

NILAI TAMBAH DAN PENGUATAN EKONOMI KELOMPOK USAHA BAJO INDAH LAPULU KENDARI MELALUI SEGMENTASI PASAR PADA DESAIN KEMASAN TERASI INSTANT

Oleh: Surni¹⁾ dan Murdjani Kamaluddin²⁾

ABSTRACT

This article the program is the following up of extension service facilitated by provincial planning board in year 2008 and 2009. The idea for producing “*terasi*” instant was based on experience that the wet “*terasi*” sold in markets is susceptible to contamination from various descases vectors e,g fly, rat, and other insects, and also emits unwanted and rejected smell. However, this commodity is potentially dominates local, regional, as well as national markets when presented in a more, hygienic, free from unwanted smell, more hygienic and attracted packaging, so it can be easity transported every where. In this research, various “*terasi*” powder marketing levels from producer till retailers will be studied, including value added at producer level and value added at the retailer level. The first targets are value added at producer level. Results of value added analysis (input, output, and price) show that income obtained is Rp 68.630 kg⁻¹ of terasi flour, which is the value added kg⁻¹ of raw material, return to labour Rp 30.000 kg⁻¹ of raw material; and the profit for members of farmer-processor group Rp 38.630 kg⁻¹ of raw material. The value of production (Rp 202.184,- kg⁻¹) has big difference with the price of raw material (Rp 50.000,- kg⁻¹ of raw material), so that the abtained value added is allocated more to labour the terasi processing operations. While the profit is allocated for the working capital of the farmed-processor group.

Keywords: value added; *terasi* instant

PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah sampai dengan sekarang ini masih menekankan pada pengentasan kemiskinan, diperhadapkan pada sejumlah tantangan. Saat ini dan kedepan program pembangunan diprioritas - kan pada aspek: (1) pertumbuhan ekonomi; (2) perluasan kesempatan kerja; dan (3) pengentasan kemiskinan. Ini diperjelas oleh Bustanul Arifin,(2006), bahwa kebijakan pembangunan ekonomi Indonesia selama kepemimpinan Presiden SBY masih menekankan pada tiga jalur (*triple-track strategy*) platform pembangunan yang lebih *pro-growth*, *pro-employment* dan *pro-poor* yang dianggap referensi penting bagi negara-negara di dunia, yaitu: (1) peningkatan pertumbuhan ekonomi di atas 6,5 % per tahun melalui percepatan investasi dan ekspor; (2) membenahan sektor riil untuk

mampu menyerap tambahan angkatan kerja dan menciptakan lapangan kerja baru; dan (3) revitalisasi sektor pertanian dan pedesaan untuk berkontribusi pada pengentasan kemiskinan. Upaya-upaya ini didukung oleh Marzuki Alie Ketua DPR-RI dalam pidato membuka rapat paripurna DPR-RI tanggal 16 Agustus 2012 bahwa target pertumbuhan ekonomi Indonesia 6,8 – 7,2 % tahun 2013 (<http://dpr-ri.compidato.paripurna.htm> tanggal 17 Agustus 2012). Namun pada kenyataannya pemerintah gagal mencapai target tersebut, karena pertumbuhan ekonomi tahun 2013 hanya 6,5% dan turun lagi 5,2% pada tahun 2014 ini (ekonomi kompasional.com/ moneter/ 2013/12/19/-Bank-dunia-pertumbuhan-ekonomi Indonesia dan www.Presiden.go.id/index.PHP/Pidato/2014/08/15/2021.html).

Dalam mewujudkan prioritas-prioritas tersebut di atas peran sektor usaha riil sangat

¹⁾ Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo, Kendari

²⁾ Staf Pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo, Kendari

strategis dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya dalam upaya peningkatan Produk Domestik Regional Bruto Daerah dan penurunan kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi yang diindikasikan sebagai pendapatan per kapita diyakini mendorong kemakmuran ekonomi yang lebih besar. Peran lainnya adalah sebagai perangsang bagi pertumbuhan sektor-sektor lain, baik langsung maupun tidak langsung melalui penciptaan lingkungan pembangunan ekonomi yang kondusif.

