

Kajian Optimalisasi Peran Intermediasi Koperasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Sentra Industri Di Madiun

Nurharibnu Wibisono¹⁾ & Hartirini Warnanintyas²⁾

^{1 & 2)}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun

email: nanu_lasa@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to examine the role of cooperations in mediating the optimization of industrial centers with its raw material suppliers in order to obtain supplies of raw materials are cheaper and examine the optimization of the cooperation role in mediating the industrial centers with its customers, thus expanding its market reach and market segments. Cooperation intermediation process for the purchase of raw materials major centers of sambel pecel (peanut Tuban) need to be implemented, as well as members of the cooperation centers will equally benefit. Because the mediating role of cooperation is less favorable for both cooperative and member centers tofu, then the process of intermediation cooperation for the purchase of key raw materials tofu (soy) do not need to be implemented. Cooperation intermediation process for the purchase of key raw materials brem center (glutinous white) need to be implemented, as well as members of the cooperative centers will equally benefit. Given the raw material center of sambel pecel, tofu tempe and brem highly dependent on agricultural commodity, then it should be done inter-agency cooperation, the Department of Industry, Trade and Cooperation with the Department of Agriculture to promote agriculture peanuts, soybeans, and white glutinous rice at the local level to ensure the supply of quality raw materials at affordable prices. Cooperative centers should standardize products related to SME members with quality, price, health, packaging and time expired to improve the bargaining position of the center of the product to the consumer.

Keywords: *Intermediation of Cooperative, Center for Industrial Competitiveness*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan UKM menjadi suatu hal yang krusial mengingat UKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah negara termasuk di negara Indonesia (Tambunan, 2005).

Mengamati perkembangan koperasi-koperasi sentra industri di Madiun, semakin hari perkembangannya tidak menunjukkan kemajuan, namun sebaliknya malah menunjukkan perkembangan yang menurun, bahkan koperasi sentra tempe saat ini seperti mati suri, hidup enggan mati tak mau. Padahal, banyak kemudahan dan fasilitas yang dinikmati koperasi, baik berupa keringanan pajak, bantuan kredit untuk permodalan dengan bunga rendah,

bantuan pendidikan, pembinaan dan penyuluhan, bahkan pemasaran. Seharusnya bila koperasi bisa dikelola dan difungsikan dengan baik, akan mampu berperan besar dalam mendukung perkembangan industri kecil dan mensejahterakan anggotanya. Namun peluang yang bagus itu belum nampak dimanfaatkan secara optimal baik oleh koperasi maupun oleh sentra-sentra industri.

Produk sambel pecel dan brem merupakan produk makanan yang menjadi ikon Madiun, baik kota maupun kabupaten Madiun, yang cukup banyak menarik masyarakat untuk mengkonsumsi. Begitu pula tahu tempe yang juga merupakan makanan favorit sebagian besar masyarakat Indonesia,

bahkan hingga mancanegara. Tentunya ketiganya masih berpeluang besar untuk ditingkatkan omset penjualannya. Berbagai upaya perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk-produk tersebut di atas. Terlepas dari upaya individu-individu anggota sentra industri untuk mengembangkan usahanya, peran koperasi seharusnya bisa lebih dioptimalkan untuk membantu memberdayakan sentra industri. Diantaranya dengan memediasi sentra industri dengan pemasok bahan baku (*supplier linkages*) dan memediasi sentra industri dengan konsumen (*customer linkages*).

Rumusan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan pemasok bahan bakunya sehingga diperoleh pasokan bahan baku yang efisien?
2. Bagaimana peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan konsumennya, sehingga memperluas segmen pasar dan jangkauan pasarnya?

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengkaji optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan pemasok bahan bakunya sehingga diperoleh pasokan bahan baku yang lebih efisien.
2. Mengkaji optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan konsumennya, sehingga memperluas segmen pasar dan jangkauan pasarnya.

Tinjauan Pustaka

Menurut penelitian Arif Rahmana (2012), UKM dalam pengembangannya menghadapi beberapa masalah di antaranya adalah (a) kurang permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) struktur organisasi sederhana dengan

pembagian kerja yang tidak baku, (d) kualitas manajemen rendah, (e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, (g) kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, (h) aspek legalitas lemah, dan (j) rendahnya kualitas teknologi. Permasalahan ini mengakibatkan lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan penetrasi pasar dan diversifikasi pasar, skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya, margin keuntungan sangat kecil, dan lebih jauh lagi UKM tidak memiliki keunggulan kompetitif.

Rumusan strategi pengembangan yang diusulkan oleh Arif Rahmana (2012) yaitu menggunakan integrasi pendekatan location quotient (LQ), diamond cluster model, dan analisis SWOT. Selanjutnya strategi pengembangan UKM adalah strategi ST, yaitu strategi menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*). Dengan strategi ini, sebaiknya UKM melakukan diversifikasi produk presisi dengan menggunakan teknologi CNC, CAD, dan CAM, meningkatkan kualitas produk, dan membina kerja sama yang intensif dengan para supplier untuk memperoleh pasokan bahan baku yang memadai.

Istiqaroh dan Wibisono (2007) menyarankan dalam meningkatkan daya saing melalui: 1) Sentra Mebel: strategi *Differentiation* (pembedaan/ keunikan produk); 2) Sentra Tahu Tempe: strategi *Cost Focus* (biaya rendah untuk segmen/ lini produk/ pasar tertentu); dan 3) Sentra Sambel Pecel: strategi *Cost Leadership* (keunggulan biaya menyeluruh).

Market, customer, product and supplier segmentation is necessary to increase supply chain efficiency. That means that businesses ought to constantly evaluate and review trading conditions as market conditions change all the time. (Sujadi, 2008)

Koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. (pasal 4 UU No. 17/2012 tentang Perkoperasian).

Konsep rantai nilai memungkinkan perusahaan (UMKM) mendapatkan *competitive advantage*. *Competitive advantage* menurut Michael Porter (2001) bisa diperoleh melalui *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. Untuk itu, aktivitas-aktivitas bisnis harus dilihat sebagai aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan. Aktivitas-aktivitas itu harus dikaji secara sistematis bagaimana kinerja dan interaksinya. *Value chain* selanjutnya membentuk suatu hubungan aktivitas yang lebih besar yang disebut *value system*.

Analisis *value chain* merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk memahami secara lebih baik keunggulan kompetitif, mengidentifikasi dimana *value* pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri (Blocher, Chen, dan Lin, 1999 diterjemahkan oleh A. Susty Ambarriani, 2000).

Menurut Simchi-Levi *et.al.* (2000), *Supply Chain Management* merupakan sekumpulan metode dan pendekatan guna meningkatkan integritas dan efisiensi antara supplier, manufaktur, gudang dan toko sehingga barang dagangan dapat diproduksi dan dapat didistribusikan kepada *consumer* dengan akurat baik dari sisi jumlah, lokasi maupun waktunya.

Analisis *value chain* memandang perusahaan sebagai salah satu bagian dari rantai nilai produk. Rantai nilai produk merupakan aktivitas yang berawal dari mahan mentah sampai dengan penanganan purna jual. Rantai nilai ini mencakup aktifitas yang terjadi karena hubungan dengan pemasok (*supplier linkages*) dan

hubungan dengan konsumen (*consumer linkages*). Aktivitas ini merupakan kegiatan yang terpisah tapi sangat tergantung satu dengan yang lain (Porter, 2001).

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Berdasarkan tujuan penelitiannya, maka penelitian ini menggunakan desain penelitian yang bersifat deskriptif analitik, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai kondisi sentra industri di Madiun dan sekaligus membuat analisis pemecahan masalahnya.

Lokasi dan Obyek Penelitian adalah:

1. Koperasi sentra industri sambel pecel di kecamatan Manguharjo Kota Madiun, Koperasi Sentra Tempe di Kecamatan Kartoharjo Kota Madiun, serta Koperasi Sentra Brem di Desa Kaliabu, Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun.
2. Tempat usaha para pengusaha sentra industri di Madiun.
3. Jalur distributor bahan baku sentra-sentra industri.

Data penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan melakukan observasi di lapangan dan interview dengan pihak-pihak terkait, yaitu dengan pengurus koperasi sentra, para pengusaha di sentra industri, pegawai Dinas Koperasi dan Perindustrian, pemasok bahan baku, dan pembeli produk sentra. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada obyek penelitian, yaitu Koperasi Sentra dan Dinas Koperasi dan Perindustrian serta dari literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Tahapan teknis analisis sebagai berikut:

1. Intermediasi Rantai pasokan Bahan Baku

- a. Mengidentifikasi produsen, pengepul dan distributor-distributor bahan baku pada masing-masing sentra industri (Sambel Pecel, Tahu-Tempe dan Brem).
- b. Melakukan peninjauan lapangan pada rantai nilai distribusi bahan baku untuk mengetahui tingkat harga di tiap-tiap rantai pasokan bahan baku.
- c. Menghitung struktur biaya dan margin yang akan diterima pada berbagai tingkat harga (jalur distribusi pasokan).
- d. Menghitung efisiensi yang dihasilkan dari pilihan distributor bahan baku yang telah dipilih.

2. Intermediasi Rantai Distribusi Pemasaran

- a. Menggali data lapangan pada instansi terkait, mencakup Kantor Koperasi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Pertanian baik yang ada di Kota dan Kabupaten Madiun untuk menggali peluang-peluang pasar dan dukungan kebijakan yang dapat dimanfaatkan koperasi sentra industri untuk mengembangkan pasar.
- b. Mengkaji peluang-peluang pasar dan segmen-segmen pasar baru yang bisa dimasuki dan dimanfaatkan secara kolektif untuk mendukung pengembangan pasar.
- c. Mengkaji kemungkinan melakukan standarisasi produk untuk mewadahi permintaan pasar dalam jumlah besar.
- d. Merumuskan strategi pemasaran bersama anggota sentra industri melalui koperasi.

Hasil Dan Pembahasan

Obyek Penelitian

1) Sentra Sambel Pecel

Pecel Madiun adalah ikon Madiun di samping brem. Nasi pecel bahan utamanya adalah sambel pecel. Sedangkan sambel pecel dibuat dari kacang tanah, cabe rawit, cabe besar kriting, gula merah,

dan daun jeruk purut. Daun jeruk purut merupakan bahan pembeda sambel pecel khas Madiun dengan sambel pecel kas Blitar yang menggunakan kencur.

Sentra Sambel Pecel Kota Madiun terletak di Kelurahan Manguharjo, namun pengusahanya juga menyebar di berbagai wilayah di kota Madiun. Pengusaha Sambel Pecel Kota Madiun terhimpun dalam wadah Koperasi Sentra Sambel Pecel Kota Madiun.

Di samping dijual di tingkat lokal Madiun dan sekitarnya, sambel pecel Madiun telah dipasarkan di berbagai kota besar di Jawa bahkan dipasarkan di luar Jawa. Berdasarkan wawancara peneliti dengan pemilik sambel pecel merk Barata, bahwa pemasaran di luar kota dan luar Jawa cukup pesan melalui telepon, pembayaran melauai transfer, selanjutnya barang dikirim melauli jasa pengiriman paket.

2) Sentra Tahu Tempe

Saat ini Sentra Tahu Tempe Kota Madiun sedang mengalami kelesuan yang mendalam mengingat bahan baku utamanya yaitu kedelai menghilang di pasaran dan digantikan dengan kedelai impor dengan kenaikan harga yang sangat signifikan yaitu mencapai Rp 9.000 per kg. Saat ini untuk produk tahu masih menggunakan kedelai lokal/campuran impor, tetapi untuk produk tempe menggunakan kedelai impor karena kualitasnya yang lebih bagus bisa menghasilkan tempe lebih banyak.

Berdasarkan informasi dari <http://www.caramembuattempe.com> diakses pada 10 September 2013, teknik pembuatan tempe telah dikerjakan masyarakat Indonesia khususnya bermula dari masyarakat Jawa selama beberapa abad yang lalu dengan prosedur pembuatannya masih sangat sederhana. Berbagai bahan dasar yang dapat digunakan dalam pembuatan tempe, tetapi yang paling populer dan paling banyak

dipergunakan adalah tempe berbahan dasar kedelai.

Untuk memperoleh tempe yang berkualitas baik, maka kedelai yang digunakan juga harus yang berkualitas baik dan tidak tercampur dengan biji-bijian yang lain, seperti jagung, kacang hijau dan biji-bijian lainnya. Selain itu, prosedur pengolahan harus dilakukan dengan cermat. Proses pembuatan tempe pada dasarnya adalah proses menumbuhkan spora jamur tempe, yaitu *rhizopus sp.*, pada biji kedelai.

Tahu adalah makanan yang dibuat dari kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Berbeda dengan tempe yang asli dari Indonesia, tahu berasal dari Cina, seperti halnya kecap, tauco, bakpau, dan bakso. Tahu adalah kata serapan dari bahasa Hokkian (tauhu).

Bahan utama pembuatan tahu harus menggunakan kedelai kuning lokal, bahan penggumpal berupa asam cuka encer, batu tahu atau kalsium sulfat atau cairan sisa pembuatan tahu sebelumnya (whey). Selanjutnya diperlukan banyak air untuk perendaman kedelai, pencucian bahan, dan penggilingan kedelai. Adapun yang termasuk bahan-bahan tambahan dalam pembuatan tahu adalah bahan pelunak, garam, pewarna, penyedap rasa, dan bahan pengawet.

Sentra Tahu Tempe Kota Madiun terletak di Kelurahan Kelun Kota Madiun. Sedangkan pemasaran produk tahu dan tempe hanya terbatas di wilayah kota Madiun. Tetapi untuk produk kripik tempe telah dipasarkan di wilayah Madiun dan sekitarnya.

3) Sentra Brem

Brem merupakan makanan tradisional yang menjadi *trademark* atau ikon-nya Madiun. Selama ini kita mengenal brem berasal dari beberapa daerah, namun masing-masing daerah tersebut mempunyai ciri khas masing-masing.

Awal usaha pembuatan brem di daerah Madiun belum diketahui secara

pasti, namun telah berlangsung turun-temurun. Sentra brem kabupaten Madiun terletak di desa Kaliabu kecamatan Mejayan dan desa Bancong kecamatan Wonoasri. Perkembangan sentra brem saat ini cenderung mengalami penurunan. Pada pra survei yang dilakukan peneliti dengan melakukan *interview* dengan pengusaha brem dan tokoh masyarakat di ke dua desa tersebut menunjukkan kemunduran yang luar biasa dari tahun ke tahun.

Masa *booming* produksi terjadi antara tahun 1980 sampai dengan tahun 1997. Sebelum krisis moneter tahun 1997, jumlah produsen brem mencapai sekitar 90 UMKM di kedua desa tersebut. Perkiraan tenaga kerja terserap lebih dari 200 tenaga kerja. Itu belum termasuk pertanian yang diuntungkan karena bahan dasarnya adalah beras ketan putih dan pencari kayu bakar di hutan. Perlu diketahui bahwa bahan bakar utama pemasakan brem adalah kayu bakar.

Brem Madiun telah dipasarkan di kabupaten-kabupaten besar hampir seluruh Jawa Timur juga Solo, Yogyakarta, Bogor, Jakarta, dan Bali. Produksi dan pemasaran brem mengalami *booming* saat hari raya idul fitri, hari natal dan tahun baru, serta liburan sekolah. Terutama saat hari raya idul fitri, banyak sekali orang "mudik" yang membawa oleh-oleh brem sebagai makanan khas Madiun.

Pengusaha brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan dan Desa Bancong Kec. Wonoasri Kabupaten Madiun terhimpun dalam Koperasi Sentra Brem Mirasa. Namun saat ini didirikan pula Kelompok Pengusaha Brem "Jaya Makmur" binaan PT. INKA, ketua Supiati, sekretaris Sudarmo, dan bendahara Triono.

Berdasarkan keterangan Bapak Fekodin, pemilik brem merk Candi Mas, brem asli Madiun berasal dari sari (air) tape ketan putih. Air tape dimasak sampai berwarna kuning kecoklat-coklatan selanjutnya dituangkan ke dalam drum

mikser dengan mesin diesel selama kurang lebih 20 menit. Mikser berfungsi untuk mengentalkan. Setelah 20 menit di mikser, cairan air tape yang sudah mengental dimasukkan ke dalam bak yang terbuat dari alumunium kemudian dipukul dengan alat gayung yang terbuat dari kayu jati (dikebluk). Kebluk juga berfungsi untuk lebih mengentalkan adonan. Setelah mengental adonan ditiriskan pada papan ukuran 0,5 x 3m. Adonan yang ditriskan diratakan kemudian ditutup dengan plastik bening atau ditutup meja panjang yang ukurannya sama, kemudian didiamkan selama setengah hari untuk siap dipotong.

Data terakhir industri brem dari Disperindag kabupaten Madiun tahun 2010, jumlah industri brem yang memproduksi 58 *home industry*, tenaga kerja yang diserap 192 orang, nilai investasi total sentra Rp 514,095,000, kapasitas produksi 460,000kg pertahun, nilai produksi Rp 4,865,280,000 pertahun, nilai bahan baku dan penolong Rp 3,810,253,000 pertahun.

Mengkaji optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan pemasok bahan bakunya sehingga diperoleh pasokan bahan baku yang lebih murah

Sebelum mengkaji optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan pemasok bahan bakunya, perlu diidentifikasi terlebih dahulu rantai pasokan dari masing-masing bahan baku sentra industri beserta struktur harga pada masing-masing level distributor (rantai pasokan), sehingga bisa dicari alternatif peran mediasi koperasi terhadap pasokan bahan baku sentra industri untuk memperoleh pasokan bahan baku yang lebih murah.

Sentra Sambel Pecel

a. Identifikasi produsen, distributor dan pengecer bahan baku

Pada sentra industri sambel pecel, khususnya untuk suplai kacang tanah sebagai bahan baku utamanya, telah diidentifikasi pihak-pihak yang terkait dengan tata niaga kacang tanah adalah: petani, tengkulak, pedagang besar, pengecer, dan konsumen.

Berikut adalah uraian dari masing-masing pelaku yang terlibat dalam rantai distribusi kacang tanah di Kota Madiun.

Petani

Dalam mata rantai distribusi sambel pecel, petani merupakan penyedia input sambel pecel berupa kacang tanah. Hanya saja kacang tanah yang biasa digunakan sebagai bahan baku sambel pecel adalah merupakan kacang tanah yang berasal dari Tuban Jawa Timur dan dikenal dengan sebutan kacang Tuban. Kacang Tuban mempunyai kualitas yang berbeda dengan kacang lokal. Kacang Tuban bisa menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan bisa menghasilkan lebih banyak daripada jika menggunakan kacang tanah lokal.

Tengkulak

Tengkulak merupakan orang yang membeli kacang Tuban dari petani kacang Tuban kemudian menjualnya kepada pedagang kacang Tuban yang ada di Madiun. Harga jual pada level tengkulak ditentukan oleh kondisi pasar. Semakin banyak permintaan pasokan dari para pedagang, maka tengkulak akan semakin meningkatkan harga jual kacangnya. Selain itu, harga juga ditentukan oleh tingkat ketersediaan pasokan kacang Tuban.

Pedagang Besar

Dalam mata rantai distribusi kacang Tuban, pedagang besar merupakan pedagang yang membeli kacang Tuban dalam skala besar yang selanjutnya akan dijual kepada para pengecer.

Pengecer

Pengecer adalah level akhir dari mata rantai distribusi kacang Tuban yang menyalurkan / menjual kepada konsumen. Jadi distribusi sampai konsumen akhir melalui pedagang eceran. Meskipun demikian, untuk pengecer besar seringkali juga membeli langsung dari tengkulak, atau dari pedagang besar.

Berdasarkan uraian di atas, maka secara rinci rantai distribusi dan pemasaran kacang tanah di Kota Madiun

Tabel 1. Tingkat Harga Kacang Tuban antar Level Distributor di Kota Madiun

	Petani	Tengkulak	Pedagang Besar /Agen	Pengecer
Harga jual/kg (Rp)	10.000	14.150	15.700	17.000

c. Menghitung struktur biaya dan margin yang akan diterima pada berbagai tingkat harga (jalur distribusi pasokan)

Struktur biaya dan besar margin bersama harga input dan penyusutan akan membentuk harga jual output yang ditetapkan oleh masing-masing pelaku di level distribusi tertentu. Penentuan harga

secara keseluruhan dapat melalui berbagai saluran sebagai berikut.

