, devianadiahprobawati1@gmail.com² dan danang@unigoro.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of soybean price increase on the income received by tempeh producers and analyze the adjustment strategies made by tempeh producers to maintain business. This research was conducted in Bakulan village, Temayang sub-district, the sample of this study consisted of eight tempeh producers. The results showed that internal actors that affect tempeh artisans' business income include: The quality of tempeh produced, The use of good quality soybeans, Affordable prices by the community, Does not contain harmful chemical preservatives, and Experience in the business being run and external factors that affect tempeh craftsmen's business income include: Attractive tempeh packaging efforts to attract consumers, Technological advances that can be utilized in the production process, Availability of raw materials that are easy to obtain, Customer satisfaction that keeps them loyal, The emergence of competitors from similar businesses, Price fluctuations of major raw materials, especially volatile soybeans, Product price reduction, Competitors with greater capital, and Strategy innovation from competitors.

keywords: Product, price

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis dampak kenaikan harga kedelai terhadap pendapatan yang diterima produsen tempe dan menganalisis strategi penyesuaian yang dilakukan oleh para produsen tempe untuk mempertahankan usahanya. Penelitian ini dilakukan di desa Bakulan kecamatan Temayang, sampel penelitian ini terdiri dari delapan orang produsen tempe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi pendapatan usaha pengrajin tempe meliputi: Kualitas tempe yang dihasilkan, Penggunaan kedelai berkualitas baik, Harga yang terjangkau oleh masyarakat, Tidak mengandung bahan pengawet kimia berbahaya, dan Pengalaman dalam usaha yang dijalankan dan faktor eksternal yang mempengaruhi pendapatan usaha pengrajin tempe meliputi: Upaya pengemasan tempe yang menarik untuk menarik minat konsumen, Kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam proses produksi, Ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh, Kepuasan pelanggan yang membuat mereka tetap setia, Munculnya pesaing dari usaha sejenis, Fluktuasi harga bahan baku utama, terutama kedelai yang tidak stabil, Penurunan harga produk, Pesaing dengan modal yang lebih besar, dan Inovasi strategi dari pesaing.

Kata kunci: Produk, harga

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kedelai merupakan salah satu komoditas pertanian yang penting setelah beras dan jagung. Dilihat dari data statistik bahwa konsumsi kedelai saat ini terjadi peningkatan namun tidak diimbangi tingkat produksinya, saat ini telah terjadinya kenaikan harga kedelai yang mengakibatkan Indonesia harus mengimpor kedelai untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Salah satu industri yang sangat tergantung pada kedelai adalah industri tempe. (*Jurnal Humaniora Teknologi Volume , Nomor 2, Oktober 2019*).

Kedelai adalah sumber protein nabati utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Bagi perekonomian Indonesia, kedelai memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku yang utama bagi industri tahu dan tempe. Tempe merupakan salah satu makanan khas Indonesia, yang dijadikan sebagai lauk-pauk, tempe memiliki kandungan gizi yang tinggi dan digemari oleh banyak orang. Bahkan saat ini tempe telah diterima oleh masyarakat internasional lebih-lebih oleh kaum vegetarian. Tempe merupakan makanan asli Indonesia yang telah dikonsumsi selama berabad-abad. Menurut, secara umum

tempe berwarna putih, dikarenakan pertumbuhan miselia kapang yang merekatkan biji-biji kedelai sehingga terbentuk tekstur yang memadat. Tempe memiliki aroma yang khas dikarenakan adanya degradasi dari komponen komponen kedelai itu sendiri (Fallis, 2013).

Konsumsi kedelai yang meningkat tidak diimbangi dengan tingkat produksinya, bahkan luas panen dari tahun 2009-2013 menurun dengan rata-rata laju sebesar -6,54% dan produksi kedelai juga menurun dengan rata-rata laju sebesar -5,38%. Terjadinya penurunan luas panen dan produksi sementara permintaan kedelai di dalam negeri terus meningkat, mengakibatkan Indonesia harus mengimpor kedelai untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Untuk memenuhinya sejak tahun 1975 posisi Indonesia bergeser dari negara eksportir menjadi negara importer kedelai (Amang et all, 1996). Salah satu industri yang sangat tergantung pada kedelai impor adalah industri tempe, terutama industri tempe di bojonegoro khususnya kecamatan temayang, yang menggunakan kedelai impor untuk bahan baku atau input utama produksinya. Alasan industri tempe di kecamatan temayang sangat tergantung dan lebih menyukai menggunakan kedelai impor adalah karena harga kedelai impor relatif lebih murah daripada kedelai lokal, kedelai impor memiliki kualitas yang lebih seragam, butiran-butiran lebih besar dan hasil tempe per kilo kedelai (rendemen tempe) lebih tinggi daripada kedelai lokal (Tabor dan Gijbers, 1987). Nurhayati (2001) juga menjelaskan industri tempe sangat tergantung dan lebih menyukai menggunakan kedelai impor karena tempe yang dihasilkan memiliki penampilan dan rasa yang lebih unggul, tidak menghasilkan bau langu atau bau khas yang terdapat pada tempe yang menggunakan kedelai lokal dan tidak menghasilkan rasa pahit.

Pengusaha tempe harus melakukan adaptasi atau menerapkan strategi khusus agar usahanya tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan, salah satu startegi yang dilakukan adalah dengan mengurangi tenaga kerja, mengurangi ukuran tempe, serta mengurangi penggunaan input kedelai. Oleh karena itu, studi mengenai dampak kenaikan harga kedelai terhadap pendapatan usaha tempe serta faktor-faktor yang mempengaruhi produksi tempe perlu dilakukan, Di sisi lain, konsumen juga akan kesulitan mendapatkan tempe sebagai bahan baku pangan yang bernilai gizi tinggi dengan harga yang terjangkau. Bagi pedagang tempe, ada kecemasan bahwa produksi yang terus berlanjut tidak akan menghasilkan keuntungan nyata dan penghentian produksi akan kehilangan pelanggan. Dampak dari kenaikan harga kedelai yang terus menerus menyebabkan berkurangnya kemampuan produsen untuk melanjutkan produksi, terutama produsen dengan modal terbatas.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dampak kenaikan harga kedelai terhadap pendapatan yang diterima produsen tempe.
2. Menganalisis strategi penyesuaian yang dilakukan oleh para produsen tempe untuk mempertahankan usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Tanaman Kedelai

Kedelai adalah tanaman asli cina yang sudah di budidayakan oleh manusia sejak 2500 SM. Kedelai mulai di kenal di indonesia sejak abad ke-16 yang tepat nya berada di pulau jawa kemudian berkembang ke pulau pulau lainnya. Nama botani dan nama ilmiah tanaman kedelai telah di sepakati, yaitu *Glicine max L* (Birnadi,2014).

Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Fandi Tjiptono, 2000).

Produksi

Produksi adalah suatu proses mengubah input menjadi output sehingga nilai barang tersebut bertambah. Input adalah barang atau jasa yang diperlukan dalam proses produksi, dan output adalah barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu proses produksi (Sri Adiningsih and Kadarusman, Teori *EKONOMI MIKRO* (BPFE-YOGYAKARTA, 2003).

Tenaga Kerja

Menurut Sudarso (1991), tenaga kerja merupakan manusia yang dapat digunakan dalam proses produksi yang meliputi keadaan fisik jasmani, keahlian-keahlian, kemampuan untuk berfikir yang dimiliki oleh tenaga kerja tersebut.

Modal

Keahlian Keusahawanan (Pengelolaan) Faktor produksi ini berbentuk keahlian dan kemampuan usaha untuk mendirikan dan mengembangkan keterampilan berupa benda yang diciptakan manusia dan digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang mereka butuhkan. (indra mahardika, *Pengantar Mikroekonomi* (yogyakarta: quadrant, 2018).

Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan pembuatan barangbarang atau kebutuhan jasa (Guan, Hansen, and Mowen, 2009:27). Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya Produksi juga dapat dikatakan sebagai semua pengeluaran yang di lakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan- bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. (Ibid, hlm,208).

Harga

Menurut kotler dan Amstrong harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dihasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Harga bersifat fleksibel artinya dapat berubah dengan cepat. (Philip Kotler dan Gary Amstrong).

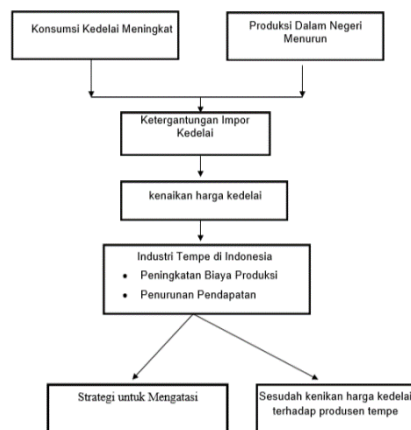
Pendapatan Usaha

Pengertian Pendapatan Usaha Menurut Islahuzzaman (2012:314) adalah sebagai berikut : “Pendapatan usaha merupakan arus masuk atau peningkatan lain-lain atas harta dari suatu kesatuan atau penyelesaian kewajibannya selama suatu periode dari pengiriman atau dari produksi barang. Atau aktivitas lain yang merupakan pokok atau utama berkelanjutan dari hasil kegiatan industri.” Kemudian ada pula pengertian menurut Rudianto (2012:18) menyatakan bahwa pendapatan kenaikan kekayaan perusahaan akibat penjualan produk perusahaan dalam rangka kegiatan usaha normal.

Pemasaran

Pemasaran merupakan peran pokok yang terdapat pada bisnis dan menjadi peta bisnis untuk berkontribusi terhadap strategi produk sebuah usaha. Dalam dunia usaha, pemasaran sebagai salah satu aspek terpenting yang harus di lakukan terlebih pada kondisi era modern saat ini. Kegiatan pemasaran memerlukan wawasan mengenai pemasaran yang sangat penting bagi sebuah usaha sebagai ilmu yang nantinya di hadapkan pada permasalahan yang terjadi seperti penurunan pendapatan yang disebabkan oleh menurunnya pembelian konsumen terhadap barang ataupun jasa sehingga dapat menyebabkan melambatnya perkembangan usaha. (Nurul Huda et al, *Pemasaran Syariah : Teori dan Praktek* (Depok: Kencana, 2017). Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Inti dari pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan di desa bakulan kec temayang kabupaten bojonegoro. Penelitian ini akan mulai dilaksanakan pada bulan Mei – Juni tahun 2023 sampai selesai.

Jenis Dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan dengan jenis data kuantitatif dan sumber data menggunakan data primer dan data skunder

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa langkah-langkah yaitu dengan cara wawancara atau pengisian kuisioner, observasi, dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk rumusan masalah pertama adalah analisis kuantitatif komparasi. Terdapat beberapa metode yang digunakan dalam analisis ini, yaitu merumuskan hipotesis, menentukan taraf nyata dan nilai tabel, menentukan kriteria pengujian, menghitung nilai uji statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Laba Usaha

Tabel 1 Rata-rata Harga Input Produksi Sebelum dan Setelah Kenaikan Harga Kedelai

Input Produksi	Satuan	Harga sebelum	Harga sesudah
Kedelai	Kg	11.450	11.750

Sumber : hasil observasi penelitian

Biaya Sarana Produksi

a. Kedelai

Kedelai merupakan sumber utama protein nabati dan minyak nabati di dunia. Sebelumnya, harga kedelai mencapai Rp. 11.450/kg, namun setelah kenaikan harga, harga kedelai mencapai Rp. 11.750/kg.

b. Ragi

Ragi umumnya digunakan dalam pembuatan makanan dan minuman hasil fermentasi seperti acar, tempe, tape, roti, dan bir. Saat ini, harga ragi mencapai Rp. 15.000 untuk setiap 500 gram.

c. Lilin

Lilin merupakan sumber penerangan yang terdiri dari sumbu yang dilapisi oleh bahan bakar padat. Dalam penelitian ini, digunakan lilin berukuran sedang dengan harga sebesar Rp. 2.000 per batang.

d. Daun

Daun memiliki peran penting sebagai elemen dekoratif, pelengkap, dan pengemasan makanan. Salah satu jenis daun yang sering digunakan dalam pengemasan tempe adalah daun pisang. Daun pisang juga tersedia untuk dijual dengan harga sebesar Rp. 1.000 per lempit.

e. Plastik

Plastik memiliki peran yang sangat penting dalam kebutuhan sehari-hari, terutama dalam industri pengrajin tempe, terutama dalam pengemasan tempe. Harga plastik saat ini adalah sebesar Rp. 35.000 per kilogram.

Penggunaan Tenaga Kerja

a. Perebusan

Biaya tenaga kerja dalam proses pengolahan kedelai, khususnya dalam tahap perebusan, adalah sebesar Rp. 10.000 per jam. Jumlah total biaya tenaga kerja untuk proses perebusan mencapai Rp. 1.500.000 per bulan.

b. Pengemasan

Pengemasan adalah suatu sistem terkoordinasi yang bertujuan untuk menyiapkan barang agar siap disimpan, dijual, dan digunakan. Biaya tenaga kerja untuk proses pengemasan tempe adalah sebesar Rp. 10.000 per jam. Jumlah total biaya tenaga kerja untuk pengemasan tempe mencapai Rp. 1.500.000 per bulan.

Penggunaan Tenaga Kerja

Perbedaan antara hasil produksi tempe sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai :

a. Sebelum Kenaikan Harga Kedelai

Tabel 2. Kenaikan harga kedelai

No	Nama Sampel	Jenis Kelamin	Umur	Bulan/Kg	Harga Kedelai	Nilai/Rp.
1	AW	L	43	1.900	11.450	21.755
2	AR	L	48	1.700	11.450	19.465
3	M	L	50	1.850	11.450	21.183
4	MS	L	48	1.700	11.450	19.465
5	J	L	50	1.850	11.450	21.183
6	AN	P	49	2.000	11.450	22.900
7	KA	L	52	1.750	11.450	20.038
8	T	P	55	1.700	11.450	19.465
Jumlah				14.450	91.600	165.453
Rata-rata				1.806	11.450	20.682

b. Sesudah Kenaikan Harga Kedelai

Tabel 3. Nilai uji statistik

No	Nama Sampel	Jenis Kelamin	Umur	Bulan/Kg	Harga Kedelai	Nilai/Rp.
1	AW	L	43	1.900	11.750	22.325
2	AR	L	48	1.700	11.750	19.975
3	M	L	50	1.850	11.750	21.738
4	MS	L	48	1.700	11.750	19.975
5	J	L	50	1.850	11.750	21.738
6	AN	P	49	2.000	11.750	23.500
7	KA	L	52	1.750	11.750	20.563
8	T	P	55	1.700	11.750	19.975
Jumlah				14.450	94.000	169.788
Rata-rata				1.806	11.750	21.223

c. Menghitung

Nilai Uji Statistik

Tabel 4. Nilai uji statistik

X	Y	D (X-Y)	D ²
22.325	21.755	570	324.900
19.975	19.465	510	260.100
21.738	21.183	555	308.025
19.975	19.465	510	260.100
21.738	21.183	555	308.025
23.500	22.900	600	360.000
20.563	20.038	525	275.625
19.975	19.465	510	260.100
21.223	20.681	4335	2.356.875

Ternyata, t_0 besar dari t_t

sebesar 1,501 lebih sebesar 0,707 (1,501

0,707). Jadi, hipotesis nihil ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Artinya ada perbedaan antara hasil laba usaha tempe sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai. Struktur biaya rata-rata sebelum dan setelah kenaikan harga kedelai adalah seperti berikut:

Tabel 5. Struktur Biaya Usaha Tempe Sebelum dan Setelah Kenaikan harga Kedelai

Uraian	Satuan	Sebelum	Sesudah
I. Biaya Tunai			
Biaya Variabel			
a. Kedelai	Kg	20,681.56	21,223.63
b. Ragi	500 gr	637.5	600
c. Gas	Tbg	1,023.75	999.375
d. Tenaga Kerja	Jam	5,062.50	5,062.50
e. Daun	Lempit	462.5	450
f. Plastik	Kg	163.5813	128.581
g. Lilin	Btg	322.5	317.5
Total Biaya Variabel		28,353.89	28,781.58
2. Biaya Tetap			
a. Transportasi	Unit	750	750
b. Listrik	Watt	275	275
Total Biaya Tetap		1,025.00	1,025.00
Total Biaya Tunai			
II. Biaya diperhitungkan			
Penyusutan		61.33	71.53
Total Biaya Produksi		30,403.89	29,878.11