Salah satu produk yang berpotensi dikembangkan dalam mendukung tiga prioritas pembangunan di atas adalah produk terasi bubuk (terasi *instant*). Produk ini adalah hasil bimbingan tim dosen pelaksana pengabdian kepada masyarakat tahun 2010 dan 2011 pada Kelompok Usaha Bajo Indah Kelurahan Lapulu Kota Kendari. Sebagai realisasi bimbingan melalui pendampingan yang difasilitasi Bapeda Sultra dari tahun 2008 dan 2009. Terasi *instant* terinspirasi untuk diwujudkan, karena terasi semi basah yang selama ini banyak beredar di pasar dalam bentuk bongkahan dan terbuka rawan akan kontaminasi dari sumber penyakit seperti lalat, tikus, dan serangga lainnya serta bau aromanya menyengat tajam tidak dapat disembunyikan. Potensi untuk mendominasi pasar lokal, pasar regional, maupun nasional sangat besar mengingat komoditi ini sangat disukai masyarakat yang doyan sambal terasi dalam setiap menu makanan, higienis sesuai dengan harapan konsumen. Tidak malu lagi membawanya dalam bepergian karena baunya tertutup tidak keluar.

Melalui penelitian ini akan ditelusuri mulai dari tingkat hulu (produsen) maupun ke tingkat hilir (pedagang yang berhadapan langsung dengan konsumen). Di tingkat produsen tentang nilai tambah dari komponen bahan baku dan paket kemasan terasi *instant*, sedangkan di tingkat hilir tentang harga yang diterima para pedagang (dari segmentasi pasar) sebagai balas jasa yang dibayar pembeli atau konsumen dan pilihan konsumen. Penelitian ini berjalan sesuai *roadmap* sebagai berikut: Diawali dari bimbingan/pendampingan melalui kegiatan pengabdian

kepada masyarakat kelompok Dosen perikanan dan Agribisnis Faperta Unhalu yang difasilitasi Pemda (Bapeda) Provinsi Sulawesi Tenggara dan Dikti berturut-turut mulai tahun 2008, 2009, 2010, dan 2011. Tahun terakhir ini (2011) sampai menghasilkan terasi bubuk higienis, bebas dari kontaminasi sumber penyakit seperti lalat, tikus dan serangga lainnya, serta bau aromanya yang menyengat tajam tidak keluar kepermukaan setelah dikemas dengan kemasan tertutup. Dilanjutkan dengan mengarahkan dua orang mahasiswa agribisnis yang dibimbing dosen pelaksana pengabdian kepada masyarakat, tentang kelayakan teknis dan kelayakan ekonomi pengembangan terasi bubuk oleh kelompok Usaha Bajo Indah. Masing-masing merekomendasikan melalui kesimpulan penelitiannya bahwa secara teknis (dapat mendapatkan keuntungan relatif banyak) usaha terasi bubuk layak untuk diproduksi oleh Kelompok Usaha Bajo Indah di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari (peneliti I). Sedangkan secara ekonomi (oleh peneliti II) layak diusahakan, hal ini ditunjukkan oleh nilai NBCR = 1,73; nilai NPV = Rp.29.082.520; dan nilai IRR sebesar 32,55%. Kegiatan pendampingan berlanjut melalui Penelitian Strategis Nasional tahun pertama oleh Surni, dkk.(2012) menghasilkan: (1) a. Tingkat hulu, harga dasar terasi *instant* sebesar Rp.227,5 per gram sehingga harga yang ditetapkan pada tiga ukuran kemasan (15 gram, 10 gram, 5 gram) masing-masing adalah: Rp.4.000/bungkus; Rp.3.000 per bungkus; dan Rp.1.500 per bungkus. Selisih antara harga dasar dan harga yang ditetapkan di tingkat Kelompok Usaha Bajo Indah merupakan jasa kepada peneliti yang telah diatur dalam nota kesepakatan sebesar Rp.55,83 per gram. b. Tingkat hilir, berhasil membuka 18 agen penjualan terasi *instant* tersebar di pusat-pusat konsumen kabupaten kota di Provinsi Sulawesi Tenggara. Harga yang ditetapkan di tingkat agen penjualan pada tiga ukuran kemasan (15 gram; 10 gram; dan 5 gram) masing-masing adalah Rp.5.000 per bungkus; Rp.3.500 per bungkus; dan Rp.2.000 per bungkus. (2)

Marjin pemasaran terasi *instant* pada tingkat ukuran (15 gram; 10 gram; dan 5 gram) masing-masing per satu bungkus adalah Rp.1.000; Rp.500; Rp.500, dan ditinjau dari masing-masing per satu gram adalah Rp.66,67; Rp.50; dan Rp.100. Biaya pemasaran terasi *instant* per satu gram adalah Rp.34, sehingga keuntungan masing-masing ukuran adalah: Rp.32,67/ gram; Rp.26/ gram; dan Rp.66/ gram. Pedagang (agen penjualan) mendapat keuntungan relatif besar pada ukuran 5 gram. (3) Bagian harga terasi *instant* yang diterima produsen (Kelompok Usaha Bajo Indah) pada ukuran (15 gram; 10 gram; 5 gram) masing-masing adalah: 80 %; 85 %; dan 75 %, ini menunjukkan bahwa pemasaran terasi *instant* berjalan efisien, namun yang paling efisien jualan pada ukuran 10 gram. (4) Penilaian konsumen terhadap terasi *instant* produk Kelompok Usaha Bajo Indah Lapulu menunjukkan bahwa dari segi kemasan konsumen puas, dari segi kepraktisan konsumen cukup puas; dari segi tingkat harga konsumen kurang puas dan dari segi rasa konsumen merasa puas, ini ditunjukkan dengan nilai skor rata-rata masing-masing: 3,28; 2,67; 1,94; dan 3,42 dan (5) Produsen, pedagang, dan konsumen terasi *instant*, tiga unsur utama yang menentukan berjalannya pemasaran terasi *instant* masing-masing: produsen merasa puas karena persentase bagian harga yang diterimanya (FS) besar dengan rata-rata 80,24 %, pedagang merasa puas dengan keuntungan yang diperoleh sebesar rata-rata Rp.41,56/gram, dan konsumen merasa cukup puas atas kemasan, kepraktisan, tingkat harga dan rasa atas terasi *instant* dengan total skor rata-rata 2,85. Ini menunjukkan bahwa pemasaran terasi *instant* di Sulawesi Tenggara berjalan secara efisien.

Kegiatan pendampingan berlanjut melalui Penelitian Strategis Nasional tahun kedua (2013), menelusuri pengaruh setiap faktor yang dapat meningkatkan bagian harga yang diterima produsen yang menunjukkan tingkat efisiensi pemasarannya. Faktor-faktor yang dimaksud adalah: faktor: ukuran pasar (UP); persentase produk yang dijual dari

produsen ke pedagang (PER); jumlah pedagang yang melakukan pembelian dan penjualan terasi bubuk (PBJ); jumlah penduduk yang ada di radius agen penjualan/pasaran terasi bubuk (PD); jarak antara produsen dengan pasaran (JP); periode waktu yaitu frekwensi jual beli (PW). Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh positif nyata adalah peubah variabel persentase produk yang di pasarkan. Berpengaruh negatif nyata adalah peubah variabel jumlah agen penjualan dan peubah variabel frekwensi waktu.

Melalui kegiatan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi kali ini, pada tahun pertama (2014) dapat mengetahui besarnya nilai tambah dari komponen bahan dan paket kemasan untuk terasi *instant*, imbalan terhadap tenaga kerja, keuntungan yang diperoleh dan balas jasa dari bahan yang digunakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengolahan terasi *instant* menciptakan nilai tambah sebesar Rp.68.630 kg⁻¹ bahan baku. Rasio nilai tambah sebesar 34%, yang berarti jika Rp.10.000 nilai produksi terasi *instant* mendapatkan nilai tambah sebesar Rp.3.400. Bagian tenaga kerja sebesar 43,71%, berarti jikalau Rp.10.000 nilai tambah yang diperoleh maka dialokasikan kepada tenaga kerja sebesar Rp.4.371. Tingkat keuntungan sebesar 19,11%, berarti setiap Rp.10.000 terasi *instant* yang laku di pasar maka keuntungan diperoleh sebesar Rp.1.911.

Tahun kedua (2015) kegiatan pendampingan melalui Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi, akan mengetahui segmentasi pasar, tingkat kesejahteraan anggota kelompok melalui tolok ukur nilai tukar petani (NTP), dan persentase pertumbuhan ekonomi kelompok. Pasca Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi ini, akan diusulkan melalui kompetitif nasional atau pada skim penelitian lainnya dengan judul: "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Model Kemasan pada Produk-Produk Berbau Aroma Menyengat Tajam di Provinsi Sulawesi Tenggara".

METODE PENELITIAN

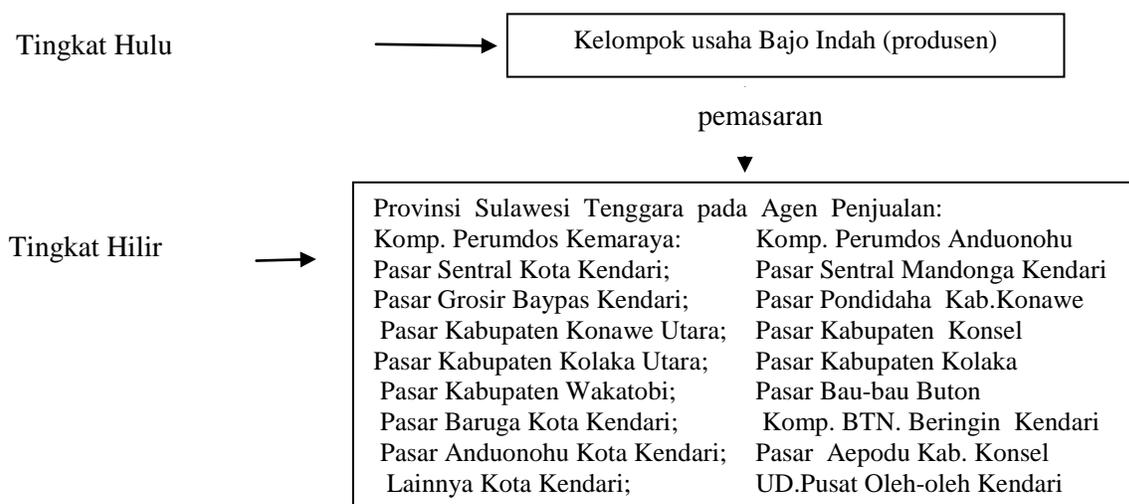
Penelitian ini adalah penelitian kasus, bersifat non eksperimen dan kesimpulan yang akan direkomendasikan dari hasil penelitian ini adalah kepada kelompok sasaran (Cecep Kusuma, 2003). Dapat dijadikan contoh untuk kelompok masyarakat lainnya yang potensial membuat produk yang sejenis. Lokasi penelitian, di tingkat hulu yaitu pada Kelompok Usaha Bajo Indah Lapulu Kota Kendari, sedangkan di tingkat hilir pada 18 agen pejualan yang tersebar di delapan Kabupaten Kota Sulawesi Tenggara. Pada setiap agen pemasaran dan pedagang lainnya

yang membeli langsung pada produsen menjadi sumber informasi data, sehingga penarikan sampel pedagang ditentukan secara *Snowball* (jumlah sampel pedagang disensus).

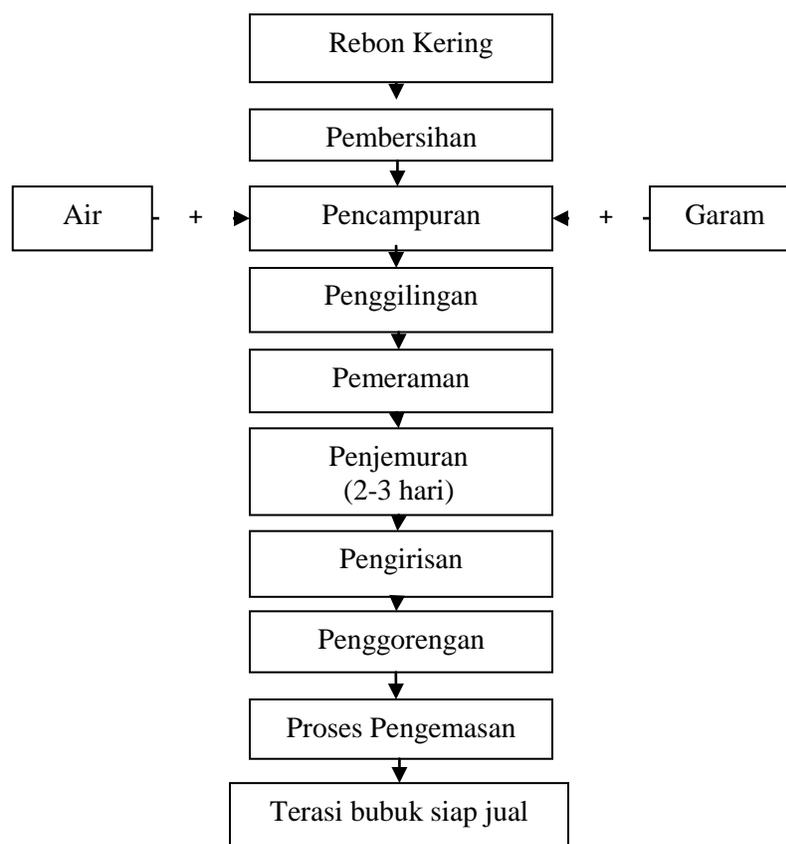
Alat analisis yang digunakan adalah analisis nilai tambah konsep Hayami, Y. *at al.* (1987) dalam Prosiding Seminar Nasional (2011) seperti pada Tabel 1. Pelaksanaan penelitian di Provinsi Sulawesi Tenggara. Sebagai pusat produsen di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli, sedangkan pedagang/agen pemasaran pada pasar pusat-pusat konsumen di delapan kabupaten kota Provinsi Sulawesi Tenggara (lihat Gambar 1).

Tabel 1. Format Analisis Nilai Tambah Produk (Hayami, T. at al. 1987)

No.	Daftar output, input dan harga	Satuan
1.	Hasil terasi instan.....	kg/bulan
2.	Bahan baku	kg/bulan
3.	Tenaga kerja	hk/bulan
4.	Faktor konversi (1/2)	
5.	Koefisien tenaga kerja (3/2)	
6.	Harga produk rata-rata terasi instan.	Rp/kg
7.	Upah rata-rata dinilai per jam dari nilai upah yang berlaku di lokasi penelitian	Rp/hk
Pendapatan dan keuntungan:		
8	Harga bahan baku (udang, garam, air, kemasan)	Rp/kg
9	Sumbangan input lain (minyak tanah).....	Rp
10	Nilai produk (4 x 6)	Rp/kg
11	a. Nilai tambah (10 – 8 – 9)	Rp/kg
	b. Rasio nilai tambah (11a/10)	%
12	a. Imbalan tenaga kerja (5 x 7)	Rp/kg
	b. Bagian tenaga kerja (12/11a)	%
13	a. Keuntungan (11a – 12a)	Rp/kg
	b. Tingkat keuntungan (13a/10)	%



Gambar 1. Lokasi Penelitian (Hulu dan Hilir) Provinsi Sulawesi Tenggara



Gambar 2. Proses Produksi Terasi Instant dalam Bentuk Skema

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Hulu, Profil Kelompok Usaha Bajo Indah

Kepengurusan Kelompok Usaha Bajo Indah disusun dan dikukuhkan bersamaan dengan kegiatan bimbingan/ penyuluhan pertama pada bulan Agustus 2012. Kelompok ini dijalankan oleh 10 orang, 3 orang perempuan dan 7 orang laki-laki. Satu orang ketua merangkap manajer dibantu seorang sekretaris dan seorang bendahara, lainnya (7 orang) adalah serbagai anggota. Manajer merangkap ketua seorang ibu (Linda) umur relatif mudah walaupun tingkat pendidikannya hanya setingkat SMP namun enerjik karena mengikuti pelatihan-pelatihan teknis dan non teknis pengelolaan industri rumah tangga (kewirausahaan) yang diadakan pemerintah Kota Kendari. Pengetahuan yang diperolehnya menjadi bertambah dan percaya diri setelah kelompok Dosen dari perguruan tinggi UHO mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama 4 tahun berturut-turut (2008 – 2011) melalui bimbingan dalam bentuk pendampingan menghasilkan terasi *instant* yang *hygienic*. Kegiatan pendampingan berlanjut melalui Penelitian Stranas TA. 2012, sehingga Kelompok Usaha Bajo Indah mendapatkan rekomendasi dari: (1) Kepala Dinas Kesehatan Kota Kendari tentang Sertifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dengan nomor seri P – IRT No.202747101165, dan (2) Balai Pengawasan Obat dan Makanan (B-POM) Kota Kendari tentang hasil uji sampel terasi *instant* produk Kelompok Usaha Bajo Indah, mempunyai kadar protein 65,93 %; kadar air 8,96 %; dan kadar abu 22,94 %.

Mengingat beban kerja yang semakin bertambah setelah berjalan penelitian ini secara efektif, anggota kelompok yang sebelumnya berjumlah enam orang bertambah menjadi 10 orang (ada penambahan tenaga kerja 40 %).

Identitas anggota dari segi umur rata-rata relatif produktif (38,8 tahun), rata-rata pengalaman beusaha adalah 14,8 tahun, rata-rata tingkat pendidikan anggota adalah SLTP

dan rata-rata mempunyai tanggungan keluarga dua orang untuk jelasnya pada Lampiran 1. Hal ini menggambarkan bahwa kelompok Usaha Bajo Indah berpotensi untuk berkembang dengan pendekatan pendampingan dan diikuti dalam pelatihan-pelatihan teknis yang diadakan instansi teknis yang ada di Kota Kendari.

Peningkatan SDM

Untuk mendapatkan produk terasi *instant* yang *hygienic* memenuhi standar kesehatan bimbingan kepada anggota Kelompok Usaha Bajo Indah terus-menerus dilakukan. Pada kegiatan penelitian Stranas TA. 2013 dan UPT TA.2014 ini diadakan bimbingan lanjutan berupa penyegaran mengenai penanganan makanan yang memenuhi standar kesehatan (terasi *instant* yang *hygienic*).

Nilai Tambah

Usaha Pengolahan terasi bubuk yang dilakukan oleh kelompok Usaha Bajo Indah di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari, yang memproduksi terasi bubuk berupa pengolahan lanjutan dari terasi basah yang kemudian diolah menjadi terasi bubuk yang selanjutnya akan diolah kembali menjadi produk siap pakai. Oleh karena itu, analisis nilai tambah yang dilakukan adalah dari produksi terasi basah menjadi terasi bubuk yang siap dipasarkan.

Nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses pengolahan. Perhitungan nilai tambah pengolahan terasi bertujuan untuk mengetahui penambahan nilai dari proses pengolahan bahan baku menjadi terasi bubuk. Nilai tambah dihitung dari selisih antara nilai output (penerimaan) dan nilai input (biaya total) yang dikeluarkan dalam proses pengolahan dan pemasaran. Seluruh komponen analisis diukur dan dinyatakan dalam satuan satu kilogram (kg) bahan baku. Hal ini dilakukan agar diketahui besarnya pertambahan nilai dari 1 gram bahan baku yang dibentuk oleh kegiatan pengolahan. Gambaran mengenai besarnya

nilai tambah pengolahan terasi bubuk disajikan pada Tabel 2 .

Tabel 2. Hasil Analisis Nilai Tambah Pengolahan Terasi Bubuk Metode Hayami, *at al.* (1987) dalam prosiding (2011) dan

No	Output, Input dan Harga	Nilai
1	Hasil Produksi (Kg/bulan)	5,13
2	Bahan Baku (Kg/bulan)	7,33
3	Tenaga Kerja (hk/bulan)	30,00
4	Faktor Konversi = (1)/(2)	0,70
5	Koefisien Tenaga Kerja = (3)/(2)	4,09
6	Harga Produk Rata-Rata (Rp/Kg)	288890,00
7	Upah Rata-Rata (Rp/hk)	7330,00
Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	50000,00
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	83553,21
10	Nilai Produksi = (4) x (6) (Rp/Kg)	202184,00
11	Nilai Tambah = (10) – (8) – (9) (Rp/Kg)	68630,00
	Rasio Nilai Tambah = (11a)/(10) (%)	34,00
12	a. Imbalan Tenaga Kerja = (5) x (7) (Rp/Kg)	30000,00
	b. Bagian Tenaga Kerja = (12a)/(11a) (%)	43,71
13	Keuntungan (11a) – (12a) (Rp/Kg)	38630,00
	Tingkat Keuntungan (13a)/(10) (%)	19,11