- 1) Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
- 2) Petani → Tengkulak → Pengecer → Konsumen

b. Mengetahui tingkat harga di tiap-tiap rantai pasokan bahan baku

Tingkat harga pada tiap-tiap rantai distribusi Kacang Tuban sebagaimana tabel berikut.

harga jual kacang Tuban di tiap level pedagang tidak sama, bergantung pada besarnya harga beli atau input dan margin yang diharapkan oleh pedagang tersebut. Gambaran tentang mekanisme pembentukan harga dan distribusi margin di masing-masing level dalam rantai distribusi kacang Tuban dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 2. Perubahan Harga Kacang Tuban antar Level Distributor di Kota Madiun

Komponen Biaya	Pelaku			Pengecer
	Petani	Tengkulak	Pedagang Besar/ Agen	
Nilai input/kg (Rp)	8.000	11.000	14.850	16.000
Margin (Rp)	3.000	3.150	850	1.000
Nilai jual/kg (Rp)	10.000	4.150	15.700	17.000
% perubahan harga	-	42%	11%	8%

Dari masing-masing level distribusi kacang Tuban sebagaimana Tabel 2 di atas, nampak bahwa perubahan harga di tiap-tiap level distributor relatif besar. Dan margin paling besar dinikmati oleh para tengkulak yang mencapai Rp 3.150 per kg atau 42%.

d. Menghitung efisiensi yang dihasilkan dari pilihan distributor bahan baku yang telah dipilih

Jika koperasi sentra sambel pecel bisa memediasi pembelian kacang tuban langsung ke tengkulak (memangkas saluran pasokan bahan baku dari pengecer langsung ke tengkulak), maka koperasi akan memperoleh harga beli Rp 14.150/kg. Sedangkan saat ini, anggota

sentra industri membeli kacang tuban langsung ke pengecer dengan harga per kg sebesar Rp 17.000,-. Jika untuk biaya operasional dan profit margin, koperasi mengambil Rp 1550/kg, maka koperasi bisa menjual kacang Tuban kepada anggota sebesar Rp 15.700,-/kg sebagaimana harga pada level pedagang besar. Dengan demikian anggota akan mendapatkan efisiensi pembelian kacang Tuban sebesar Rp 17.000 - Rp 15.700 = Rp 1300/kg.

Dari transaksi yang terjadi, baik koperasi maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan. Koperasi bisa menutup biaya operasional sekaligus menyisihkan profit margin, sedangkan anggota mendapatkan harga beli kacang Tuban yang lebih murah. Dengan demikian proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra sambel pecel (kacang Tuban) perlu diimplementasikan.

Sentra Tahu Tempe

Pada sentra industri tahu tempe, ternyata kedelai yang merupakan bahan baku utamanya merupakan **kedelai impor**. Kedelai impor mempunyai kualitas yang berbeda dengan kedelai lokal. Kedelai impor bisa menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan bisa menghasilkan lebih banyak daripada jika menggunakan kedelai lokal. Karena kedelai sebagai bahan baku tempe/tahu adalah produk impor, sehingga harga jual kedelai sangat dipengaruhi oleh kurs Rupiah terhadap mata uang asing. Pada saat Rupiah mengalami apresiasi terhadap mata uang asing, maka harga kedelai akan murah, sebaliknya jika nilai Rupiah terdepresiasi, maka harga kedelai impor menjadi sangat mahal.

Tabel 3. Tingkat Harga Kedelai Impor antar Level Distributor di Kota Madiun

	Importir	Pedagang Besar	Pengecer
Harga jual/kg	Rp 8.400 (Per minggu pertama Nopember 2013)	Rp 8.700	Rp 9.000

a. Identifikasi produsen, distributor dan pengecer bahan baku Tahu-Tempe

Untuk suplai kedelai impor, telah diidentifikasi pihak-pihak yang terkait dengan tata niaga kedelai adalah: importir, pedagang besar, pengecer, dan konsumen.

Berikut adalah uraian dari masing-masing pelaku yang terlibat dalam rantai distribusi kacang tanah di Kota Madiun.

Importir

Dalam mata rantai distribusi kedelai impor, importirlah yang pertama kali memasarkan di Indonesia. Selanjutnya Importir menjual kepada pedagang besar.

Pedagang Besar

Dalam mata rantai distribusi kedelai impor, pedagang besar merupakan pedagang yang membeli kedelai dari importir dalam skala besar yang selanjutnya akan dijual kepada para pengecer.

Pengecer

Pengecer adalah level akhir dari mata rantai distribusi kedelai impor yang menyalurkan / menjual kepada konsumen. Jadi distribusi sampai konsumen akhir melalui pedagang eceran.

Berdasarkan uraian di atas, maka secara rinci rantai distribusi dan pemasaran di Kota Madiun secara keseluruhan dapat melalui berbagai saluran sebagai berikut:

Importir → Pedagang Besar →

Pengecer → Konsumen

b. Mengetahui tingkat harga di tiap-tiap rantai pasokan bahan baku

Tingkat harga pada tiap-tiap rantai distribusi Kedelai impor sebagaimana tabel berikut.

Dari masing-masing level distribusi kedelai impor sebagaimana Tabel 3 di atas, nampak bahwa perubahan harga di tiap-tiap level distributor relatif kecil.

c. Menghitung struktur biaya dan margin yang akan diterima pada

berbagai tingkat harga (jalur distribusi pasokan)

Gambaran tentang mekanisme pembentukan harga dan distribusi margin di masing-masing level dalam rantai distribusi Kedelai Impor dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 4. Perubahan Harga Kedelai Impor antar Level Distributor di Kota Madiun

Komponen Biaya	Pelaku		
	Importir	Pedagang Besar	Pengecer
Nilai input/kg	Rp -	Rp 8.400	Rp 8.700
Margin	Rp -	Rp 300	Rp .300
Nilai jual/kg	Rp 8.400	Rp 8.700	Rp 9.000
% perubahan harga	-	4%	3%

Dari masing-masing level distribusi kedelai impor sebagaimana tabel di atas, nampak bahwa margin yang dinikmati oleh importir tidak diketahui, sedangkan pada level pedagang besar dan pengecer margin yang dinikmati masing-masing hanya sebesar Rp 300 per kg atau 3%.

d. Menghitung efisiensi yang dihasilkan dari pilihan distributor bahan baku yang telah dipilih

Dengan margin yang sangat kecil pada masing-masing level distributor yang hanya sebesar Rp 300 per kg, maka peran mediasi koperasi kurang menguntungkan baik bagi koperasi maupun anggota sentra tahu tempe. Selisih harga beli dan harga jual yang hanya Rp300 /kg, tidak memberikan keuntungan dan hanya mampu menutup biaya operasional koperasi. Dengan demikian proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama tahu tempe kurang menguntungkan jika diimplementasikan.

Sentra Brem

a. Identifikasi produsen, distributor dan pengecer bahan baku Brem

Pada sentra industri brem, bahan baku utamanya adalah **ketan putih**. Khususnya

untuk suplai ketan putih sebagai bahan baku utamanya, telah diidentifikasi pihak-pihak yang terkait dengan tata niaga ketan putih adalah: petani, tengkulak, pedagang, besar/selepan, pengecer, dan konsumen.

Berikut adalah uraian dari masing-masing pelaku yang terlibat dalam rantai distribusi ketan putih di wilayah Madiun.

Petani

Dalam mata rantai distribusi ketan putih, petani merupakan penyedia input brem berupa ketan putih. Ketan putih yang biasa digunakan sebagai bahan baku brem di wilayah Madiun merupakan ketan putih yang berasal dari daerah Ngawi dan Kabupaten Madiun Jawa Timur.

Tengkulak

Tengkulak merupakan orang yang membeli ketan putih dari petani ketan putih dalam bentuk gabah kemudian menjualnya kepada pedagang besar atau ke Pemilik Selepan yang ada di Madiun.

Pedagang Besar atau Selepan

Dalam mata rantai distribusi ketan putih, pedagang besar merupakan pedagang yang membeli gabah ketan putih dalam skala besar dari para tengkulak yang selanjutnya akan diselepan dan dijual kepada para

pengecer. Terkadang, pemilik selepas berposisi sebagai pedagang besar dengan membeli gabah ketan putih dari para tengkulak, untuk kemudian dijual kepada pengecer.

Pengecer

Pengecer adalah level akhir dari mata rantai distribusi ketan putih yang menyalurkan / menjual kepada konsumen. Pengecer membeli ketan putih dari pedagang besar. Namun demikian, pengecer besar seringkali juga membeli langsung dari tengkulak.

Konsumen

Merupakan orang yang membeli ketan putih kepada pengecer untuk

dikonsumsi sebagai bahan baku utama brem.

Berdasarkan uraian di atas, maka secara rinci rantai distribusi dan pemasaran di Kota Madiun secara keseluruhan dapat melalui berbagai saluran sebagai berikut:

- 1) Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
- 2) Petani → Tengkulak → Pengecer → Konsumen

b. Mengetahui tingkat harga di tiap-tiap rantai pasokan bahan baku

Tingkat harga pada tiap-tiap rantai distribusi Ketan Putih sebagaimana tabel berikut.

Tabel 5. Tingkat Harga Kacang Tuban antar Level Distributor di Kota Madiun

	Petani	Tengkulak	Pedagang Besar /Agen	Pengecer
Harga jual/kg (Rp)	9.000	9.500	10.000	10.500

Dari masing-masing level distribusi kedelai impor sebagaimana Tabel 5 di atas, nampak bahwa perubahan harga di tiap-tiap level distributor relatif kecil dengan interval di masing-masing rantai pasokan sebesar Rp 500,-/ kg.

berbagai tingkat harga (jalur distribusi pasokan)

Gambaran tentang mekanisme pembentukan harga dan distribusi margin di masing-masing level dalam rantai distribusi Ketan Putih dapat dilihat dari tabel berikut ini.

c. Menghitung struktur biaya dan margin yang akan diterima pada

Tabel 6. Perubahan Harga Ketan Putih antar Level Distributor di Kota Madiun

Komponen Biaya	Pelaku			
	Petani	Tengkulak	Pedagang Besar/Agen	Pengecer
Nilai input/kg (Rp)	-	9.000	9.500	10.000
Margin (Rp)	-	500	500	500
Nilai jual/kg (Rp)	9.000	9.500	10.000	10.500
% perub. harga	-	6%	5%	5%

Dari masing-masing level distribusi ketan putih sebagaimana Tabel 6 di atas, nampak bahwa margin yang dinikmati oleh masing-masing rantai pasokan sebesar Rp 500 per kg atau 5%.

d. Menghitung efisiensi yang dihasilkan dari pilihan distributor bahan baku yang telah dipilih

Jika koperasi sentra brem bisa memediasi pembelian ketan putih

langsung ke petani, maka koperasi akan memperoleh harga beli Rp 9.000/kg. Sedangkan saat ini, anggota sentra industri membeli ketan putih langsung ke pengecer dengan harga per kg sebesar Rp 10.500,-. Jika untuk biaya operasional dan profit margin, koperasi mengambil Rp500/kg, maka koperasi bisa menjual ketan putih kepada anggota sebesar Rp 9.000,-/kg. Dengan demikian anggota akan mendapatkan efisiensi pembelian ketan putih sebesar Rp 10.500 - Rp 9.500 = Rp1000/kg.

Dari transaksi yang terjadi, baik koperasi maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan. Koperasi bisa menutup biaya operasional sekaligus menyisihkan profit margin, sedangkan anggota mendapatkan harga beli ketan putih yang lebih murah. Dengan demikian proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra brem (ketan putih) perlu diimplementasikan.

Mengkaji optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra industri dengan konsumennya, sehingga memperluas segmen pasar dan jangkauan pasarnya

a. Menggali data lapangan pada instansi terkait, mencakup Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) dan Dinas Pertanian baik yang ada di Kota dan Kabupaten Madiun untuk menggali peluang-peluang pasar dan dukungan kebijakan yang dapat dimanfaatkan koperasi sentra industri untuk mengembangkan pasar.

Kegiatan yang dilakukan oleh Disperindag baik kota maupun kabupaten untuk memajukan pemasaran UKM yang tergabung dalam koperasi sentra di antaranya: program fasilitasi pameran di berbagai daerah, program diklat kewirausahaan dan pemasaran, dan menampilkan produk UKM di portal

Pemerintah Daerah sebagai produk unggulan (brem dan sambel pecel).

Program tersebut ditujukan untuk ”mendorong berkembangnya usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan produktivitas dan mutu sehingga mampu tumbuh dan berkembang dalam kompetisi pasar global”.

Pemerintah Kota Madiun telah mencanangkan produk sambel sebagai ikon/produk unggulan. Sedangkan Pemerintah Kabupaten Madiun telah mencanangkan produk brem sebagai ikon/produk unggulan.

Sedangkan Dinas Pertanian tidak mempunyai program pemasaran produk sentra karena memang bukan bidangnya. Namun demikian, Dinas pertanian kurang optimal dalam melakukan pembinaan petani supaya mau menanam tanaman bahan baku sentra, yaitu kacang tanah sebagai bahan baku sambel pecel, kedelai sebagai bahan baku tahu-tempe, dan padi ketan putih sebagai bahan baku untuk brem.

Mengingat bahan baku Sentra Sambel Pecel, Tahu Tempe dan Brem sangat tergantung dari jenis usaha pertanian, maka seharusnya dilakukan kerjasama lintas dinas, yaitu Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi dengan Dinas Pertanian untuk memajukan pertanian kacang tanah, kedelai, dan padi ketan putih di tingkat lokal untuk menjamin pasokan bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau.

b. Mengkaji peluang-peluang pasar dan segmen-segmen pasar baru yang bisa dimasuki dan dimanfaatkan secara kolektif untuk mendukung pengembangan pasar.

Segmen pasar baru yang bisa dimasuki produk sentra adalah pasar lokal, regional, maupun ekspor

setelah terlebih dahulu melalui standarisasi produk.

- c. Mengkaji kemungkinan melakukan standarisasi produk untuk mewadahi permintaan pasar dalam jumlah besar.

Berdasarkan pengalaman yang ada, pernah terjadi permintaan produk sambel pecel dalam jumlah besar dari Belanda melalui mediasi Pemkot Madiun. Namun demikian UKM dalam sentra tidak bisa memenuhi permintaan tersebut. Oleh karena itu, standarisasi produk sangat penting dilakukan oleh UKM sentra terkait dengan kualitas, harga, kesehatan, kemasan dan masa kedaluarsa. Dengan standarisasi produk, maka posisi tawar produk sentra ke konsumen meningkat.

Dengan optimalisasi peran koperasi dalam memediasi sentra dengan pasar, maka diharapkan pengembangan pasar baru bisa lebih dioptimalkan.

- d. Strategi pemasaran yang bisa dilakukan oleh Koperasi, yaitu:
- 1) Pengembangan jaringan kerjasama antar UKM di dalam sentra dan antar sentra untuk memperoleh skala usaha yang ekonomis dari penyatuan kepentingan, baik dalam pengadaan bahan baku, proses produksi dan pemasaran produknya.
 - 2) Fasilitasi pemberian dukungan dana padanan untuk meningkatkan akses pembiayaan usaha di lingkungan sentra UKM.
 - 3) Fasilitasi jasa pengembangan bisnis untuk meningkatkan kapasitas UKM di dalam sentra.

Kesimpulan

1. Jika koperasi sentra sambel pecel bisa memediasi pembelian kacang tuban langsung ke tengkulak (memangkas saluran pasokan bahan baku dari pengecer langsung ke tengkulak), maka koperasi akan memperoleh harga beli

Rp 14.150/kg. Sedangkan saat ini, anggota sentra industri membeli kacang tuban langsung ke pengecer dengan harga per kg sebesar Rp 17.000,-. Jika untuk biaya operasional dan profit margin, koperasi mengambil Rp 1550/kg, maka koperasi bisa menjual kacang Tuban kepada anggota sebesar Rp 15.700,-/kg sebagaimana harga pada level pedagang besar. Dengan demikian anggota akan mendapatkan efisiensi pembelian kacang Tuban sebesar Rp 17.000 - Rp 15.700 = Rp 1300/kg. Dari transaksi yang terjadi, baik koperasi maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan. Koperasi bisa menutup biaya operasional sekaligus menyisihkan profit margin, sedangkan anggota mendapatkan harga beli kacang Tuban yang lebih murah. Dengan demikian, proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra sambel pecel (kacang Tuban) perlu diimplementasikan.

2. Dengan margin yang sangat kecil pada masing-masing level distributor yang hanya sebesar Rp 300 per kg, maka peran mediasi koperasi kurang menguntungkan baik bagi koperasi maupun anggota sentra tahu tempe. Selisih harga beli dan harga jual yang hanya Rp300 /kg, tidak memberikan keuntungan dan hanya mampu menutup biaya operasional koperasi. Dengan demikian proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama tahu tempe kurang menguntungkan jika diimplementasikan.
3. Jika koperasi sentra brem bisa memediasi pembelian ketan putih langsung ke petani, maka koperasi akan memperoleh harga beli Rp 9.000/kg. Sedangkan saat ini, anggota sentra industri membeli ketan putih langsung ke pengecer dengan harga per kg sebesar Rp 10.500,-. Jika untuk

biaya operasional dan profit margin, koperasi mengambil Rp500/kg, maka koperasi bisa menjual ketan putih kepada anggota sebesar Rp9.000,-/kg. Dengan demikian anggota akan mendapatkan efisiensi pembelian ketan putih sebesar Rp 10.500 - Rp 9.500 = Rp1000/kg. Dari transaksi yang terjadi, baik koperasi maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan. Koperasi bisa menutup biaya operasional sekaligus menyisihkan profit margin, sedangkan anggota mendapatkan harga beli ketan putih yang lebih murah. Dengan demikian, proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra brem (ketan putih) perlu diimplementasikan.

4. Ketersediaan bahan baku Sentra Sambel Pecel, Tahu Tempe dan Brem sangat tergantung dari jenis usaha lain yaitu pertanian kacang tanah, kedelai, dan padi ketan putih.
5. Koperasi sentra belum memainkan peranan dalam mediasi di bidang pemasaran untuk produk-produk yang dihasilkan oleh anggota sentra. Khususnya untuk sentra sambel pecel dan sentra brem, koperasi bisa mengoptimalkan peran mediasinya di bidang pemasaran untuk menangkap peluang permintaan pasar dalam volume besar.

Rekomendasi

1. Karena koperasi sentra maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan, maka proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra sambel pecel (kacang Tuban) perlu diimplementasikan.
2. Karena peran mediasi koperasi kurang menguntungkan baik bagi koperasi maupun anggota sentra tahu tempe, maka proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama

tahu tempe (kedelai) tidak perlu diimplementasikan.

3. Karena koperasi sentra maupun anggota akan sama-sama mendapatkan keuntungan, maka proses intermediasi koperasi untuk pembelian bahan baku utama sentra brem (ketan putih) perlu diimplementasikan.
4. Mengingat bahan baku Sentra Sambel Pecel, Tahu Tempe dan Brem sangat tergantung dari jenis usaha pertanian, maka seharusnya dilakukan kerjasama lintas dinas, yaitu Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi dengan Dinas Pertanian untuk memajukan pertanian kacang tanah, kedelai, dan padi ketan putih di tingkat lokal untuk menjamin pasokan bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau.
5. Sebaiknya koperasi sentra melakukan standarisasi produk UKM anggotanya terkait dengan kualitas, harga, kesehatan, kemasan dan masa kedaluarsa untuk meningkatkan posisi tawar produk sentra ke konsumen.

Daftar Pustaka

- Arif Rahmana, dkk. 2012. *Jurnal Teknik Industri, Vol. 13, No. 1, Februari 2012: 14–21*. Judul: Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan.
- Blocher, Che, & Lin. 1999. Diterjemahkan oleh A. Susty Ambarriani. 2000. *Manajemen Biaya*. Jilid I. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Istiqaroh, Choirum Rindah dan Wibisono, Nurharibnu. 2007. *Reformulasi Pendekatan dan Strategi Penguatan Sentra Industri di Kota Madiun*. Penelitian Bersama, Program Dosen Muda Dikti.
- Porter, E. Michael. 2001. *Strategi Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Simchi-Levi et al. 2000. *Designing and Managing The Supply Chain: Concept, Strategies, and Case Studies*. Singapore: Mc Graw-Hill Higher Education.
- Sujadi, Edi Priyono, Fereshti N.D. 2008. Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi 2008 – IST AKPRIND Yogyakarta: *Membangun Sinergi Bagi Pengembangan Produk Ukm Berbasis Ekspor Di Klaster Ukm, Serenan, Klaten*.
- Tambunan, T., 2005. Promoting Small and Medium Enterprises with a Clustering Approach: A Policy Experience from Indonesia, *Journal of Small Business Management*, Vol 43.
- Undang-undang No. 17 tahun 2012 Tentang Perkoperasian
<http://www.caramembuattempe.com>
diakses 10 September 2013