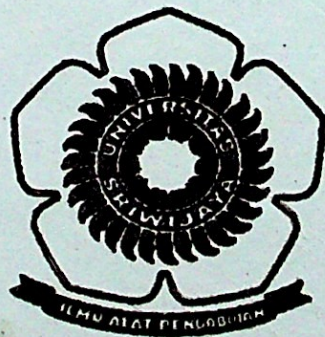


OMI  
N

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
KECAP PERUSAHAAN INDUSTRI DAMAI  
KECAMATAN ILIR TIMUR II  
KOTA PALEMBANG**

Oleh  
**CANDRIANA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN  
KECAP PERUSAHAAN INDUSTRI DAMAI  
KECAMATAN ILIR TIMUR II  
KOTA PALEMBANG**



2  
658.810 107  
Can  
a

C010804  
2005

12744/13026.

Oleh  
**CANDRIANA**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**

## SUMMARY

CANDRIANA. The Benefit Analysis and Marketing Strategy of Soybean Ketchup in PI. Damai District Ilir Timur II, Palembang City (Supervised by M. YAMIN and ELISA WILDAYANA).

The purposes of this research are to analyze the benefit that is reached by PI. Damai Palembang, to create the description of beneficial variability, and to analyze the marketing strategy of soybean ketchup that is conducted by PI. Damai Palembang.

The research was hold on oktober 2004. Case study is used as research method due to PI. Damai is a case, case study method is choosen because PI. Damai is one of eight soybean ketchup factories that still exist in Palembang city and survive until now. PI. Damai is small scale factory which is the production cost high relatively, to produce soybean ketchup that is influenced the benefit.

The data was collected with primary and secondary data. Primary data was collected by interviewing the management that was given the questioner, the question consist of organization structure, production processing, selling price, total cost, production, revenue, benefit. Secondary data was collected from department, literature, and data sources which is consist of production and consumption of soybean ketchup. Field data was processed in tabulation to analyze mathematically and explain descriptively.

This research found that in 2002, average benefit of sweet soybean ketchup is Rp4.730.338,00, salted soybean ketchup is Rp3.100.195,00 and atom soybean ketchup is Rp1.430.074,00. In 2003 average benefit of sweet soybean ketchup is Rp6.633.596,00 salted soybean ketchup is Rp5.252.662,00 and atom soybean ketchup is Rp1.848.886,00. Beneficial variability that is gained by PI. Damai through sweet, salted and atom soybean ketchup get benefit over normal.

Marketing strategy which is done PI. Damai is still general. There are three kinds of product (sweet, salted, and atom). The market in this research is perfect competed market because the selling price is formed itself, and the promotion by giving calender and salesman personal selling. The marketing network are factory – agent – retail – consumer, and factory – retail – consumer.

SWOT analysis showed that the factory has strengths in order to handle the weakness and external threat and also got the marketing opportunity of the product.

## RINGKASAN

CANDRIANA. Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Kecap di PI. Damai Kecamatan Ilir Timur II Kota Palembang (Dibimbing oleh M. YAMIN dan ELISA WILDAYANA).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keuntungan yang diperoleh Perusahaan Industri Damai Palembang atas usaha kecap, menggambarkan corak keuntungan yang diperoleh PI. Damai atas usaha kecap, dan menganalisis strategi pemasaran kecap yang dilakukan oleh PI. Damai Palembang.

Pengumpulan data penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai bulan Oktober 2004. metode yang digunakan adalah studi kasus dengan PI. Damai sebagai satuan kasus. Metode studi kasus dipilih dengan alasan bahwa PI. Damai salah satu dari delapan usaha kecap yang ada di kota Palembang dan bisa bertahan sampai sekarang. PI. Damai merupakan usaha kecap yang berskala usaha kecil dimana biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi kecap relatif tinggi sehingga mempengaruhi keuntungan.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh melalui mewawancarai pihak perusahaan dan dibantu dengan memberikan daftar pertanyaan berupa kuesioner yang telah disiapkan, meliputi struktur organisasi, proses produksi, harga jual kecap, biaya total, produksi, penerimaan, dan keuntungan. Data sekunder diperoleh dari dinas / instansi terkait, studi literatur dan sumber data lain sebagai penunjang dalam penelitian ini meliputi data produksi dan konsumsi kecap. Data

yang diperoleh dari lapangan diolah secara tabulasi untuk dianalisis secara matematik dan dijelaskan secara deskriptif .

Penelitian ini menemukan bahwa tahun 2002 keuntungan rata-rata untuk kecap manis sebesar Rp4.730.338,00, kecap asin sebesar Rp3.100.195,00 dan kecap atom sebesar Rp1.430.074,00. Tahun 2003 keuntungan rata-rata untuk kecap manis sebesar Rp6.633.596,00, kecap asin sebesar Rp5.252.662,00, dan kecap atom sebesar Rp1.848.886,00. Corak keuntungan yang diperoleh PI. Damai untuk kecap manis, kecap asin, dan kecap atom dalam jangka pendek mendapatkan keuntungan di atas normal.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PI. Damai masih sederhana. Produk yang dihasilkan yaitu rasa (manis, asin dan atom). Pasar yang diteliti adalah pasar bersaing sempurna sehingga harga jual kecap terbentuk dengan sendiri, dan melakukan promosi dengan memberikan kalender serta *personal selling* yang dilakukan oleh salesman. Saluran pemasaran ada dua yaitu produsen - pedagang besar – pengecer - konsumen, dan produsen - pengecer - konsumen.

Analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kekuatan-kekuatan yang dapat mengatasi kelemahan dan ancaman eksternal serta dapat memanfaatkan peluang pasar yang masih cukup besar bagi produk ini.

***Motto :***

Kegagalan dalam kehidupan, harus dijadikan pelajaran dan motivasi untuk meraih prestasi. Jadi jangan pernah menyerah bila engkau menemukan kegagalan.

Kupersembahkan karya kecilku kepada :

- ⊗ Kedua Orangtuaku
- ⊗ Adikku Nike, Arif
- ⊗ Maskoe tercinta (Aa' wnd)
- ⊗ Teman-temanku mia, lia, titien, ninik, cici, diah
- ⊗ Almamaterku

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN KECAP  
PERUSAHAAN INDUSTRI DAMAI DI KECAMATAN ILIR TIMUR II  
KOTA PALEMBANG**

Oleh

**CANDRIANA**

**SKRIPSI**

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
**Sarjana Pertanian**

pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA**

**2005**



Skripsi

**ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PEMASARAN KECAP  
PERUSAHAAN INDUSTRI DAMAI DI KECAMATAN ILIR TIMUR II  
KOTA PALEMBANG**

Oleh

**CANDRIANA**

**05003104026**

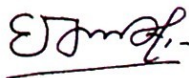
telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian

**Pembimbing I**



**Dr. Ir. M. Yamin, M. P.**

**Pembimbing II**



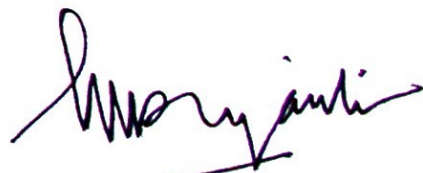
**Ir. Elisa Wildayana, M. Si.**

**Indralaya, 31 Mei 2005**

**Fakultas Pertanian**

**Universitas Sriwijaya**

*yu* **Plt. Dekan,**



**Dr. Ir. Gatot Priyanto, M.S.**

**NIP. 131 414 570**

Skripsi berjudul “Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Kecap Perusahaan Industri Damai di Kecamatan Ilir Timur II Kota Palembang” oleh Candriana telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 20 Mei 2005.

Komisi Penguji

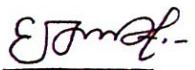
1. Dr. Ir..M. Yamin, M. P.

Ketua

  
(.....)

2. Ir. Elisa Wildayana, M. Si.

Sekretaris

  
(.....)

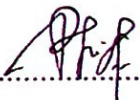
3. Ir. Lifianthi, M. Si.

Anggota

  
(.....)

4. Riswani, S.P., M. Si.

Anggota

  
(.....)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi

Mengesahkan,  
Ketua Program Studi Agribisnis

  
Ir. Maryati Mustofa Hakim, M. Si  
NIP. 131 269 263

  
Ir. Elisa Wildayana, M. Si.  
NIP. 131 691 050

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya, adalah hasil penelitian atau investigasi sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Indralaya, 31 Mei 2005

Yang membuat pernyataan



Candriana

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 17 Agustus 1982 di OKI (Jagalana), merupakan anak sulung dari tiga bersaudara dari pasangan Saibi Sulaiman dan Astandaria.

Pendidikan sekolah dasar di selesaikan pada tahun 1994 di SD Negeri 1 Musi Banyuasin, sekolah menengah pertama pada tahun 1997 di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Musi Banyuasin, sekolah menengah umum pada tahun 2000 di Sekolah menengah Umum (SMU) Negeri 2 Palembang.

Pada tahun 2000 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Peranian Jurusan sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis melalui Ujian Masuk Perguruan Tinggi negeri (UMPTN).

Penulis telah melaksanakan Praktik Lapangan yang berjudul Tinjauan Pengolahan Nenas menjadi Keripik Nenas di Kelurahan Tanjung Raman Kecamatan Prabumulih Timur.

Penulis pernah menjadi asisten mata kuliah Pembangunan Pertanian pada tahun ajaran 2003/2004.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran Kecap Perusahaan Industri Damai di Kecamatan Ilir Timur II Kota Palembang" tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dr. Ir. M. Yamin Hasan, M.P, dan Ibu Ir. Elisa Wildayana, M.Si serta Bapak Ir. Yulius, M.M selaku dosen pembimbing yang telah rela meluangkan waktu, serta dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, pengarahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Ir. Lifi~~an~~thi, M. Si. dan Ibu Riswani, S.P., M. Si. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya, penulis mengucapkan banyak terima kasih.
2. Ibu Dessy Adriani, S.P, M. Si. Yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi penelaah, makasih ya Ibu.
3. Seluruh dosen Fakultas Pertanian yang pernah memberikan ilmunya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
4. Keluargaku yang selalu mendukungku bapak, ibu dan adik-adikku (Nike, Arif) terima kasih atas dukungan moril maupun materilnya.
5. Gede, yuk eva, kak indro, yuk evi, terima kasih atas do'a dan dukungannya selama ini.

6. Maskoe yang selalu setia menemani, memberikan semangat, dan membantuku dalam menyelesaikan karya kecilku ini, terima kasih atas pengorbanannya. Thank's honey without you I cant't make it.
7. Mimi, Lia, Titien, Ninik, Cici, Didi, serta Novera terima kasih menjadi sahabat yang baik. Persahabatan kita tak terlupakan.
8. Teman-temanku di PSA'00 (wiwiek, bule', vivi, yaya, erlin. M, yana, yayang, dewi, meri, desy, erlin. F, tati') serta teman-teman lainnya, terima kasih atas kekompakan dan pertemanannya selama kita kuliah.
9. K' Tanrein (senasib seperjuangan ya kak) dan adik tingkatku PSA '01 (fika, gita, pipit, feby, mifta, suci,) dan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas saran serta dukungannya.
10. Anak-anak PSKM angkatan '00, terima kasih atas persahabatan dan leluconnya selama penulis menjalani kuliah.
11. Kak Jalal, Yuk Santi, Kak Imi, Nia, Apri, serta bis 37. Terima kasih telah memberikan dukungan dan do'anya selama ini.
12. Khusus buat BG 6302 P, terima kasih telah menjadi sahabat yang rela mengantarkanku kemanapun aku pergi.
13. Semua orang yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Pimpinan PI. Damai beserta seluruh staffnya yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi berupa data, keterangan, dan gambaran keadaan usaha yang dilaksanakan oleh perusahaan kecap ini.

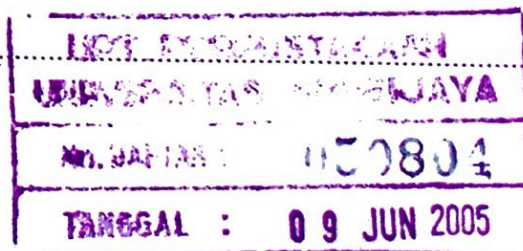
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, 31 Mei 2005

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan .....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka	
1. Konsepsi Proses Produksi Kecap .....	8
2. Konsepsi Biaya Produksi dan Harga Pokok .....	13
3. Konsepsi Penerimaan, Keuntungan dan Corak Keuntungan ....	17
4. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	25
5. Konsepsi SWOT .....	32
B. Model Pendekatan .....	36
C. Hipotesis.....	37
D. Batasan-batasan .....	37





III. PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu .....	40
B. Metode Penelitian .....	40
C. Metode Pengumpulan Data .....	41
D. Metode Pengolahan Data .....	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Keadaan Umum Perusahaan	
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	45
2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	46
B. Pengolahan Kedelai Menjadi Kecap	
1. Bahan-bahan .....	49
2. Proses Pembuatan Kecap .....	51
C. Keuntungan	
1. Biaya Produksi dan Harga Pokok .....	59
2. Keuntungan .....	70
D. Corak Keuntungan .....	74
E. Strategi Pemasaran .....	77

V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN .....	95

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kedelai di Propinsi Sumatera Selatan tahun 1993 sampai 2002 .....	2
2. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kedelai menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Sumatera Selatan tahun 2002 .....	3
3. Kandungan Gizi pada Beberapa Produk Olahan Kedelai dalam Tiap 100 gram Bahan .....	4
4. Produksi dan Konsumsi Kecap di Kota Palembang .....	5
5. Biaya peralatan pabrik usaha pengolahan usaha kedelai menjadi kecap PI. Damai .....	61
6. Biaya peralatan kantor PI. Damai .....	62
7. Biaya tetap rata-rata per bulan untuk seluruh rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	63
8. Biaya tetap rata-rata per bulan untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	64
9. Biaya variabel rata-rata per bulan untuk seluruh rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	67
10. Biaya variabel rata-rata per bulan untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	68
11. Biaya tambahan rata-rata per bulan PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	69
12. Biaya produksi rata-rata per bulan untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003 .....	70
13. Harga pokok rata-rata untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai tahun 2002 - 2003.....	71

	Halaman
14. Penerimaan rata-rata usaha kecap PI. Damai tahun 2002-2003 .....	72
15. Keuntungan rata-rata per bulan usaha kecap PI. Damai tahun 2002 – 2003 .....	73
16. Analisis faktor-faktor kekuatan dan kelemahan PI. Damai .....	84
17. Analisis faktor-faktor peluang dan ancaman PI. Damai .....	85
18. Matrik SWOT PI. Damai .....	88

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Keuntungan di atas normal dan normal .....	22
2. Kerugian tetapi masih dapat membayar sebagian biaya tetap.....	22
3. Menutup usaha .....	23
4. Model pendekatan secara diagramatik analisis keuntungan dan strategi pemasaran usaha kecap .....	36
5. Struktur organisasi PI. Damai .....	46
6. Tahap pencucian dan perendaman kedelai .....	51
7. Tahap perebusan kedelai .....	52
8. Tahap pemberian tepung .....	53
9. Tahap fermentasi .....	54
10. Tahap perendaman dengan air garam .....	55
11. Tahap penyaringan calon kecap .....	56
12. Tahap pemasakan .....	57
13. Tahap penjemuran kecap .....	58
14. Corak keuntungan kecap manis .....	74
15. Corak keuntungan kecap asin .....	76
16. Saluran distribusi kecap PI. Damai .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta Wilayah Kelurahan Bukit Sangkal .....	94
2. Proses pengolahan kedelai menjadi kecap .....	95
3. Proses pengolahan kedelai menjadi kecap di PI. Damai .....	96
4. Biaya tetap dan biaya variabel kecap PI. Damai Tahun 2002.....	97
5. Biaya tetap dan biaya variabel kecap PI. Damai Tahun 2003.....	100
6. Pembagian biaya tetap PI. Damai Tahun 2002 .....	101
7. Pembagian biaya variabel PI. Damai Tahun 2002 .....	104
8. Pembagian biaya tetap PI. Damai Tahun 2003 .....	107
9. Pembagian biaya variabel PI. Damai Tahun 2003 .....	110
10. Biaya tambahan untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai Tahun 2002 .....	113
11. Biaya tambahan untuk masing-masing rasa kecap PI. Damai Tahun 2003 .....	114
12. Biaya produksi total dan harga pokok kecap PI. Damai Tahun 2002.....	115
13. Biaya produksi total dan harga pokok kecap PI. Damai Tahun 2003 .....	116
14. Keuntungan PI. Damai Tahun 2002 .....	117
15. Keuntungan PI. Damai Tahun 2003 .....	118
16. Hasil SAS kecap manis .....	119
17. Hasil SAS kecap asin .....	120
18. Hasil SAS kecap atom .....	121
19. Persamaan BT, BM, BVR .....	122

	Halaman
20. Perhitungan kecap manis .....	129
21. Perhitungan kecap asin .....	130
22. Perhitungan kecap atom .....	131

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Program pembangunan usaha pertanian bertujuan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran hasil pertanian, serta meningkatkan kualitas dan daya saing pertanian di pasaran dalam negeri dan luar negeri. Kegiatan program ini dikoordinasi dengan kegiatan-kegiatan terkait, antara lain : pengembangan usaha industri rumah tangga dan pedesaan, pengembangan industri kecil dan menengah, pengembangan usaha dan lembaga pendidikan, serta pengembangan koperasi (Rustiani, 1998).

Kedelai sebagai sumber utama protein nabati yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku industri pangan dan non pangan. Industri pangan tradisional dengan bahan dasar kedelai antara lain industri tauco, tahu, tempe, dan kecap baik dalam industri kecil atau rumah tangga, industri menengah, maupun dalam industri besar (Syarif dan Irmawati, 1991).

Kedelai merupakan komoditi pangan utama yang mengharuskan penanganan secara sungguh-sungguh, karena mempunyai nilai strategis bagi perekonomian Indonesia maupun kaitannya dengan negara luar. Rakyat Indonesia sebagian besar memperoleh sumber kalori dan protein nabati dari kedelai dan sudah merupakan makanan sehari-hari dalam kurun waktu yang cukup lama (Lamina, 1995).



Perkembangan luas areal panen, produksi dan produktivitas kedelai di Sumatera Selatan selama sepuluh tahun terakhir mengalami fluktuasi, kenaikan produksi terbesar terjadi pada tahun 1995 sebesar 16.175 ton pada penambahan areal seluas 9.343 ha. Peningkatan tersebut dimungkinkan karena kondisi alam dalam keadaan normal dan perekonomian nasional masih stabil. Penurunan terendah terjadi pada tahun 2002 sebesar 1.549 ton pada penyempitan areal panen seluas 1.498 ha. Luas panen, produksi, dan produktivitas kedelai di Sumatera Selatan tahun 1993 `sampai 2002 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kedelai di Propinsi Sumatera Selatan tahun 1993 sampai 2002.

No	Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1.	1993	14.430	14.999	1,039
2.	1994	11.447	9.813	0,857
3.	1995	20.790	25.988	1,250
4.	1996	19.450	22.037	1,133
5.	1997	15.752	18.126	1,151
6.	1998	14.659	16.047	1,095
7.	1999	19.354	20.569	1,063
8.	2000	7.777	8.732	1,123
9.	2001	4.761	5.337	1,121
10.	2002	3.263	3.788	1,161
Jumlah		131.683	145.436	1,099

Sumber : Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Selatan, 2002.

Tanaman kedelai di Sumatera Selatan diusahakan dengan luas areal 3.263 ha, yang tersebar di berbagai daerah yang ada di Sumatera Selatan. Daerah yang menduduki urutan pertama penghasil kedelai adalah Kabupaten Ogan Komering Ulu

(OKU), daerah penghasil kedelai kedua adalah Kabupaten Musi Banyuasin (MUBA), dan penghasil kedelai ketiga adalah Kabupaten Lahat. Dengan total luas areal kedelai di Sumatera Selatan sebesar 3.263 ha akan menghasilkan produksi kedelai sebesar 3.788 ton dan produktivitas sebesar 1,161 ton/ha. Secara rinci luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kedelai menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Sumatera Selatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas panen, produksi dan produktivitas tanaman kedelai menurut Kabupaten/Kota di Propinsi Sumatera Selatan tahun 2002.

No	Kab/Kota	Luas Lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1.	OKU	1.263	1.563	12,38
2.	OKI	326	384	11,78
3.	Muara Enim	88	96	10,91
4.	Lahat	455	467	10,26
5.	Musi Rawas	309	341	11,04
6.	MUBA	798	908	11,38
7.	Pagar Alam	1	1	12,43
8.	Lubuk Linggau	23	28	12,17
	Rata-rata	3.263	3.788	11,61

Sumber : Badan Pusat Statistik Propinsi Sumatera Selatan, 2002.

Menurut Sukirno (1995), produk olahan kedelai dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok yaitu makanan non fermentasi dan makanan fermentasi. Untuk makanan fermentasi yang dilakukan antara lain tempe, kecap, tauco, yoghurt dan keju. Sedangkan untuk produk non fermentasi antara lain kembang tahu, tahu, susu kedelai, tepung dan bubuk kedelai serta minyak kedelai.

Semua produk olahan kedelai selain merupakan bahan makanan yang enak dan lezat, juga mengandung gizi yang tinggi. Kandungan gizi pada beberapa produk olahan kedelai dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kandungan Gizi pada Beberapa Produk Olahan Kedelai dalam Tiap 100 gram Bahan

No.	Kandungan Gizi	Produk Olahan Kedelai				
		Tempe	Tahu	Kecap	Tauco	Susu
1.	Kalori (kal)	149,0	68,0	160,0	166,0	41,0
2.	Protein (gr)	18,3	7,8	25,7	19,4	3,5
3.	Lemak (gr)	4,0	4,6	1,3	4,9	2,5
4.	Karbohidrat (mg)	12,7	1,6	19,0	24,1	5,0
5.	Kalsium (mg)	129,0	124,0	133,0	155,0	50,0
6.	Fosfor (mg)	154,0	63,0	196,0	365,0	45,0
7.	Zat Besi (mg)	10,0	0,8	15,7	1,3	0,7
8.	Vitamin A (S.I)	50,0	-	64,3	63,0	200,0
9.	Vitamin B1 (mg)	0,2	0,1	-	0,1	0,1
10.	Vitamin C (mg)	-	-	-	-	2,0
11.	Air (gr)	64,0	84,8	63,0	64,4	87,0

Sumber : Direktorat Gizi Depkes R. I. (1981).

Dibandingkan dengan produk olahan kedelai yang lain kecap merupakan olahan yang mengandung lebih besar gizi yang dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari kandungan zat protein, karbohidrat, kalsium, fosfor, zat besi, vitamin A, serta kandungan air yang lebih besar pada kecap.

Umumnya kecap dibuat dari bahan baku kedelai. Kecap dibuat dari kedelai baik dalam bentuk utuh maupun sisa pengambilan minyak dengan cara fermentasi yang menggunakan kapang, ragi dan bakteri atau dengan cara kimia, yaitu hidrolisis oleh asam kombinasi cara asam dan fermentasi. Kecap yang dibuat dengan cara

fermentasi rasa dan aromanya lebih enak dibandingkan dengan cara kimia (Dachlan dan Rahayu, 1991).

Kecap telah dikembangkan menjadi industri rakyat, baik skala kecil maupun skala besar. Kecap sebagai bahan perdagangan yang berbeda di pasar ada bermacam-macam keadaan mutu dan rasanya dan untuk mendapatkan produk kecap yang bermutu baik, diperlukan pengetahuan dan keterampilan yang memadai serta suatu pengawasan yang teliti (Sarwono, 1990).

PI. Damai yang terletak di Jalan Purwosari II Kecamatan Ilir Timur II Kota Palembang merupakan Perusahaan Dagang Menengah yang bergerak dalam memproduksi kedelai menjadi kecap manis, asin dan atom. PI. Damai berdiri tahun 1990, berarti telah 15 tahun melakukan aktivitas pengolahan kedelai menjadi kecap.

Permintaan konsumsi terhadap kecap di Kota Palembang setiap tahunnya berfluktuasi. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang (2002), jumlah produksi kecap di Kota Palembang relatif sebanding dengan jumlah konsumsi. Data produksi dan konsumsi kecap di Kota Palembang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Produksi dan Konsumsi Kecap di Kota Palembang Tahun 1998 – 2002.

No.	Tahun	Produksi (kg)	Konsumsi (kg)
1.	1998	2.883.840	2.855.000
2.	1999	2.979.800	3.009.598
3.	2000	3.003.230	3.003.262
4.	2001	3.063.587	3.032.951
5.	2002	3.123.450	3.154.684

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang, 2002.

Berdasarkan data di atas, produksi kecap relatif sebanding dengan konsumsi kecap, maka perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran berupa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, melakukan promosi agar produk yang dihasilkan dikenal masyarakat.

Pemasaran menerapkan hal pokok yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam kegiatannya untuk mempertahankan diri dari para pesaing, memperoleh laba dan kesempatan untuk memperluas usahanya. Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Perencanaan strategi pemasaran merupakan konsep yang terpadu antara empat kegiatan yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi (Stanton, 1994).

Produsen kecap yang ada di Kota Palembang jumlahnya cukup banyak. Menurut data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang (2002), ada delapan produsen kecap diantaranya : Tani Jaya, PI. Damai, Wayang Mas, Usaha Jaya, CV. Tangan Mas, Cap Kelapa, Indo Cemerlang dan Cirebon.

Produsen kecap yang ada di Kota Palembang jumlahnya relatif banyak, berarti dapat mengakibatkan terjadinya persaingan yang cukup ketat dalam pemasaran kecap. Dimana konsumen ditawarkan dengan berbagai macam alternatif pilihan serta kualitas produk yang ditawarkan. PI. Damai selaku salah satu produsen kecap di Kota Palembang diharapkan dapat memenangkan persaingan yang ada, oleh karena itu PI. Damai harus mampu menerapkan kebijakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain di pasaran dan dapat meningkatkan volume penjualan produknya.

## **B. Rumusan Masalah**

PI. Damai merupakan salah satu dari delapan produsen kecap yang ada di Kota Palembang, dengan demikian telah terjadi persaingan yang cukup ketat dalam pemasaran kecap.

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang diteliti adalah :

1. Berapa besar keuntungan yang diperoleh PI. Damai Palembang atas usaha kecap.
2. Bagaimana corak keuntungan yang diperoleh PI. Damai Palembang atas usaha kecap
3. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PI. Damai Palembang untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan usaha kecap.

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis keuntungan yang diperoleh PI. Damai Palembang atas usaha kecap.
2. Menggambarkan corak keuntungan yang diperoleh PI. Damai atas usaha kecap.
3. Menganalisis strategi pemasaran kecap yang dilakukan oleh PI. Damai Palembang.

Kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi peneliti. Selain itu juga dapat memberikan informasi bagi pengusaha kecap khususnya bagi PI. Damai dalam mengambil keputusan yang terbaik bagi kegiatan usahanya, serta menjadi tambahan pustaka bagi peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M.P. 1999. Dasar-dasar Pemasaran. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Assauri, S. 1996. Manajemen Pemasaran. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2002. Sumatera Selatan dalam Angka 2002. BPS. Sumatera Selatan.
- Boediono. 1995. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Dachlan dan Rahayu. 1991. Petunjuk Teknis Cara Memproduksi Makanan yang benar dan baik sesuai untuk Industri Pangan Kecap. Departemen Perindustrian. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2002. Industri Kecil dan Menengah Kota Palembang 2002. Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Palembang.
- Gilarso, T. 1994. Pengantar Ilmu Bagian Mikro. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Hadisapoetra. 1992. Biaya dan Pendapatan dalam Usahatani. Penerbit Departemen Ekonomi Pertanian UGM. Yogyakarta.
- Haryoto. 2003. Kecap Benguk. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Herlambang, T. 2002. Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hernanto, F. 1994. Ilmu Usaha Tani. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Husin, L dan Lifiathi. 1995. Ekonomi Produksi Pertanian. Diktat Kuliah. Tidak dipublikasikan. Penerbit Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Ibrahim, Y. 2003. Studi Kelayakan Bisnis. Penerbit Rhineka Cipta. Jakarta.
- Kelana, S. 1994. Ekonomi Mikro. Edisi pertama. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran. Edisi kesembilan. Jilid I. Penerbit Prenhallindo. Jakarta.

- Lamina. 1995. Kedelai dan Pengembangannya. Cetakan I. Penerbit CV. Simplex. Jakarta.
- Lipsey, G. R. dan Peter, O. S. 1995. Pengantar Mikroekonomi. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Manullang, M. 1991. Pengantar Ekonomi Perusahaan . Liberty. Yogyakarta.
- Matz, *et al.* 1992. Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Moeljono. 1991. Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi. Penerbit PT. BPFE. Yogyakarta.
- Mulyadi. 1991. Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya. Penerbit PT. BPFE. Yogyakarta.
- Mursid, M. 1991. Manajemen Pemasaran. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti, F. 1998. Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rosyidi, S. 2000. Pengantar Teori Ekonomi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rukmana, R dan Yuniarsih, Y. 2003. Kedelai : Budidaya dan Pasca Panen. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Rustiani, F. 1998. Peluang Pasar dan Posisi Petani. Penerbit Akatiga. Bandung.
- Samym, L. M. 2001. Akuntansi Manajerial. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sarwono. 1990. Kecap, Fermentasi dan Pengolahan Bahan. Penerbit Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soepriyono. 1990. Pemasaran Produk Pertanian. Penerbit Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Stanton, W.J. 1994. Prinsip Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sukirno. 1995. Teori Pengolahan Makanan. Penerbit PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia. Jakarta.
- Sukirno, S. 2000. Mikroekonomi. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.



- Swastha, B dan H. Handoko. 1987. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Syarief, R dan A. Irmawati. 1991. Pengetahuan Bahan untuk Industri Pertanian. Penerbit Mediyatama Sarana Perkasa. Jakarta.
- Tunggal, A.W. 1994. Manajemen Strategik Suatu Pengantar. Penerbit Harvarindo. Jakarta.
- Wasis. 1992. Pengantar Ekonomi Perusahaan. Alumni Bandung. Bandung.