Pada penelitian ini terdapat bahan baku sebanyak 7,33 kg per bulan yang terdiri dari terasi basah sehingga menghasilkan produk terasi bubuk sebanyak 5,13 kg per bulan dalam tiga kali produksi. Kisaran hari kerja berlangsung 3 hari kerja sehingga jumlah hari kerja yang dilakukan oleh tenaga kerja usaha terasi bubuk sebanyak 10 orang yang terdiri dari 3 orang laki-laki dan 7 orang perempuan, jadi jumlah hari kerja adalah 30 hari kerja selama tiga kali produksi yang dilakukan pada setiap bulan.

Dalam penelitian ini, faktor konversi merupakan perbandingan antara jumlah produksi yang dihasilkan dengan jumlah bahan baku yang diolah dalam satu kali produksi kegiatan pengolahan yang bernilai 0,70. Artinya untuk setiap 1 kg terasi basah yang diolah akan diperoleh 0,70 kg terasi bubuk, dan sebaliknya untuk menghasilkan 1 kg terasi bubuk digunakan bahan baku sebanyak 1,42 kg bahan baku.

Koefisien tenaga kerja yang diperoleh dari rasio antara jumlah hari kerja dengan bahan baku yang diolah. Dari perhitungan diperoleh koefisien tenaga kerja sebesar 4,09.

Harga rata-rata produk terasi bubuk dalam pemasarannya Rp 288.890/kg. Harga rata-rata bahan baku Rp 50.000/kg. Sumbangan input lain atau bahan penolong bernilai Rp 83.553,21 per kg bahan baku karena dalam pengolahan terasi menggunakan kemasan dan minyak tanah. Nilai produksi merupakan perkalian antara faktor konversi dengan harga produk, dan bernilai Rp 202.186 per kg bahan baku.

Besar nilai tambah yang terbentuk oleh kegiatan pengolahan dipengaruhi pula oleh tingkat teknologi yang digunakan dan perlakuan-perlakuan yang diberikan terhadap bahan baku yang diolah. Pada pengolahan terasi basah menjadi terasi bubuk oleh Kelompok Usaha Bajo Indah, dengan dilakukan secara manual telah menciptakan nilai tambah sebesar Rp 68.630 per kg bahan baku. Angka ini merupakan selis antara nilai produk dengan harga bahan baku dan sumbangan input lain. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 34%. Artinya, untuk setiap Rp 10.000 nilai produk akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp 3.400. nilai tambah yang tercipta menunjukkan suatu nilai

yang besar. Hal ini disebabkan tingginya nilai produk, sementara harga bahan baku dan sumbangan input lain tidak begitu besar.

Imbalan tenaga kerja merupakan hasil perkalian antara koefisien tenaga kerja dengan upah rata-rata yang nilainya Rp 30.000 per kg bahan baku. Sedangkan bagian tenaga kerja adalah rasio antara imbalan tenaga kerja dengan nilai tambah yang juga bernilai Rp 43,71%, hal ini terjadi karena tenaga kerja yang digunakan oleh pengusaha dalam pengolahan terasi basah menjadi terasi bubuk dalam *sachet* bersumber dari keluarga. Keuntungan yang diperoleh dari proses pengolahan terasi bubuk sebesar Rp 38.630 per kg bahan baku, angka ini diperoleh dari nilai tambah dikurangi imbalan terhadap tenaga kerja dan tingkat keuntungan mencapai sekitar 19,11%.

Dalam penelitian ini, nilai tambah yang tercipta dari kegiatan pengolahan terasi bubuk cukup besar dan dapat menguntungkan bagi pengusaha terasi bubuk. Walaupun kegiatan pengolahan ini dinilai masih relatif kecil. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tingkat teknologi yang diterapkan dalam usaha pengolahan terasi bubuk masih relatif sederhana serta pengolahan terasi bubuk masih manual. Mengambil bagian (promosi) pada kegiatan expo produk hasil-hasil penelitian dalam rangka the 8th CRISU-CUPT Internasional conference 17th-19th Oktober 2013 di UHO Kendari dan expo Dies Natalis UHO.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengolahan terasi *instant* memberikan nilai tambah sebesar Rp.68.630/kg bahan baku terasi basah, rasio nilai tambah terhadap nilai produksi sebesar 34% artinya untuk setiap Rp.10.000 nilai produk akan diperoleh nilai tambah sebesar Rp.3.400. Imbalan tenaga kerja sebesar 43,71%, keuntungan yang diperoleh 19,11%, dan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp.38.630/kg.

