

**ANALISIS RANTAI NILAI AGROINDUSTRI SUSU BUBUK KEDELAI
(Studi Kasus Industri Sumber Gizi Nabati dan Melilea di Kota Pekanbaru)**

[VALUE CHAIN ANALYSIS OF SOYBEAN MILK POWDER AGROINDUSTRY]

(Case Studies Industry Sumber Gizi Nabati and Melilea in Pekanbaru)

HEDRON ASFIRA MONZERY*, SHOREA KHASWARINA, NOVIA DEWI

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

ABSTRACT

The objective of study was to analyse value chains and marketing margins from Sumber Gizi Nabati (SGN) and Melilea soybean milk agro-industries. This study was conducted from Februari until Maret 2013. Data collected were those of primary and secondary data. The methods of study used case studies, while the determination of the population is conducted by survey method. The data obtained was analyzed using descriptive method, scoring in each indicators, multiple regresi analysis and then analysis of the marketing margins. Most of respondents drawn from incidental consumers of soybean milk powder with number of sample from SGN 30 people and Melilea 30 people. The result of this study; the value chain showed that there are two activities in a company, the primary activity and the support activity; margin analysis showed that marketing margin of SGN industry greater than Melilea.

Key words : Soybean Milk, Value Chain, Consument

PENDAHULUAN

Analisis rantai nilai merupakan alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi dimana *value* pelanggan dapat ditingkatkan atau diturunkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok atau *supplier*, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri (Solihin, 2012).

Pasar menekan pelaku usaha untuk lebih meningkatkan koordinasi dengan konsumen dan terus melakukan inovasi. Hal ini meliputi pengembangan dan penerapan peningkatan kualitas, logistik dan sistem informasi. Peningkatan permintaan di pasar global menuntut perilaku usaha yang lebih fleksibel dan respon terhadap perkembangan perilaku konsumen. Pelaku usaha harus dapat merespon dengan cepat perubahan struktur pasar dan peraturan pemerintah di tingkat konsumen. Berdasarkan

penjelasan diatas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah; menganalisis rantai nilai dan margin pemasaran dari agroindustri susu bubuk kedelai SGN dan Melilea.

METODE PENELITIAN

Lokasidan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada industri susu bubuk kedelai yang terdapat di Kota Pekanbaru, yaitu Industri susu bubuk kedelai SGN dan Milelea. Pemilihan susu bubuk kedelai SGN dan Melilea karena produsen susu bubuk kedelai yang cukup berkembang. Susu bubuk kedelai SGN dan Melilea dipilih secara sengaja. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, mulai Bulan Februari sampai dengan Maret 2013. Rangkain kegiatan adalah persiapan penelitian, pelaksanaan penelitian dan penyusunan laporan.

Metode Pengambilan Sampel dan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus yang diperoleh suatu informasi yang hasil kajiannya

*Korespondensi penulis: E-mail: hedron_m@yahoo.com

dapat menjawab tujuan penelitian. Dasar pengambilan metode sensus dikarenakan jumlah populasi tergolong kecil dengan responden terdiri dari pemilik dan karyawan susu bubuk kedelai. Selain itu responden yang diambil juga sebagian dari konsumen susu bubuk kedelai yang dilakukan secara insidental dengan jumlah sampel pelanggan SGN 30 orang dan Melilea 30 orang.

Metode Analisis Data

Analisis Rantai Nilai

Secara deskriptif untuk menggambarkan aktivitas primer dan aktivitas pendukung yang ada pada Industri SGN dan Melilea. Secara kuantitatif untuk melihat pengaruh variabel X1, X2, X3 terhadap Qd, maka menggunakan analisis regresi berganda/*multiple regression*, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Qd = f(X1, X2, X3)$$

$$Qd = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + e$$

Dimana:

β_0 = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Parameter determinasi

e_i = Disturbance error

X1 = Harga SGN

X2 = Pendapatan

X3 = Harga Produk substitusi (Melilea)

Qd = Permintaan terhadap susu bubuk kedelai SGN

Menurut Santoso (2012), uji t dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t = (i/S(i))$$

Dimana:

β_i = Koefisien Regresi

$S\beta_i$ = Standar Deviasi

Menurut Wihandaru (2012), uji F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{K-1}}{\frac{1-R^2}{(n-k)}}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Banyaknya Observasi

k = Banyaknya Variabel Bebas

Menurut Zein (2010), untuk mencari margin pemasaran menggunakan rumus sebagai

$$= [cij / (pr - Pf)] [100\%]$$

$$= Hj - Hbj - Iij$$

berikut:

SBij

Cij

Sedangkan keuntungan lembaga pemasaran ke-j.

$$Skj = [\pi ij / (Pr - Pf)] [100\%]$$

$$Dij = Hj - Hbj - cij$$

Dimana:

SBij = Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-I oleh lembaga pemasaran ke-j

Cij = Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-I oleh lembaga pemasaran ke-j

