

Research Article**Analisis Pendapatan, Nilai Tambah, Dan Saluran Pemasaran Pengolahan Ubikayu Menjadi Modified Cassava Flour (Mocaf) (Studi Kasus: KWT Seroja, Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Metro Selatan Kota Metro)****Shela Monika¹, Zulkarnain^{2*}, Supriyadi³, Yatmin⁴, Rakhmiati⁵, Krisnarini⁶, Bigi Undadraja⁷, Sri Indaryati⁸**^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dharma Wacana, Indonesia^{4,5,6,7}Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Dharma Wacana, Indonesia⁸Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan Peternakan, Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, Indonesia

*Korespondensi: zulfadhilalzabir@gmail.com

ABSTRACT

Cassava has a great opportunity to be processed into products that provide added value. Rejomulyo Village is a producer of cassava for mocaf flour in South Metro, where cassava production can reach 122.20 kw/ha. The Women Farmers Group (KWT) that can produce mocaf flour is KWT Seroja, Rejomulyo Village, South Metro District, Metro City. Research objectives: (1). To determine the income from mocaf flour products in KWT Seroja. (2). To determine the added value of mocaf flour in KWT Seroja. (3). To determine the marketing channels for mocaf flour in KWT Seroja. The determination of the research sample used a purposive sample in KWT Seroja. The analytical method used in the research is income analysis and value added analysis. The results of the analysis show that: (1). Mocaf flour income is IDR 69,471 with an R/C Ratio of 1.2, revenue of IDR 375,000, and total costs of IDR 305,529. (2). The added value of mocaf flour received by the Seroja Women Farmers Group is IDR 2,300/kg with a profit of IDR 2,076/kg, from 50 kg of cassava at a price of IDR 1,500/kg to IDR 12.5/kg of mocaf flour, with a price of IDR 30,000/kg. (3). The efficient marketing of mocaf flour carried out by the Seroja Women Farmers Group is through Marketing Channel I.

Keywords: Mocaf, Added Value, Income, Marketing, Cassava**ARTICLE HISTORY**

Received: 30.10.2025

Accepted: 05.11.2025

Published: 30.11.2025

ARTICLE LICENCE

Copyright © 2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

ABSTRAK

Ubi kayu mempunyai peluang besar untuk diolah menjadi produk yang memberikan nilai tambah. Kelurahan Rejomulyo merupakan penghasil ubi kayu untuk tepung mocaf di Metro Selatan, dimana produksi ubi kayu dapat mencapai 122,20 kw/ha. Kelompok Wanita Tani (KWT) yang dapat memproduksi tepung mocaf adalah KWT Seroja Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro. Tujuan penelitian: (1). Mengetahui pendapatan dari produk tepung mocaf di KWT Seroja. (2). Mengetahui nilai tambah tepung mocaf di KWT Seroja. (3). Mengetahui saluran pemasaran tepung mocaf di KWT Seroja. Penentuan sampel penelitian menggunakan *purposive sample* di KWT Seroja. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis pendapatan dan analisis nilai tambah. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1). Pendapatan tepung mocaf sebesar Rp69.471 dengan R/C Ratio 1,2, penerimaan sebesar Rp375.000, dan total biaya sebesar Rp305.529. (2). Nilai tambah tepung mocaf yang diterima Kelompok Wanita Tani Seroja sebesar Rp2.300/kg dengan keuntungan sebesar Rp2.076/kg, dari 50 kg singkong dengan harga Rp1.500/kg menjadi Rp12,5/kg tepung mocaf, dengan harga Rp30.000/kg. (3). Pemasaran tepung mocaf yang efisien yang dilakukan oleh KWT Seroja adalah melalui Saluran Pemasaran I.

Kata Kunci: Mocaf, Nilai Tambah, Pendapatan, Pemasaran, Ubi kayu**1. Pendahuluan**

Sektor pertanian berperan penting dalam meningkatkan ekonomi negara. Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sektor utama dalam mendukung perekonomian negara yaitu sektor pertanian (Sonia, 2023). Pertumbuhan pertanian harus berorientasi pada peningkatan produktivitas pertanian yang bertujuan menjamin ketahanan pangan, ekspor yang meningkat, pendapatan yang besar, peluang kerja yang luas dan pemerataan lapangan usaha (Rahim, 2005); (Zulkarnain, Haryono, & Kasymir, 2010). Di dalam sektor pertanian terdapat beberapa bagian sub sektor yaitu hortikultura, tanaman pangan, perikanan, peternakan, dan kehutanan (Khairad, Noer, & Refdinal, 2020)

Salah satu bagian kecil di sektor pertanian yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara adalah sub sektor tanaman pangan, terutama tanaman ubi kayu, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) ubikayu merupakan tanaman pangan ketiga terbesar di Indonesia setelah padi dan jagung. Produksi ubi kayu pada 2023 mencapai 16,76 juta ton, mengalami peningkatan sebanyak 1,81 juta ton atau 12,13 persen dibandingkan produksi ubi kayu di 2022 sebesar 14,95 juta ton, peningkatan dikarenakan penerapan budidaya yang baik sesuai anjuran yang disampaikan oleh para penyuluh.

Secara umum, masyarakat masih menggunakan ubi kayu hanya untuk keperluan sederhana, seperti dibuat menjadi opak, tape, getuk, atau sekadar direbus dan digoreng untuk dimakan langsung. Dengan demikian, nilai tambah dari ubi kayu ini belum terasa secara signifikan. Namun, seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan pengembangan pangan yang memanfaatkan sumber daya lokal, ubi kayu kini bisa diolah menjadi bahan baku industri, pakan ternak, serta bahan untuk membuat tepung. Tepung ubi kayu yang sudah dimodifikasi ini dikenal sebagai mocaf, dan berbagai merek dagangnya sudah tersedia di pasaran. (Salim, 2011).

Ubi kayu merupakan tanaman pangan yang bisa diubah menjadi berbagai produk dengan nilai tambah tinggi. Di Kelurahan Rejomulyo, salah satu produk yang bisa dikembangkan adalah tepung mocaf. Tepung ini sudah dikembangkan oleh KWT Seroja sebagai bagian dari usaha diversifikasi olahan pangan dari ubi kayu. Tepung mocaf memiliki potensi besar karena tidak mengandung gluten dan bisa dijadikan pengganti tepung terigu. Kini, masyarakat semakin peduli pada kesehatan dan cenderung menghindari penggunaan gluten. (Hasan, 2013).

Tepung mocaf adalah tepung yang dibuat dari umbi kayu yang sudah dimodifikasi melalui proses fermentasi. Dalam proses fermentasi ini, mikroba tertentu tumbuh dan

menyebabkan perubahan pada tepung, seperti meningkatnya kemampuan menyerap air, kemampuan membentuk gel, tingkat kental, dan kemudahan dalam larut. Proses pembuatan tepung mocaf biasanya mencakup beberapa tahap, yaitu penimbangan, pengupasan, pemotongan, perendaman (proses fermentasi), dan pengeringan (Amanu & Susanto, 2014). Kenaikan harga gandum di pasar internasional memengaruhi harga tepung terigu di dalam negeri, sehingga menyulitkan industri yang menggunakan tepung terigu karena kesulitan mendapatkan bahan baku yang harganya juga sangat mahal, sehingga margin keuntungan menjadi tipis. Untuk mengurangi ketergantungan pada tepung terigu, diperlukan alternatif pengganti yang memiliki sifat serupa. Saat ini tepung ubi kayu yang dimodifikasi dapat menjadi salah satu alternatif pengganti tepung terigu, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada impor gandum dan membantu menghemat devisa.

Pengolahan tepung mocaf dinilai memiliki peluang pasar yang baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor karena merupakan bahan utama yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga serta industri makanan olahan. Selain itu, tepung mocaf juga digunakan dalam usaha kuliner, katering, dan industri pangan lainnya (Hadistio dkk., 2019). Distribusi produk tepung mocaf perlu diperhatikan agar penjualan dapat meningkat. Konversi ubi kayu menjadi tepung mocaf adalah salah satu inovasi pangan yang terus berkembang, dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Achmad, Ramadhan, & Ramadhan, 2023). Penelitian ini memiliki persamaan dari analisis data tetapi terdapat perbedaan dari komoditas yang dilakukan, kemudian penelitian tersebut hanya mengangkat permasalahan yang kurang komprehensif hanya sebagian/parsial seperti pendapatan/nilai tambah/pemasaran. Seyogyanya penelitian terdahulu bisa saling melengkapi yang dapat memecahkan masalah secara komprehensif dalam pengolahan pascapanen. Oleh karena itu, berdasarkan kajian tersebut, penelitian yang akan dilakukan secara komprehensif yaitu untuk mengetahui pendapatan, nilai tambah, dan saluran pemasaran produk olahan singkong di KWT Seroja, Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro dengan cara sengaja (*purposive sampling*). Hal ini dipilih karena Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro memiliki kelompok wanita tani yang bernama Kelompok Wanita Tani Seroja. Kelompok Wanita Tani ini didirikan pada tahun 2011. Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2024 di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro..

Data primer adalah hasil wawancara kepada petani menggunakan kuesioner, sedangkan data sekunder meliputi literatur buku, penelitian sebelumnya, Badan Pusat Statistik (BPS), serta instansi lainnya.

Pengambilan sampel diperoleh dari populasi dengan menggunakan *purposive sampling*.

Teknik sampling dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ketua Kelompok Wanita Tani Seroja. (Sugiarto et al., 2003).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif mengacu pada informasi yang bersifat deskriptif dan tidak dapat diukur dalam angka. Dalam hal ini, data kualitatif dapat mencakup, wawancara pengalaman produsen tentang proses produksi tepung mocaf, dan tantangan yang dihadapi. Analisis data kuantitatif seperti analisis pendapatan, nilai tambah dan saluran pemasaran pada produk olahan tepung mocaf dikumpulkan kemudian ditabulasi di Microsoft Excel, dihitung dengan formula Excel dengan mengikuti rumus analisis pendapatan dan nilai tambah menggunakan metode Hayami.

Analisis Pendapatan

1. Penerimaan

Perhitungan besarnya suatu penerimaan (Soekartawi, 2002) yaitu, Rumus:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan

TR : *Total Revenue (Rp.)*

P : *Price (Rp.)*

Q : *Quantity (Rp.)*

2. Total Biaya

Perhitungan besarnya suatu biaya (Soekartawi, 2002) yaitu, Rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan

- TC : Total Cost (Rp.)
TFC : Total Fix Cost (Rp.)
TVC : Total Variable Cost (Rp.)

3. Pendapatan

Perhitungan besarnya suatu pendaatan (Soekartawi, 2002) yaitu, Rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan

- Π : Pendapatan
TR : Total Revenue (Rp.)
TC : Total Cost (Rp.)

4. Revenue Cost Ratio (R/C-Ratio)

Perhitungan besarnya suatu Ratio R/C (Munawir, 2010) yaitu, Rumus:

$$a = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan

- A : Besarnya Ratio R/C
TR : Total Revenue (Rp.)
TC : Total Cost (Rp.)

Kriteria : (Soekartawi., 2003).

- Ratio R/C > 1 : Menguntungkan
Ratio R/C = 1 : Impas
Ratio R/C < 1 : Merugikan

Analisis Nilai Tambah (NT)

Nilai tambah produk olahan bahan bakku didapatkan dengan metode nilai tambah Hayami (Zulkarnain, 2017).

Tabel 1. Kerangka Analisis Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

No.	Variabel Output, Input, Harga	Formula
1	Output (kg/tahun)	A
2	Bahan baku (kg/tahun)	B
3	Tenaga kerja (HOK/tahun)	C
4	Faktor konversi (1/2)	A / B = M
5	Koefisien tenaga kerja (3/2)	C / B = N
6	Harga output (Rp/kg)	D
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	E

No.	Variabel Output,Input,Harga	Formula
	Pendapatan	
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	F
9	Sumbangan inputlain (Rp/kg)	G
10	Nilai produk (4x6) (Rp/kg)	$M \times D = K$
11	a.Nilai tambah (10-8-9) (Rp/kg)	$K - F - G = L$
	b. Rasio nilai tambah (11.a / 10) (%)	$(L / K) \times 100\% = H$
12	a. Imbalan tenaga kerja (5x7) (Rp/kg)	$N \times E = P$
	b. Bagian tenaga kerja (12.a. / 11.a.) (%)	$(P / L) \times 100\% = Q$
13	a. Keuntungan (11.a. - 12.a) (Rp/kg)	$L - P = R$
	b. Tingkat keuntungan $\{(13.a / 10) \times 100\}$	$(R / K) \times 100\% = S$
	Balas Jasa Untuk Faktor Produksi	
14	Margin (10-8) (Rp/kg)	$K - F = T$
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung $\{(12a/14) \times 100\}$	$P/T \times 100\% = U$
	b. Sumbangan input lain $\{(9/14) \times 100\}$	$G/S \times 100\% = V$
	c. Keuntungan perusahaan $\{(13a/14) \times 100\}$	$R/S \times 100\% = W$

Sumber : Hayami *et. Al* (1987)

Kriteria

NT > 1 : ada NT

NT < 1 : tidak ada NT

NT = 1 : tidak memberikan NT

Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah sekelompok lembaga yang saling terhubung, yang membantu menjual produk atau jasa kepada konsumen (Karundeng, Mandey, & Sumarauw, 2018). Produsen bisa menggunakan berbagai cara untuk membuat produk tersedia bagi pelanggan. Setiap tingkatan perantara dalam saluran pemasaran memiliki peran dalam membawa produk mendekati pembeli akhir. Produsen dan konsumen akhir bertanggung jawab atas bagian tertentu dalam setiap saluran. Saluran pemasaran yang pertama adalah saluran yang tidak melibatkan banyak perantara (Zulkarnian, Supriyadi, Mandala, & Seta, 2020).

3. Hasil dan Pembahasan

Sejarah Produk Olahan Ubi kayu Menjadi Tepung Mocaf Pada KWT Seroja

Kelompok Wanita Tani Seroja adalah sebuah kelompok yang didirikan pada tahun 2011 dan merupakan binaan dari Dinas Kesehatan Kota Metro. Saat ini, kelompok ini memiliki 9 anggota tetap yang dipimpin oleh Ibu Ismi Khotimah, Kelompok Wanita Tani ini memanfaatkan hasil produksi utama Kelurahan Rejomulyo yaitu ubi kayu. Pada awal berdirinya usahatani pada Kelompok Wanita Tani Seroja hanya memproduksi jamu, kripik

pisang dan ubi kayu, seiring berjalannya waktu terciptalah inovasi olahan ubi kayu menjadi tepung mocaf hingga saat ini masih diproduksi. Tepung mocaf dijual dengan harga Rp 15.000/gram. Produk tepung mocaf ini diterima dengan baik oleh konsumen, terutama oleh usaha pembuatan kue.

Nilai Tambah Produk Tepung Mocaf

Nilai tambah berarti adanya peningkatan nilai dari suatu barang karena proses seperti pemrosesan, pengangkutan, atau penyimpanan dalam kegiatan produksi. Dalam pembahasan mengenai pemrosesan, nilai tambah bisa diartikan sebagai selisih antara nilai produk yang sudah jadi dengan biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku serta bahan-bahan lainnya yang digunakan. Dalam penelitian ini, tanaman ubi kayu diolah menjadi tepung mocaf, yang tidak hanya mempermudah konsumsi, tetapi juga meningkatkan nilai produk tersebut. Berikut nilai tambah produk tepung mocaf pada Kelompok Wanita Tani Seroja dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Nilai Tambah Produk Tepung Mocaf

No	Variabel	Tepung mocaf	
Output, Input dan harga			
1. Output (kg/bln)	A		12,5
2. Bahan baku(kg)	B		50
3. Tenaga kerja (HOK/bln)	C		0,56
4. Faktor Konversi	$d=a/b$		0,25
5. Koefisien Tenagakerja	$e=c/b$		0,011
6. Harga Output (Rp/kg)	F		30.000
7. Upah Rata-rata Tenaga Kerja	G		20.000
Penerimaan dan Keuntungan			
8. Harga Bahan Baku	H		1.500
9. Sumbangan <i>Input</i> Lain	I		3.700
10. Nilai <i>Output</i>	$j=dx$		7.500
11.a. Nilai tambah	$k=j-h-i$		2.300
b. Rasio Nilai tambah	$l=k/j(\%)$		30,67
12.a. Imbalan Tenaga Kerja	$m=ex$		224
b. Bagian Tenaga Kerja	$n=m/k(\%)$		9,74
13.a. Keuntungan	$o=k-m$		2.076
b. Tingkat Keuntungan	$p=o/k(\%)$		27,68
Balas jasa untuk faktor produksi			
14. Margin	$q=j-h$		6.000
a. Keuntungan	$r=o/q(\%)$		34,60
b. Tenaga Kerja	$s=m/q(\%)$		3,74
c. Input lain	$t=i/q(\%)$		61,67

Sumber: Data primer diolah, 2024

Kriteria Nilai Tambah Pengolahan Tepung Mocaf

Kriteria nilai tambah apabila dibawah 15% dinyatakan rendah namun diatas 24% dinyatakan tinggi. Dari hasil perhitungan diatas bahwa nilai tambah pengolahan tepung mocaf sebesar Rp. 2.300, dengan nilai output sebesar Rp. 7.500, sumbangan input lain Rp. 3.700, dan harga bahan baku Rp. 1.500. Maka rasio nilai tambah sebesar 30,67% mengindikasikan bahwa proses pembuatan tepung mocaf relatif efisien.

Output

Output adalah hasil akhir dari proses kegiatan industri yang berupa barang atau jasa yang dihasilkan. Dalam konteks produksi, output mencakup berbagai barang dan jasa yang bermanfaat, baik untuk keperluan konsumsi maupun untuk mendukung proses produksi berikutnya (Samuelson, 2004). Berdasarkan hasil data yang diolah menunjukkan bahwa output yang dikeluarkan oleh KWT Seroja pada proses produk tepung mocaf menghasilkan output yaitu 12,5 kg tepung mocaf dengan faktor konversinya 0,25 yang artinya dari 1 kg ubi kayu hanya menghasilkan 0,25 tepung mocaf. Berdasarkan dengan hasil penelitian (Izati Rahmi, et al, 2019) dari hasil perhitungan nilai tambah terhadap agroindustri dodol tomat Desa Ganteng, Kecamatan Sukasari, Kabupaten sumedang. output sebesar 12 kg dari input 10 kg, dengan faktor konversinya 1,2 yang artinya dari satu kilogram pisang hanya menghasilkan 1,2 dodol tomat.

Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan untuk membuat produk akhir atau barang jadi yang akan dijual kepada konsumen. Seperti yang terlihat pada Tabel 2, untuk membuat tepung mocaf diperlukan 50 kg bahan baku dengan harga Rp1.500 per kg, sehingga total biaya untuk bahan baku adalah Rp75.000. Bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi (Unsulangi, Jan, & Tumewu, 2019).

Sumbangan Input Lain

Tabel 3. Sumbangan input lain Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Jumlah unit	Harga Perunit (Rp)
1	Ragi	1	10.000
2	Kemasan pelastik	25	25.000
3	Leber produk	25	50.000
4	Sewamesin penggiling	1	100.000
	Jumlah		185.000
	Bahan baku(Kg)		50
	Sumbangan input lain (Rp/Kg)		3.700

Sumber: Data primer diolah, 2024

Sumbangan input lainnya mencakup penggunaan bahan tambahan yang ikut serta dalam proses peningkatan nilai produk, selain bahan baku dan tenaga kerja. Input ini melibatkan bahan bantu yang diperlukan dalam tahap produksi. Sumbangan input lain ini mendukung bahan baku utama sehingga tercipta produk yang memiliki nilai tambah (Prasetiani et al., 2024). Untuk pembuatan tepung mocaf, salah satu contoh sumbangan input lainnya adalah ragi, pelastik, lebel dan sewa mesin pengiling.

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah total biaya bahan penolong dalam pembuatan tepung mocaf adalah Rp. 185.000 dan dengan nilai sumbangan input lain adalah Rp. 3.700 kg untuk mengetahui nilai sumbangan input lain adalah jumlah biaya bahan penolong dibagi dengan jumlah penggunaan bahan baku. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yanti et al,2019) pengolahan ubikayu menjadi tepung mocaf dan tepung tapioka memerlukan bahan penolong. Biaya bahan penolong dalam pembuatan tepung mocaf dan tapioka adalah Rp. 315.216 dan dengan nilai sumbangan input lain adalah Rp. 41,11 kg untuk mengetahui nilai sumbangan input lain adalah jumlah biaya bahan penolong dibagi dengan jumlah penggunaan bahan baku.

Biaya Tetap

Tenaga Kerja Pengolahan Tepung Mocaf

Tenaga kerja dalam proses pembuatan Produk tepung mocaf menggunakan pembagian tenaga kerja dalam proses kegiatan pembuatan tepung mocaf. Untuk proses pembuatan Produk tepung mocaf pada KWT Seroja, HOK Upah Tenaga kerja produksi tepung mocaf Rp. 20.000 dengan total HOK yang digunakan adalah 0,56 HOK dalam satu bulan.

Tabel 4. Biaya Tetap Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Jumlah Unit	Harga Per Unit	Total (Rp)
1	Pasahan Ubi Kayu	4	40.000	160.000
2	Bak Fermentasi	4	46.000	184.000
3	Bak Cuci	4	20.000	80.000
4	Timbangan	1	50.000	50.000
5	Pisau	9	10.000	90.000
6	Tampah Penjemur	6	18.000	108.000
7	Ayakan	1	16.000	16.000
	Total			688.000

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa untuk biaya tetap peralatan produksi tepung mocaf paling besar terjadi pada bak fermentasi yaitu Rp.184.000. Total biaya tetap peralatan produksi tepung mocaf di KWT Seroja adalah Rp. 688.000 dan untuk biaya penyusutan

alat produksi tepung mocaf paling besar adalah tampah penjemur yaitu Rp. 6.750/bln atau Rp. 27.000/thn dengan total Rp. 25.529/bln atau Rp. 102.117/thn. Fermentasi dilakukan dengan merendam ubi kayu dalam air yang telah di campuri dengan *Khamir Saccharomyces Cereviseae* dan dibiarkan selama 1-2 hari pada suhu ruang untuk proses fermentasi. Proses ini akan memberikan aroma dan rasa khas pada tepung mocaf.

Biaya Variabel

Tabel 5. Biaya Variabel Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Jumlah unit	Satuan	Harga / unit (Rp)	Total (Rp)
1	Bahan baku(bln)				
	Ubi kayu	50	Kg	1.500	75.000
2	Bahan penolong(bln)				
	Ragi	1	Pcs	10.000	10.000
	Kemasan pelastik	25	Pcs	1.000	25.000
	Lebel produk	25	Pcs	2.000	50.000
3	Biaya Distribusi				
	Sewa mesin Penggiling	1	Unit	100.000	100.000
4	Upah tenaga kerja (bln)	1	Orang	20.000	20.000
	Total				280.000

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Tabel 5 menunjukkan bahwa biaya variabel yang dikeluarkan untuk proses pembuatan tepung mocaf dalam sebulan sebesar Rp. 280.000.

Penerimaan

Tabel 6. Penerimaan Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)
1	Jumlah tepung mocaf	12,5
2	Harga tepung mocaf Kg	30.000
	Total	375.000

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 6 menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh Kelompok Wanita Tani Seroja dalam penjualan tepung mocaf perbulan yaitu Rp.375.000 dengan hargaRp 30.000/kg.

Pendapatan

Tabel 7. Pendapatan Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Total(Rp)
1	Penerimaan(bln)	375.000
2	Biaya produksi (bln)	
	Biaya penyusutan alat(bln)	25.529
3	Biaya variabel(bln)	
	Bahan baku	75.000

No	Uraian	Total(Rp)
	Bahan penolong	85.000
	Biaya Distribusi	100.000
	Upah tenaga kerja (bln)	20.000
	Totalbiaya	305.529
	Pendapatan	69.471

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 7 menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima oleh KWT Seroja sebesar Rp. 69.471/bln dengan total biaya Rp. 305.529. Efisiensi Biaya dengan total Rp. 305.529, usaha KWT Seroja ini menghasilkan margin keuntungan yang cukup kecil, yaitu Rp. 69.471, sekitar 18,5% dari total penerimaan. Sehingga diperlukan upaya untuk menekan biaya produksi atau meningkatkan penerimaan agar keuntungan menjadi lebih optimal.

R/C Ratio

Tabel 8. R/C Ratio Pengolahan Tepung Mocaf

No	Uraian	Total(Rp)
1	Penerimaan	375.000
2	Total Biaya	305.529
	R/C	1,2

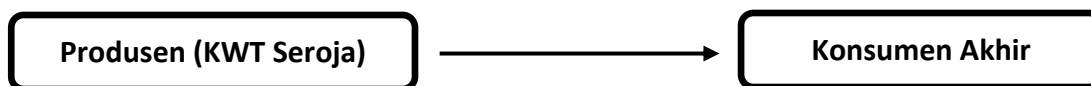
Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 8 menunjukkan bahwa R/C Ratio yang diterima oleh KWT Seroja sebesar 1,2 dengan penerimaan Rp.375.000 dan Total Biaya Rp. 305.529, Sehingga layak untuk dilanjutkan. Namun, ada potensi untuk meningkatkan efisiensi biaya atau menambahkan penerimaan agar keuntungannya meningkat.

Analisis Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I tepung mocaf dijual melalui distribusi dari produsen langsung ke konsumen akhir, sehingga saluran pemasaran I tidak mempunyai pedagang perantara yang terdapat pada Gambar 1.



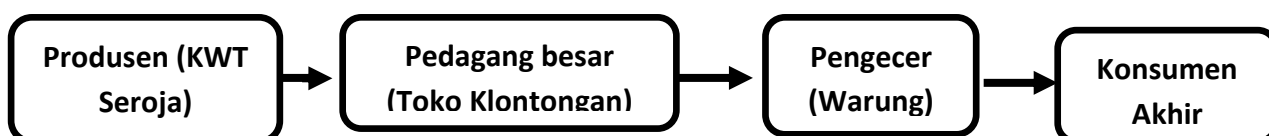
Gambar 1. Saluran Pemasaran I Tepung Mocaf Pada KWT Seroja

Gambar 1 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I, tepung mocaf dari produsen dijual langsung kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran I dimulai dari produsen langsung mendatangi konsumen akhir tanpa perantara. Harga ke konsumen

akhir sebesar 30.000/Kg. Pembayaran dilakukan secara langsung. Setiap hari kurang lebih terdapat 5 orang konsumen membeli tepung mocaf secara langsung ke KWT Seroja. Konsumen tetap yang merupakan anggota kelompok tani. Selain kelompok tani di sekitar lingkungan KWT Seroja. KWT Seroja menjual ke luar daerah yang merupakan pelanggan tetap. (Kim, Curtis, & Yeager, 2014) menyatakan bahwa 40% pemasaran langsung dilakukan oleh petani dan 60% dilakukan lembaga perantara.

Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II adalah cara mendistribusikan produk melalui perantara, yaitu pedagang besar dan pengecer. Prosesnya dimulai dari produsen, kemudian ke pedagang besar, lalu ke pengecer, dan akhirnya sampai ke konsumen, maka dapat di sajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Saluran Pemasaran II Tepung Mocaf Pada KWT Seroja.

Gambarr 2. menunjukan bahwa saluran pemasaran II memiliki perbedaan dengan saluran pemasaran I. Saluran pemasaran II memiliki dua perantara yaitu pedagang besar dan pengecer. Pedagang besar secara konsisten membeli tepung mocaf. Pedangan besar berupa toko klontongan yang menjual produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama tepung yang digunakan untuk membuat makanan. Kemudian pedagang besar menjual kembali kepada pengecer sebelum akhirnya dipasarkan kepada konsumen akhir. Saluran pemasara yang panjang, membuat pemasaran tidak efektif (Alamsyah, Taslim, & Fitriani, 2015); (Kusmiyati, Budiyanto, & Herwibawa, 2018).

Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran III adalah cara mendistribusikan barang yang melibatkan perantara berupa pedagang besar. Prosesnya dimulai dari produsen, lalu ke pedagang besar, dan akhirnya sampai ke konsumen, yang dapat di sajikan pada gambar 3.



Gambar 3. Saluran Pemasaran III Tepung Mocaf Pada KWT Seroja

Gambar 3. menunjukkan bahwa Saluran pemasaran III berbeda dengan saluran pemasaran I dan II. Dalam saluran pemasaran III hanya ada satu perantara, yaitu pedagang besar. Hal ini membuat harga yang diterima oleh konsumen akhir lebih murah. Di saluran pemasaran III, pedagang besar selalu membeli tepung mocaf sebanyak 12,5 kg setiap bulannya. Cara pembayaran pada saluran pemasaran III sama dengan saluran pemasaran II, yaitu tidak dibayar langsung, melainkan dibayar nanti melalui cash tempo.

4. KESIMPULAN

Nilai tambah yang diterima oleh Kelompok Wanita Tani Seroja dalam pengolahan ubi kayu menjadi tepung mocaf dalam satu bulan produksi yaitu sebanyak Rp. 2.300/kg dengan keuntungan Rp. 2.076 dari hasil ubi kayu 50 kg menjadi 12,5/kg. Untuk pendapatan yang diterima sebanyak Rp.69.471 dalam satu bulan produksi dengan R/C Ratio Rp.1,2. Sedangkan pemasaran tepung mocaf yang efisien dilakukan oleh KWT Seroja adalah saluran pemasaran I

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., Ramadhan, M. R., & Ramadhan, R. (2023). Pelatihan Pembuatan Mocaf Sebagai Pengganti Tepung Terigu Di Desa Titiwangi Kabupaten Lampung Selatan. *Dedikasi*, 2(2), 292–302.
- Alamsyah, A. F., Taslim, T., & Fitriani, A. (2015). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Sapi Potong di Pasar Hewan Tanjungsari. *Students E-Journal*, 1–10.
- Amanu, F. N., & Susanto, W. H. (2014). Pembuatan Tepung Mocaf Di Madura (Kajian Varietas dan Lokasi Penanaman) Terhadap Mutu dan Rendemen. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 2(3), 161–169.
- Hadistio, A., Mocaf, T., Ketahanan, U., Hadistio, A., Jumiono, A., Fitri, S., ... Bogor, U. D. (2019). Tepung Mocaf (Modified Cassava Flour) Untuk Ketahanan Pangan Indonesia. *Jurnal Pangan Halal*, 1(April), 13–17.
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus di CV. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA*, 6(3), 1748–1757.
- Khairad, F., Noer, M., & Refdinal, M. (2020). Analisis Wilayah Sentra Produksi Komoditas Unggulan Pada Sub Sektor Tanaman Pangan Dan Tanaman Hortikultura Di Kabupaten Agam. *AgriFo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.29103/ag.v5i1.2958>

- Kim, M.-K., Curtis, K. R., & Yeager, I. (2014). An Assessment of Market Strategies for Small-Scale Produce Growers. *International Food and Agribusiness Management Review*, 17(3), 187–204.
- Kusmiyati, F., Budiyanto, S., & Herwibawa, B. (2018). Pendampingan Pemanfaatan Pupuk Organik Bioslurry Untuk Rumah Pangan Lestari di Desa Montongsari Kabupaten Kendal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), 582–586. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i1.9655>
- Prasetiani, A. D., Zulkarnain, Z., Isnaini, S., Yatmin, Y., Maryati, M., Krisnarini, K., & Mukhlis, M. (2024). Analisis Nilai Tambah dan Saluran Pemasaran Pupuk Bioslurry Cair Metroganik Untuk Menunjang Sistem Pertanian Terpadu Analysis of Added Value and Marketing Channels Metroganic Liquid Bioslurry Fertilizer to Support Integrated Farming System. *SINTA Journal*, 5(2), 269–278.
- Rahim, A. (2005). *Model Analisis Ekonomika Pertanian*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Sonia, F. P. (2023). *Analisis Keragaan Agroindustri Jahe Instan Di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lmapung*.
- Unsulangi, H., Jan, A. H., & Tumewu, F. (2019). Analisis Economic Order Quantity (EOQ) Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kopi Pada PT. Fortuna Inti Alam. *Jurnal EMBA*, 7(1), 51–60.
- Zulkarnain, Z. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Dan Nilai Tambah Tiwul Instan. *Journal of Food System & Agribusiness*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v1i1.79>
- Zulkarnain, Z., Haryono, D., & Kasymir, E. (2010). Keunggulan Komparatif dan Kompetitif dalam Produksi Padi di Kabupaten Lampung Tengah Propinsi Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 10(3), 185–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.25181/jppt.v10i3.262>
- Zulkarnian, Z., Supriyadi, S., Mandala, W., & Seta, A. P. (2020). Efisiensi Pemasaran Nanas Dengan Berbagai Grade Nanas di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 70–86.