Saran

Kepada produsen (Kelompok Usaha Bajo Indah) agar tetap menjaga kualitas produk dan mempertahankan tingkat higienitas sesuai standar kesehatan. Di tingkat hilir supaya para agen penjualan agar supaya tetap mempromosikan terasi *instant* agar supaya volume penjualan menjadi bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alie, Marzuki. 2012. Pidato Pembukaan Paripurna DPR-RI, <http://dpr-ri.com/pidato.paripurna.htm>, Diakses tanggal 17 Agustus 2012.
- Arifin, Bustanul. 2006. Antara Pengembangan Investor dan Pendapatan Asli Daerah, *Journal Bisnis dan Ekonomi Politik*, Volume 7. No. 3, Juli 2006.
- Azzaino, Zulkifli. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian, Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, IPB Bogor.
- Farida Nurland. 1986. Pemasaran Produk Pertanian, Lephass Unhas, Ujung Pandang.
- Fahria Nadiryati. 2011. Analisis Kelayakan Teknis Usaha Terasi Bubuk pada Kelompok Usaha Bajo Indah di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari, Skripsi, Jurusan Agribisnis Faperta Unhalu, Kendari.
- Fatahilah, Y. H., Marimin, Harianto. 2009. Analisis Kinerja Rantai Pasok Agribisnis Sapi Potong: Studi Kasus pada PT. Kariyana Gita Utama, Jakarta. <http://r.sear...Ble Oubuk DKU>. Diakses tanggal 20 Juni 2014.
- Habibie, B.J. 2010. Peradaban Teknologi untuk Kemandirian Bangsa, Penerbit PT. Mizan Pustaka, Bandung.
- Hayami Y., Kawagae, T., Morooka, Y. and Siregar, M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Perspective From A Sunda Village, Bogor*.
- Kamaluddin, La Ode, M. 2014. Reorientasi (Strategi) Pendidikan Nasional Indonesia (2015-2020), Penerbit Unisula Pres, Semarang.

- Kamaluddin, La Ode, M. 1999. Reorientasi Strategis dan Kebijakan Pembangunan Nasional Serta Arah Pembangunan Daerah. Format Indonesia Baru, Jakarta.
- Kusuma, Cecep. 2003. Metodologi Penelitian Bagian Program Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia (PKSDM) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan, Makalah Materi Pelatihan Metodologi Penelitian Faperta UHO Kendari.
- Ma'mun. 1985. Keragaan Pemasaran Kentang dan Kubis di Jawa Barat dan Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya, Tesis, Fakultas Pascasarjana IPB, Bogor.
- Miles M.B. dan Huberman, A.M. 1992. Analisis Data Kualitatif, Penerbit U I., Jakarta. Pride, William M. dan Ferrell. 1995. Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Moelyono, M. 2010. Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Saefuddin, A.M., Ali Umar Syaraf, Ma'mun Sarma. 1984. Manajemen Pemasaran, Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian IPB, Bogor.
- Saefuddin, A.M. 1982. Pemasaran Produk Pertanian, Fakultas Pertanian, IPB Bogor.
- Suprpti. 2002. Bisnis Terasi, http://bisnisukm.com/pembuatan_terasi.htm, Diakses tanggal 22 Januari 2011.
- Surni. 2013. Pemasaran Hasil Pertanian, Buku Ajar, Edisi Revisi ke ii, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Kendari.
- Supranto, J. 1986. Riset Pemasaran untuk Pengembangan Ekspor, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Tarigan (2004) dan Rahmawati (2009). Teori Nilai Tambah (Galaxy- Shinhwa. blogspot.com/2013/03/teori-nilai-tambah.html. Diakses tanggal 29 Maret 2014).
- Yeni Anggraeny, 2011. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Terasi Bubuk pada Kelompok Usaha Bajo Indah di Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari, Skripsi, Jurusan Agribisnis Faperta Unhalu, Kendari.