Total biaya tunai merupakan gabungan antara biaya variabel dan biaya tetap, Demikian pula total biaya produksi yang merupakan pertambahan total biaya tunai dengan biaya penyusutan. Perbandingan antara sebelum dan sesudah perubahan menunjukkan bahwa beberapa biaya variabel mengalami perubahan, tetapi total biaya produksi secara keseluruhan cenderung menurun setelah perubahan. Penyusutan juga mengalami kenaikan setelah perubahan. Hal ini menunjukkan upaya untuk mengelola dan mengoptimalkan biaya produksi dalam operasi usaha pembuatan tempe. Adapun rata-rata penerimaan penjualan tempe sebelum kenaikan harga kedelai dengan setelahnya adalah sebagai berikut, Rata-Rata Total Penerimaan Pengrajin tempe sebelum kenaikan Rp. Bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Laba operasi sesudah kenaikan harga

Uraian	Total Penerimaan	Total Biaya Produksi	Jumlah
Laba Operasi Seseudah Kenaikan Kedelai	39,231.25000	29,878.111	9,353.138750

Analisis SWOT

Tabel 7. Matriks SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	<p>STRENGTHS (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> Kualitas tempe Penggunaan kedelai kualitas baik Harga merakyat Bebas dari bahan pengawet kimia yang berbahaya Memahami selera konsumen dan kebutuhan 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> Memiliki banyak pesaing Produk hanya dapat bertahan 3 hari dalam suhu ruangan Tidak dilakukan promosi dan periklanan secara rutin Proses produksi tergolong manual Kekurangan modal
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Penggunaan teknologi terbaru Kemudahan memperoleh bahan baku Memiliki pelanggan yang loyal Belum banyak produk tempe yang bermerk, berlogo dan mencantumkan ferivikasi Epom serta logo halal. 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat kualitas tempe yang baik, bebas dari bahan pengawet kimia berbahaya, agar memiliki pelanggan yang loyal. Mengemas tempe semenarik mungkin dan memahami selera konsumen agar memiliki pelanggan yang loyal Menggunakan teknologi yang semakin canggih, agar mudah untuk memperoleh bahan baku. 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan penggunaan kedelai dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produksi. Memanfaatkan teknologi untuk mempermudah memiliki pelanggan yang loyal. Menjadikan kemasan sebagai kelebihan produk dibanding produk pesaing.
<p>TREATHS (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> Munculnya pesaing dari usaha sejenis Harga bahan utama yakni kedelai yang tak menentu, terlebih lagi jika sedang melonjak naik Penurunan harga produk Pesaing memiliki modal yang lebih besar Inovasi strategi pesaing 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan pengalaman dalam penggunaan produk kedelai yang berkualitas, agar kualitas tempe yang dihasilkan mempunyai harga jual produk yang tinggi. Meningkatkan produksi kualitas tempe yang baik dan berani dalam mengalahkan pesaing yang memiliki modal lebih besar. 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat penemuan baru produk tempe kedelai yang dapat bertahan lebih dari 3 hari dalam suhu ruangan. Berani bersaing dengan pesaing lain yang memiliki modal lebih besar.

Analisis Strategi dan Dampak Kenaikan Kedelai

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa biaya kedelai sebelum dan sesudah kenaikan harga tiap responden adalah sebagai berikut :

a. Sebelum Kenaikan Harga Kedelai

Tabel 8. Sebelum Kenaikan Harga Kedelai

No	Nama Sampel	Jenis Kelamin	Umur	Bulan/Kg	Harga Kedelai	Nilai/Rp.
1	AW	L	43	1.900	11.450	21.755
2	AR	L	48	1.700	11.450	19.465
3	M	L	50	1.850	11.450	21.183
4	MS	L	48	1.700	11.450	19.465
5	J	L	50	1.850	11.450	21.183
6	AN	P	49	2.000	11.450	22.900
7	KA	L	52	1.750	11.450	20.038
8	T	P	55	1.700	11.450	19.465
Jumlah				14.450	91.600	165.453
Rata-rata				1.806	11.450	20.682

b. Sesudah Kenaikan Harga Kedelai

Tabel 9. Sesudah Kenaikan Harga Kedelai

No	Nama Sampel	Jenis Kelamin	Umur	Bulan/Kg	Harga Kedelai	Nilai/Rp.
1	AW	L	43	1.900	11.750	22.325
2	AR	L	48	1.700	11.750	19.975
3	M	L	50	1.850	11.750	21.738
4	MS	L	48	1.700	11.750	19.975
5	J	L	50	1.850	11.750	21.738
6	AN	P	49	2.000	11.750	23.500
7	KA	L	52	1.750	11.750	20.563
8	T	P	55	1.700	11.750	19.975
Jumlah				14.450	94.000	169.788
Rata-rata				1.806	11.750	21.223

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa produksi rata-rata pengrajin tempe di kecamatan Temayang adalah sebesar 14.450 kg per bulan. Sebelum kenaikan harga kedelai, penerimaan rata-rata pengrajin tempe dari penjualan tempe adalah sebesar Rp 20.682.000 per bulan. Setelah terjadi kenaikan harga kedelai, total penerimaan rata-rata pengrajin meningkat menjadi Rp 21.223.000 per bulan, dengan selisih penerimaan sebesar Rp 541.000. Sebelum terjadi kenaikan harga kedelai, pendapatan masing-masing pengrajin tempe bervariasi antara Rp 19.465.000 hingga Rp 22.900.000 per bulan. Setelah terjadi kenaikan harga kedelai, pendapatan mereka berkisar antara Rp 19.975.000 hingga Rp 23.500.000 per bulan. Perbedaan penerimaan ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah penggunaan kedelai yang menurun setelah terjadi kenaikan harga. Meskipun begitu, produksi tempe secara keseluruhan tetap stabil, tetapi dengan ukuran produk yang lebih kecil dibandingkan sebelumnya. Perbedaan jumlah produk yang dihasilkan ini dipengaruhi oleh modal yang dimiliki oleh masing-masing pengrajin, terutama dalam hal modal untuk pembelian bahan baku kedelai.

Dampak kenaikan harga bahan baku kedelai terhadap para produsen tempe di Kecamatan Temayang sangatlah signifikan. Para produsen tempe menjadi terdorong untuk mencari solusi kreatif guna mencapai pendapatan maksimal di tengah kondisi yang menantang ini. Namun, situasi ini juga membawa konsekuensi berat berupa biaya produksi yang tinggi akibat fluktuasi harga kedelai yang tidak stabil. Kenaikan harga bahan baku ini berarti para produsen harus menanggung beban biaya produksi yang semakin besar.

Akibat dari kenaikan harga kedelai adalah meningkatnya biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha tempe dalam memproduksi tempe. Dengan demikian, total biaya tunai untuk produksi tempe mengalami peningkatan. Produsen tempe menghadapi kenaikan harga kedelai dengan menerapkan strategi mengurangi tenaga kerja, ukuran tempe, dan penggunaan kedelai. Peneliti dalam hal ini juga menyatakan bahwa ada cara lain yang bisa ditempuh oleh produsen tempe untuk menghadapi kenaikan harga kedelai, yaitu dengan menaikkan harga jual tempe secara efektif. Untuk meningkatkan harga jual tempe secara efektif, berikut beberapa strategi yang dapat direkomendasikan dalam.

1. Peningkatan Kualitas Produk: Meningkatkan kualitas tempe dengan memperhatikan proses produksi, bahan baku yang berkualitas, dan standar kebersihan yang ketat. Kualitas produk yang lebih baik dapat mendukung kenaikan harga jual.
2. Diversifikasi Produk: Menambah variasi produk tempe dengan menciptakan inovasi baru atau menghadirkan berbagai jenis tempe dengan cita rasa yang unik. Hal ini dapat menarik minat konsumen dan membuka peluang untuk menetapkan harga lebih tinggi untuk produk yang berbeda.
3. Brand dan Penampilan: Membangun merek tempe yang kuat dan menarik dengan logo dan kemasan yang menarik. Branding yang baik dapat meningkatkan citra produk dan mendukung peningkatan harga jual.
4. Pemasaran yang Efektif: Menggunakan strategi pemasaran yang tepat, seperti pemasaran daring, media sosial, atau kolaborasi dengan restoran dan toko makanan. Pemasaran yang efektif dapat meningkatkan permintaan pasar dan mendukung harga jual yang lebih tinggi.
5. Sertifikasi dan Akreditasi: Mencari sertifikasi dan akreditasi dari badan otoritatif terkait standar kualitas dan keamanan pangan. Sertifikasi ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung harga jual yang lebih tinggi.
6. Jalinan Kerjasama: Mengembangkan hubungan yang baik dengan distributor, pengecer, atau pelaku bisnis lainnya. Kerjasama yang baik dapat membuka peluang pasar baru dan membantu menetapkan harga jual yang lebih tinggi.
7. Edukasi Konsumen: Mengedukasi konsumen tentang nilai gizi dan manfaat tempe yang tinggi. Semakin banyak konsumen yang menyadari manfaat kesehatan dari mengonsumsi tempe, semakin besar kemungkinan mereka bersedia membayar harga yang lebih tinggi.
8. Monitoring Pasar: Memantau harga tempe di pasar secara berkala dan memahami tren permintaan dan persaingan. Dengan pemahaman ini, penentuan harga dapat disesuaikan agar tetap kompetitif tetapi tetap menguntungkan.
9. Kolaborasi dengan Pemerintah: Melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan dan bantuan dalam pengembangan produk tempe, akses ke pasar, dan promosi produk.
10. Beri Nilai Tambah: Mencari cara untuk memberikan nilai tambah pada produk tempe, misalnya dengan memberikan olahan tempe yang siap saji atau produk turunan dari tempe yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Penerapan strategi-strategi di atas secara terpadu dan berkelanjutan dapat membantu dalam menaikkan harga jual tempe secara efektif dan mengoptimalkan potensi pendapatan para pengrajin tempe.

KESIMPULAN

Kenaikan harga kedelai berdampak pada pengurangan pendapatan yang diterima oleh produsen tempe. Meskipun pendapatan meningkat karena harga jual tempe yang lebih tinggi setelah kenaikan harga kedelai, namun peningkatan biaya produksi yang lebih besar menyebabkan keuntungan yang diperoleh menjadi lebih rendah daripada sebelumnya. Para produsen tempe harus menghadapi kondisi sulit karena harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk memproduksi tempe, namun pendapatan yang diperoleh tidak meningkat sebanding. Para produsen tempe harus melakukan strategi penyesuaian yang cerdas untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi kenaikan harga kedelai. Beberapa strategi yang dapat mereka terapkan antara lain: 1) Diversifikasi sumber bahan baku, 2) Peningkatan efisiensi produksi, 3) Proses produksi, dan 4) Inovasi produk.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas secara tepat dan terencana, para produsen tempe dapat tetap beroperasi dengan baik dan berhasil menjaga keberlanjutan usaha mereka meskipun menghadapi kenaikan harga kedelai yang tidak stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adiningsih, Sri dan Kadarusman, YB. (2003), Teori Ekonomi Mikro, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- [2] A.G Fallis. 2013. Climate Change. *The Physical Science Basis*. Vol.53 N0.9:1-30.
- [3] Amang, B, dkk. 1996. Ekonomi Kedelai Di Indonesia. Bogor: Ipb Press.
- [4] Birnadi, S. 2014. *Pengaruh Pengolahan Tanah dan Pupuk Organik Bokashi terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kedelai (Glycine max L.) Kultivar Wilis*. Edisi Juli 2014 Volume VIII No. 1.
- [5] Fandy, Tjiptono. 2000. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Penerbit Andi Yogyakarta
- [6] Hansen, Mowen, Guan (2009) Sixth Edition. *Cost Management, Accounting and Control*, Cengage Learning products are represented in Canada by Nelson Education, Ltd.
- [7] Ibid, hlm 187-188 Ibid, hlm. 208. Suherman Rosyidi, Pengantar Teori Ekonomi (Jakarta: Raja Grafindo Persada. *Pengantar Mikroekonomi* (yogyakarta: quadrant, 2018).
- [8] Indra, M. 2018. *Pengantar Mikroekonomi* yogyakarta: quadrant.
- [9] Islahuzzaman. (2012). *Istilah-istilah Akuntansi dan Auditing*. Edisi Kesatu, Bumi Aksara, Jakarta.
- [10] Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- [11] Nurul Huda et al., 2017. *Pemasaran Syariah : Teori dan Praktek*. Depok: Kencana.
- [12] Rudianto. 2012. *Pengantar Akuntansi Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- [13] Sudarso. 1991. Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: PT. Rineka Cipta. Sugiyono.
- [14] Tjiptono. F., 2000. *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II. Yogyakarta: Andi, hal: 17.