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga ditingkat petani

Hj = Harga jual lembaga pemasaran

Hbj = Harga jual lembaga pemasaran ke-j

Dij = Keuntungan lembaga pemasaran ke-j

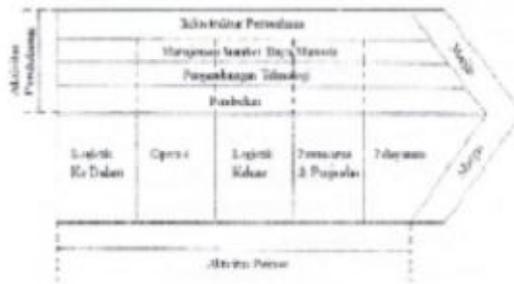
Skj = Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Untuk mencari *produsen share* dapat menggunakan rumus seperti dibawah ini.

$$\text{Produsen share} = \frac{\text{Harga ditingkat Produsen}}{\text{Harga ditingkat Konsumen}} \times 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN Identifikasi Rantai Nilai Agroindustri SGN dan Melilea

Analisis rantai nilai adalah suatu pendekatan system untuk menganalisis perkembangan dari keuntungan persaingan. Konsep rantai nilai yang dikemukakan oleh Michael Porter (1985), melihat perusahaan sebagai sebuah alur/rantai aktivitas dasar yang menambah nilai dari produk/jasa yang dihasilkan dan pada gilirannya akan memberikan laba bagi perusahaan perusahaan. Ada dua aktivitas dalam rantai nilai agroindustri yaitu aktivitas primer dan aktivitas pendukung.



Aktivitas primer terdiri dari beberapa indikator antara lain, logistik masuk, operasi, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, pelayanan yang bertujuan untuk menciptakan margin bagi perusahaan agar perusahaan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya. Aktivitas pendukung adalah aktivitas perusahaan untuk efisiensi dan efektifitas aktivitas primer yang ditujukan untuk konsumen. Aktivitas pendukung yaitu infrastruktur perusahaan, manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi, pembelian.

Tabel 1. Uji Hipotesis terhadap Produk SGN dan Produk Substitusi.

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5.792	3	1.931	14.728	.000 ^a
Residual	3.408	26	.131		
Total	9.200	29			

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel X1 dan X2, berpengaruh secara statistic terhadap permintaan SGN dilihat dari nilai

$14.728 > 2911 F_{hitung} > F_{tabel}$ Sehingga H_0 ditolak. Artinya, harga, pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan susu bubuk kedelai SGN.

Tabel 2. Uji Hipotesis terhadap Produk SGN dan Produk Substitusi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.742	2.185		-4.916	.000
	X1	.749	.126	.711	5.939	.000
	X2	.228	.092	.309	2.493	.019
	X3	.008	.093	.011	.089	.930

Berdasarkan uji t, menunjukan bahwa variabel X1, X2 berpengaruh signifikan secara statistic sedangkan X3 non signifikan. Dilihat dari nilai $5.939 > 2.744 T_{hitung} > T_{tabel}$ pada taraf kepercayaan 95%. $X2 = 2.493 > 2.453 T_{hitung} > T_{tabel}$ signifikan pada taraf kepercayaan 90%. Nilai koefisien X1 sebesar 0.749, artinya, apabila harga susu kedelai SGN (X1) meningkat Rp1 maka permintaan (Y) terhadap produk susu kedelai SGN meningkat sebesar 0.749. Nilai koefisien X2 sebesar 0.228, artinya apabila

pendapatan (X2) meningkat Rp1 maka permintaan (Y) terhadap susu kedelai SGN meningkat 0.228. Berdasarkan analisis margin pemasaran agroindustri SGN di Kota Pekanbaru menunjukan bahwa nilai margin pemasaran yang diterima produsen sebesar Rp12.000 lebih besar dibandingkan dengan margin pemasaran Melilea yaitu Rp8.000. Hal ini dipengaruhi oleh harga beli di tingkat konsumen lebih murah dibandingkan produk Melilea.

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis rantai nilai menunjukkan bahwa dari aktivitas yang ada memberikan laba yang cukup tinggi bagi SGN dan Melilea, sementara itu dari jumlah permintaan terhadap SGN dipengaruhi oleh harga produk SGN (X1), pendapatan (X2). Analisis margin menunjukkan bahwa margin yang diterima produsen SGN lebih besar dibandingkan dengan margin produsen yang diterima produsen Melilea yaitu Rp 12.000 > Rp 8.000. Produsen harus bias memastikan bahwa perusahaan berada dijalur yang kompetitif dibandingkan pesaing. Produsen juga harus memperhatikan biaya dan margin yang merugikan perusahaan, sehingga perusahaan tidak kehilangan daya saing dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Porter, M. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Santoso, S. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik parametric*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Wihandaru. 2012. *Uji Statistik*. Penerbit Muhammadiyah University Press. Yogyakarta.
- Zein, M. 2010. *Analisis Sistem Pemasaran Buah Naga di Kota Pekanbaru*. Program Studi Agrobisnis, Fakultas pertanian Universitas Riau. Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan)