

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI *FROZEN FOOD*
DI KECAMATAN AMBARAWA KABUPATEN PRINGSEWU
(Studi Kasus pada CV Lezatku Food)**

(Skripsi)

Oleh

Kifah Soleha
1814131005



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022**

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF FROZEN FOOD AGROINDUSTRY IN AMBARAWA SUB-DISTRICT PRINGSEWU REGENCY (Case Study on CV Lezatku Food)

By

Kifah Soleha

This study aims to analyze (1) the process of procuring raw materials according to the six criteria, (2) processing activities to generate profits and break-even points, (3) the application of the marketing mix to marketing activities, and (4) the role of supporting services. . This research uses a case study method at CV Lezatku Food in Ambarawa District, Pringsewu Regency. The location of the research was determined purposively with the consideration that the agroindustry is an agroindustry that actively produces frozen food. Respondents in this study were owners and supervisors of CV Lezatku Food. Data collection in the study was carried out in November-December 2021 and analyzed descriptively qualitatively and descriptively quantitatively. The results showed that (1) the procurement of raw materials at CV Lezatku Food had met most of the six criteria correctly, only the components of the right price for beef and tapioca flour were not right, the level of accuracy in the procurement of raw materials is classified as very good. (2) CV Lezatku Food's profit is Rp. 102.225.179.19 per month. The acceptance, production, and price of each frozen food product variant at CV Lezatku Food is already greater than the resulting BEP calculation, meaning that production activities in the frozen food agroindustry are feasible to continue (3) marketing activities at CV Lezatku Food have implemented a marketing mix and determination the selling price carried out by the agro-industry is good, because it is based on the cost of production and added to the profit margin. (4) Supporting services used by the agro-industry have a positive impact on agro-industry activities.

Keywords: agroindustry, frozen food, performance

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI *FROZEN FOOD* DI KECAMATAN AMBARAWA KABUPATEN PRINGSEWU (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)

Oleh

Kifah Soleha

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan kriteria enam tepat, (2) kegiatan pengolahan untuk menghasilkan keuntungan dan besaran titik impas, (3) penerapan bauran pemasaran pada kegiatan pemasaran, dan (4) peran jasa layanan pendukung. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada CV Lezatku Food di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut merupakan agroindustri yang aktif memproduksi *frozen food*. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan *supervisor* dari CV Lezatku Food. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan November-Desember 2021 dan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengadaan bahan baku pada CV Lezatku Food telah memenuhi sebagian besar kriteria enam tepat, hanya komponen tepat harga pada daging sapi dan tepung tapioka yang tidak tepat, tingkat ketepatan pengadaan bahan baku tergolong dalam kriteria sangat baik. (2) keuntungan CV Lezatku Food sebesar Rp102.225.179,19 per bulan. Penerimaan, produksi, dan harga setiap varian produk *frozen food* di CV Lezatku Food sudah lebih besar dari hasil perhitungan BEP yang dihasilkan, artinya kegiatan produksi pada agroindustri *frozen food* layak untuk dilanjutkan (3) kegiatan pemasaran pada CV Lezatku Food sudah menerapkan *marketing mix* dan penetapan harga jual yang dilakukan agroindustri sudah baik, karena sudah berdasarkan harga pokok produksi dan ditambahkan dengan margin keuntungan (4) Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan oleh agroindustri memberikan dampak positif bagi kegiatan agroindustri.

Kata kunci: agroindustri, *frozen food*, keragaan

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI *FROZEN FOOD*
DI KECAMATAN AMBARAWA KABUPATEN PRINGSEWU
(Studi Kasus pada CV Lezatku Food)**

Oleh

Kifah Soleha

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI
FROZEN FOOD DI KECAMATAN
AMBARAWA KABUPATEN PRINGSEWU
(Studi Kasus pada CV Lezatku Food)**

Nama Mahasiswa : ***Kifah Soleha***


Nomor Pokok Mahasiswa : 1814131005

Jurusan : Agribisnis

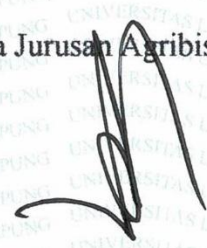
Fakultas : Pertanian

MENYETUJUI,
1. Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M Si.
NIP 19620918 198803 2 001


Yuliana Saleh, S.P., M.Si.
NIP 19880730 201504 2 002

2. Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M Si.

Sekretaris : Yuliana Saleh, S.P., M.Si.

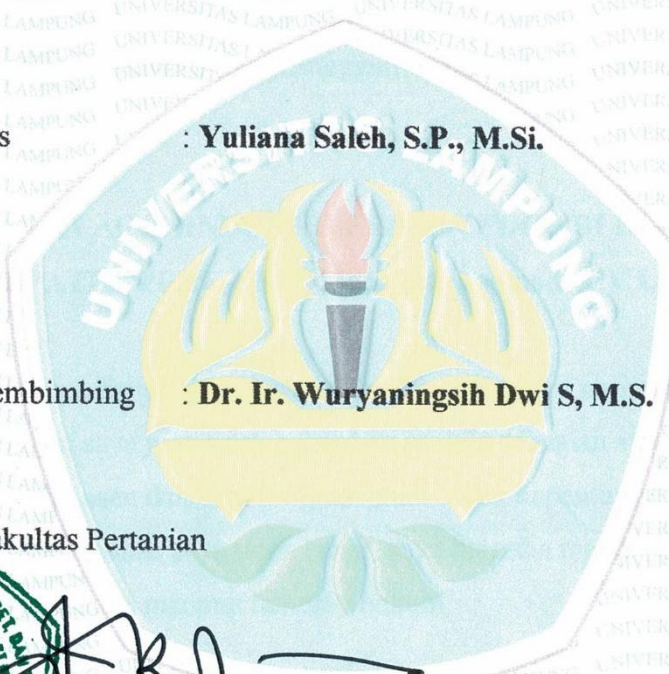
Penguji Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi S, M.S.

2. Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

01961/020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Maret 2022



(Handwritten signatures of Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, Yuliana Saleh, S.P., M.Si., and Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi S, M.S.)

PERNYATAAN KEASILAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kifah Soleha

NPM : 1814131005

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

"ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI *FROZEN FOOD* DI KECAMATAN AMBARAWA KABUPATEN PRINGSEWU (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung, 11 Maret 2022

Yang menyatakan



Kifah Soleha

NPM 1814131005

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Pringsewu pada tanggal 26 Juni 2000 dari pasangan Bapak Sumitro dan Ibu Suryati, yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Pendidikan formal tingkat Taman Kanak-kanak penulis selesaikan di TK Taruna Jaya Pringsewu pada tahun 2006, tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Sidoharjo Pringsewu pada tahun 2012, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Pringsewu pada tahun 2015, dan tingkat

Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pringsewu pada tahun 2018. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran selama tujuh hari pada bulan Januari tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sidoharjo, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu selama 40 hari pada bulan Februari hingga Maret 2021. Penulis melaksanakan Praktikum Umum (PU) di CV Lezatku Food Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis merupakan penerima Beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik (PPA) tahun 2019-2020 dan Beasiswa Bank Indonesia (BI) pada tahun 2020-2021. Penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Koperasi semester genap tahun ajaran 2020/2021, mata kuliah Ekonometrika pada semester ganjil tahun ajaran 2021/2022, mata kuliah Landasan Perdagangan Internasional (LPI) pada semester ganjil tahun ajaran

2021/2022, asisten dosen mata kuliah Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) pada semester genap tahun ajaran 2021/2022 dan menjadi Asisten Dosen Jurusan Agribisnis (*Content Creator Crew*) pada tahun 2021-2022. Penulis juga pernah menjadi Enumerator dalam Pendataan *Sustainable Development Goals* (SDGs) Desa di Kabupaten Pringsewu pada tahun 2021.

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan internal kampus yaitu menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung di Bidang IV yaitu Bidang Kewirausahaan pada tahun 2018-2021, Staf Ahli Kementerian Dalam Negeri Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Lampung pada tahun 2019 dan tahun 2020, pengurus Departemen Program dan Kebijakan Badan Mahasiswa Pringsewu Seluruh Indonesia (BMPSI) pada tahun 2019-2021, dan menjadi anggota Divisi Pengembangan dan Organisasi serta Anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) pada tahun 2020-2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula, shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan teladan dalam kehidupan, juga kepada keluarga, para sahabat, dan pengikutnya. Skripsi yang berjudul “**Analisis Keragaan Agroindustri Frozen Food di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)**” ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, saran, dan nasihat.
3. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan bimbingan, arahan, motivasi, ilmu yang bermanfaat, dan kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.
5. Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, saran, keyakinan, arahan, nasihat, dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

6. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Pembahas rasa Dosen Pembimbing, atas ketulusannya memberikan arahan, masukan, saran, dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Dr. Ir. Raden Hanung Ismono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas arahan, nasihat, dan motivasi yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di Jurusan Agribisnis sampai menyelesaikan skripsi.
8. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tersayang, Bapak Sumitro dan Ibu Suryati yang telah memberikan doa yang tidak pernah henti, semangat, kasih sayang, perhatian, dukungan, motivasi, saran, kesabaran, dan arahan, telah membimbing, mendidik, menyayangi, mendukung penulis dalam segala hal dan menjadikan penulis dapat mencapai target yang diinginkan, serta selalu berada di samping penulis selama ini.
9. Kakak-kakakku tercinta, Mifta Nurjanah, S.Pd., dan Dedy Pratama S.Pd., yang telah membantu penulis pada proses penelitian dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama ini. Terima kasih atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis.
10. Keluarga besarku yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dukungan, dan perhatian selama ini kepada penulis.
11. Keluarga besar CV Lezatku Food Pringsewu atas semua arahan, bantuan, dan izin yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menjadi mahasiswa di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
13. Seluruh staf atau karyawan di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mbak Tunjung, Mas Boim, dan Mas Bukhori yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan seta kerjasamanya selama ini.
14. Keluarga “PURBALINGGA” Rosma Winda, Nisa Sabilah, Umu Atiqoh, dan Sherly Dara Shintia yang selalu memahami penulis di kala sibuk masa perkuliahan, memberikan motivasi yang terbaik, dan menemani penulis hampir 24 jam per 7 hari.

15. Sahabat seperjuanganku “HIMAHAI”, Febby Putri Sonia, Ayi Indah Kurnia, Sinta Erviana, Dwi Putri Arlitha, Desi Rahmalia, Rania Alisa Syifawanda Yasmin, Sofi Elisa Nurul Fala, dan Deta Delima atas bantuan, doa, saran, semangat, dukungan, perhatian, keceriaan dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
16. Sahabat SMA ku “RAHASIA NEGARA”, Andini Sukma, Adinda Fitrika, Manna Aulia, Ayu Prasasti, Nada Zauza, Devita Kusmelinda, Anggraini Saputri, Imelda Margaretha Tobing dan Nabhila Zaezarini atas bantuan, selalu memberikan doa, bantuan, semangat, ide-ide cemerlang, nasihat yang bermanfaat, beban pikiran, kasih sayang, motivasi, masukan, dan saran yang telah diberikan sejak SMA sampai proses penyelesaian skripsi.
17. Keluarga satu atapku “G15 Squad” Billa, Arak, Erika, Mbak Ida, Mbak Pita, Mbak Rere, Mbak Siti, dan Wulan atas semua bantuan, motivasi, saran, kritik, nasihat, kebersamaan, kebahagiaan dan kenyamanan, doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
18. Sahabat Seperjulidanku, Vita, Via, Hana, Amalia, Nadya, Nabul, Dinda AO, Vikran, Ridho, Alifp, Fahmi, Ruli, Rafli, Febrianesa, Dani, Heriansyah, dan Rizku atas bantuan, semangat, motivasi, ucapan, dan keceriaan yang telah diberikan selama masa perkuliahan sampai tahap penyelesaian skripsi ini.
19. Teamku di “*Content Creator Crew*” Hayatin Nufus, Vinni Aurelia Salsabila, Ahyarudin, Juanda Nasa Putra, Ahmad Eggy Trifauzi, Divya Anggrainingsih, Rofy Al-Akbar, Dinda Annisa Yuliana, Khanieta, Audhio Pratama, Odi Perwira, Bayu Sapura, dan Rizki Maula atas bantuan, doa, saran, semangat, dukungan, kerjasama, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis.
20. Teman-teman seperjuanganku, Agribisnis 2018, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis baik positif maupun negatif selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian skripsi ini.
21. Kakak-kakakku di kampus Kak Abizul, Bang Gatya, Kak Luthfi, Kak Rifki, Kak Andre, Kak Septi, dan Mbak Belli atas segala waktu, bantuan, informasi, motivasi, bimbingan, ilmu pengetahuan, dan semangat yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

22. Keluarga besar Himaseperta, Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) U KBM Universitas Lampung, Badan Mahasiswa Pringsewu Seluruh Indonesia (BMPSI), dan GenBI Unila tempat menempa diri, memberikan ruang untuk menebar kebermanfaatan dan menemani penulis berproses menjadi lebih baik.
23. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
24. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for positif thinking and stay healthy, I wanna thank me for survived so far away. Thank you for daring to try to do your best.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin.

Bandar Lampung, 11 Maret 2022
Penulis,

Kifah Soleha

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
I. PENDAHULUAN .	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	12
1. Konsep Agribisnis.....	12
2. <i>Frozen Food</i>	13
3. <i>Agroindustri Frozen Food</i>	19
4. Pengadaan Bahan Baku	21
5. Pengolahan pada Agroindustri.....	23
6. Keuntungan.....	25
7. Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	27
8. <i>Joint Cost</i> (Biaya Bersama)	29
9. Bauran Pemasaran.....	32
10. Jasa Layanan Penunjang	39
11. Kajian Penelitian Terdahulu	42
B. Kerangka Pemikiran.....	66
III. METODE PENELITIAN	
A. Metode Dasar	71
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	71
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian	83
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	83
E. Metode Analisis Data.....	84
1. Metode Analisis Pengadaan Bahan Baku	84
2. Metode Analisis Keuntungan dan Titik Impas (<i>Break Even Poin</i>) .	87
3. Metode Analisis Bauran Pemasaran	90
4. Metode Analisis Peran Jasa Layanan Pendukung.....	93

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Pringsewu.....	94
1. Sejarah Kabupaten Pringsewu	94
2. Letak Geografis.....	96
3. Kondisi Iklim dan Topografi	96
4. Kondisi Demografi	97
5. Potensi Wilayah	98
B. Gambaran Umum Kecamatan Ambarawa	101
1. Sejarah Kecamatan Ambarawa	101
2. Letak Geografis.....	101
3. Kondisi Iklim dan Topografi	102
4. Kondisi Demografi	102
5. Keadaan Perekonomian	103
C. Gambaran Umum CV Lezatku Food	104
1. Sejarah Perusahaan	104
2. Visi dan Misi CV Lezatku Food	106
3. Aspek Organisasi CV Lezatku Food	107
4. Aspek Sumberdaya Perusahaan	108
5. Aspek Permodalan CV Lezatku Food	109
6. Sarana dan Prasarana CV Lezatku Food.....	110
7. Tata Letak/ <i>Layout</i> CV Lezatku Food	112

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden.....	114
B. Pengadaan Bahan Baku pada CV Lezatku Food	116
1. Analisis Pengadaan Bahan Baku	116
2. Analisis Pengadaan Bahan Penunjang (Tepung Tapioka).....	128
3. Analisis Tingkat Ketepatan Pengadaan Bahan Baku.....	133
C. Proses Produksi <i>Frozen Food</i>	135
D. Penggunaan Sarana Produksi	148
1. Bahan Baku.....	148
2. Tenaga Kerja Langsung	151
3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	153
E. Produksi <i>Frozen Food</i>	165
F. Analisis Keuntungan.....	166
G. Analisis Titik Impas	170
H. Bauran Pemasaran.....	174
1. <i>Product</i> (Produk)	175
2. <i>Price</i> (Harga)	179
3. <i>Place</i> (Tempat)	189
4. <i>Promotion</i> (Promosi)	192
5. <i>Process</i> (Proses).....	193
6. <i>People</i> (Sumberdaya Manusia).....	196
7. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	200
I. Jasa Layanan Pendukung	201
1. Lembaga Keuangan (Bank)	203
2. Kebijakan Pemerintah.....	204
3. Lembaga Penyuluhan.....	207

4. Lembaga Penelitian.....	208
5. Sarana Transportasi.....	208
6. Koperasi	208
7. Teknologi Informasi dan Komunikasi	208
8. Pasar.....	209
9. Infrastruktur (Jalan)	210

VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	211
B. Saran	212

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Konsumsi produk peternakan per kapita per tahun 2015-2019	2
2. Konsumsi olahan daging di Indonesia tahun 2017-2019	4
3. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan	5
4. Daftar agroindustri <i>frozen food</i> di Kabupaten Pringsewu tahun 2020.....	6
5. Kajian penelitian terdahulu	45
6. Kriteria penilaian 6 T dalam pengadaan bahan baku agroindustri <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food.	85
7. Kriteria ketepatan	87
8. Jasa layanan pendukung agroindustri <i>frozen food</i>	93
9. Luas wilayah Kabupaten Pringsewu menurut kecamatan tahun 2019.....	95
10. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kabupaten Pringsewu tahun 2019.....	97
11. Penduduk Kecamatan Ambarawa menurut desa, jenis kelamin, <i>sex ratio</i> tahun 2019.....	103
12. Jumlah tenaga kerja CV Lezatku Food	108
13. Tingkat pendidikan tenaga kerja CV Lezatku Food	109
14. Karakteristik pemilik dan <i>supervisor</i> CV Lezatku Food	114
15. Pengadaan bahan baku dengan kriteria 6T pada CV Lezatku Food	119
16. Pengadaan bahan penunjang tepung tapioka pada CV Lezatku Food	129
17. Hasil pembobotan dan tingkat ketepatan berdasarkan kriteria 6 tepat pengadaan bahan baku pada CV Lezatku Food	134
18. Matrik penggunaan <i>input</i> produksi pada CV Lezatku Food	146
19. Biaya penggunaan bahan baku pada CV Lezatku Food dalam sebulan.....	150
20. Rata- rata penggunaan tenaga kerja langsung per bulan pada CV Lezatku Food	152
21. Biaya penggunaan bahan penunjang pada CV Lezatku Food per bulan menurut masing-masing produk.....	155
22. Biaya sumbangan faktor produksi lain CV Lezatku Food	158
23. Rata- rata penggunaan tenaga kerja tak langsung pada CV Lezatku Food	160
24. Alokasi <i>joint cost</i> dengan metode nilai jual relatif.....	163

25. Total biaya penyusutan seluruh peralatan per bulan pada CV Lezatku Food	164
26. Pendapatan dalam satu bulan pada CV Lezatku Food	166
27. Biaya produksi <i>frozen food</i> per produksi di CV Lezatku Food	168
28. Biaya produksi <i>frozen food</i> selama sebulan di CV Lezatku Food	168
29. Analisis keuntungan <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food dalam sebulan....	169
30. Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food	172
31. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food	176
32. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food	179
33. Analisis harga pokok produksi Bakso Kombinasi PSW Cokelat pada CV Lezatku Food	181
34. Analisis harga pokok produksi Bakso Kombinasi TNG8 pada CV Lezatku Food	182
35. Analisis harga pokok produksi Bakso Ikan Lazid pada CV Lezatku Food	183
36. Analisis harga pokok produksi <i>Nugget</i> Nelasari pada CV Lezatku Food	185
37. Analisis harga pokok produksi Otak-otak Bu Attin pada CV Lezatku Food	186
38. Margin keuntungan produk <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food.....	187
39. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat pemasaran <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food	190
40. Komponen-komponen yang berkaitan dengan proses pada CV Lezatku Food	194
41. Komponen-komponen yang berkaitan dengan sumberdaya pada CV Lezatku Food	197
42. Komponen-komponen yang berkaitan dengan bukti fisik pada CV Lezatku Food	200
43. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung pada CV Lezatku Food	202
44. Identitas responden Agroindustri <i>frozen food</i> di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu	221
45. Penggunaan bahan baku untuk Bakso Kombinasi PSW Cokelat per bulan pada CV Lezatku Food	221
46. Penggunaan bahan baku untuk Bakso Kombinasi TNG8 per bulan pada CV Lezatku Food	222
47. Penggunaan bahan baku untuk Bakso Ikan Lazid per bulan pada CV Lezatku Food	222
48. Penggunaan bahan baku untuk <i>Nugget</i> Nelasari per bulan pada CV Lezatku Food	223

49. Penggunaan bahan baku untuk Otak-otak Bu Attin per bulan pada CV Lezatku Food	223
50. Penggunaan bahan penunjang per bulan pada CV Lezatku Food.....	224
51. Penggunaan tenaga kerja produk Bakso Kombinasi PSW Cokelat pada CV Lezatku Food	233
52. Penggunaan tenaga kerja produk Bakso Kombinasi TNG8 pada CV Lezatku Food	235
53. Penggunaan tenaga kerja produk Bakso Ikan Lazid pada CV Lezatku Food	238
54. Penggunaan tenaga kerja produk <i>Nugget</i> Nelasari pada CV Lezatku Food	240
55. Penggunaan tenaga kerja produk Otak-otak Bu Attin pada CV Lezatku Food	243
56. Penggunaan tenaga kerja tak langsung pada CV Lezatku Food	245
57. Biaya investasi dan depresiasi peralatan selama sebulan pada CV Lezatku Food	248
58. Biaya sumbangan input lain	261
59. Biaya sarana produksi CV Lezatku Food.....	263
60. Rata-rata pendapatan per produksi CV Lezatku Food	268
61. Rata-rata pendapatan dalam sebulan CV Lezatku Food	268
62. Keuntungan Bakso Kombinasi PSW Cokelat per produksi pada CV Lezatku Food	269
63. Keuntungan Bakso Kombinasi TNG8 per produksi pada CV Lezatku Food	270
64. Keuntungan Bakso Ikan Lazid per produksi pada CV Lezatku Food.....	271
65. Keuntungan <i>Nugget</i> Nelasari per produksi pada CV Lezatku Food.....	272
66. Keuntungan Otak-otak Bu Attin per produksi pada CV Lezatku Food	273

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis.....	13
2. Diagram alir penelitian Analisis Keragaan Agroindustri <i>Frozen Food</i> di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu.....	70
3. Persentase luas daerah menurut kecamatan di	95
4. Struktur organisasi CV Lezatku Food.....	107
5. Tata letak/ <i>layout</i> CV Lezatku Food	112
6. Diagram alir proses pengolahan <i>frozen food</i> pada CV Lezatku Food	137
7. Produk Bakso Kombinasi PSW Cokelat.....	139
8. Produk Bakso Kombinasi TNG8	141
9. Produk Bakso Ikan Lazid	142
10. Produk <i>Nugget</i> Nelasari	144
11. Produk Otak-otak Bu Attin	145
12. Alokasi penggunaan bahan baku terhadap setiap jenis <i>frozen food</i> per bulan.....	149
13. Perbandingan antara biaya bahan baku dengan bahan penunjang	157
14. Saluran distribusi pada CV Lezatku Food	191
15. Lokasi pemasaran <i>frozen food</i>	192
16. Pelayanan konsumen oleh karyawan pada proses distribusi.....	196
17. Kegiatan <i>briefing</i> rutin jumat pagi	200
18. Bukti fisik nota penjualan	201
19. Bank BRI Unit Sumber Agung	204
20. Pasar Induk Pringsewu.....	209
21. Kondisi jalan Kecamatan Ambarawa.....	210
22. Peta lokasi CV Lezatku Food.....	274
23. Wawancara bersama Kepala Administrasi.....	275
24. Foto bersama karyawan bagian <i>packing</i>	275
25. Ruang <i>receiving</i> bahan baku	276
26. Ruang <i>receiving</i> stok produk	276
27. Ruang <i>receiving</i> bumbu-bumbu untuk produksi.....	277
28. Taman CV Lezatku Food	277
29. Ruang kantor administrasi CV Lezatku Food	278
30. Kendaraan untuk pendistribusian produk.....	278

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan sumber mata pencaharian utama penduduk Indonesia, sehingga sektor pertanian dapat menjadi motor penggerak dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan kesempatan kerja. Agribisnis secara umum mengandung pengertian sebagai keseluruhan operasi yang terkait dengan aktivitas untuk menghasilkan dan mendistribusikan *input* produksi, aktivitas untuk produksi usahatani, pengolahan, dan pemasaran. Agribisnis memberikan suatu konsep dan wawasan yang sangat dalam tentang pertanian modern menghadapi *millennium* ketiga (Saragih, 2010). Agribisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penanganan komoditi pertanian dalam arti luas, yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan masukan dan keluaran produksi (agroindustri), pemasaran, serta kelembagaan penunjang kegiatan. Pertanian memegang peranan penting dalam upaya pencapaian tujuan pembangunan nasional untuk meningkatkan hasil mutu produksi pertanian, taraf hidup masyarakat serta menjamin ketersediaan pangan, bahan baku industri, dan kelestarian lingkungan. Dengan demikian, perekonomian Indonesia sangat bertumpu pada perkembangan sektor pertanian (Saragih, 1998).

Sektor pertanian sangat erat kaitannya dengan industri pengolahan, karena sektor pertanian sebagai sektor utama penghasil pangan. Kemampuan sektor pertanian dalam menghasilkan produk pertanian yang berkualitas dapat berpengaruh terhadap ketersediaan pangan itu sendiri. Peningkatan pengolahan produksi pertanian harus ditunjang oleh adanya agroindustri pangan yang dapat menciptakan bahan makanan yang B2SA (Beragam,

Bergizi, Seimbang, dan Aman) dan memiliki nilai tambah ekonomis yang baik. Pengembangan industri pengelolaan pangan di Indonesia yang didukung oleh sumberdaya alam pertanian, baik hewani maupun nabati mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang diproduksi dan dikembangkan dari sumberdaya alam maupun lokal ataupun daerah. Pemenuhan kebutuhan pangan harus dilakukan, karena pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia. Kebutuhan pangan perlu diperhatikan dengan baik dan hal yang perlu untuk dipertimbangkan dalam pemenuhan kebutuhan pangan adalah kandungan gizi yang meliputi protein, vitamin, lemak, dan nutrisi.

Upaya pemenuhan kebutuhan protein dapat diperoleh dari mengonsumsi produk segar ataupun olahan. Produk segar antara lain berupa daging mentah, seperti daging sapi, daging ayam dan ikan-ikanan yang perlu dikombinasikan dengan berbagai macam bumbu sebelum dikonsumsi. Produk olahan meliputi makanan olahan siap saji seperti bakso, *nugget*, sosis, tempura dan otak-otak. Hal tersebut tidak terlepas dari jumlah konsumsi daging di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya (Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020). Proyeksi konsumsi produk peternakan per kapita per tahun 2015-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konsumsi produk peternakan per kapita per tahun 2015-2019

No	Komoditas	Satuan	Tahun				
			2015	2016	2017	2018	2019
1	Sapi	kg	0,417	0,417	0,469	0,469	0,469
2	Kerbau	kg	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
3	Kambing, domba	kg	0,000	0,000	0,052	0,000	0,000
4	Babi	kg	0,209	0,261	0,261	0,261	0,261
5	Ayam ras	kg	4,797	5,110	5,683	5,579	5,683
6	Ayam kampung	kg	0,626	0,626	0,782	0,73	0,782
7	Bebek/itik	kg	0,000	0,000	0,052	0,000	0,000
8	Unggas lainnya	kg	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
9	Daging lainnya	kg	0,000	0,000	0,052	0,052	0,100

Sumber : Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa konsumsi daging di Indonesia diramalkan akan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan konsumsi ini berarti masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengonsumsi daging. Oleh karena itu, produksi daging di Indonesia perlu ditingkatkan, sehingga dapat memenuhi permintaan di masa yang akan datang. Hal ini menjadikan agroindustri berbasis pengolahan daging memiliki peluang yang sangat baik untuk dikembangkan.

Dewasa ini, tingkat konsumsi terhadap produk olahan makanan dari bahan baku yang dihasilkan oleh sektor pertanian semakin banyak. Semakin meningkatnya kebutuhan akan produk makanan dan minuman, maka semakin meningkat pula permintaan rumah tangga. Hal ini yang menjadikan banyaknya industri pengolahan bermunculan untuk memenuhi permintaan rumah tangga yang ada, salah satunya yaitu industri pengolahan hasil pertanian atau dikenal dengan sebutan agroindustri.

Menurut Correy (2006) dalam Anggraini (2010), tingkat pengonsumsi produk *frozen food* mencapai 30 persen dari jumlah penduduk di Indonesia. Produk makanan olahan beku disukai oleh masyarakat, karena mudah disajikan, produk higienis, harga terjangkau, dan praktis. Gaya hidup masyarakat saat ini cenderung memilih makanan yang dapat diolah praktis dan higienis menyebabkan permintaan terhadap produk makanan *frozen food* terus meningkat setiap tahunnya.

Frozen food adalah makanan setengah matang yang dikemas dan dibekukan, yang kemudian bisa diolah kembali dengan cara memanaskannya saja.

Bentuk olahan daging dan ikan yang paling banyak diolah menjadi *frozen food*, misalnya bakso, *nugget*, dan otak-otak Correy (2006) dalam Anggraini (2010). Semakin banyak variasi bahan baku yang bisa dimanfaatkan untuk diolah menjadi *frozen food* saat ini, misalnya bahan-bahan dari hasil laut. Sosis ikan, tempura, *nugget* ikan, samosa, risol ikan, serta *money bag* udang adalah beberapa contoh olahan *frozen food* yang menjadi favorit banyak orang. Konsumsi daging olahan di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi olahan daging di Indonesia tahun 2017-2019

No	Komoditi	Satuan	Tahun		
			2017	2018	2019
1	Soto, gule, sop, rawon, cincang	Porsi	8.342	9.072	9.333
2	Sate/tongseng	Porsi	4.484	4.901	5.110
3	Ayam/daging matang (ayam goreng, rendang, dsb)	Potong	9.907	11.262	12.722
4	Daging olahan matang (sosis, nugget, daging asap, dsb)	Potong	18.718	27.009	31.545

Sumber : Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020

Tabel 2 mengungkapkan terjadinya perkembangan yang sangat pesat pada konsumsi olahan daging di tingkat nasional. Rata-rata perkembangan konsumsi olahan daging tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Produk *frozen food* seperti sosis, bakso, *nugget*, daging asap dan otak-otak merupakan produk daging olahan yang paling banyak dikonsumsi.

Kondisi dinamika masyarakat semakin meningkat seiring dengan terjadinya perubahan lingkungan strategis dalam pengembangan bisnis yang menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup konsumen termasuk didalamnya pergeseran pola konsumsi pangan. Perubahan ini menyebabkan persediaan bahan pangan di tingkat rumah tangga juga mulai bergeser dari semula menggunakan bahan pangan segar beralih sebagian ke produk pangan olahan.

Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu kabupaten baru yang cukup maju yang memiliki potensi perekonomian yang selain didukung oleh sektor pertanian, tetapi sebagian besar juga didukung oleh sektor industri pengolahan. Sejumlah industri ekonomi kreatif masyarakat Pringsewu semakin menggeliat mensukseskan perekonomian di Kabupaten Pringsewu, denyut nadi dan aktivitas perekonomian di Kabupaten Pringsewu tiada pernah berhenti. Sektor industri pengolahan menjadi salah satu penyokong terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Pringsewu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan menurut lapangan usaha di Kabupaten Pringsewu 2020 (Juta Rupiah)

No.	Lapangan Usaha/Industri	Tahun (Juta Rp)		
		2018	2019	2020
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1.806.115,72	1.845.235,97	1.856.261,24
2	Pertambangan dan Penggalian	7.486,23	7.808,94	7.967,24
3	Industri Pengolahan	1.106.544,35	1.158.130,79	1.090.188,76
4	Pengadaan Listrik dan Gas	5.430,40	5.817,98	6.327,38
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3.776,94	3.937,89	4.108,13
6	Konstruksi	910.960,86	956.653,18	935.438,57
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1.142.347,97	1.220.597,88	1.147.224,64
8	Transportasi dan Pergudangan	332.067,19	359.413,21	346.027,33
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	169.311,93	185.013,09	179.662,39
10	Informasi dan Komunikasi	426.212,95	459.831,46	502.918,81
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	289.565,55	295.198,20	304.697,82
12	Real Estate	304.038,76	321.405,65	312.656,99
13	Jasa Perusahaan	16.893,76	17.488,39	17.058,66
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	273.871,93	285.187,47	297.753,09
15	Jasa Pendidikan	382.724,33	413.532,05	427.683,96
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	107.855,50	114.811,46	125.265,50
17	Jasa Lainnya	85.289,88	92.089,72	87.548,18
	TOTAL	7.370.494,27	7.742.153,33	7.648.788,68

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa lapangan usaha yang memiliki peran penting dalam penyumbang PDRB terbesar Kabupaten Pringsewu berdasarkan kategori industri pengolahan yaitu industri makanan dan minuman pada tahun 2018 hingga 2020. Hal ini berarti sebagian besar industri pengolahan memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Pringsewu yaitu industri makanan dan minuman. Sektor industri di Kabupaten Pringsewu terbagi menjadi agroindustri dan non agroindustri, pada agroindustri usaha makanan banyak dikembangkan di masyarakat antara lain usaha keripik, kelanting dan kerupuk, sehingga sektor ini juga dapat menyerap tenaga kerja yang cukup

banyak. Selain itu, terdapat usaha pembuatan tahu tempe dan usaha pengolahan serta penggilingan padi.

Agroindustri *frozen food* merupakan salah satu jenis agroindustri yang memiliki eksistensi di Kabupaten Pringsewu dengan memanfaatkan bahan baku daging dan ikan untuk dijadikan suatu produk yang memiliki nilai tambah yaitu berupa *frozen food*. Daftar agroindustri *frozen food* di Kabupaten Pringsewu pada Tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Daftar agroindustri *frozen food* di Kabupaten Pringsewu tahun 2021

No.	Nama Agroindustri	Alamat Agroindustri
1	CV Lezatku Food	Jl. HM. Ghardi, Gang Muhammadiyah, Kec. Ambarawa
2	Fitri Frozen Food	Pringsewu Timur, Kec. Pringsewu
3	Aurelly Frozen Food	Jl. Mawar III, Pringsewu Tim., Kec. Pringsewu
4	Bima Wijaya Frozen Food	Pringsewu Timur, Kec. Pringsewu
5	Affan Frozen Food	Pringsewu Barat, Kec. Pringsewu
6	Aglis EC Frozen Food	Waringinsari Barat, Kec. Sukoharjo
7	Meifi Frozen Food	Pagelaran, Kec. Pagelaran
8	Faths Frozen Food	Gading Rejo, Kec. Gading Rejo

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kabupaten Pringsewu, 2021

Tabel 4 menunjukkan daftar agroindustri *frozen food* di Kabupaten Pringsewu yang terdata oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kabupaten Pringsewu. Agroindustri *frozen food* di Kabupaten Pringsewu sudah mulai banyak bermunculan seiring dengan meningkatnya konsumsi daging olahan di Indonesia. Hal tersebut menjadikan peluang bagi wirausaha untuk menjalankan usaha agroindustri *frozen food*.

CV Lezatku Food merupakan salah satu produsen *frozen food* terbesar di Kabupaten Pringsewu. CV Lezatku Food ini mampu memproduksi produk *frozen food* lebih dari satu jenis. Maka dari itu, CV Lezatku Food memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan agroindustri *frozen food* yang lain yang berada di Kabupaten Pringsewu. Agroindustri daging

olahan yang memiliki tiga kegiatan utama yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting, karena ketersediaan bahan baku suatu produk dapat mempengaruhi kinerja agroindustri. Oleh dari itu, diperlukan adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku daging dan ikan bagi agroindustri. Kegiatan lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Dengan adanya kegiatan pengolahan yang baik, maka akan meningkatkan jumlah produksi *frozen food* dan mampu menghasilkan berbagai macam produk yang bervariasi. Selain itu, faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran dengan mengkombinasikan komponen bauran pemasaran harus dilakukan secara efisien dilihat dari saluran pemasaran dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri *frozen food* tersebut didukung oleh adanya jasa layanan pendukung.

B. Rumusan Masalah

CV Lezatku Food ini dirintis oleh Bapak Hi. S sejak tahun 2006 yang merupakan salah satu produsen *frozen food* yang mula-mula masih usaha rumahan biasa yang berawal hanya menjadi distributor *frozen food* dan belum resmi menyangand badan usaha Persekutuan Komanditer (CV). Semakin meningkatnya pasar, Bapak Hi. S memberanikan diri untuk memulai usaha produksi sendiri produk *frozen food*. CV Lezatku Food ini memproduksi 5 jenis produk yang berbeda, olahan yang berbahan dasar daging sapi yang dikombinasikan dengan daging ayam akan menghasilkan bakso dengan 2 merek dagang, yaitu Bakso PSW Cokelat dan Bakso TNG8. Selanjutnya, olahan yang berbahan dasar ikan akan menghasilkan bakso ikan murni dengan merk dagang Bakso Ikan Lazid dan olahan ikan itu juga akan menghasilkan *nugget* dan otak-otak dengan merek dagang *Nugget* Nelasari dan Otak-otak Bu Attin.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting pada agroindustri, termasuk agroindustri *frozen food*. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri. Oleh karena itu, perhatian terhadap bahan baku merupakan hal yang sangat penting. Kekurangan bahan baku atau ketersediaan bahan baku yang tidak kontinu akan berakibat pada sistem kerja yang tidak efektif. Selain itu, kegiatan pengadaan bahan baku yang tepat adalah kegiatan pengadaan bahan baku yang sesuai dengan elemen-elemen pengadaan bahan baku. CV Lezatku Food menghadapi suatu masalah yaitu terancam kesulitan untuk memperoleh bahan baku. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan *frozen food* yaitu daging dan ikan. Dewasa ini, CV Lezatku Food sulit untuk mengestimasi jumlah bahan baku yang akan digunakan untuk produksi. Maka dari itu, diperlukan adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku daging bagi agroindustri *frozen food*.

Manajemen yang tepat diperlukan dalam mengelola bahan baku tersebut, sehingga sesuai dengan enam tepat kriteria yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kuantitas (Assauri, 1999). Apabila kriteria tersebut dalam agroindustri *frozen food* terpenuhi, maka diharapkan dapat memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku serta meminimalisir kemungkinan masalah-masalah yang terkait dengan kegiatan pengadaan bahan baku. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis pengadaan bahan baku yang dilakukan CV Lezatku Food berdasarkan kriteria pengadaan bahan baku.

Proses pengolahan bahan baku menjadi produk sangat ditentukan oleh keragaan kegiatan pengolahan agroindustri. Keragaan agroindustri merupakan salah satu faktor internal dari agroindustri yang sangat diperlukan untuk kegiatan produksi. Penilaian keragaan, kegiatan pengolahan agroindustri *frozen food* dapat diukur dengan analisis deskriptif dan analisis

finansial. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan menganalisis keragaan kegiatan pengolahan dari CV Lezatku Food.

Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan menciptakan produk. Selain menciptakan produk, kegiatan pengolahan dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri *frozen food*. Johns dan Harding (2001) mengemukakan bahwa dalam pengertian luas, keuntungan merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya produksi. Dalam pengertian ini, terdapat dua komponen utama yang menentukan keuntungan perusahaan, yaitu pendapatan penjualan dan biaya produksi. Pengendalian pendapatan penjualan dan biaya produksi dilakukan melalui *cost, profit, and volume analysis* (Sutrisno, 2000). Dalam analisis ini dilakukan perhitungan berdasarkan hubungan antara volume penjualan, biaya produksi, dan keuntungan. Analisis terhadap kesalinghubungan antara unsur-unsur yang menentukan keuntungan ini disebut juga analisis *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas. Dengan demikian, analisis BEP dan keuntungan penting dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memastikan apakah perusahaan beroperasi pada jumlah *output* yang menguntungkan atau dalam keadaan rugi.

Selain itu, faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pelaku agroindustri *frozen food* dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Permasalahan yang timbul pada CV Lezatku Food yaitu wilayah pemasaran yang masih tergolong sempit. Pada CV Lezatku Food, wilayah pemasaran *frozen food* terbatas hanya di wilayah Lampung saja. Hal ini akibat dari pelaku agroindustri masih kurang menerapkan strategi pemasaran yang dapat dilakukan melalui bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*). Keberhasilan suatu agroindustri dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku agroindustri dalam memasarkan

produknya dan disukai oleh banyak konsumen. Oleh karena itu, suatu agroindustri *frozen food* harus mampu mengombinasikan komponen 7P dengan baik, agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Seluruh kegiatan utama pada agroindustri *frozen food* tersebut tentu akan berjalan lebih efektif apabila didukung dengan adanya peran jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, serta asuransi (Firdaus, 2008). Adanya peran jasa layanan pendukung terhadap suatu agroindustri *frozen food* harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, agar menghasilkan keuntungan lebih bagi agroindustri itu sendiri. Kenyataannya, CV Lezatku Food belum optimal dalam memanfaatkan jasa layanan pendukung yang dapat membantu perkembangan agroindustri. Perlu adanya solusi dalam penggunaan jasa layanan pendukung bagi CV Lezatku Food. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Keragaan Agroindustri *Frozen Food* di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)”.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengadaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri *frozen food* berdasarkan kriteria enam tepat di CV Lezatku Food ?
2. Berapa keuntungan dan besaran titik impas (BEP) terkait dengan kegiatan pengolahan *frozen food* di CV Lezatku Food ?
3. Bagaimana bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk *frozen food* di CV Lezatku Food ?
4. Bagaimana peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengadaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri *frozen food* berdasarkan kriteria enam tepat di CV Lezatku Food.
2. Menganalisis keuntungan dan besaran titik impas (BEP) produk terkait kegiatan pengolahan *frozen food* di CV Lezatku Food.
3. Menganalisis bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk *frozen food* di CV Lezatku Food.
4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan :

1. Pertimbangan bagi pengusaha agroindustri *frozen food* dalam mengembangkan produknya dan meningkatkan nilai tambah.
2. Pertimbangan bagi instansi pemerintah dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan program pengembangan agroindustri *frozen food* di Kabupaten Pringsewu.
3. Referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agribisnis

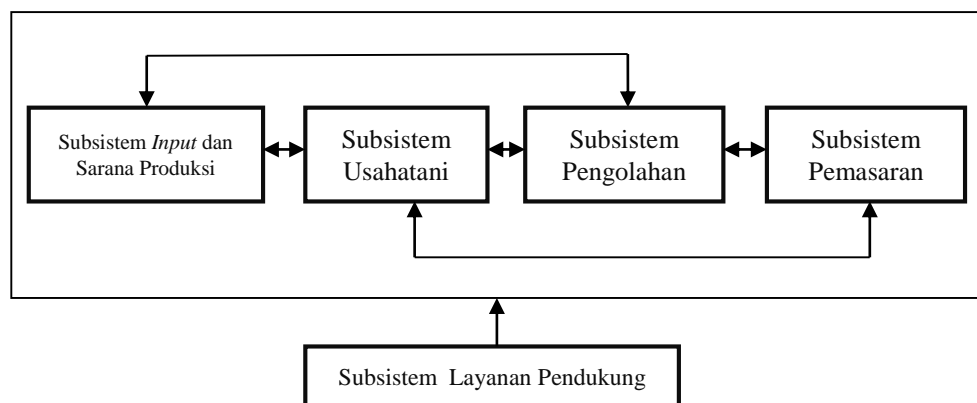
Sistem agribisnis merupakan cara baru dalam memandang pertanian. Dahulu sektoral, sekarang sudah menjadi insektoral, dahulu hanya fokus di subsistem usahatani (*on-farm*) sekarang menyeluruh dari subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran, dan subsistem jasa layanan pendukung. Sektor agribisnis dari dulu hingga sekarang merupakan bidang usaha yang telah lama berperan penting dalam perekonomian negara. Peranan agribisnis sangat besar bagi sektor pertanian, hal ini didasarkan pada alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Mampu menyediakan lapangan pekerjaan mulai dari sektor masukan produksi sampai dengan pengolahan dan pemasaran.
- b. Mampu mengurangi angka kemiskinan di pedesaan.
- c. Mampu mendukung sektor industri hulu maupun hilir.
- d. Mampu menyediakan keragaman mutu pangan, karena itu sangat mempengaruhi tingkat konsumsi dan gizi masyarakat.
- e. Mampu menyumbang devisa negara dari sektor ekspor pertanian.

Downey and Erickson (1987) dalam Saragih (1998).

Suparta (2005) mengemukakan bahwa konsep sistem agribisnis yaitu keseluruhan aktivitas bisnis di bidang pertanian yang saling terkait dan saling tergantung satu sama lain, mulai dari subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan dan penyimpanan hasil (agroindustri), subsistem pemasaran, dan

subsistem jasa penunjang. Kelima subsistem tersebut saling berhubungan antara subsistem yang satu dengan subsistem yang lain. Keterkaitan antar subsistem dalam agribisnis dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis
Sumber : Sutawi, 2002

Agribisnis dapat dilihat dari prespektif mikro maupun makro. Sisi mikro, agribisnis itu sebagai suatu unit komersial di sektor pertanian yang mempertimbangkan secara wajar ataupun rasional, mulai dari pengadaan bibit, pemeliharaan, penanganan pasca panen, hingga melakukan pemasaran. Agribisnis secara makro adalah suatu sistem yang terdiri dari beberapa subsistem, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terhubung dan terintegrasi untuk memperoleh nilai tambah yang maksimal bagi para pelakunya (Davis dan Goldberg 1957 dalam Syahyuti, 2006).

2. *Frozen Food*

Frozen food atau makanan beku olahan merupakan hasil dari metode pengawetan makanan dengan cara menurunkan suhu hingga titik beku. Pembekuan memperlambat dekomposisi dengan mengubah sisa kandungan air menjadi es dan menghambat proses pembusukan. *Frozen food* pada awalnya diciptakan dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu

sibuk, enggan atau tidak mampu untuk menyiapkan makanan untuk dirinya sendiri (Lovell, 2011).

Produk *frozen food* berbahan dasar daging yang beredar di pasaran saat ini sangat beragam dan cukup banyak dikonsumsi. Kementerian Pertanian (2015) menunjukkan bahwa konsumsi daging olahan di tingkat nasional meningkat sangat pesat. Rata-rata perkembangan konsumsi olahan daging per tahunnya adalah 10,28 persen. Hasil survei lainnya menyebutkan bahwa peningkatan konsumsi sosis mengalami peningkatan rata-rata 4,46 persen per tahun. Produk *frozen food* seperti *nugget*, bakso dan sosis merupakan produk daging olahan yang paling banyak dikonsumsi. Meningkatnya permintaan konsumen terhadap *frozen food* mendorong meningkatnya kebutuhan daging ayam dan sapi (Anggraeni, Widjanarko, dan Ningtyas, 2014).

Menurut Dalillah (2006), ada beberapa macam produk olahan daging sapi antara lain adalah sebagai berikut :

a. Bakso

Bakso memegang peranan penting dalam distribusi sumber protein hewani (daging). Pembuatan bakso dapat mereduksi kebutuhan daging, karena adanya penggunaan atau penambahan bahan pengisi atau bahan pengikat, yang umumnya berupa tepung tapioka. Bakso adalah produk pangan yang terbuat dari bahan utama daging yang dicampur dengan bahan-bahan lainnya, dibentuk bulatan-bulatan dan selanjutnya direbus. Biasanya istilah bakso tersebut diikuti dengan nama jenis dagingnya, seperti bakso ikan, bakso ayam, dan bakso sapi.

b. Sosis

Sosis merupakan produk daging giling yang diberi bumbu dan dapat juga mengalami proses *curing*, pemanasan, dan pengasapan. Sosis adalah produk makanan yang diperoleh dari campuran daging halus dengan tepung atau pati dengan atau tanpa penambahan bumbu-bumbu

dan tambahan makanan lain yang diizinkan dan dimasukkan ke dalam selubung sosis.

c. Dendeng

Dendeng adalah makanan berbentuk lempengan yang terbuat dari irisan atau gilingan daging segar yang diberi bumbu dan dikeringkan.

Dendeng merupakan produk hasil olahan pengawetan daging secara tradisional yang secara umum dibuat dari daging sapi. Daging sapi merupakan salah satu produk awetan daging yang dikelompokkan sebagai daging *curing*.

d. Abon

Abon adalah makanan dibuat dari daging yang disuwir-suwir atau dipisahkan seratnya, kemudian ditambah bumbu-bumbu yang digoreng.

Daging yang umum digunakan untuk pembuatan abon adalah daging sapi atau kerbau. Meskipun demikian, semua jenis daging termasuk daging ikan dapat digunakan untuk pembuatan abon. Abon tergolong produk olahan daging yang awet. Untuk mempertahankan mutunya selama penyimpanan, abon dikemas dalam kantong plastik dan ditutup dengan rapat.

e. Daging Panggang

Pemanggangan merupakan metode dengan cara mengalirkan panas secara konveksi menggunakan oven tertutup yang dipanaskan terlebih dahulu. Penambahan bumbu dalam proses pemanggangan hanya akan menembus sedalam setengah inci ke dalam daging. Waktu pemanggangan sangat bervariasi, hal tersebut disebabkan oleh perbedaan dari daging seperti bentuk, ukuran, potongan daging, kandungan tulang dan lemak.

Ayam merupakan salah satu bahan makanan yang paling banyak digunakan dalam dunia kuliner. Tidak hanya rasanya yang enak, tetapi juga mengandung banyak nutrisi. Daging ayam memiliki kandungan vitamin, mineral, serta protein yang sangat tinggi sehingga bagus

dikonsumsi oleh semua kalangan umur. Daging ayam ini selain cocok dijadikan sebagai aneka masakan lezat, juga cocok dijadikan sebagai *frozen food*. Saat mendengar *frozen food* dari bahan dasar ayam, pastinya akan langsung berfikir *nugget*. *Nugget* memang terkenal sebagai *frozen food* dari olahan ayam. Berikut olahan *frozen food* yang berbahan daging ayam :

a. Bakso Ayam

Bakso adalah produk olahan daging baik dari ayam, ikan, dll yang diolah menjadi bulat bulat seperti bola yang dicampuri rempah-rempah yang dihaluskan atau digiling dan memiliki nilai kualitas rasa yang cukup lalu kemudian direbus, agar matang kemudian dikonsumsi.

b. Sosis Ayam

Sosis ayam merupakan salah satu makanan populer di antara produk-produk daging ayam lainnya. Sosis merupakan makanan yang dibuat dari daging yang telah dicincang, kemudian dihaluskan dan diberi bumbu-bumbu, dimasukkan dalam pembungkus (selongsong) yang berbentuk bulat panjang dari usus hewan atau pembungkus buatan

c. Katsu

Katsu ini sekilas memang mirip dengan *nugget*, karena sama-sama dibalur dengan tepung panir. Perbedaannya adalah kalau *nugget* dagingnya dihaluskan atau dicincang, sedangkan katsu dagingnya hanya dipipihkan saja. Untuk bumbunya juga lebih sederhana, karena nantinya akan ada siraman saus yang disantap bersamanya.

d. Patty

Selain katsu, ada patty yang merupakan nama lain dari daging burger. Jika biasanya patty menggunakan daging sapi, ternyata juga bisa menggunakan daging ayam. Hasilnya tentu saja tak jauh berbeda. Untuk patty daging ayam mempunyai tekstur yang lebih lembut, tapi tetap kenyal. Patty bisa digunakan sebagai bahan isian burger maupun

disantap bersama dengan nasi putih hangat dan siraman saus steak atau BBQ.

e. Rolede Ayam

Rolade ayam atau ayam gulung merupakan salah satu olahan ayam yang bisa menjadi *frozen food* karena tahan lama jika disimpan dalam *freezer*. Rolade ayam asalnya dari Belanda, tapi oleh masyarakat di Pulau Jawa diadaptasi dan dijadikan sebagai makanan yang bisa disantap dengan nasi putih. Rolade ayam ini dibuat dari daging ayam giling yang bagian luarnya diberi lapisan telur ayam, lalu dikukus hingga matang. Setelah matang, bisa menyantapnya langsung atau didinginkan untuk disimpan sebagai *frozen food*.

f. Karaage

Karaage merupakan salah satu olahan ayam khas Jepang yang bisa dijadikan sebagai *frozen food*. Karaage ini dibuat dari potongan ayam *fillet* tanpa tulang yang diberi baluran tepung. Sebelum dibalur tepung, daging ayam dibumbui dulu dengan kemiri, kecap asin, bawang putih, dan jahe. Saat ini, sudah banyak karaage dalam bentuk *frozen food* yang dijual di swalayan atau supermarket, sehingga tak perlu membuatnya sendiri di rumah.

g. Siomay Ayam

Biasanya siomay dibuat dari ikan tenggiri, sekarang sudah ada banyak siomay yang dibuat dari bahan dasar daging ayam. Teksturnya lebih padat dengan citarasa yang lebih gurih. Siomay ayam bisa disantap sebagai camilan dengan dicocol saus sambal atau saus kacang.

Selain daging sapi dan juga ayam, salah satu olahan *frozen food* yang menjadi kegemaran masyarakat kita adalah daging ikan dan *seafood*. Makanan ini merupakan aneka daging ikan - ikan, *seafood* seperti udang, cumi, kerang, gurita, sotong, dan lain sebagainya. Daging ini kemudian

diberikan bumbu dan dibekukan untuk diolah dengan cara direbus, ditumis atau direbus. Berikut olahan *frozen food* yang berbahan daging ikan :

a. Bakso Ikan

Bakso ikan adalah produk olahan ikan yang diolah menjadi bulat bulat seperti bola yang dicampuri rempah rempah yang dihaluskan atau digiling dan memiliki nilai kualitas rasa yang cukup, lalu kemudian dimasak dengan cara digoreng atau direbus. Untuk pengemasannya ditutup rapat kedap udara, agar tahan lama.

b. Tempura

Jenis *frozen food* satu ini adalah daging ikan yang diolah dengan cara digiling dicampur dengan sayur wortel, daun bawang, telur dan dicampur dengan tepung, kemudian dibuat adonan dan diolah kemudian dibentuk panjang menyerupai otak-otak. Kemudian direbus dan dikemas untuk dibekukan.

c. Stik Ikan

Makanan *frozen food* satu ini adalah variasi produk olahan daging ikan yang dibentuk stik dengan lapisan tepung panir. Hampir mirip dengan *nugget*, namun variasinya berbeda, dari segi bentuk dan juga rasa. Cara konsumsinya cukup digoreng saja, kemudian bisa dinikmati dan untuk lauk.

d. Otak-otak Ikan

Frozen food olahan daging ikan memang cukup banyak penggemarnya. Kini variasi olahan dari bahan ikan tak kalah variatif dibandingkan dengan olahan daging ayam. Otak-otak sendiri adalah *frozen food* yang dibuat dari daging cincang yang ditambahkan bumbu dan tepung, kemudian diolah melalui berbagai tahapan dan kemudian dibekukan dan dikemas.

e. Dumpling Keju

Olahan daging ikan yang dibentuk kerucut berwarna orange dan diberikan isian keju di dalamnya. Varian dari olahan daging ikan memang semakin beragam dan semakin banyak penggemarnya. Untuk mengkonsumsinya cukup direbus dicampur dengan sayur atau kuah pedas. Namun sering ditemukan sebagai hidangan *steamboat*, seblak dan sup.

f. Pempek Ikan

Pempek adalah makanan khas Palembang terbuat dari ikan, salah satunya tenggiri. Bentuk pempek beragam, lenjer atau memanjang misalnya. Pempek khas Palembang mempunyai tekstur padat di luar, tetapi ketika digigit terasa lembut, tidak membuat gigi sakit ketika mengunyah.

3. Agroindustri *Frozen Food*

Ruang lingkup agribisnis berkaitan dengan konsep agroindustri. Hal ini telah dibuktikan bahwa agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri yang lain. Strategi pembangunan pertanian dengan pandangan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien, dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang dapat

langsung dikonsumsi atau digunakan langsung dalam proses produksi. Agroindustri terdiri dari dua suku kata, yaitu agro yang berasal dari kata *agriculture* yang berarti pertanian dan industri. Agroindustri merupakan industri yang bahan bakunya berasal dari hasil pertanian. Berdasarkan pengertian agroindustri di atas dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang kegiatan utamanya dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Pengertian yang kedua adalah bahwa agroindustri didefinisikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Agroindustri *frozen food* merupakan kegiatan pengolahan produk setengah jadi yang dikemas dan dibekukan, yang kemudian bisa diolah kembali dengan cara memanaskannya saja. Biasanya daging dan ikan paling banyak diolah menjadi makanan *frozen food*, misalnya bakso, *nugget* dan otak-otak. Tapi kini semakin banyak variasi bahan baku yang dapat dimanfaatkan (Dalillah, 2006).

Komponen agroindustri terdiri dari :

- a. Bahan mentah dan bahan pembantu. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pengadaan bahan mentah dan bahan pembantu adalah kontinuitas, kualitas, kuantitas, dan harga.
- b. Tenaga kerja. Faktor yang harus diperhatikan adalah kualifikasi atau keterampilan dan upah.
- c. Modal. Faktor yang harus diperhatikan dalam memperoleh modal adalah kemudahan, tingkat bunga, dan ketersediaannya.
- d. Manajemen dan teknologi, meliputi tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.

- e. Fasilitas penunjang, meliputi penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur (Muelgini dkk, 1993 dalam Aldhariana, Lestari, dan Ismono, 2016).

Keberadaan agroindustri diharapkan dapat meningkatkan daya saing di sektor industri terutama untuk produk yang menjadi komoditas unggulan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik dari agroindustri yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan industri lainnya, diantaranya memiliki keterkaitan yang kuat dari industri hulu sampai ke hilir, menggunakan sumberdaya alam lokal dan dapat diperbaharui, mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif, dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah besar, produk agroindustri pada umumnya bersifat cukup elastis (Bantacut, 2002).

4. Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku adalah suatu proses pemenuhan bahan baku utama dalam suatu proses produksi dengan memperhatikan seberapa baik kualitas dan kuantitas yang diinginkan. Pengadaan bahan baku dilakukan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi di dalam suatu agroindustri. Bahan baku merupakan unsur penting dalam agroindustri, karena bahan baku merupakan bahan utama yang akan diolah, sehingga akan menghasilkan produk baru dari bahan baku tersebut (Assauri, 1999). Menurut Soekartawi (2000) dalam Oktaviana, Lestari, dan Indriani (2016) menyatakan bahwa keberhasilan kegiatan pertanian ditunjang oleh tersedianya bahan baku pertanian secara kontinyu dalam jumlah yang tepat.

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku juga dapat dibedakan atau digolongkan menurut jenis posisi bahan baku di dalam urutan pengolahan produk, yaitu:

- a. Pengadaan bahan baku, yaitu pengadaan dari barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang dapat diperoleh dari

sumber-sumber alam ataupun dibeli dari pemasok yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan.

- b. Pengadaan bahan baku pembantu, yaitu pengadaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi untuk menunjang keberhasilan proses produksi.
- c. Pengadaan bahan baku setengah jadi atau barang dalam proses, yaitu pengadaan bahan-bahan yang berasal dari setiap bagian dari proses produksi atau bahan yang telah diolah dan perlu diproses kembali untuk kemudian menjadi produk jadi.

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku harus sesuai dengan 6 T, di mana bahan baku tersebut harus sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga.

- a. Tepat waktu adalah kesesuaian waktu yang digunakan untuk memperoleh bahan baku atau waktu penyediaan bahan baku yang tepat saat bahan baku tersebut dibutuhkan dalam agroindustri.
- b. Tepat tempat adalah lokasi atau tempat yang menjual bahan baku dekat dengan agroindustri, sehingga mudah dijangkau oleh agroindustri dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Agroindustri juga tidak perlu mengeluarkan ongkos transportasi yang besar dalam mendapatkan bahan baku.
- c. Tepat harga adalah harga yang terjangkau yang ditawarkan kepada konsumen dan harga yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membeli juga sesuai dengan kualitas bahan baku.
- d. Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan untuk membuat suatu produk, sehingga hasil produk yang dihasilkan agroindustri akan berkualitas.
- e. Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang digunakan pada suatu agroindustri merupakan kualitas terbaik yang diperoleh. Kualitas bahan baku yang baik yaitu yang sesuai dengan permintaan agroindustri.
- f. Tepat kuantitas adalah jumlah daging sebagai bahan baku sesuai dengan target yang akan diproduksi oleh agroindustri.

Tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu bagi suatu usaha agroindustri adalah amat penting. Hal ini disebabkan karena hal-hal antara lain sebagai berikut :

- a. Produk usaha pertanian adalah musiman dan karenanya diperlukan manajemen stok yang baik.
- b. Produk usaha pertanian adalah bersifat lokal dan spesifik, oleh karenanya diperlukan perencanaan pengadaan bahan baku secara baik.
- c. Harga produk pertanian umumnya berfluktuasi. Oleh karena itu, diperlukan stok yang cukup, agar tidak terjadi pembelian bahan baku yang berulang-ulang pada harga yang tidak pasti.
- d. Mesin pengolahan akan berjalan efisien kalau digunakan terus sampai diperoleh pemakaian yang efisien. Oleh karena itu, bahan baku harus tersedia setiap saat, mana kala bahan baku tersebut diperlukan (Soekartawi, 2000).

5. Pengolahan pada Agroindustri

Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan alternatif terbaik untuk dikembangkan. Artinya, pengembangan industri pengolahan diperlukan untuk menciptakan keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Industri pengolahan (agroindustri) akan mempunyai kemampuan yang baik jika ke dua sektor tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat baik keterkaitan ke depan (*forward linkage*) maupun ke belakang (*backward linkage*). Keterkaitan ke belakang, karena proses produksi pertanian memerlukan produksi dan alat pertanian. Keterkaitan ke depan, karena ciri produk pertanian bersifat musiman, *voluminous*, dan mudah rusak (Soekartawi, 2000).

Pengembangan agroindustri ke depan perlu diarahkan ke dalam struktur agroindustri lebih ke hilir (pengolahan dan pemasaran), dengan tujuan menciptakan dan meningkatkan nilai tambah (*added value*) sebesar mungkin di dalam negeri, mendiversifikasikan produk yang mengakomodasikan preferensi konsumen, dan memanfaatkan

segmen-segmen pasar yang berkembang, baik dalam negeri maupun di pasar internasional (Saragih, 1998).

Pentingnya peranan agroindustri dalam pengolahan hasil pertanian, antara lain:

a. Meningkatkan nilai tambah.

Pengolahan hasil yang baik dilakukan produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses.

b. Meningkatkan kualitas hasil.

Kualitas hasil yang baik akan menyebabkan peningkatan nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi.

Perbedaan kualitas tidak hanya menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar, tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.

c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.

Jika produk pertanian dijual langsung tanpa pengolahan lebih lanjut sebelumnya, maka kesempatan kerja pada kegiatan pengolahan akan hilang. Di sisi lain, jika pengolahan hasil dilakukan, maka banyak tenaga kerja yang diserap. Beberapa produk pertanian terkadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada kegiatan pengolahan.

d. Meningkatkan keterampilan produsen.

Keterampilan dalam mengolah hasil akan mengarahkan terhadap peningkatan keterampilan secara kumulatif, sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan yang lebih besar.

e. Meningkatkan pendapatan produsen.

Konsekuensi logis dari produk olahan yang lebih baik adalah mendapatkan total penerimaan lebih tinggi, karena kualitas produk yang lebih baik dan harganya lebih tinggi (Soekartawi, 2000).

6. Keuntungan

Menurut Harahap (2011), laba adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan. Laba dapat dihitung dengan bermacam cara, sehingga dapat menghasilkan laba tertentu. Apabila laba ingin menggambarkan informasi yang bermanfaat, maka penentuan dari laba itu harus dibuat sedemikian rupa, agar tidak cenderung bias, untuk menguntungkan suatu golongan tertentu, dengan kata lain harus netral.

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Ada beberapa pengertian yang perlu diperhatikan dalam menganalisis keuntungan antara lain:

- a. Pendapatan adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- b. Keuntungan bersih adalah pendapatan yang dikurangi dengan total biaya produksi atau pendapatan kotor dikurangi dengan biaya variabel dan biaya tetap.
- c. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang untuk menghasilkan produksi (Soekartawi, 2000).

Mulyadi (2013) mengemukakan dalam pengertian luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Supriyono (2002), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan digunakan sebagai pengurang keberhasilan. Biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang.

- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk

membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* dikelompokkan atas dasar tingkah laku perubahannya terhadap volume aktivitas yaitu biaya tetap dan biaya variabel (Mulyadi, 2009).

1) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

Biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan penunjang, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik.

2) Bahan *Overhead* Pabrik Tetap

Biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, biaya pajak usaha, dan biaya izin usaha.

Secara matematis, menurut Kartadinata (2000) besarnya keuntungan agroindustri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\Pi = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya} \dots \dots \dots (1)$$

$$\Pi = Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{xi} - BTT \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

Π = Keuntungan (Rp)

Y = Hasil produksi (kg)

P_y = Harga hasil produksi (Rp)

X_i = Faktor produksi variabel ($i = 1, 2, 3, \dots, n$), terdiri dari: bahan baku (kg), tenaga kerja (HOK), dan *overhead* pabrik variabel (satuan)

P_{xi} = Harga faktor produksi ke- i (Rp)

BTT = Biaya tetap total (Rp), yaitu biaya *overhead* pabrik tetap (satuan)

7. Titik Impas (*Break Even Point*)

Menurut Supriyono (2002), *break even point* atau sering disebut dengan impas atau pulang pokok merupakan suatu keadaan perusahaan dimana besarnya jumlah total penghasilan sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau rugi labanya = nol. Harahap (2011) berpendapat bahwa, *break even point* berarti suatu keadaan dimana perusahaan tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami rugi, artinya seluruh biaya itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan.

Mulyadi (2001) mengartikan bahwa suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum, agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba yang dengan kata lain labanya sama dengan nol. Suatu usaha dikatakan impas, jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya, atau apabila laba kontribusi hanya dapat digunakan untuk menutup biaya tetap saja.

Beberapa pernyataan dari para ahli dapat disimpulkan bahwa *break even point* merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan, dimana tidak mendapatkan penghasilan setelah perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang digunakan untuk memenuhi kegiatan produksi, dengan kata lain jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total biaya.

Untuk mengetahui titik impas (*break even point*) dihitung dengan menggunakan rumus (Suratiyah, 2015) sebagai berikut:

1) BEP Penerimaan

Dalam keadaan *break event* laba perusahaan adalah nol. Oleh karena itu, dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income rasionya*, akan diperoleh atau diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai, agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*). Tingkat *break even point* atas dasar rupiah dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP Penerimaan (Rp)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penerimaan}}} \dots\dots\dots(3)$$

2) BEP Produksi

Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau kontribusi (*margin*) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba. Perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{BEP Produksi (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual persatuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}} \dots\dots(4)$$

3) BEP Harga

Dalam keadaan *break event* laba perusahaan adalah nol. Oleh karena itu, dengan membagi jumlah biaya total yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi dengan total produksi yang dihasilkan, akan diperoleh atau diketahui tingkat harga jual minimum hasil produksi yang harus dikeluarkan perusahaan, agar tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*). Tingkat *break even point* atas dasar rupiah per unit dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP Harga (Rp/unit)} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots(5)$$

BEP harga dapat dikatakan sama dengan harga pokok produksi yaitu total biaya yang dibagi dengan total produksi. Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi (Supriyono, 2002). Penentuan harga pokok produksi penting dilakukan, karena digunakan sebagai penentu harga jual. Harga pokok produksi yang dihasilkan suatu perusahaan meliputi semua biaya dan pengorbanan yang perlu dilakukan dan dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Secara garis besar, unsur-unsur harga pokok produksi digolongkan menjadi tiga yaitu biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut Kartadinata (2000), harga pokok produksi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Produksi} &= \text{Penjualan} + \text{Persediaan akhir} - \text{Persediaan awal} \\ \text{Jumlah biaya produksi} &= \text{Biaya bahan-bahan} + \text{Upah langsung} + \text{Biaya pabrikasi tak langsung} \end{aligned}$$

$$\text{Harga pokok produksi (HPP)} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots(6)$$

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Produk habis terjual.
- b. Harga *input* dan *output* adalah harga yang berlaku pada saat penelitian.

8. *Joint Cost* (Biaya Bersama)

Perhitungan *joint cost* diperlukan ketika agroindustri menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Biaya yang dihitung adalah biaya yang digunakan secara bersama oleh produk bersama (Bustami dan Nurllella, 2009). Pada penelitian ini, biaya bersama yang dikeluarkan dalam proses produksi *frozen food* adalah biaya *overhead* yaitu biaya penyusutan alat, tenaga kerja tak langsung, biaya listrik, biaya transportasi, izin usaha dan pajak. Alokasi biaya adalah pembebanan biaya secara proporsional dari biaya bersama ke objek biaya. Biaya bersama sulit diperhitungkan kepada masing-masing produk. Oleh karena itu, untuk memudahkan dalam perhitungan diperlukan alokasi biaya.

Menurut Mulyadi (2009), *joint cost* dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode yaitu:

- a. Metode nilai jual relatif

Metode ini didasarkan pada nilai jual relatif dari setiap jenis produk bersama. Tahap pertama metode ini adalah memperhitungkan nilai total penjualan yang merupakan harga penjualan dikalikan dengan unit produksi, bukan penjualan sesungguhnya. Tahap ke dua penentuan proporsi nilai penjualan masing-masing produk bersama pada nilai penjualan total. Tahap terakhir mengalokasikan total *joint cost* diantara

produk bersama berdasarkan proporsi tersebut. Menurut Bustami dan Nurllella (2009), metode harga jual dapat dibedakan menjadi dua diantaranya sebagai berikut :

1) Harga jual diketahui pada saat titik pisah

Perhitungan ini apabila harga jual diketahui pada saat titik pisah, maka *joint cost* dibebankan kepada produk berdasarkan nilai jual masing – masing produk terhadap jumlah nilai jual keseluruhan produk. Alokasi *joint cost* dengan metode harga jual diketahui pada saat titik pisah dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi } Joint \text{ cost} = \frac{\sum \text{nilai jual masing-masing produk}}{\sum \text{nilai jual keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama...}(7)$$

2) Harga jual tidak diketahui pada saat titik pisah

Apabila suatu produk tidak bisa dijual pada titik pisah, maka harga tidak dapat diketahui saat titik pisah. Produk tersebut memerlukan proses tambahan, sehingga harga jual dapat diketahui sebelum dijual. Dasar yang dapat digunakan dalam menghasilkan biaya bersama yaitu harga pasar hipotesis. Harga pasar hipotesis adalah nilai jual suatu produk setelah diproses lebih lanjut dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproses lebih lanjut. Alokasi biaya bersama dengan metode harga jual tidak diketahui pada saat titik pisah dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi } Joint \text{ cost} = \frac{\sum \text{nilai jual hipotesis produk setelah titik pisah}}{\sum \text{nilai jual hipotesis seluruh produk setelah titik pisah}} \times \text{biaya bersama..}(8)$$

b. Metode satuan fisik

Metode satuan fisik menentukan harga produk bersama sesuai dengan manfaat yang ditentukan oleh masing-masing produk akhir. Dalam metode ini, *joint cost* dialokasikan kepada produk atas dasar koefisien fisik kuantitas bahan baku yang terdapat dalam masing-masing produk. Koefisien fisik ini dinyatakan dalam satuan berat. Dengan metode ini diharuskan bahwa produk bersama yang dihasilkan harus dapat diukur dengan satuan ukuran pokok yang sama. Jika produk yang sama

mempunyai satuan ukuran yang berbeda, harus ditentukan koefisien yang digunakan untuk mengubah berbagai satuan tersebut menjadi ukuran yang sama (Mulyadi, 2009). Alokasi *joint cost* dengan metode satuan fisik dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi } \textit{Joint cost} = \frac{\sum \text{unit masing-masing produk}}{\sum \text{unit keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (9)$$

c. Metode harga pokok rata – rata

Pendekatan harga pokok rata-rata dianggap tepat, apabila proses produksi bersama menghasilkan jenis-jenis produk yang mempunyai unit fisik atau satuan ukuran yang sama. Metode ini hanya dapat digunakan apabila produk bersama yang dihasilkan diukur dalam satuan yang sama. Pada umumnya, metode ini digunakan oleh yang menghasilkan beberapa macam produk yang sama dari satu proses bersama, tetapi mutunya berlainan. Dalam metode ini, harga pokok masing-masing dihitung sesuai dengan proporsi kuantitas yang diproduksi. Alokasi *joint cost* dengan metode harga pokok rata-rata dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi } \textit{Joint cost} = \text{biaya per unit} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (10)$$

d. Metode rata – rata tertimbang

Metode rata-rata biaya per satuan dasar yang dipakai dalam pengalokasian *joint cost* adalah kuantitas produksi, maka dalam metode rata-rata tertimbang kuantitas produksi ini dikalikan terlebih dahulu dengan angka penimbang dan hasilnya baru dipakai sebagai dasar alokasi. Penentuan angka penimbang untuk tiap-tiap produk didasarkan pada jumlah bahan yang dipakai, sulitnya pembuatan produk, waktu yang dikonsumsi, dan pembedaan jenis tenaga kerja yang dipakai untuk setiap produk yang dihasilkan. Jika yang dipakai sebagai angka penimbang adalah harga jual produk maka metode alokasinya disebut

metode nilai jual relatif (Mulyadi, 2009). Alokasi *joint cost* dengan metode rata-rata tertimbang dapat dirumuskan:

$$\text{Alokasi } Joint \text{ cost} = \frac{\sum \text{penimbangan rata-rata setiap produk}}{\sum \text{penimbangan rata-rata seluruh produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (11)$$

Pada penelitian kali ini, metode alokasi *joint cost* yang digunakan adalah dengan menggunakan metode nilai jual relatif yaitu harga jual diketahui pada saat titik pisah. Dasar pemikiran metode ini adalah bahwa harga jual suatu produk merupakan perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengolah produk tersebut. Jika salah satu produk terjual lebih tinggi daripada produk yang lain, hal ini karena biaya yang dikeluarkan untuk produk tersebut lebih banyak bila dibandingkan dengan produk yang lain. Oleh karena itu, metode ini merupakan cara yang logis untuk mengalokasikan *joint cost* berdasarkan pada nilai jual relatif masing-masing produk yang dihasilkan.

9. Bauran Pemasaran

Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dalam mencapai keberhasilan pemasaran, setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2008) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi acuan atau bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasar. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran serta variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen (Assauri, 1996).

Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010), ketika ingin mengembangkan strategi untuk barang manufaktur, pemasar biasanya mengacu pada empat elemen dasar strategis yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Istilah yang dipakai untuk menyebut keempatnya biasanya disebut sebagai “4P” dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Perkembangan penerapan 4P saat ini dipandang terlalu sempit. Hal ini mendorong para pakar pemasaran untuk mendefinisikan ulang bauran pemasaran, sehingga lebih *apikastif* untuk sektor jasa. Hasil dari perkembangan 4P tradisional adalah 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People* dan *Process*) (Yazid, 2011). Secara kolektif, keseluruhan tujuh elemen (7P) dari bauran pemasaran menunjukkan unsur-unsur yang dibutuhkan untuk menciptakan strategi yang layak dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menghasilkan laba dalam pasar yang kompetitif (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010) adalah sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar, agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Selanjutnya, produk dalam arti luas meliputi objek-objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini (Kotler dan Armstrong, 2012). Produk dalam pengertian umum adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Nana, 2015).

Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Unsur produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang bauran produk, merek dagang, cara pembungkusan atau kemasan produk, tingkat mutu atau kualitas dari produk dan pelayanan yang diberikan (Assauri, 1996).

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan unsur terpenting ke dua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga yaitu sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Pada penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung.

Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, serta adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor tidak langsung erat hubungannya dalam penetapan harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

- 1) Memperoleh laba yang maksimum. Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah untuk memperoleh hasil laba jangka pendek yang maksimal.
- 2) Mendapatkan *share* pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar.
- 3) Memerah pasar. Perusahaan mengambil manfaat memperoleh dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), ada dua faktor umum yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu:

- 1) Faktor internal perusahaan meliputi: tujuan pemasaran, perusahaan, strategi bauran pemasaran, dan biaya produksi.

- 2) Faktor eksternal perusahaan meliputi: sifat pasar dan permintaan, adanya persaingan, kebijaksanaan, dan peraturan pemerintah.

Penetapan harga jual pada penelitian ini dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) terlebih dahulu. Harga jual adalah sejumlah kompensasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Penetapan harga jual adalah harapan agar produk yang telah diproduksi laku terjual dan mendapatkan laba atau keuntungan.

Penentuan harga pokok produksi pada Agroindustri *frozen food* ini dengan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya. Pada penelitian ini menggunakan dua pendekatan untuk menentukan harga pokok produksi yaitu dengan metode *variable costing* dan metode *full costing*.

- 1) Metode *Variable Costing*

Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (Mulyadi, 2012).

- 2) Metode *Full Costing*

Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap (Mulyadi, 2012).

Dalam metode ini memperhitungkan biaya tetap. Biaya tetap terdiri dari aset-aset agroindustri yang bersifat tetap dan mempunyai nilai penyusutan. Hasil perhitungan jumlah nilai penyusutan peralatan dimasukkan ke perhitungan harga pokok produksi sebagai biaya tetap dengan menggunakan metode *full costing*.

Menurut Mulyadi (2001), pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan harga pokok produksi ditambah dengan margin keuntungan. Harga jual dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} + \% \text{ margin keuntungan} \dots\dots\dots(12)$$

c. *Place* (Tempat)

Place dapat memiliki arti yang berbeda, pada unit usaha yang memproduksi barang, *place* berarti saluran distribusi dari barang yang diproduksi agar sampai ke tangan konsumen. *Place* (tempat pelayanan) merupakan keputusan manajemen mengenai kapan, dimana, dan bagaimana menyajikan layanan yang baik kepada pelanggan. Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat di mana konsumen berada. Untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan (Kotler dan Keller, 2008).

Menurut Suryana (2013), tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut:

- 1) Memperbanyak saluran distribusi.
- 2) Memperluas segmentasi atau cakupannya.
- 3) Menata penampilan tempat usaha.

- 4) Menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.
- 5) Mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen, agar membeli produk dari perusahaan. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan dan diharapkan akan dapat berperan secara aktif dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar. Selain itu, kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek selama ini dan bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat (Hasyim, 2012).

Promosi menurut Kotler dan Amstrong (2012) merupakan suatu program yang memberi informasi kepada konsumen mengenai keunggulan produk. Promosi mempunyai beragam alat yang digunakan untuk meraih tujuan pemasarannya, antara lain :

- 1) Periklanan
Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.
- 2) Promosi penjualan
Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.
- 3) Hubungan masyarakat
Membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan. Hal ini dicapai dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun “citra korporasi”, dan menangani atau mengatasi rumor, dan kegiatan yang tidak menguntungkan.

4) Penjualan personal

Salah satu (atau lebih) dari berbagai aktivitas yaitu memprospek, berkomunikasi, melayani dan mengumpulkan informasi.

5) Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dari konsumen.

Menurut Hasyim (2012), komponen kombinasi promosi terdiri dari kegiatan-kegiatan periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pameran dan demonstrasi, yang kesemuanya dipergunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan barang. Peralatan promosi yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan terdiri dari advertensi, *personal selling*, promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*).

e. *Process* (Proses)

Sebuah strategi proses atau transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa. Tujuan strategi proses adalah menemukan suatu cara memproduksi barang dan jasa yang memenuhi persyaratan pelanggan dan spesifikasi produk yang berada dalam batasan biaya dan manajerial lain. Proses yang dipilih akan mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi dan produksi, begitu juga pada fleksibilitas biaya dan kualitas barang yang diproduksi. Oleh karena itu, banyak strategi perusahaan ditentukan saat keputusan proses ini.

Strategi proses juga berhubungan dengan tata letak ruang alur produksi dan alur penjualan produk. Tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis, karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas,

proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon cepat (Heizer dan Render, 2006).

f. *People* (Sumberdaya Manusia)

Pegawai yang bekerja di dalam pekerjaan yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam menghantarkan keunggulan layanan dan keunggulan bersaing. Menurut Nirwana (2004), *people* adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan *layout* yang nampak sebagai objek. *Physical evidence* merupakan lingkungan dimana suatu perusahaan memberikan layanannya dan lokasi dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2006).

10. Jasa Layanan Penunjang

Subsistem layanan pendukung adalah subsistem terakhir yang membantu subsistem lainnya seperti subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem pengolahan dan subsistem pemasaran. Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan subsistem

hulu, subsistem usaha tani, dan subsistem hilir. Termasuk kedalamnya adalah koperasi, lembaga penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, lembaga pelatihan dan penyuluhan, teknologi komunikasi dan informasi, serta dukungan kebijaksanaan pemerintah (Soekartawi, 2000).

Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan pendukung agribisnis adalah penyuluh, konsultan, keuangan, dan penelitian. Lembaga penyuluhan dan konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian. Lembaga keuangan seperti perbankan dan asuransi yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggungan risiko usaha (khusus asuransi). Lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh balai-balai penelitian atau perguruan tinggi memberikan layanan informasi teknologi produk, atau teknik manajemen mutakhir hasil penelitian dan pengembangan (Soehardjo, 1997). Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa lembaga-lembaga yang termasuk ke dalam jasa layanan pendukung adalah :

a. Lembaga keuangan (Bank dan Non Bank)

Menurut Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok Pokok Perbankan, yang dimaksud lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatan di bidang keuangan, menarik uang dan masyarakat dan menyalurkan uang tersebut kembali ke masyarakat. Bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banco* yang artinya meja untuk penitipan atau penukaran uang di pasar. Lembaga keuangan non bank merupakan semua lembaga yang menyelenggarakan jasa layanan keuangan selain yang diselenggarakan oleh bank. Contoh lembaga keuangan non bank adalah pegadaian, perusahaan sewa guna usaha (*leasing*), koperasi simpan pinjam, asuransi, pasar modal (bursa efek), penyelenggaraan dana pensiun, dll.

b. Lembaga penyuluhan pertanian

Penyuluhan pertanian didefinisikan sebagai pendidikan non formal yang ditujukan kepada petani dan keluarganya dengan tujuan jangka pendek untuk mengubah perilaku termasuk sikap, tindakan dan pengetahuan ke arah yang lebih baik, serta tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Kegiatan penyuluhan pertanian melibatkan dua kelompok yang aktif. Di satu pihak adalah kelompok penyuluh dan yang ke dua adalah kelompok (Soehardjo, 1997).

c. Lembaga penelitian

Lembaga pendidikan dan pelatihan mempersiapkan para pelaku agribisnis yang profesional, sedangkan lembaga penelitian memberikan sumbangan berupa teknologi dan informasi (Soehardjo, 1997).

d. Kebijakan pemerintah

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang juga tidak luput dari kebijakan dan campur tangan pemerintah. Kebijakan pembinaan di sektor pertanian meliputi komponen dasar, yaitu petani, komoditas hasil pertanian, dan wilayah pembangunan pertanian. Pembinaan terhadap petani ditujukan untuk meningkatkan pendapatannya. Pengembangan komoditas hasil pertanian diarahkan agar benar-benar berfungsi sebagai faktor yang menghasilkan bahan pangan, bahan ekspor, dan bahan baku bagi industri. Pembinaan terhadap wilayah pertanian dimaksudkan untuk dapat menunjang pembangunan wilayah seutuhnya dan tidak terjadi ketimpangan wilayah (Soehardjo, 1997).

e. Transportasi

Transportasi adalah kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat unsur pergerakan

(*movement*) dalam transportasi, dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain. Sistem transportasi merupakan suatu bentuk keterikatan dan keterkaitan antara penumpang, barang, prasarana, dan sarana yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam suatu tatanan, baik secara alami maupun buatan/rekayasa (Hadihardja, 1997 dalam Aldhariana, Lestari, dan Ismono, 2016).

f. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Secara terminologi, TIK dapat dikelompokkan dalam dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi didefinisikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses, manipulasi teknologi pengolahan dan penyebaran data dan informasi dengan menggunakan *hardware* dan *software*, komputer, komunikasi, dan elektronik digital secara tepat dan efektif. Teknologi informasi disusun oleh teknologi komputer yang menjadi pendorong utama perkembangan teknologi informasi dan muatan informasi (*information content*) yang menjadi aplikasi informasi pada teknologi komputer. Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua buah konsep yang tidak terpisahkan (Kaiser, 2004).

11. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi bagi peneliti untuk menjadi pembanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, serta untuk mempermudah dalam pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data. Penelitian terdahulu yang membahas mengenai keragaan agroindustri sudah terbilang cukup banyak, akan tetapi

penelitian mengenai keragaan agroindustri *frozen food* dapat terbilang masih sangat sedikit. Hasil penelitian terdahulu tidaklah semata-mata digunakan sebagai acuan penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Hal ini dibuktikan dari terdapatnya persamaan dan perbedaan penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang tercantum pada Tabel 5, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Penelitian Analisis Keragaan Agroindustri *Frozen Food* di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food) memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan, serta pemasaran. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah kesamaan pada metode yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif (pengadaan bahan baku, bauran pemasaran) dan metode analisis deskriptif kuantitatif (keuntungan, titik impas (BEP) hanya saja pada penelitian terdahulu, komoditas yang digunakan berbeda dengan komoditas yang digunakan pada penelitian saat ini.

Hal yang membedakan penelitian yang berjudul Analisis Keragaan Agroindustri *Frozen Food* di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food) dengan penelitian terdahulu adalah beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian sebelumnya pada analisis bauran pemasaran menggunakan metode analisis 4P dan pada penelitian ini menggunakan metode analisis 7P. Selain itu, terdapat perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu tidak digunakan analisis kinerja produksi, analisis nilai tambah, perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan finansial, tetapi pada penelitian ini menggunakan analisis titik impas (BEP Penerimaan, BEP Produksi, dan BEP Harga) untuk melihat efisiensi usaha dan penetapan harga jual

melalui analisis BEP Harga dengan melakukan perhitungan harga pokok produksi terlebih dahulu serta perhitungan biaya produksi terutama dalam menghitung biaya penyusutan peralatan dilakukan dengan menghitung biaya bersama atau *joint cost*.

Hasil dari penelitian ini akan mengetahui bagaimana pengadaan bahan baku dengan melihat kriteria pengadaan bahan baku 6T (tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kuantitas) dengan membandingkan kriteria ketepatan terhadap kenyataan sebenarnya, analisis titik impas untuk melihat efisiensi agroindustri, keuntungan pada kegiatan pengolahan, sistem pemasaran berupa bauran pemasaran, serta peran jasa layanan pendukung yang berperan pada agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food).

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Syarief, Lestari, dan Kasymir (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi, pendapatan, nilai tambah produk agroindustri. 3. Menganalisis subsistem pemasaran. 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<p>Metode penelitian adalah studi kasus. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan bahwa Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri menggunakan bahan baku utama tepung tapioka yang berasal dari ubi kayu. Responden adalah pemilik Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Responden pedagang diambil secara <i>snowballing</i> dengan pertimbangan karena tidak ada</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis kinerja produksi, pendapatan dengan R/C ratio, dan analisis nilai tambah metode Hayami. 3. Analisis bauran pemasaran 4P. 4. Analisis jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri telah memenuhi sebagian kriteria tepat yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas dan jenis, tetapi belum memenuhi komponen tepat harga karena tidak sesuai dengan harapan pemilik Agroindustri. 2. Kinerja agroindustri cukup baik, karena belum memenuhi komponen fleksibilitas. Pendapatan untuk agroindustri sudah baik dan menguntungkan dengan nilai $R/C > 1$ yang artinya layak diusahakan. Nilai tambah pada agroindustri ini memberikan nilai tambah positif. 3. Kegiatan pemasaran pada agroindustri sudah menerapkan <i>marketing mix</i> yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			informasi yang pasti mengenai jumlah pedagang kerupuk bawang tersebut.		Rantai pemasaran pada agroindustri ini terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. 4. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan agroindustri kerupuk bawang.
2.	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. Anggraeni, Lestari, dan Indriani (2017)	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan 6T (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga). Mengetahui kegiatan 	Penelitian ini menggunakan metode survei di Kabupaten Pesawaran yang dipilih secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan bahwa Primkopti Kabupaten Pesawaran merupakan satu satunya Primkopti yang aktif di Provinsi Lampung. Sampel	<ol style="list-style-type: none"> Analisis pengadaan bahan baku 6T. Analisis pendapatan dengan R/C ratio dan analisis nilai tambah metode Hayami. Analisis bauran pemasaran 4P dan analisis marjin pemasaran. 	<ol style="list-style-type: none"> Pengadaan bahan baku pada tahun 2016 belum sesuai dengan 6T, karena agroindustri tempe tidak mendapatkan kedelai dari Primkopti. Pendapatan agroindustri tempe di Kabupaten Pesawaran masih rendah ditandai dengan jumlah produksi tempe per bulan yang masih sangat sedikit. Nilai tambah pada agroindustri tempe sebesar Rp4.694,31 ($NT > 0$),

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk	penelitian ini adalah 52 pengrajin. Alokasi sampel ditentukan secara proporsional dari enam kecamatan di Kabupaten Pesawaran.	4. Analisis jasa layanan pendukung.	artinya agroindustri tempe memberikan nilai tambah (positif) dan layak untuk dikembangkan.
		3. Mengetahui bauran pemasaran, rantai pemasaran dan margin pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk tempe	Responden yang telah diperoleh kemudian dipilih secara acak sederhana. Responden yang digunakan tidak hanya pengrajin tempe tetapi juga pedagang tempe sebanyak 17 orang yang dipilih secara <i>snowball</i> .		3. Strategi pemasaran agroindustri tempe sudah menerapkan komponen <i>marketing mix</i> (<i>product, price, place, promotion</i>) untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Rantai pemasaran pada agroindustri tempe terdiri dari dua saluran yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. Sistem pemasaran pada agroindustri tempe ini belum efisien, karena setiap pedagang menentukan keuntungannya masing-masing, sehingga nilai margin pemasaran pada setiap saluran juga berbeda-beda dan nilai RPM tidak sama dengan nol (0).
		4. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung			

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					4. Jasa layanan pendukung yang menunjang agroindustri tempe yaitu teknologi informasi dan komunikasi, sarana transportasi, dan pasar, sedangkan jasa layanan pendukung lainnya yang ada di Kabupaten Pesawaran belum dimanfaatkan oleh agroindustri tempe.
3.	Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger (Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro). Aldhariana,	1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat (tepat waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis, dan harga). 2. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah agroindustri beras siger.	Metode penelitian adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan di dua agroindustri beras siger yaitu Agroindustri Toga Sari (TS) di Desa Wira Agung Sari Penawartama Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari (MS) di Desa Margorejo Metro Selatan Kota Metro.	1. Analisis pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis pendapatan dengan R/C ratio dan analisis nilai tambah metode Hayami. 3. Analisa bauran pemasaran 4P dan analisis efisiensi pemasaran. 4. Analisis jasa layanan pendukung.	1. Komponen pengadaan bahan baku yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas, jenis dan harga sudah tepat, karena sudah sesuai dengan harapan, sedangkan komponen yang belum tepat atau sesuai dengan harapan yaitu harga. 2. Pendapatan per bulan dan per jumlah produksi yang diperoleh Agroindustri Toga Sari lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri Mekar Sari. Akan

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Lestari, dan Ismono (2016)	<p>3. Mengetahui bauran pemasaran dan efisiensi pemasaran beras siger</p> <p>4. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri beras siger</p>	<p>Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan keduanya masih aktif melakukan produksi dan menghasilkan produk beras siger berwarna kuning.</p> <p>Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri beras siger.</p>		<p>tetapi, ke dua agroindustri ini dinilai sudah cukup menguntungkan, karena nilai R/C rasio atas biaya tunai dan atas biaya total rata-rata yang diperoleh lebih dari satu. Kedua agroindustri beras siger ini memiliki nilai tambah yang positif.</p> <p>3. Strategi pemasaran pada Agroindustri Togasari dan Mekar Sari menggunakan komponen <i>marketing mix</i>. Rantai pemasaran kedua agroindustri terdiri dari dua yaitu secara langsung kepada konsumen dan dengan melibatkan pedagang pengecer. Sistem pemasaran pada kedua agroindustri beras siger ini belum efisien, karena nilai margin pemasaran dan rasio profit margin yang tidak menyebar merata.</p> <p>4. Seluruh jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan kedua</p>

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					agroindustri beras siger yaitu lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi memberikan peran yang positif.
4.	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Shafira, Lestari, dan Affandi (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi, pendapatan dan nilai tambah produk. 3. Menganalisis bauran pemasaran. 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	Metode penelitian adalah studi kasus. Penelitian dilakukan pada tiga agroindustri tahu yang berada di Kelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Gunung Sulah merupakan sentra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan lima elemen (kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi). 2. Analisis kinerja produksi, pendapatan dengan R/C ratio, dan analisis nilai tambah metode Hayami. 3. Analisis bauran pemasaran 4P. 4. Analisis jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku yang berdasarkan lima elemen pengadaan bahan baku yang meliputi kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi, sudah sesuai dengan apa yang ketiga agroindustri harapkan. 2. Kinerja pada tiga agroindustri tahu belum baik, karena belum memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas. Pendapatan per produksi untuk tiga agroindustri tahu sudah baik dan menguntungkan, karena R/C > 1 yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai tambah pada tiga agroindustri memberikan

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			produksi tahu di Kota Bandar Lampung. Responden pedagang untuk saluran pemasaran diambil secara <i>snowball sampling</i> dengan pertimbangan, karena tidak ada informasi yang pasti mengenai jumlah pedagang tahu.		nilai tambah positif, sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 3. Kegiatan pemasaran tahu kulit ketiga agroindustri telah menerapkan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi. 4. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh ketiga agroindustri tersebut dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan tiga agroindustri tahu.
5.	Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap	1. Menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri. 2. Menganalisis risiko yang	Metode penelitian adalah studi kasus. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan bahwa agroindustri kopi	1. Analisis bauran pemasaran 7P. 2. Analisis manajemen risiko ISO. 3. Analisis rasio keuangan.	1. Kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran, akan tetapi pada komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal, karena masih menggunakan metode <i>personal selling</i> .

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Obor Mas Lampung di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. Akbar, Lestari, dan Nugraha (2019)	dihadapi agroindustri. 3. Menganalisis kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk.	bubuk ini masih aktif melakukan produksi, menghasilkan produk kopi bubuk yang khas, dan memiliki izin usaha resmi. Responden konsumen diambil sebanyak 30 orang konsumen yang dipilih secara <i>accidental sampling</i> yaitu konsumen yang langsung membeli produk kopi bubuk ke lokasi agroindustri.		2. Risiko yang dihadapi oleh Agroindustri KBCOML adalah bernilai rendah, dan agroindustri sudah menerapkan manajemen risiko ISO 31000: 2009 berdasarkan risiko operasional yang terjadi yang terdiri dari risiko proses, risiko sumber daya manusia, dan risiko insidental. 3. Kinerja keuangan agroindustri berdasarkan analisis rasio likuiditas dan rasio aktivitas masuk dalam kategori cukup baik, sedangkan pada rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas masuk dalam kategori buruk.
6.	Analisis Sistem Agribisnis Ayam Kalkun di Desa Sukoharjo Kabupaten	1. Mengetahui sistem penyediaan sarana produksi ternak ayam kalkun.	Metode penelitian dengan metode studi kasus. Responden adalah pemilik usaha ternak kalkun Mitra	1. Analisis subsistem pengadaan sarana produksi. 2. Analisis pendapatan usahatani R/C ratio.	1. Pengadaan sarana produksi pada usaha ternak kalkun hampir seluruhnya tidak mengalami masalah.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Pringsewu Provinsi Lampung. Oktaviana, Lestari, dan Indriani (2016)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Menganalisis pendapatan usahatani ayam kalkun. 3. Menganalisis nilai tambah produk olahan ayam kalkun. 4. Menganalisis bauran dan saluran pemasaran ayam kalkun dan produk olahan ayam kalkun. 5. Mengetahui jasa layanan penunjang yang mendukung usaha ternak ayam kalkun. 	Alam di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Analisis nilai tambah metode Hayami. 4. Analisis bauran pemasaran 4P dan saluran pemasaran. 5. Analisis subsistem jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Usaha ternak kalkun menguntungkan dengan nilai R/C atas biaya tunai sebesar 1,76 dan R/C atas biaya total sebesar 1,70. Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa usaha ternak kalkun menguntungkan, dimana $R/C > 1$. 3. Nilai tambah untuk tiga produk olahan kalkun memiliki nilai $NT > 1$ yaitu Rp52.144,00 untuk produk sate, produk bakso sebesar Rp433.880,00 dan produk <i>nugget</i> sebesar Rp189.500,00. 4. Produk yang dihasilkan usaha ternak kalkun yaitu karkas, bibit serta produk olahan. Penentuan harga berdasarkan pengeluaran biaya-biaya produksi, serta promosi dilakukan melalui media cetak. Kemudian saluran pemasaran karkas dan bibit yaitu produsen pedagang pengecer lalu ke konsumen dan produsen langsung ke konsumen.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					<p>Pemasaran olahan kalkun yaitu produsen langsung ke konsumen.</p> <p>5. Lembaga penunjang yang berperan pada usaha ternak kalkun hanya sarana transportasi.</p>
7.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Hastinawati dan Rum (2012)	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui profil keragaan agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar. Mengetahui kelayakan finansial agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar. 	<p>Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (<i>purposive</i>). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di Desa Kwanyar Barat merupakan sentra agroindustri kerupuk udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan sensus. Responden yang dijadikan objek</p>	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif kualitatif. Analisis finansial dengan BEP (<i>Break Even Point</i>), R/C ratio (<i>Revenue Cost Ratio</i>) dan ROI (<i>Return on Investment</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> Agroindustri kerupuk udang di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan merupakan usaha kecil (skala rumah tangga) yang memproduksi kerupuk dengan bahan baku utama udang dengan sumber permodalan dari pinjaman dan modal sendiri, belum memiliki izin usaha, proses produksinya dilakukan secara sederhana dengan menggunakan tenaga kerja manusia. Secara finansial, agroindustri kerupuk udang dinilai layak untuk dilaksanakan, baik dari indikator

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			penelitian adalah seluruh masyarakat yang melakukan kegiatan agroindustri pengolahan hasil laut yang ada di Desa Kwanyar Barat yaitu agroindustri kerupuk udang dengan jumlah 25 orang.		pendapatan, R/C ratio, BEP maupun ROI.
8.	Keragaan Industri Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Kayu di Kabupaten Malang dan Trenggalek. Hanafie (2014)	1. Mengetahui keragaan industri pangan olahan berbasis tepung ubi kayu yang meliputi karakteristik industri (orientasi usaha, proses tumbuh, perkembangan usaha, proses produksi,	Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (<i>purposive sampling</i>) yaitu Kabupaten Malang dan Kabupaten Trenggalek dengan pertimbangan bahwa kedua daerah tersebut merupakan daerah basis ubi kayu.	1. Analisis deskriptif. 2. Analisis FFA (<i>Force Field Analysis</i>)	1. Karakteristik industri pangan olahan berbasis tepung ubi kayu adalah berorientasi produk, proses tumbuh atas dasar adanya komoditas berlebih yang belum dimanfaatkan secara optimal, kepemilikan modal, punya pengalaman, dan keyakinan akan kemampuan memanfaatkan komoditas tersebut, perkembangan usaha diindikasikan dengan

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		teknologi, dan upaya untuk memenuhi sumber) 2. Menentukan strategi pengembangan pada industri olahan berbasis tepung ubi kayu.			perkembangan aset; proses produksi mudah dan singkat; teknologi sederhana, dan pemenuhan bahan baku mudah. 2. Strategi pengembangan industri pangan olahan berbasis tepung ubi kayu adalah dengan optimalisasi pemanfaatan bahan pangan lokal tepung ubi kayu yang melibatkan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal, organisasi dan kelembagaan lokal untuk mengembangkan kawasan industri pangan berbahan baku ubi kayu.
9.	Keragaan Usaha dan Nilai Tambah pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng	1. Menganalisis keragaan usaha agroindustri keripik tike. 2. Menganalisis besarnya nilai tambah agroindustri tike	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (<i>purposive</i>) di Desa Jumbleng Kecamatan. Losarang Kabupaten Indramayu	1. Analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis nilai tambah metode Hayami.	1. Pengadaan bahan baku umbi tike diperoleh dari Kecamatan Karang Wetan dan Kampung Laut di Kabupaten Cilacap serta Pantai Harapan Jaya Kabupaten Bekasi. Terjadi keterbatasan bahan baku tike terjadi saat peralihan dari musim kemarau ke musim

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Kecamatan Losarang Indramayu). Djuwendah, Trimo, dan Sonjanawati (2018)	yang berada di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Kabupaten Indramayu.	yang merupakan sentra industri rumah tangga keripik Tike. Responden yang dijadikan objek penelitian adalah 7 orang pengrajin keripik tike, aparat desa Jumbleng, Kepala Dinas Kabupaten Indramayu, dan penyedia bahan baku keripik tike.		penghujan. Sumber modal penyedia bahan baku berupa modal pribadi dan modal pinjaman. Terdapat tujuh tahap pengolahan keripik tike. Pemasaran keripik tike dilakukan oleh pedagang perantara yaitu penyalur dan pengecer. Wilayah pemasaran keripik tike sebagian besar terdapat di wilayah Kabupaten Indramayu dan Cirebon. 2. Kapasitas produksi agroindustri keripik tike rata-rata 50 kg umbi tike per proses produksi dengan tingkat konversi produk akhir mencapai 0,96. Nilai tambah per kilogram bahan baku adalah Rp35.320 dan rasio nilai tambah sebesar 45,99%. Margin balas jasa terhadap faktor produksi paling besar dimiliki oleh keuntungan pengrajin yaitu 57,16%, pendapatan tenaga kerja

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					sebesar 29,41% dan sisanya 13,43% merupakan balas jasa terhadap sumbangan faktor produksi lain.
10.	Keragaan Agroindustri Sale Pisang Gulung (Studi Kasus pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). Aprilia, Noor, dan Setia (2021)	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui proses produksi agroindustri sale pisang gulung. Mengetahui saluran pemasaran agroindustri sale pisang gulung. Mengetahui pendapatan agroindustri sale pisang gulung. 	<p>Penarikan sampel dengan metode <i>purposive sampling</i>. Responden berjumlah satu orang yaitu bapak Ibrahim sebagai pemilik Agroindustri Sale Pisang Gulung Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif kualitatif Analisis usaha dan analisis saluran pemasaran. Analisis pendapatan R/C ratio. 	<ol style="list-style-type: none"> Proses produksi Agroindustri Rizki Barokah masih menggunakan teknologi sederhana. Proses produksi sale pisang gulung secara garis besar dimulai dari pemotongan, penggilingan, penggorengan dan pengemasan. Terdapat dua saluran pemasaran sale pisang gulung pada Agroindustri Rizki Barokah yaitu saluran tingkat I adalah produsen – konsumen. Saluran Tingkat II adalah produsen –pengecer-konsumen. Besarnya pendapatan pada

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					Agroindustri Rizki Barokah dalam satu kali proses produksi yaitu Rp201.154,13.
11.	Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai pada Koperasi Produsen Peternak (KPP) Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Hirawan, Lestari, dan Kasymir (2021)	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui pengadaan sarana produksi usaha ternak kambing saburai. Mengetahui pendapatan usaha ternak kambing saburai, harga pokok produksi kambing saburai. Mengetahui saluran pemasaran kambing saburai. Mengetahui jasa layanan penunjang yang mendukung agribisnis kambing saburai dan peran 	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada KPP Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (<i>purposive</i>) dengan pertimbangan koperasi tersebut merupakan koperasi aktif yang beranggotakan para peternak kambing saburai. Responden pada penelitian ini adalah seluruh anggota KPP Saburai Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> Analisis subsistem pengadaan sarana produksi 6T dengan membandingkan dengan kriteria ketepatan. Analisis pendapatan usahatani dan analisis HPP dengan metode <i>full costing</i>. Analisis deskriptif kualitatif saluran pemasaran. Analisis subsistem jasa layanan pendukung dengan kriteria pemanfaatan. 	<ol style="list-style-type: none"> Pengadaan sarana produksi pada usaha ternak kambing saburai anggota KPP Saburai Mandiri telah tepat dengan tingkat ketepatan sebesar 83,96 persen dan hampir seluruhnya tidak mengalami masalah. Usaha ternak kambing saburai anggota KPP Saburai Mandiri menguntungkan dan layak untuk dijalankan dengan rata-rata pendapatan Rp22.563.979,21 per tahun. Harga pokok produksi kambing saburai sebesar Rp31.248,68 per kg. Kemudian saluran pemasaran kambing saburai anggota KPP Saburai Mandiri terbagi menjadi dua, yaitu saluran pemasaran bibit

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		KPP Saburai Mandiri.	yang berjumlah 40 orang.		kambing saburai dan kambing saburai potong hidup yang masing-masing memiliki empat saluran pemasaran. 4. Jasa layanan penunjang dalam sistem agribisnis usaha ternak kambing saburai anggota KPP Saburai Mandiri adalah lembaga keuangan (bank), lembaga penyuluhan, kebijakan pemerintah, kelompok tani/ternak, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, dan pasar. Peran KPP Saburai Mandiri dalam sistem agribisnis kambing saburai sudah cukup baik.
12.	Analisis Titik Impas Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta (Studi Kasus pada	1. Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan pada Agroindustri Panawangan Coffee.	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan mengambil kasus pada agroindustri	1. Analisis biaya produksi dan pendapatan 2. Analisis efisiensi usaha (R/C)	1. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perajin agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang adalah Rp9.453.555,3 dan besarnya

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
	Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis). Solihin, Rochdiani, dan Isyanto (2019).	<p>2. Menganalisis besar tingkat efisiensi (R/C) usaha pada Agroindustri Panawangan Coffee.</p> <p>3. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) Agroindustri Panawangan Coffee.</p>	<p>pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis.</p>	<p>3. Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga).</p>	<p>penerimaan yang diperoleh adalah Rp13.800.000. Dengan demikian, pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut adalah Rp4.346.444,7 per satu kali proses produksi.</p> <p>2. Besarnya nilai R/C agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee adalah 1,46 yang mengindikasikan bahwa usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk diusahakan.</p> <p>3. Besarnya titik impas penerimaan agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee adalah Rp656.613,52, titik impas volume produksi sebanyak 28,55 unit dan titik impas harga penjualan produk adalah Rp15.755.93/unit dalam satu kali proses produksi.</p>

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
13.	Analisis Pendapatan Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. Noprita, Mashadi, dan Vermila (2020).	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan pada Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. Menganalisis besar tingkat efisiensi (R/C) pada Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) Agroindustri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. 	<p>Metode penentuan sampel dilakukan secara <i>probability sampling</i> dengan pengambilan sampel secara sensus yang menjadi responden adalah Bapak Iskandar sebagai pemilik usaha tahu tempe rao-rao di Kecamatan Benai.</p> <p>Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan mulai pada bulan Maret 2019 sampai bulan Agustus 2019 bertempat di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Analisis biaya produksi dan pendapatan Analisis efisiensi usaha (R/C) Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga). 	<ol style="list-style-type: none"> Biaya yang dikeluarkan diantaranya biaya tetap atau penyusutan setiap produksi usaha Agroindustri Tahu Pak Iskandar sebesar Rp11.373,33/produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp949.207,20/produksi. Penerimaan kotor yang diperoleh sebesar Rp1.800.000,00/produksi dengan keuntungan bersih sebesar Rp710.848,04 per produksi. Analisis R/C ratio yang diperoleh Rp1.800.000,00/ produksi dan total biaya terbesar Rp1.089.151,96 per produksi yang memberikan R/C ratio sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan usaha Agroindustri Tahu Pak Iskandar menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. <i>Break event point</i> produksi Agroindustri Tahu Pak Iskandar sebesar 5,2 kg agar mencapai titik

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					impas (tidak untung juga tidak rugi). <i>Break event point</i> harga Agroindustri Tahu Pak Iskandar yang diterima sebesar Rp28.345,88 agar mencapai titik impas (tidak untung dan juga tidak rugi).
14.	Analisis Titik Impas Agroindustri Sale Pisang Goreng (Studi Kasus pada Agroindustri Rizki Mulya di Desa Utama Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis). Pitriani, Rochdiani, dan Noormansyah (2018).	1. Menganalisis besar biaya produksi, penerimaan, pendapatan dan R/C pada Agroindustri Sale Pisang Goreng Rizki Mulya. 2. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) Agroindustri Sale Pisang Goreng Rizki Mulya.	Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan mengambil kasus pada Agroindustri Rizki Mulya di Desa Utama Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis.	1. Analisis biaya produksi, penerimaan, pendapatan dan efisiensi usaha (R/C). 2. Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga).	1. Biaya total yang dikeluarkan oleh Agroindustri Rizki Mulya dalam satu kali pembelian bahan baku yaitu Rp3.376.751,09, terdiri dari biaya tetap yaitu Rp25.751,09 dan biaya variabel yaitu Rp3.351.000,00. Besarnya penerimaan yaitu Rp5.200.000, pendapatan sebesar Rp1.903.248,91 dan R/C yaitu 1,56. 2. Titik impas pada Agroindustri Rizki Mulya terdiri dari titik impas penerimaan yaitu Rp70.485,09,- titik impas produksi sebanyak 1,60 kilogram

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					dan titik impas harga yaitu sebesar Rp28.139,59/kilogram.
15.	Analisis Titik Impas Agroindustri Tahu (Suatu Kasus di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). Kurniawati (2016).	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis besar biaya produksi dan pendapatan dalam satu kali proses produksi. Menganalisis besar tingkat efisiensi (R/C) dalam satu kali proses produksi. Menganalisis besar nilai titik impas (BEP) dalam satu kali proses produksi. 	<p>Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan mengambil kasus pada agroindustri tahu di Desa Buniseuri Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik penarikan sampel acak sederhana (<i>sampel random sampling</i>). Penelitian ini dilaksanakan dengan menentukan ukuran sampel sebanyak 25 persen dari populasi yaitu 115 orang. Dengan demikian maka</p>	<ol style="list-style-type: none"> Analisis biaya produksi dan pendapatan Analisis efisiensi usaha (R/C) Analisis titik impas (BEP penerimaan, BEP produksi, BEP harga). 	<ol style="list-style-type: none"> Biaya produksi agroindustri tahu di Desa Buniseuri dalam satu kali proses produksi sebesar Rp566.912,23, produksi yang dihasilkan sebanyak 3.215,63 potong tahu harga produk Rp225,00 per potong tahu, sehingga penerimaan yang didapat oleh perajin sebesar Rp723.515,63 per satu kali proses produksi dan pendapatan sebesar Rp156.603,41 per satu kali proses produksi. R/C agroindustri tahu di Desa Buniseuri sebesar 1,28, artinya untuk setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan, maka akan diperoleh penerimaan sebesar Rp1,28, sehingga pendapatan yang diperoleh sebesar Rp0,28.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul/Peneliti/ Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
			ukuran sampel ditentukan sebanyak 23 unit usaha.		3. Titik impas (BEP) agroindustri tahu di Desa Buniseuri tercapai pada nilai penjualan sebesar Rp48.298,29 denvolume produksi minimum sebanyak 214,66 potong.

B. Kerangka Pemikiran

Kondisi dinamika masyarakat semakin meningkat seiring dengan terjadinya perubahan lingkungan yang menciptakan pergeseran pola konsumsi pangan masyarakat. Perubahan ini menyebabkan persediaan bahan pangan di tingkat rumah tangga juga mulai bergeser dari semula menggunakan bahan pangan segar beralih sebagian ke produk pangan beku (*frozen food*). Produk makanan olahan beku disukai oleh masyarakat, karena mudah disajikan, produk higienis, harga terjangkau, serta praktis. Gaya hidup masyarakat yang lebih cenderung memilih makanan yang dapat diolah praktis dan higienis menyebabkan permintaan terhadap produk makanan *frozen food* terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan ini, perusahaan pengolahan pangan berpacu untuk menghasilkan aneka ragam produk pangan olahan *frozen food* yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga konsumen.

Ruang lingkup agribisnis berkaitan dengan konsep agroindustri. Agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian.

Agroindustri telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja, dapat meningkatkan perolehan devisa negara, dan mampu mendorong munculnya industri-industri baru (Soekartawi, 2000). Agroindustri *frozen food* memiliki tiga kegiatan utama yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Ketiga kegiatan utama agroindustri ini memiliki keterkaitan antara kegiatan yang satu dengan yang lain. Seluruh kegiatan dalam agroindustri *frozen food* didukung oleh jasa layanan pendukung.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dalam industri pertanian, termasuk agroindustri *frozen food*. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan faktor utama dalam pembuatan suatu produk dalam kegiatan agroindustri. Kurangnya bahan baku atau

ketersediaan bahan baku yang tidak kontinyu akan menyebabkan pada sistem kerja yang tidak efektif. CV Lezatku Food menghadapi suatu masalah yaitu terancam sulitnya untuk memperoleh bahan baku. Bahan baku yang diperoleh CV Lezatku Food ini masih belum kontinu dan berkelanjutan, karena agroindustri *frozen food* sulit untuk mengestimasi jumlah bahan baku yang akan digunakan untuk produksi. Maka dari itu, perlu adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku daging bagi agroindustri *frozen food*. Manajemen yang tepat diperlukan dalam mengelola bahan baku tersebut harus sesuai dengan enam tepat kriteria yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kuantitas (Assauri, 1999).

Apabila kriteria tersebut dalam agroindustri *frozen food* terpenuhi, maka diharapkan dapat memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku serta meminimalisir kemungkinan masalah-masalah yang terkait dengan kegiatan pengadaan bahan baku. Selain itu, faktor produksi lain yang juga harus diperhatikan dalam agroindustri *frozen food* yaitu, bahan penunjang, tenaga kerja, mesin, dan peralatan. Keempat faktor produksi tersebut yang dapat memperlancar kegiatan di suatu agroindustri.

Kegiatan lain yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Dalam proses transformasi suatu bahan baku menjadi produk, sangat ditentukan dengan keragaan kegiatan pengolahan agroindustri. CV Lezatku Food memiliki tiga jenis bahan baku yang akan diolah menjadi produk *frozen food*. Bahan baku daging sapi dan daging ayam dikombinasikan melalui kegiatan pengolahan dan menghasilkan *output* Bakso Kombinasi PSW Cokelat dan Bakso Kombinasi TNG8. Selanjutnya, untuk bahan baku ikan itu dilakukan proses pengolahan dan akan menghasilkan *output* dengan tiga jenis produk yang berbeda diantaranya, Bakso Ikan Lazid, *Nugget* Nelasari, dan Otak-otak Bu Attin. Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan menciptakan produk. Selain menciptakan produk, kegiatan pengolahan dapat memberikan keuntungan bagi pihak agroindustri *frozen*

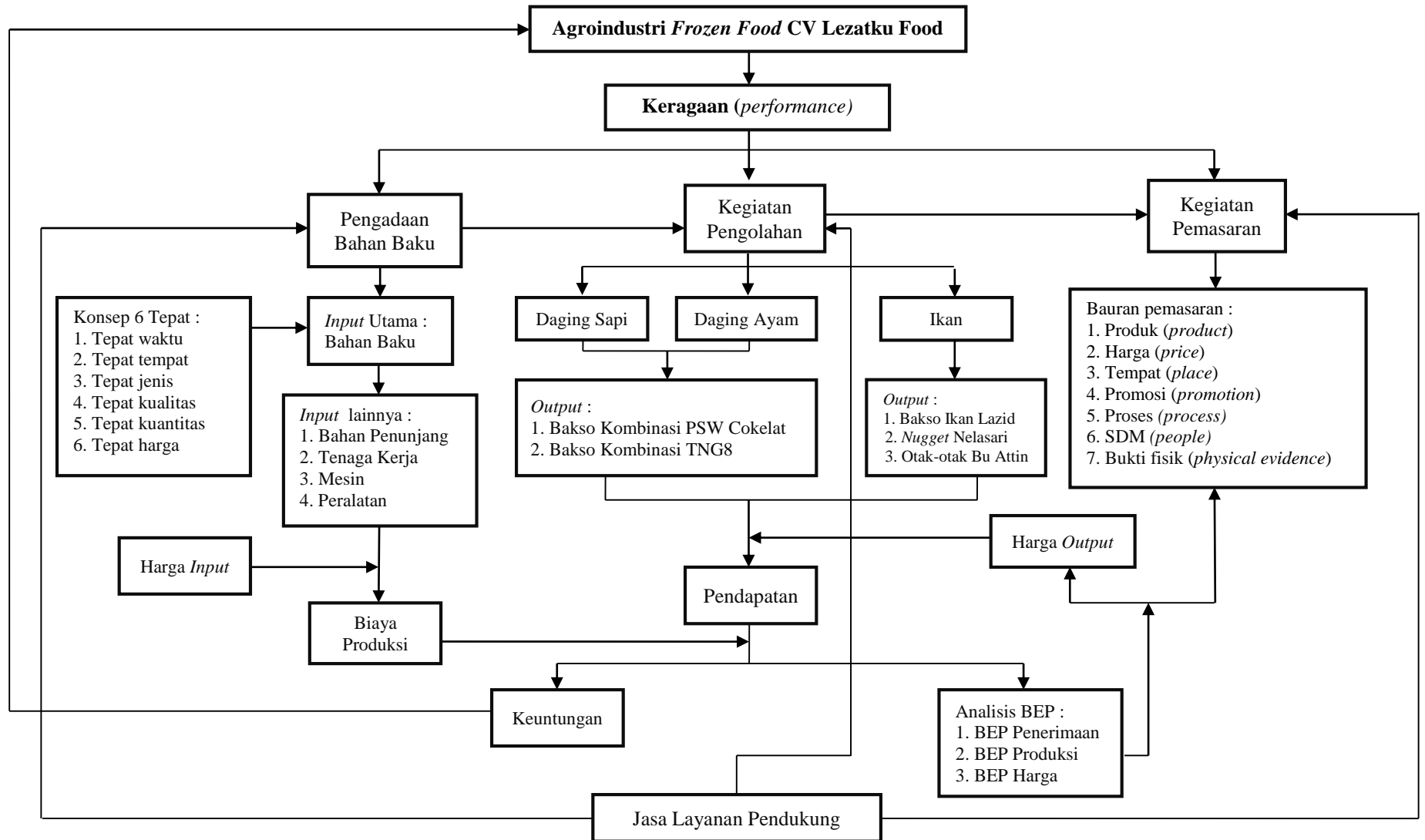
food. Johns dan Harding (2001) mengemukakan bahwa dalam pengertian luas, keuntungan merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya produksi. Dalam pengertian ini, terdapat dua komponen utama yang menentukan keuntungan perusahaan, yaitu pendapatan penjualan dan biaya produksi. Pengendalian pendapatan penjualan dan biaya produksi dilakukan melalui *cost, profit, and volume analysis* (Sutrisno, 2000). Dalam analisis ini dilakukan perhitungan berdasarkan hubungan-hubungan antara volume penjualan, biaya produksi, dan keuntungan. Supaya kegiatan produksi dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan, maka diperlukan adanya analisis *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas yang terdiri dari analisis BEP penerimaan, BEP produksi dan BEP harga. Penentuan harga jual dilakukan dengan melakukan perhitungan harga pokok produksi (HPP) terlebih dahulu. Ketepatan penentuan harga pokok produksi menjadi hal yang penting bagi perusahaan, karena menjadi acuan ketepatan harga jual yang mempengaruhi keuntungan perusahaan.

Kegiatan pengolahan tersebut juga akan menghasilkan *output* atau produk, di mana produk tersebut akan mendatangkan harga jual yang merupakan nilai bagi produk olahan. Berdasarkan biaya produksi dan harga jual produk, maka akan diperoleh keuntungan yaitu merupakan selisih dari harga jual seluruh produk dikurangi dengan biaya produksi. Harga jual pada suatu agroindustri dalam memproduksi suatu produk harus tepat, karena apabila penentuan harga jual tidak tepat akan berakibat fatal pada masalah keuangan dan akan mempengaruhi kontinuitas agroindustri *frozen food* tersebut.

Setelah melakukan kegiatan pengolahan, maka tahap selanjutnya adalah kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pelaku agroindustri *frozen food* dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan keuntungan. Setiap produsen dapat memperluas pangsa pasar dan merebut pasar dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan kombinasi antara

tujuh unsur pemasaran, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process* (Yazid, 2011). Bauran pemasaran ini merupakan komponen yang dapat dikendalikan dan dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli produk *frozen food*.

Seluruh kegiatan utama pada agroindustri *frozen food* tersebut tentu akan berjalan lebih efektif, apabila didukung dengan adanya peran jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi, dan asuransi. Peran jasa layanan pendukung terhadap suatu agroindustri *frozen food* harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, agar menghasilkan keuntungan lebih bagi agroindustri itu sendiri. Tetapi kenyataannya, CV Lezatku Food belum optimal dalam memanfaatkan jasa layanan pendukung yang dapat membantu perkembangan agroindustri. Perlu adanya solusi dalam penggunaan jasa layanan pendukung bagi CV Lezatku Food. Secara rinci, diagram alir penelitian Analisis Keragaan Agroindustri *Frozen Food* di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food) disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir penelitian Analisis Keragaan Agroindustri *Frozen Food* di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada CV Lezatku Food. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Penelitian studi kasus melakukan analisis dari berbagai sudut pandang (*multi perspectival analysis*) artinya peneliti tidak saja memperhatikan suara dan perspektif dari aktor saja, tetapi juga kelompok dari aktor-aktor yang relevan dan interaksi antara mereka (Aziz, 2003). Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai keragaan agroindustri *frozen food* yang dimulai dari subsistem kegiatan pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan, subsistem pemasaran dan subsistem jasa layanan pendukung yang saling terkait satu sama lainnya.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional adalah suatu pengertian yang diberikan kepada variabel yang digunakan sebagai petunjuk untuk memperoleh dan menganalisis data yang akan memudahkan dan berhubungan dengan penelitian. Definisi operasional penelitian ini adalah sebagai berikut.

Agribisnis adalah suatu sistem yang di dalamnya terdapat lima subsistem agribisnis, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terkait dan terpadu dari hulu ke hilir. Kelima subsistem agribisnis adalah

pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian, usahatani, pengolahan hasil pertanian (agroindustri), pemasaran dan lembaga penunjang.

Agroindustri merupakan kegiatan pemanfaatan hasil pertanian menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi, sekaligus menjadi suatu tahapan pembangunan pertanian berkelanjutan. Agroindustri menjadi subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada pengolahan sumberdaya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah komoditas.

Agroindustri *frozen food* merupakan kegiatan pengolahan makanan setengah matang yang dikemas dan dibekukan, yang kemudian dapat diolah kembali dengan cara mememanaskannya saja. Biasanya daging dan ikan paling banyak diolah menjadi makanan *frozen food*, misalnya bakso, *nugget*, dan otak-otak. Tapi kini makin banyak variasi bahan baku yang dapat dimanfaatkan.

Pemanfaatan agroindustri dapat ditentukan oleh keragaan atau *performance* agroindustri. Keragaan agroindustri *frozen food* melibatkan berbagai kegiatan yang mencakup kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, kegiatan pemasaran dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri didukung dengan adanya jasa layanan pendukung.

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan daging dan ikan sebagai bahan baku utama agroindustri *frozen food*.

Enam tepat dalam pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengadaan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat harga. Enam tepat ini diterapkan untuk memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku dan memberikan keuntungan yang maksimal bagi agroindustri *frozen food*.

Tepat waktu adalah waktu yang tepat dalam kegiatan pengadaan bahan baku yaitu saat jumlah bahan baku menipis, maka bahan baku dapat tersedia dengan cepat, agar tidak terjadi penundaan proses produksi serta keuntungan dapat dicapai.

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku *frozen food* yang dapat dilihat dari lokasinya yang strategis, mudah dijangkau dan dapat memuaskan konsumen. Tepat tempat dalam penelitian ini diukur dari ketersediaan bahan baku yang didapatkan serta kondisi tempat pengadaan bahan baku yang strategis (dekat dengan agroindustri).

Tepat jenis adalah jenis bahan baku (daging dan ikan) yang digunakan merupakan jenis daging dan ikan yang sesuai untuk pengolahan produk, sehingga produk *frozen food* yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang digunakan pada agroindustri *frozen food* merupakan kualitas terbaik yang diperoleh. Kualitas daging dan ikan yang baik yaitu daging dan ikan yang segar, sehingga tepat kualitas dapat diukur dengan melihat kualitas atau kesegaran dari bahan baku tersebut.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk pengolahan *frozen food* sesuai dengan target produksi, sehingga biaya yang dikeluarkan akan lebih efisien.

Tepat harga adalah harga yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku relatif terjangkau yaitu tidak terlalu mahal. Dengan harga bahan baku tersebut, pihak agroindustri dapat memperoleh keuntungan yang telah diperkirakan atau ditargetkan.

Masukan (*input*) adalah bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan produk (*frozen food*). Jenis *input* yang digunakan pada

agroindustri *frozen food* dalam melakukan proses produksi adalah bahan baku daging, bahan penunjang, modal, tenaga kerja, mesin dan peralatan.

Harga *input* adalah semua harga yang dikeluarkan dalam memperoleh *input* yang dibutuhkan dalam proses produksi *frozen food* yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku yang digunakan dalam agroindustri *frozen food* ini adalah daging dan ikan yang diukur dalam satuan kilogram (kg/produksi).

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan daging dan ikan sebagai bahan baku utama dalam proses produksi *frozen food*. Harga bahan baku ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang melakukan tahap-tahap pembuatan *frozen food* pada agroindustri *frozen food*, yang diukur dalam satuan setara Hari Orang Kerja (HOK) atau setara dengan delapan jam kerja efektif.

Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi dan biayanya dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke dalam bagian konstruksi ataupun komposisi dari sebuah produk jadi.

Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi, yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku di daerah penelitian, dan diukur dalam rupiah per HOK (Rp/HOK).

Biaya *overhead* pabrik (BOP) adalah semua biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. BOP terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* tetap, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Biaya *overhead* pabrik (BOP) variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya penolong, biaya transportasi, biaya listrik yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Bahan penunjang (bahan tambahan) merupakan bahan pelengkap yang digunakan selain dari bahan baku dalam kegiatan produksi yang bertujuan untuk membantu, agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut. Bahan tambahan tersebut dapat berupa tepung tapioka, bawang putih, garam, air, bongkahan es, minyak goreng, penyedap rasa, plastik pembungkus.

Tepung tapioka adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan *frozen food*. Tepung terigu diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Bawang putih adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan *frozen food*. Manfaat bawang putih sangat banyak dalam bidang kesehatan, salah satunya obat anti kanker. Bawang putih diukur dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Garam adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan *frozen food*. Penambahan garam pada adonan *frozen food* berfungsi untuk memberikan cita rasa gurih pada *frozen food*. Garam diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Air adalah bahan tambahan dalam pembuatan *frozen food*. Penambahan air dalam adonan *frozen food* berfungsi untuk membentuk konsistensi adonan yang diinginkan, air diukur dengan satuan rupiah per liter (Rp/ℓ).

Bongkahan es adalah bahan tambahan dalam pembuatan *frozen food*. Penambahan es dalam adonan *frozen food* berfungsi untuk membentuk konsistensi adonan yang diinginkan, es diukur dengan satuan rupiah per sak (Rp/sak).

Minyak adalah bahan tambahan dalam pembuatan *frozen food*. Penambahan minyak dalam adonan *frozen food* berfungsi untuk membentuk konsistensi adonan yang diinginkan, dan untuk menggoreng otak-otak setengah matang, minyak diukur dengan satuan rupiah per liter (Rp/ℓ).

Penyedap rasa adalah bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan *frozen food*. Penambahan penyedap rasa berfungsi untuk memberikan citarasa gurih pada *frozen food*. Penyedap rasa diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Plastik pembungkus adalah wadah atau kemasan yang terbuat dari plastik transparan dan digunakan untuk membungkus *frozen food* yang telah siap dijual. Plastik pembungkus diukur dalam satuan rupiah per satuan (Rp/satuan)

Sumbangan faktor produksi lain merupakan faktor produksi produksi lain yang diperhitungkan ke dalam biaya produksi *frozen food*, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Sumbangan faktor produksi lain yang digunakan pada agroindustri *frozen food* adalah biaya transportasi dan biaya listrik.

Biaya transportasi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pengangkutan faktor produksi ataupun hasil produksi *frozen food* yaitu berupa biaya bahan bakar (bensin). Biaya transportasi dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya listrik adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri sebagai biaya pemenuhan sumber energi yang digunakan untuk menopang kegiatan produksi *frozen food*, seperti mesin produksi dan lampu sebagai sumber penerangan agroindustri yang membutuhkan tenaga listrik untuk menjalankan fungsinya. Listrik dapat diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/produksi).

Biaya *overhead* pabrik (BOP) tetap adalah biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, pajak, dan izin usaha yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Mesin adalah suatu alat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan produksi *frozen food*. Mesin tersebut berperan dalam pengolahan *frozen food*.

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi *frozen food*, berupa mesin penggiling daging, mesin dinamo, pemutar tungku, tungku, timbangan, penyaringan, alat pengayak, alat pengering dan alat perekat plastik, dll.

Biaya penyusutan peralatan adalah pengakuan atas penggunaan manfaat potensial dari suatu aktiva, yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pajak usaha adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diperoleh agroindustri dan dibayarkan kepada negara untuk kepentingan pemerintah dan masyarakat umum. Pajak usaha dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Izin usaha adalah segala bentuk peraturan-peraturan yang dibuat dan diterapkan untuk memberikan koridor yang jelas dalam membangun perusahaan. Izin usaha dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Biaya total adalah jumlah dari seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang diukur dengan satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Joint cost digunakan ketika perusahaan menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Dalam penelitian ini, yang menggunakan *joint cost* adalah biaya penyusutan peralatan, biaya tenaga kerja tak langsung, biaya transportasi, biaya listrik, pajak dan izin usaha.

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah. Pengolahan *frozen food* adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah daging dan ikan menjadi berbagai produk *frozen food*.

Harga *output* adalah harga jual produk *frozen food* per satuan atau kilogram yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pendapatan adalah hasil perkalian antara jumlah produksi *frozen food* yang dihasilkan dengan harga jual *frozen food* per satuan atau kilogram, yang diukur dengan satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Keuntungan merupakan jumlah pendapatan total dikurangi dengan biaya total dalam kegiatan produksi, sehingga menghasilkan sejumlah uang atau keuntungan yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Break even point (BEP) atau titik impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mendapatkan penghasilan setelah perusahaan tersebut mengeluarkan biaya-biaya yang digunakan untuk memenuhi kegiatan produksi, dengan kata lain jumlah total pendapatan sama dengan jumlah total biaya.

BEP penerimaan diperoleh dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income rasionya*, akan diperoleh atau diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*), yang diukur dengan satuan rupiah (Rp).

BEP produksi ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau kontribusi (*margin*) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba, yang diukur dengan satuan unit (unit).

BEP harga diperoleh dengan dengan membagi jumlah biaya total yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi dengan total produksi yang dihasilkan, akan diperoleh atau diketahui tingkat harga jual minimum hasil produksi yang harus dikeluarkan perusahaan agar tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*), yang diukur dengan satuan rupiah per unit (Rp/unit).

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi. Penentuan harga pokok produksi penting dilakukan, karena digunakan sebagai penentu harga jual. Harga pokok produksi yang dihasilkan suatu perusahaan meliputi semua biaya dan pengorbanan yang perlu dilakukan dan dikeluarkan untuk menghasilkan produk.

Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik variabel.

Metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik baik variabel maupun tetap

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dan atau jasa dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran untuk menyalurkan semua kebutuhan konsumen.

Bauran pemasaran adalah komponen-komponen yang dikombinasikan dalam *marketing mix* atau yang sering disebut dengan 7P, yaitu *product, price, promotion, place, process, people, dan physical evidence*. Suatu barang harus memiliki keterpaduan dari komponen-komponen tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran. Bauran pemasaran diukur berdasarkan perspektif *supervisor* agroindustri.

Produk (*product*) adalah keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (*frozen food*). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, jumlah produksi, kemasan, keawetan dan kualitas *frozen food*.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga akan dianalisis dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta seberapa besar harga yang ditawarkan oleh pihak agroindustri.

Tempat (*place*) adalah lokasi di mana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Tempat akan dianalisis dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan *frozen food* dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk *frozen food* hingga ke tangan konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang terlibat.

Promosi (*promotion*) adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam menawarkan produk. Promosi akan dianalisis dengan

melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri *frozen food* serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

Proses (*process*) adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian produk *frozen food*. Proses akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk *frozen food*.

Sumber daya manusia (*people*) adalah orang yang bekerja di dalam agroindustri, dimana yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam menghantarkan keunggulan layanan dan keunggulan bersaing. Sumber daya manusia akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen.

Bukti fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana pada agroindustri. Karakteristik bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi agroindustri, seperti kondisi geografi, lingkungan, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca dan peletakan yang nampak atau lingkungan yang penting sebagai obyek stimuli. Bukti fisik akan dianalisis dengan melihat kondisi lingkungan agroindustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Jasa layanan pendukung adalah seluruh lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang mendukung kelancaran agroindustri *frozen food* yang memberikan manfaat pada agroindustri tersebut. Jasa layanan pendukung antara lain adalah lembaga keuangan (bank), kebijakan pemerintah, lembaga penelitian, koperasi, sarana transportasi, teknologi informasi, dan komunikasi, pasar, dan jalan.

Lembaga keuangan (bank) adalah suatu lembaga keuangan yang memberikan jasa-jasa keuangan kepada nasabah dan menarik dana dari masyarakat secara langsung.

Lembaga penelitian merupakan suatu lembaga yang memberikan fasilitas kepada lembaga-lembaga lain seperti lembaga pendidikan yang membutuhkan fasilitas untuk penelitian.

Lembaga penyuluhan atau konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian.

Peraturan pemerintah suatu peraturan yang dipegang oleh pemerintah, biasanya peraturan ini mengatur kebijakan harga di kalangan produsen atau konsumen.

Sarana transportasi adalah kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat unsur pergerakan (*movement*) dalam transportasi, dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain.

Koperasi adalah suatu perkumpulan orang, biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) didefinisikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses, manipulasi teknologi pengolahan dan penyebaran data dan informasi dengan menggunakan *hardware* dan *software*, komputer, komunikasi, dan elektronik digital secara tepat dan efektif.

Pasar merupakan tempat bertemunya produsen dan konsumen serta tempat terjadinya proses permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri CV Lezatku Food yang terletak di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri *frozen food* tersebut merupakan agroindustri yang masih aktif memproduksi *frozen food* dengan bahan baku daging dan ikan. CV Lezatku Food ini memiliki sertifikasi halal dari MUI dengan Nomor 0201012100418 dan izin edar pangan olahan dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dengan nomor BPOM RI MD 239808001099, dan salah satu jenis agroindustri yang aktif melaksanakan kegiatan produksi dan memasarkan produknya setiap hari.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan *supervisor* dari agroindustri *frozen food* dengan pertimbangan bahwa pemilik dan *supervisor* agroindustri lebih mengetahui mengenai keadaan CV Lezatku Food di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan November 2021 sampai dengan bulan Desember 2021.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan *supervisor* (pemilik, kepala administrasi, kepala pengadaan bahan baku, kepala produksi, bagian personalia (ketenagakerjaan), dan bagian pemasaran) agroindustri menggunakan kuesioner terkait sejarah agroindustri, kondisi agroindustri, struktur organisasi dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa, Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian

Kabupaten Pringsewu, Kementerian Pertanian, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung, serta dilakukan pengamatan secara langsung di agroindustri yang dilakukan yaitu dengan cara ikut serta dalam kegiatan pengolahan hingga pengemasan dalam kurun waktu satu bulan atau empat minggu, yang dilakukan setiap minggu pada hari yang berbeda.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan penelitian, yaitu:

1. Metode Analisis Pengadaan Bahan Baku

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu adalah metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana manajemen pengadaan bahan baku pada Agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu berupa penerapan enam tepat dengan membandingkan kriteria ketepatan terhadap kenyataan sebenarnya yang terjadi dalam pada Agroindustri *frozen food* di CV Lezatku Food. Analisis deskriptif kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis permasalahan atau kendala dalam pengadaan bahan baku serta langkah yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Kriteria penilaian tingkat ketepatan dengan kriteria 6 tepat pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kriteria penilaian 6 T dalam pengadaan bahan baku agroindustri *frozen food* pada CV Lezatku Food.

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
a. Daging sapi	Pengadaan bahan baku daging sapi dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Ya/Tidak	
	Tempat pemasok daging sapi yang terjangkau dengan lokasi agroindustri.	Ya/Tidak	
	Jenis daging sapi yang digunakan adalah jenis daging sapi lokal berkualitas.	Ya/Tidak	
	Daging sapi yang digunakan memenuhi kriteria daging yang baik (bau segar dan tidak anyir, tekstur daging kenyal dan padat, warna merah dan tidak mengandung air) (Ditjen PKH, 2013)	Ya/Tidak	
	Daging sapi tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya/Tidak	
	Harga daging sapi relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp70.000,00 – Rp100.000,00 / kg.	Ya/Tidak	
b. Daging ayam	Pengadaan bahan baku daging ayam dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Ya/Tidak	
	Tempat pemasok daging ayam yang terjangkau dengan lokasi agroindustri.	Ya/Tidak	
	Jenis daging ayam yang digunakan adalah jenis daging ayam lokal berkualitas.	Ya/Tidak	
	Daging ayam yang digunakan memenuhi kriteria daging yang baik (tampak jernih putih pink kemerahan, tidak berbau busuk, dan tekstur kenyal dan tidak berlendir) (Ditjen PKH, 2013)	Ya/Tidak	
	Daging ayam tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya/Tidak	
	Harga daging ayam relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp25.000,00 – Rp50.000,00 / kg.	Ya/Tidak	
c. Ikan	Pengadaan bahan baku ikan dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Ya/Tidak	
	Tempat pemasok ikan yang terjangkau dengan lokasi agroindustri.	Ya/Tidak	
	Jenis ikan yang digunakan adalah jenis ikan lokal berkualitas.	Ya/Tidak	
	Ikan yang digunakan memenuhi kriteria ikan segar yang baik (kenampakannya cerah, terang dan tidak berlendir, bau segar dan tidak anyir, tekstur daging kenyal dan masih dalam kondisi lentur,	Ya/Tidak	

Tabel 6. (Lanjutan)

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
	serta apabila dimasukan dalam air tenggelam) (Ditjen PKH, 2013)		
	Ikan tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya/Tidak	
	Harga ikan relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp15.000,00 – Rp20.000,00 / kg.	Ya/Tidak	
d. Tepung terigu	Pengadaan bahan penunjang tepung dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu, bahan penunjang tersedia pada saat dibutuhkan, dan tepat waktu pada saat pengiriman ke lokasi agroindustri.	Ya/Tidak	
	Tempat pemasok bahan penunjang tepung yang terjangkau dengan lokasi agroindustri.	Ya/Tidak	
	Semua jenis tepung terigu dapat digunakan sebagai bahan penunjang.	Ya/Tidak	
	Tepung yang digunakan berkualitas baik dengan syarat berwarna putih, tidak menggumpal, dan tidak berbau apek.	Ya/Tidak	
	Tepung tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi dan tidak ada kecurangan timbangan dalam menimbang bobot tepung.	Ya/Tidak	
	Harga tepung relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp120.000,00 – Rp150.000,00 / karung.	Ya/Tidak	
Jumlah			

Petunjuk pemberian bobot nilai :

Ya = 1

Tidak = 0

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku agroindustri *frozen food* pada CV Lezatku Food berdasarkan 6 tepat dihitung dengan rumus :

$$\text{Tingkat ketepatan} = \frac{\text{Bobot nilai yang diperoleh}}{\text{Bobot nilai maksimum}} \times 100\% \dots \dots \dots (13)$$

Selanjutnya, tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku agroindustri *frozen food* pada CV Lezatku Food berdasarkan 6 tepat digolongkan menjadi empat yang mengacu pada kriteria ketepatan yang tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Kriteria ketepatan

No.	Persentase	Kriteria
1	75% - 100%	Sangat Baik
2	50% - 75%	Baik
3	25% - 50%	Cukup Baik
4	1% - 25%	Kurang Baik

Sumber : Riduwan, 2004

2. Metode Analisis Keuntungan dan Titik Impas (*Break Even Point*)

a. Analisis Keuntungan

Keuntungan adalah hasil pengurangan antara pendapatan total dengan biaya total yang dikeluarkan untuk proses produksi. Analisis keuntungan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara menghitung keuntungan pada CV Lezatku Food dalam hitungan satu kali produksi. Keuntungan dari agroindustri *frozen food* dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai Kartadinata (2000) :

$$\Pi = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya} \dots \dots \dots (14)$$

$$\Pi = Y_i \cdot P_{yi} - \sum X_i \cdot P_{xi} - BTT \dots \dots \dots (15)$$

Keterangan :

Π = Keuntungan (Rp)

Y_i = Hasil produksi (BK PSW Cokelat, BK TNG8, Bakso Ikan Lazid, Nugget Nelasari, dan Otak-otak Bu Attin) (kg)

P_{yi} = Harga hasil produksi (BK PSW Cokelat, BK TNG8, Bakso Ikan Lazid, Nugget Nelasari, dan Otak-otak Bu Attin) (Rp)

X_i = Faktor produksi variabel, terdiri dari : bahan baku daging sapi, daging ayam, dan ikan (kg), tenaga kerja langsung (HOK), dan *overhead* pabrik variabel (bahan penunjang, biaya transportasi, biaya listrik dan biaya tenaga kerja tak langsung) (Rp)

P_{xi} = Harga faktor produksi, terdiri dari : bahan baku daging sapi, daging ayam, dan ikan (Rp), tenaga kerja langsung (HOK), dan *overhead* pabrik variabel (bahan penunjang, biaya transportasi, biaya listrik dan biaya tenaga kerja tak langsung) (Rp)

BTT = Biaya tetap total (Rp), yaitu biaya *overhead* pabrik tetap (penyusutan peralatan, pajak, dan izin usaha)

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya bersama atau *joint cost*. Perhitungan *joint cost* diperlukan, karena CV Lezatku Food memproduksi *frozen food* dengan 5 jenis yang berbeda. Pada penelitian ini, *joint cost* yang dianalisis dalam proses produksi *frozen food* adalah biaya penyusutan alat, biaya transportasi, biaya listrik, biaya tenaga kerja tak langsung, pajak dan izin usaha.

Perhitungan *joint cost* yang dilakukan mengacu pada teori Mulyadi (2009) yaitu dengan menggunakan metode nilai jual relatif pada saat titik pisah. Metode ini didasarkan pada nilai jual relatif dari setiap jenis produk bersama yaitu dengan memperhitungkan nilai total penjualan yang merupakan harga penjualan dikalikan dengan unit produksi. Kemudian dilakukan penentuan proporsi nilai penjualan masing-masing produk bersama pada nilai penjualan total. Selanjutnya mengalokasikan total *joint cost* diantara produk bersama berdasarkan proporsi tersebut. Perhitungan ini apabila harga jual diketahui pada saat titik pisah maka *joint cost* dibebankan kepada produk berdasarkan nilai jual masing-masing produk terhadap jumlah nilai jual keseluruhan produk. Alokasi *joint cost* dengan metode harga jual diketahui pada saat titik pisah dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Alokasi Joint cost} = \frac{\sum \text{nilai jual masing-masing produk}}{\sum \text{nilai jual keseluruhan produk}} \times \text{biaya bersama} \dots \dots \dots (16)$$

a. Analisis Titik Impas (*Break Even Poin*)

Mulyadi (2001) mengartikan bahwa, suatu cara untuk mengetahui volume penjualan minimum agar suatu usaha tidak menderita rugi, tetapi juga belum memperoleh laba yang dengan kata lain labanya sama dengan nol. Suatu usaha dikatakan impas, jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya. Untuk mengetahui titik impas (*Break Even Point*) dihitung dengan menggunakan rumus (Suratiyah, 2015) sebagai berikut:

1) BEP Penerimaan

Dalam keadaan *break event*, laba perusahaan adalah nol. Oleh karena itu, dengan membagi jumlah biaya tetap dengan *marginal income rasionya*, akan diperoleh atau diketahui tingkat penjualan (dalam rupiah) yang harus dicapai, agar perusahaan tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*). Tingkat *break even point* atas dasar rupiah dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP Penerimaan (Rp)} = \frac{\text{Total Biaya Tetap}}{1 - \frac{\text{Total Biaya Variabel}}{\text{Total Penerimaan}}} \dots\dots\dots(17)$$

2) BEP Produksi

Ditinjau dari per satuan produk atau barang yang dijual, maka setiap satuan barang memberikan sumbangan atau kontribusi (*margin*) yang sama besarnya untuk menutup biaya tetap atau laba. Perhitungan *break even point* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{BEP Produksi (unit)} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual persatuan} - \text{Biaya Variabel per satuan}} \dots\dots(18)$$

3) BEP Harga

Dalam keadaan *break event*, laba perusahaan adalah nol. Oleh karena itu, dengan membagi jumlah biaya total yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi dengan total produksi yang dihasilkan, akan diperoleh atau diketahui tingkat harga jual minimum hasil produksi yang harus tetap perusahaan, agar tidak menderita rugi ataupun memperoleh laba (*break even point*). Tingkat *break even point* atas dasar rupiah per unit dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP Harga (Rp/unit)} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots(19)$$

BEP harga dapat dikatakan sama dengan harga pokok produksi yaitu total biaya yang dibagi dengan total produksi. Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi (Supriyono, 2002). Penentuan harga pokok produksi penting dilakukan, karena digunakan sebagai penentu harga jual. Harga pokok produksi yang dihasilkan suatu perusahaan meliputi semua biaya dan pengorbanan yang perlu dilakukan dan dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Secara garis besar, unsur-unsur harga pokok produksi digolongkan menjadi tiga yaitu biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut Kartadinata (2000), harga pokok produksi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga Pokok Produksi (HPP)} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}} \dots\dots\dots(20)$$

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Produk habis terjual.
- b. Harga *input* dan *output* adalah harga yang berlaku pada saat penelitian.

3. Metode Analisis Bauran Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga pada penelitian ini adalah analisis bauran pemasaran pada agroindustri *frozen food*. Analisis bauran pemasaran digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri *frozen food* berupa :

- a. Produk (*product*)

Keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (*frozen food*). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, jumlah produksi, kemasan, keawetan dan kualitas *frozen food*.

b. Harga (*price*)

Sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga akan dianalisis dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta seberapa besar harga yang ditawarkan oleh pihak agroindustri.

Penetapan harga jual pada penelitian ini dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Analisis harga pokok produksi pada CV Lezatku Food yaitu berdasarkan produksi *frozen food* dalam satu kali produksi. Metode yang digunakan untuk penentuan harga pokok produksi adalah metode *variable costing* dan *full costing*. Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik variabel, sedangkan *metode full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik baik variabel maupun tetap (Mulyadi, 2012).

Menurut Mulyadi (2001), pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan harga pokok produksi ditambah dengan margin keuntungan. Harga jual tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} + \% \text{ margin keuntungan} \dots \dots \dots (21)$$

c. Tempat (*place*)

Lokasi di mana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Tempat akan dianalisis dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan *frozen food* dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk *frozen food*

hingga ke tangan konsumen atau pola distribusi yang dilakukan dan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang terlibat.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi akan dianalisis dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri *frozen food* serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

e. Proses (*process*)

Kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian produk *frozen food*. Proses akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk *frozen food*.

f. Sumberdaya manusia (*people*)

Orang yang bekerja di dalam agroindustri, dimana yang berhadapan dengan pelanggan menjadi faktor produksi utama dalam menghantarkan keunggulan layanan dan keunggulan bersaing. Sumberdaya manusia akan dianalisis dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen.

g. Bukti fisik (*physical evidence*)

Keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana pada agroindustri. Karakteristik bukti fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi agroindustri. Bukti fisik akan dianalisis dengan melihat kondisi lingkungan agroindustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Bauran pemasaran diukur berdasarkan perspektif *supervisor* agroindustri. Analisis bauran pemasaran ini juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran *frozen food* serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

4. Metode Analisis Peran Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke empat adalah analisis deskriptif kualitatif. Pada jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan oleh agroindustri *frozen food*. Penelitian ini menganalisis peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi dan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung serta dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan salah satu atau lebih jenis jasa layanan pendukung tersebut. Data keberadaan lembaga pendukung di lokasi penelitian dan bagaimana pemanfaatannya yang dilakukan oleh agroindustri disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Jasa layanan pendukung agroindustri *frozen food*

Indikator	Penilaian Indikator	Waktu Pemanfaatan	Manfaat yang diberikan
Lembaga Keuangan (Bank)	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Kebijakan Pemerintah	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Lembaga Penelitian	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Lembaga Penyuluhan	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Sarana Transportasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Koperasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Teknologi Informasi dan Komunikasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Pasar	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Infrastruktur (Jalan)	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Pringsewu

1. Sejarah Kabupaten Pringsewu

Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Lampung. Kabupaten ini merupakan kabupaten hasil pemekaran dari Kabupaten Tanggamus. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2008, Kabupaten Pringsewu dibentuk pada tanggal 26 November 2008 dan diresmikan pada tanggal 3 April 2009 oleh Menteri Dalam Negeri (Badan Pemeriksa Keuangan RI, 2017).

Secara administrasi berdasarkan undang-undang pembentukan wilayah Kabupaten Pringsewu, Kabupaten Pringsewu awalnya terdiri dari delapan wilayah kecamatan. Kemudian, sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Pringsewu Nomor 12 Tahun 2012 mengenai pemekaran wilayah, kecamatan di Kabupaten Pringsewu bertambah menjadi sebanyak sembilan kecamatan yaitu Kecamatan Pardasuka, Kecamatan Ambarawa, Kecamatan Pagelaran, Kecamatan Pringsewu, Kecamatan Gadingrejo, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Banyumas, Kecamatan Adiluwih, dan Kecamatan Pagelaran Utara (Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional, 2017).

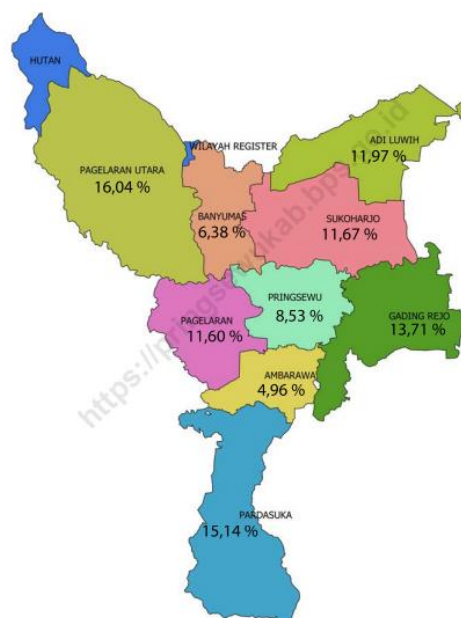
Kecamatan Pringsewu merupakan ibukota Kabupaten Pringsewu. Potensi sumberdaya alam Kabupaten Pringsewu memiliki sembilan kecamatan yang juga terdiri dari 6 kelurahan serta 126 pekon. Luas wilayah Kabupaten Pringsewu menurut kecamatan terdapat pada Tabel 9.

Tabel 9. Luas wilayah Kabupaten Pringsewu menurut kecamatan tahun 2019

No.	Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)	Persentase Luas Wilayah (%)
1	Pardasuka	94,64	15,14
2	Ambarawa	30,99	4,96
3	Pagelaran	72,47	11,60
4	Pagelaran Utara	100,28	16,04
5	Pringsewu	53,29	8,53
6	Gadingrejo	85,71	13,71
7	Sukoharjo	72,95	11,67
8	Banyumas	39,85	6,38
9	Adiluwih	74,82	11,97
Total		625,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020.

Berdasarkan Tabel 9, Kabupaten Pringsewu mempunyai luas wilayah daratan 625 km², yang seluruhnya merupakan wilayah daratan yang terdiri dari 9 kecamatan. Kecamatan terluas yaitu Kecamatan Pagelaran Utara seluas 100,28 km² dan kecamatan tersempit yaitu Kecamatan Ambarawa yaitu seluas 30,99 km².



Gambar 3. Persentase luas daerah menurut kecamatan di Kabupaten Pringsewu

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020.

2. Letak Geografis

Secara geografis, Kabupaten Pringsewu terletak pada posisi $104^{\circ} 45' 25''$ - $105^{\circ} 08' 42''$ BT dan $05^{\circ} 8' 10''$ - $05^{\circ} 34' 27''$ LS. Luas Kabupaten Pringsewu secara keseluruhan adalah 625 km^2 atau 625.000 ha.

Batas-batas wilayah administratif Kabupaten Pringsewu, yaitu:

- a. Sebelah utara, berbatasan dengan Kecamatan Sendang Agung dan Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah.
- b. Sebelah selatan, berbatasan dengan Kecamatan Bulok dan Kecamatan Cukuh Balak Kabupaten Tanggamus.
- c. Sebelah barat, berbatasan dengan Kecamatan Pugung dan Kecamatan Air Naningan Kabupaten Tanggamus.
- d. Sebelah timur, berbatasan dengan Kecamatan Negeri Katon, Kecamatan Gedong Tataan, Kecamatan Waylima, dan Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020).

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Secara umum, Kabupaten Pringsewu memiliki iklim hujan tropis sebagai mana iklim Provinsi Lampung pada umumnya. Kabupaten Pringsewu merupakan daerah tropis dengan curah hujan rata-rata yang berkisar antara 161,80 mm/bulan dan rata-rata jumlah hari hujan 13,10 hari/bulan, meskipun saat ini curah hujan di kabupaten tersebut tidak menentu akibat perubahan iklim. Rata-rata suhu berselang antara $22,50^{\circ} \text{C}$ - 33°C dengan selang rata-rata kelembaban relatifnya adalah 56,80 persen - 93,10 persen. Topografi wilayah Pringsewu bervariasi antara dataran rendah dan dataran tinggi yang sebagian besar merupakan bentangan datar, yakni sekitar 40 persen dari seluruh wilayah dengan ketinggian dari permukaan laut antara 800-1.115 meter dari permukaan laut.

4. Kondisi Demografi

Jumlah penduduk di Kabupaten Pringsewu pada tahun 2019 sebesar 404.408 jiwa, dengan kepadatan penduduk sebesar 647 jiwa/km². Jumlah penduduk di Kabupaten Pringsewu berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kabupaten Pringsewu tahun 2019

No	Kecamatan	Penduduk (jiwa)	Kepadatan Penduduk (jiwa per km ²)
1.	Pardasuka	35.811	378
2.	Ambarawa	35.914	1.159
3.	Pagelaran	51.964	717
4.	Pagelaran Utara	15.446	154
5.	Pringsewu	81.745	1.534
6.	Gadingrejo	76.705	895
7.	Sukoharjo	50.019	686
8.	Banyumas	21.352	536
9.	Adiluwih	35.452	474
Total		404.408	674

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020.

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa Kecamatan Pringsewu merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi di Kabupaten Pringsewu sebesar 81.745 jiwa/km² dan Kecamatan Pagelaran Utara memiliki jumlah penduduk terendah dibandingkan dengan kecamatan lainnya sebesar 15.446 jiwa/km² (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020).

Lokasi penelitian agroindustri *frozen food* berada di Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Pringsewu. Berdasarkan data pada Tabel 10 terlihat bahwa Kecamatan Ambarawa bukanlah kecamatan yang memiliki cakupan luas wilayah yang cukup besar, namun memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Hal tersebut disebabkan oleh lokasi Kecamatan Ambarawa yang sangat strategis, karena terdapat sarana dan

prasarana yang lengkap, baik fasilitas pendidikan, kesehatan, perdagangan, keamanan, maupun transportasi, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak penduduk yang memilih bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Ambarawa.

5. Potensi Wilayah

Kabupaten Pringsewu memiliki semboyan “Jejama Secancangan” yang berarti bersama-sama bergandengan tangan untuk membangun Pringsewu. Kabupaten Pringsewu dibentuk berdasarkan Undang-Undang nomor 48 tahun 2008 yang diresmikan oleh menteri dalam negeri Republik Indonesia. *Product Domestic Regional Bruto* (PDRB) Kabupaten Pringsewu pada tahun 2020 mencapai 7.648.788,68 juta rupiah. Kegiatan perekonomian Kabupaten Pringsewu didominasi oleh tiga sektor utama yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, dan sektor industri pengolahan.

Sejumlah industri ekonomi kreatif masyarakat Pringsewu semakin menggeliat mensukseskan perekonomian di Kabupaten Pringsewu. Denyut nadi dan aktivitas perekonomian di Kabupaten Pringsewu tiada pernah berhenti di segala aspek dan terus berkembang. Sektor industri di Kabupaten Pringsewu terbagi menjadi agroindustri dan non agroindustri. Agroindustri usaha makanan yang banyak dikembangkan di masyarakat antara lain usaha keripik, kelanting dan kerupuk, sehingga sektor ini juga dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Selain itu, terdapat usaha pembuatan tahu tempe dan usaha pengolahan serta penggilingan padi.

Pada sektor non agroindustri terdapat usaha pembuatan genteng yang merupakan usaha paling banyak dilakukan oleh masyarakat Pringsewu, kemudian diikuti usaha pembuatan bata merah dan usaha kain perca. Dilihat dari jumlah tenaga kerja yang diserap, usaha kain perca paling

banyak mampu menyerap tenaga kerja, kemudian diikuti oleh usaha pembuatan bata merah dan usaha pembuatan genteng. Sesuai dengan perencanaan Provinsi Lampung, Kabupaten Pringsewu dijadikan salah satu pusat pengembangan industri kecil menengah yang saat ini terdapat di Kecamatan Gadingrejo.

Pada bidang pertanian, potensi yang dimiliki cukup banyak. Hal ini dapat dilihat dari luas lahan sawah di Kabupaten Pringsewu mencapai 13.678 hektar atau 22,76 persen dari seluruh wilayah. Central sawah di Kabupaten Pringsewu terletak di Kecamatan Gadingrejo sebesar 3.637 hektar atau sekitar 26 persen dari total lahan sawah yang ada. Lebih dari 2/3 dari seluruh lahan sawah di Kabupaten Pringsewu merupakan sawah irigasi.

Pada tahun 2012, Kabupaten Pringsewu mendapatkan penghargaan nasional atas melebihi target 6% dari produksi beras di tahun 2018. Luas panen tanaman padi sawah mencapai 25.116 hektar dengan perkiraan produksi mencapai 136.137 gabah kering giling. Selain padi sawah, tanaman palawija juga di produksi petani di Kabupaten Pringsewu. Komoditas utama tanaman palawija adalah jagung, sekitar 75% tanaman jagung di Kabupaten Pringsewu ditanam di Kecamatan Adiluwih. Selain itu, terdapat juga tanaman perkebunan seperti kakao kelapa, kopi, karet, kelapa sawit, lada dan lain-lain.

Pada tahun 2017, bidang peternakan Kabupaten Pringsewu mengalami kemajuan. Terbukti dengan salah satu kelompok ternak kambing yang mendapatkan Anugerah Bakti Peternakan 2017 sebagai kelompok peternak berprestasi tingkat nasional oleh Menteri Pertanian Republik Indonesia. Sesuai dengan *roadmap* pembangunan peternakan Provinsi Lampung, Kabupaten Pringsewu termasuk dalam kawasan pengembangan ternak kambing dengan jumlah populasi 42.981 ekor yang tersebar di 9 kecamatan dengan kawasan pengembangan meliputi empat kecamatan

yaitu Kecamatan Adiluwih, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Banyumas dan Kecamatan Pagelaran.

Central perikanan ikan air tawar seperti ikan lele ikan, mas ikan, gurame dan masih banyak lainnya menjadikan Kabupaten Pringsewu lebih *support* dalam menuju kota minapolitan. Luas lahan potensial perikanan mencapai 1.070 hektar, namun baru 519 hektar atau 48,50 persen dari luas lahan tersebut yang telah dimanfaatkan untuk budidaya ikan air tawar.

Dari seluruh jalan di Kabupaten Pringsewu, total panjang jalan pada tahun 2018 mencapai 1.046 ruas jalan. Sepanjang 1.136,01 kilometer merupakan jalan yang dikelola pemerintah Kabupaten Pringsewu. Sebagian besar jalan kabupaten, permukaannya sudah berupa aspal atau sekitar 48,30 persen.

Teknologi informasi merupakan kebutuhan pokok di dalam sistem pemerintahan. Kabupaten Pringsewu memiliki data center yang kegunaannya untuk memfasilitasi serta menempatkan sistem komputer dan komponen-komponen sistem komunikasi dan penyimpanan data serta mengembangkan informasi teknologi di bidang *website*, *webmail* dan jaringan hingga ke pekon-pekon. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Pringsewu selain membuat *website* resmi Pemerintah Kabupaten Pringsewu juga membuat *website* dan *webmail* di seluruh organisasi perangkat daerah, sehingga proses informasi dapat dilakukan dengan cepat melalui *website* ataupun *webmail* resmi setiap organisasi perangkat daerah.

Iklim investasi di Kabupaten Pringsewu secara umum berkembang dengan pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pertumbuhan usaha di perkotaan Pringsewu seperti restoran, perhotelan, sarana hiburan, *cafe*, pusat-pusat perbelanjaan hingga pedagang penjajah makanan khas Pringsewu. Hal ini menunjukkan betapa kondusifnya iklim usaha di

Kabupaten Pringsewu, tidak hanya mampu menarik para pengunjung dari berbagai kota, tapi juga mampu memotivasi kreativitas jiwa muda Pringsewu untuk berwirausaha di bidang kuliner. Keadaan tersebut tercipta, dikarenakan masyarakat Kabupaten Pringsewu memiliki kearifan budaya dan toleransi yang tinggi untuk menerima perubahan ke arah yang lebih baik (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu, 2020).

B. Gambaran Umum Kecamatan Ambarawa

1. Sejarah Kecamatan Ambarawa

Kecamatan Ambarawa secara definitif berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 05 tahun 2005 tentang pembentukan Kecamatan Ambarawa, Gisting, Kota Agung Barat dan Kota Agung Timur. Kecamatan Ambarawa telah berdiri sendiri terpisah dari kecamatan induknya yaitu Kecamatan Pringsewu yang diresmikan pada tanggal 11 Juli 2005, dimana Kecamatan Ambarawa merupakan wilayah Kabupaten Tanggamus bagian timur. Namun sejak diresmikannya Kabupaten Pringsewu pada tanggal 3 April 2009, Kecamatan Ambarawa masuk dalam wilayah Kabupaten Pringsewu. Kecamatan Ambarawa terdiri dari tujuh pekon yaitu Pekon Kresnomulyo, Pekon Sumberagung, Pekon Tanjung Anom, Pekon Jatiagung, Pekon Margodadi, Pekon Ambarawa Barat dan Pekon Ambarawa sebagai ibukota kecamatan (Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa, 2020).

2. Letak Geografis

Kecamatan Ambarawa mempunyai luas wilayah 22,76 km² atau 2.276 Ha, terdiri dari persawahan 1.383,80 km², ladang tegalan 419 km², kolam atau empang 26 km² dan 507 km² merupakan tanah pemukiman, perkarangan dan lain-lain. Batas-batas wilayah Kecamatan Ambarawa sebagai berikut :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Pringsewu.

- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Pardasuka.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Pagelaran dan Pugung.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Gadingrejo (Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa, 2020).

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Kecamatan Ambarawa berada pada ketinggian 95 – 113,75 m dari permukaan laut (dpl). Suhu udara 24°C-28°C dengan curah hujan rata-rata 2.300-3.000 mm. Sebagian besar wilayahnya berupa daratan dan sebagian kecil berupa perbukitan. Hal ini menjadikan Kecamatan Ambarawa sebagai daerah pertanian khususnya padi, sehingga kawasan ini untuk wilayah Kabupaten Pringsewu bagian selatan merupakan daerah lumbung padi. Meskipun merupakan daerah lumbung padi, namun dari 7.939 KK tingkat kecamatan (Desember, 2019) di Kecamatan Ambarawa, 2.521 KK merupakan kepala keluarga miskin (Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa, 2020).

4. Kondisi Demografi

Secara demografis, Kecamatan Ambarawa terdiri dari banyak etnis, sehingga penduduk Kecamatan Ambarawa bersifat heterogen. Jumlah penduduk yang berada di setiap desa di Kecamatan Ambarawa juga beraneka ragam sesuai dengan besarnya luas wilayah setiap desa dan pertumbuhan yang secara alami terjadi baik kelahiran maupun kematian serta perpindahan penduduk.

Kecamatan Ambarawa memiliki jumlah penduduk sebanyak 34.323 jiwa dengan *sex ratio* sebanyak 104. Penduduk laki-laki sebanyak 17.506 dan perempuan sebanyak 16.817 jiwa. Desa Ambarawa merupakan desa dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu 6.111 jiwa, sedangkan Desa Ambarawa Timur merupakan desa yang memiliki jumlah penduduk paling

sedikit yaitu 1.210 jiwa. Penduduk Kecamatan Ambarawa menurut desa, jenis kelamin, dan *sex ratio* tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Penduduk Kecamatan Ambarawa menurut desa, jenis kelamin, *sex ratio* tahun 2019

No	Desa	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah (jiwa)	<i>Sex Ratio</i>
1.	Ambarawa	3.091,00	3.020,00	6.111,00	102,00
2.	Ambarawa Barat	2.218,00	2.224,00	4.442,00	100,00
3.	Margodadi	2.461,00	2.318,00	4.779,00	106,00
4.	Jati Agung	1.559,00	1.395,00	2.954,00	112,00
5.	Sumber Agung	2.892,00	2.822,00	5.714,00	102,00
6.	Kresnomulyo	3.569,00	3.379,00	6.948,00	106,00
7.	Tanjung Anom	1.107,00	1.058	2.165,00	105,00
8.	Ambarawa Timur	609,00	601,00	1.210,00	101,00
Jumlah		17.506,00	16.817,00	34.323,00	104,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa (2020)

5. Keadaan Perekonomian

Kondisi perekonomian di suatu wilayah dapat dicerminkan dari berbagai hal, seperti potensi wilayah yang dimiliki, kondisi infrastruktur, dan sarana prasarana/fasilitas yang ada, hingga jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan masyarakat pada suatu wilayah. Kecamatan Ambarawa merupakan bagian dari Kabupaten Pringsewu, yang merupakan salah satu pusat perekonomian di Provinsi Lampung. Walaupun demikian, tidak semua kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Pringsewu memiliki kondisi perekonomian yang baik.

Jika melihat kondisi infrastruktur dan sarana prasarana/fasilitas yang ada, Kecamatan Ambarawa merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Pringsewu yang memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, serta infrastruktur jalan yang sudah baik. Sarana dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Ambarawa adalah fasilitas pendidikan, kesehatan, keamanan, pasar, industri, sarana transportasi, dan fasilitas lain yang mendukung perekonomian di Kecamatan Ambarawa.

Sarana prasarana yang berkontribusi besar dalam mencerminkan kondisi perekonomian Kecamatan Ambarawa adalah keberadaan sekolah-sekolah terakreditasi, pasar swalayan, angkutan umum, hingga kegiatan pertanian yang berpusat di kecamatan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah industri yang ada di Kecamatan Ambarawa yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian Kecamatan Ambarawa.

CV Lezatku Food dalam menjalankan usahanya didukung oleh fasilitas sarana-prasarana yang ada di Kecamatan Ambarawa. Salah satu fasilitas yang sangat mendukung kegiatan produksi industri tersebut adalah pasar. Pasar yang berada di Kecamatan Ambarawa dan menjadi pasar induk di kecamatan tersebut yaitu Pasar Ambarawa Pusat. Pasar ini sangat dibutuhkan oleh agroindustri *frozen food* untuk tempat membeli bahan penunjang pada proses produksi, serta sebagai tempat untuk memasarkan produknya.

C. Gambaran Umum CV Lezatku Food

1. Sejarah Perusahaan

CV Lezatku Food adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri pengolahan *frozen food*, yang didirikan oleh Bapak Hi. S pada tahun 2006. Nama dari Lezatku Food ini dicetuskan dengan memiliki arti yaitu “Makanan yang Lezat”. Mula-mula, CV Lezatku Food ini masih usaha rumahan biasa yang berdirinya berawal dari hanya menjadi distributor *frozen food* dan belum resmi menyanggah badan usaha Persekutuan Komanditer (CV). Semakin meningkatnya pasar, Bapak Hi. S memberanikan diri untuk memulai usaha produksi sendiri produk *frozen food* yang sebelumnya hanya menjadi distributor saja. Usaha produksi pengolahan makanan beku ini dimulai pada tahun 2011 dengan modal dari usaha sebelumnya menjadi distributor dan mempekerjakan tenaga kerja dari luar hanya 5 orang. Produk *frozen food* yang diproduksi pada saat itu hanya *nugget* serta masih menggunakan peralatan yang sederhana dan

manual. Pada tahun 2013, semakin banyak permintaan akan produk *frozen food*, sehingga Bapak Hi. S menambah jenis produk yang diproduksi yaitu *frozen food* jenis bakso. Satu tahun berjalan, produksi bakso masih manual, kemudian tahun berikutnya baru menggunakan mesin untuk mencetak bakso dan mencampurkan segala bahan yang digunakan.

CV Lezatku Food resmi menyanggah sebagai badan usaha Persekutuan Komanditer (CV) pada tahun 2014. Hal tersebut tentunya melalui proses yang cukup rumit untuk mengurus segala izin. Seiring berjalannya waktu, usaha *frozen food* ini terus mengalami perkembangan, dan Bapak Hi. S mulai memasarkan ke seluruh daerah di Provinsi Lampung. Merek dagang atau *brand* yang ada di CV Lezatku Food tentunya memiliki filosofi masing-masing. Terdapat 5 jenis produk *frozen food* diantaranya untuk merek dagang bakso terdiri dari PSW Cokelat, TNG8, dan Bakso Ikan Lazid, dimana ada peraturan daerah yang mengharuskan suatu usaha untuk mencantumkan nama daerah usaha itu berdiri untuk menjadi merek dagang, sehingga tercetuskan merek dagang “PSW” yang artinya “Pringsewu”, karena perusahaan ini berdiri di Kabupaten Pringsewu. Selanjutnya untuk produk *Nugget* diberikan nama dengan merek dagang “*Nugget* Nelasari”, dimana merek dagang tersebut diketahui berasal dari nama putri bungsu pemilik CV lezatku Food. Selain itu, untuk produk Otak-otak diberikan nama dengan nama merek dagang “Otak-otak Bu Attin”, dimana merek dagang tersebut diketahui berasal dari nama istri pemilik CV Lezatku Food yaitu Ibu Turyattin. Semua merek dagang tersebut dicetuskan oleh pemilik dari CV Lezatku Food sendiri yaitu Bapak Hi. S.

Pada awal mula berlangsungnya proses produksi dibangun gedung yang lokasinya berada di belakang rumah Bapak Hi. S. Lokasi tersebut dipilih karena berada dekat dengan rumah, sehingga mudah untuk pengawasannya. Lokasi tersebut awalnya hanya berdiri satu gedung yang digunakan untuk seluruh aktivitas produksi mulai dari penyimpanan bahan

baku, penggilingan, pencampuran (*mixing*), pencetakan dan pengemasan. Pada tahun 2016, dibangunlah gedung untuk kegiatan produksi produk *nugget* yang kemudian berpisah dengan produksi jenis bakso. Pada tahun 2018, dibangun lagi gedung yang menempel dengan rumah Bapak Hi. S yang digunakan untuk kantor administrasi dan memperluas tempat untuk tempat penyimpanan stok produk *frozen food*.

Produk *frozen food* dari CV Lezatku Food ini memiliki cita rasa yang khas, karena dari masing-masing produk memiliki komposisi masing-masing yang sangat unik dan menggunakan kombinasi daging antara sapi dan ayam yang pas. Pangsa pasar yang dituju adalah kalangan menengah ke bawah. Produk *frozen food* ini juga terdapat aroma yang khas, dengan bumbu-bumbu “rahasia” yang sudah dicampur dengan daging ayam, sapi, dan ikan. Perkembangan pemasaran *frozen food* saat ini sudah hampir mencakup seluruh wilayah Lampung dan akan dikembangkan lagi untuk mencapai pasar yang lebih luas. CV Lezatku Food mendapat badan hukum dari Kemenkumham dan merubah organisasinya menjadi CV pada tahun 2014, serta disusul dengan surat izin industri (daerah) pada tahun 2016, dan mendapatkan izin edar pangan olahan dari BPOM pada tahun 2018. *Frozen food* dari CV Lezatku Food ini juga sudah memiliki sertifikasi halal yang masih cukup eksis dan bertahan sampai sekarang. Surat-surat terbitan pemerintah tersebut menjadikan produk *frozen food* CV Lezatku Food dipercaya oleh konsumen.

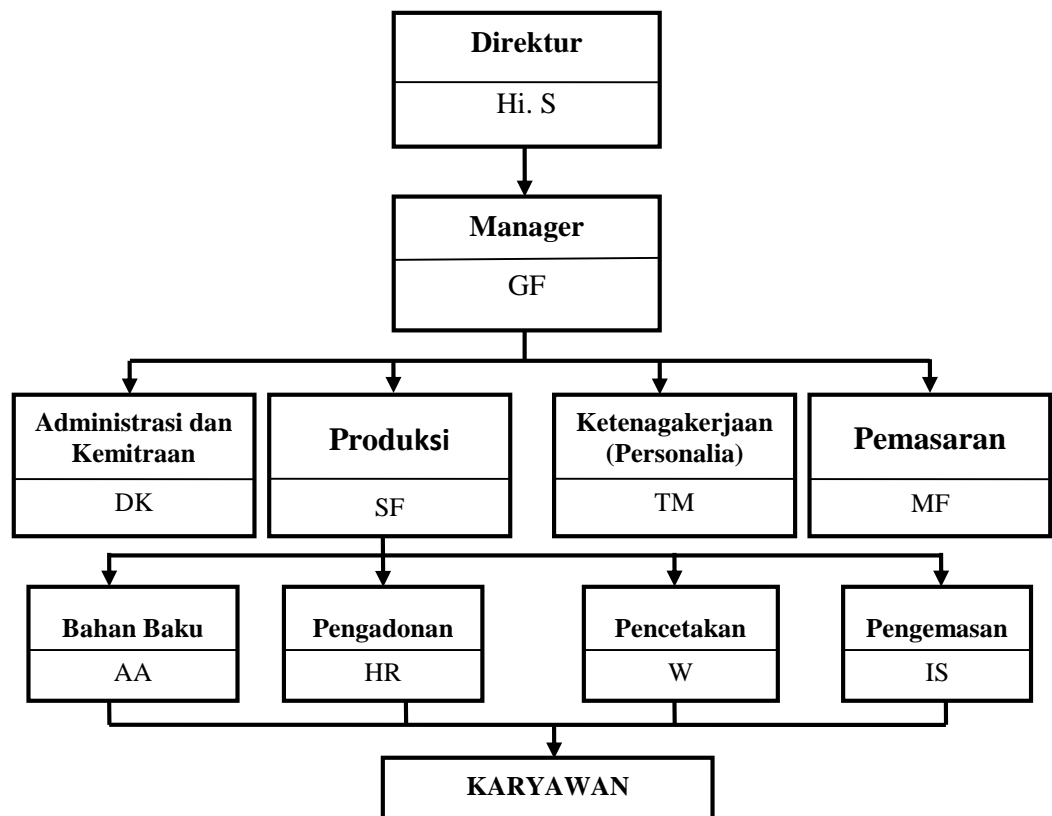
2. Visi dan Misi CV Lezatku Food

CV Lezatku Food memiliki komitmen untuk melaksanakan standar kualitas produk serta harga yang terjangkau untuk menarik banyak minat konsumen dalam mengonsumsi *frozen food*. Komitmen tersebut ditetapkan dalam visi perusahaan yaitu “Dengan berlandaskan iman dan taqwa, CV Lezatku Food menjadi salah satu perusahaan yang maju,

produktif, dan kompetitif di Indonesia”. Pencapaian misi tersebut dilakukan dengan beberapa komitmen, seperti:

- a. Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten serta memiliki imtaq (iman dan taqwa) dan iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi) yang kuat.
- b. Menjadi perusahaan yang terdepan.
- c. Memuaskan konsumen.
- d. Memperluas lapangan kerja untuk kemakmuran masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

3. Aspek Organisasi CV Lezatku Food



Gambar 4. Struktur organisasi CV Lezatku Food

CV Lezatku Food dalam mengembangkan dan menjalankan operasional perusahaan dipimpin oleh seorang Manager yaitu Bapak GF yang didampingi oleh pemiliknya yaitu Bapak Hi. S. Dalam menjalankan tugasnya, Manager tidak berperan aktif dalam setiap proses produksi. Oleh karena itu, dibantu oleh setiap divisi bagian yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan kemampuan dan keahliannya, sehingga kegiatan perusahaan dapat terlaksana dan terarah dengan baik. Organisasi CV Lezatku Food diciptakan untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Struktur organisasi CV Lezatku Food digambarkan pada Gambar 4.

4. Aspek Sumberdaya Perusahaan

Sumber daya manusia sebagai penggerak utama sumber daya perusahaan lainnya harus memiliki kemampuan prima dan kerja yang profesional serta ditempatkan pada posisi yang tepat. Tenaga kerja yang ada di CV Lezatku Food berjumlah 26 orang yang terdiri dari 18 tenaga kerja pria dan 8 tenaga kerja wanita dengan posisi dan penempatan yang berbeda. Tenaga kerja tersebut ditempatkan di bidang administrasi, ketenagakerjaan, pemasaran, penggilingan, penimbangan, pencampuran, pencetakan hingga pengemasan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah tenaga kerja CV Lezatku Food

No.	Bagian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Persiapan <i>input</i> dan penimbangan	5	19,23
2	Penggilingan (cincang) <i>input</i> produksi	2	7,69
3	Pengadonan dan pencetakan	3	11,54
4	Perebusan, pengukusan, dan penggorengan	4	15,38
5	Pengemasan dan penyortiran	6	23,08
6	Pendistribusian	4	15,38
7	Administrasi dan kerjasama	1	3,85
8	Ketenagakerjaan (personalia)	1	3,85
Jumlah		26	100,00

Jam kerja karyawan untuk bagian produksi baik dari bagian penggilingan hingga pengemasan yaitu dimulai pada pukul 07.00 – 16.00 WIB. Khusus untuk setiap hari jum'at, CV Lezatku Food mengadakan apel pagi sebelum memulai kegiatan operasional seperti biasanya. Dalam apel pagi ini dimulai dengan *briefing* dan doa bersama. Isi *briefing* biasanya mengenai pengarahan-pengarahan dan juga motivasi kerja kepada karyawan, agar bekerja secara maksimal. Sebagian besar tenaga kerja yang ada didominasi oleh lulusan SD hingga SMA/SMK, karena rendahnya tingkat kesadaran akan pendidikan dan kesulitan ekonomi, para karyawan lebih memilih untuk bekerja dibanding melanjutkan sekolah. Tingkat pendidikan tenaga kerja CV Lezatku Food disajikan dalam Tabel 13.

Tabel 13. Tingkat pendidikan tenaga kerja CV Lezatku Food

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	2	7,69
SMP	3	11,54
SMA/ SMK	17	65,38
Sarjana	4	15,38
Total	26	100,00

Meskipun rata-rata karyawan berpendidikan SMA/SMK, namun mereka dapat bekerja dengan baik, karena pekerjaan yang mereka kerjakan tidak menuntut harus berpendidikan yang tinggi. Walaupun begitu, para karyawan juga memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Hal tersebut dapat diatasi dengan prinsip “*the right man on the right place*”, sehingga para staff dan karyawan dapat bekerja sesuai dengan kompetensi atau *skill* masing-masing. Sebagian besar tenaga kerja tersebut ditempatkan di bagian pengemasan yang merupakan bagian yang membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.

5. Aspek Permodalan CV Lezatku Food

Modal atau sumberdaya keuangan merupakan suatu aspek yang penting dalam suatu perusahaan. Sumberdaya keuangan harus dapat dikendalikan

dan dimanfaatkan sebaik mungkin, agar dapat mendukung sumberdaya lain yang ada di perusahaan. Modal usaha CV Lezatku Food pada awal berdirinya berasal dari modal milik pribadi sekitar Rp10.000.000,00 -- Rp15.000.000,00. Namun, seiring bertambah besarnya perusahaan, maka diperlukan pula modal yang lebih besar, tetapi CV Lezatku Food tidak melakukan pinjaman di bank dalam permodalan usahanya. Saat ini, keperluan modal perusahaan berasal dari *supplier* bahan baku, baik daging maupun tepung yang mana perusahaan akan membayar bahan baku tersebut setelah produk terjual, dan ada juga yang langsung dibayar tanpa menunggu produk terjual. Hal tersebut sudah melalui persetujuan antara kedua belah pihak.

6. Sarana dan Prasarana CV Lezatku Food

Ketersediaan sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan dalam mendukung kegiatan dan aktivitas pekerja. Sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang kelancaran proses pemasaran dan keberlangsungan aktivitas perusahaan. Sarana dan prasarana perusahaan merupakan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan oleh karyawan. Fasilitas CV Lezatku Food terdiri atas fasilitas bangunan, fasilitas produksi, dan fasilitas penunjang.

a. Fasilitas bangunan

Fasilitas bangunan yang dimiliki CV Lezatku Food terdiri dari:

1) Kantor

Merupakan bangunan yang terdiri dari beberapa ruangan yakni ruang pimpinan, ruang keuangan, ruang manajer, dan ruang admin yang berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan administrasi perusahaan. Kantor dibagi menjadi dua, kantor bagian belakang untuk pimpinan dan keuangan dan kantor bagian depan untuk manajer dan administrasi.

2) Musholla

Merupakan sarana untuk beribadah karyawan yang terletak di lantai dua gedung produksi. Musholla ini dilengkapi dengan peralatan sholat.

3) Tempat Parkir

Merupakan sarana yang ditujukan untuk karyawan, tamu, *supplier* dan pihak yang berkepentingan lainnya sebagai tempat parkir kendaraan.

4) Gudang

Merupakan ruang penyimpanan berbagai alat dan bahan yang dibutuhkan dan menunjang proses produksi.

5) Ruang produksi

Merupakan ruang tempat berlangsungnya kegiatan produksi.

6) Toilet

Terdiri dari beberapa toilet yang masing-masing terletak di belakang kantor, di samping ruang produksi dan di dekat dapur umum.

7) Ruang Tamu

Ruangan khusus untuk tamu yang ingin bertemu dengan pihak staf CV Lezatku Food.

b. Fasilitas produksi

Fasilitas produksi adalah semua fasilitas yang digunakan dan menunjang proses produksi. Fasilitas produksi yang dimiliki CV Lezatku Food terdiri dari:

1) Alat kerja kantor

Alat kerja terdiri dari meja, kursi, laptop, telepon, *printer*, *printer* nota dan alat tulis kantor.

2) Alat produksi

Alat produksi terdiri dari timbangan digital, mesin pengadon, mesin pencetak, mesin *press* kemasan, pisau, gunting, keranjang pendingin, keranjang kukus, gayung, ember, tampah plastik, dan centong.

c. Fasilitas penunjang

Fasilitas penunjang yang dimiliki CV Lezatku Food terdiri dari:

1) Listrik

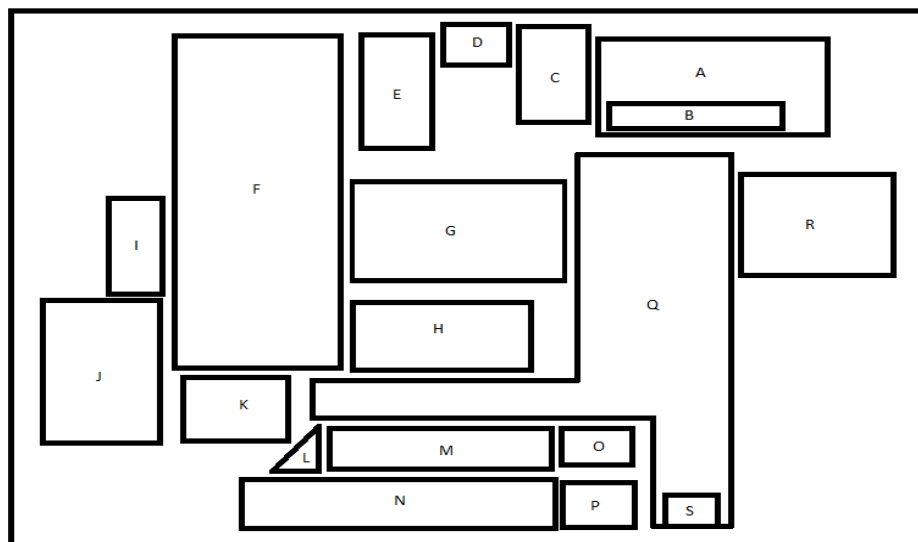
Sumber listrik CV Lezatku Food berasal dari Perusahaan Listrik Negara (PLN).

2) Transportasi

Transportasi yang dimiliki CV Lezatku Food yaitu mobil, yang digunakan untuk kegiatan operasional terkait kebutuhan bahan baku dan bahan produksi lainnya serta untuk kegiatan pemasaran.

7. Tata Letak/Layout CV Lezatku Food

Tempat yang digunakan untuk memproduksi *frozen food* merupakan bangunan milik pribadi. Letak bangunan tepat berada di samping bangunan tempat tinggal Bapak Hi. S. Tata letak (*layout*) bangunan produksi CV Lezatku Food dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tata letak/*layout* CV Lezatku Food

Keterangan:

A : Ruang cincang daging	H : Ruang pengukusan	O : Ruang tamu
B : Gudang bahan baku	<i>nugget</i>	P : Ruang admin
C : Ruang penimbangan	I : Ruang <i>maintenance</i>	(kantor)
D : Gudang tepung	J : Ruang bumbu	Q : Lahan parkir
E : Gudang bahan	K : Ruang penggorengan	R : Musholla
penunjang lainnya	otak-otak	S : Gerbang masuk
F : Ruang pengadonan	L : Toilet	utama
G : Ruang perebusan bakso	M : Ruang <i>packing</i>	
	N : Ruang <i>stock</i> produk	

VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. Pengadaan bahan baku pada CV Lezatku Food telah memenuhi sebagian besar kriteria enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat jenis. Hanya komponen tepat harga pada daging sapi dan tepung tapioka yang tidak tepat. Tingkat ketepatan pengadaan bahan baku tergolong dalam kriteria sangat baik.
2. Keuntungan seluruh produk *frozen food* di CV Lezatku Food adalah sebesar Rp102.225.179,19 per bulan. Keuntungan tertinggi dari produk Otak-otak Bu Attin sedangkan keuntungan terendah dari produk Bakso Kombinasi PSW Cokelat. Seluruh produk *frozen food* di CV Lezatku Food menguntungkan untuk diusahakan. Penerimaan, produksi, dan harga setiap varian produk *frozen food* di CV Lezatku Food sudah lebih besar dari hasil perhitungan *break event point* penerimaan, produksi, dan harga yang dihasilkan, artinya kegiatan produksi pada agroindustri *frozen food* layak untuk dilanjutkan.
3. Kegiatan pemasaran pada CV Lezatku Food sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan bukti fisik. Hasil perhitungan harga pokok produksi setiap varian produk *frozen food* dibawah harga jual yang berlaku, dan nilai rata-rata margin keuntungan yang diambil oleh pihak agroindustri tergolong besar. Penetapan harga jual yang dilakukan agroindustri sudah baik, karena sudah berdasarkan harga pokok produksi dan ditambahkan dengan margin keuntungan.

4. Jasa layanan pendukung yang tersedia di sekitar CV Lezatku Food sebagian besar sudah dimanfaatkan oleh CV Lezatku Food dengan baik, akan tetapi terdapat juga jasa layanan pendukung yang belum dimanfaatkan oleh CV Lezatku Food diantaranya koperasi, lembaga penyuluhan dan lembaga penelitian, karena pihak agroindustri beranggapan tidak perlu memanfaatkan jasa layanan pendukung tersebut. Seluruh jasa layanan pendukung tersebut memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan pada CV Lezatku Food.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri *frozen food* agar dapat menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku daging sapi dan bahan penunjang tepung tapioka agar ketersediaan bahan tersebut selalu tepat waktu dan harga yang diterima agroindustri lebih stabil. Agroindustri juga diharapkan membuat catatan keuangan akuntansi yang lebih rinci agar dapat diketahui kondisi keuangan usaha, sehingga penentuan harga jual tidak dilakukan dengan perkiraan saja. Agroindustri ini juga perlu meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan media pemasaran *online*, sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran.
2. Bagi pemerintah atau dinas – dinas terkait seperti Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan hendaknya dapat lebih berinovasi dalam memberikan penyuluhan kepada para pelaku UMKM untuk mendukung pengembangan usahanya, agar pemilik agroindustri lebih berani untuk mengembangkan usahanya pada skala nasional maupun internasional dengan cara melakukan pembinaan kepada para pelaku agroindustri.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai analisis perilaku konsumen dan analisis risiko baik dari segi harga, produksi ataupun risiko keuntungan agroindustri *frozen food* pada CV Lezatku Food. Hal ini perlu dilakukan karena dalam menjalankan usaha pasti tidak terlepas dari suatu risiko. Risiko yang terjadi pada agroindustri akan berpengaruh langsung terhadap kinerja dari agroindustri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T.R., Lestari, D.A.H., dan Nugraha, A. 2019. Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *JIIA*. Vol 8(1): 78-85. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4345>. Diakses 31 Maret 2021.
- Aldhariana, S.F., Lestari, D.A.H., dan Ismono, R.H. 2016. Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro). *JIIA*: 4 (3) : 317-325. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1507>. Diakses 30 Maret 2021.
- Anggraeni, D.A., Widjanarko, S.B., dan Ningtyas, D.W. 2014. Proporsi Tepung Porang (*Amorphophallus Muelleri Blume*) Tepung Maizena terhadap Karakteristik Sosis Ayam. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. Vol 2(3): 214-223. <https://jpa.ub.ac.id>. Diakses 30 Maret 2021.
- Anggraeni, T.S., Lestari, D.A.H., dan Indriani, Y. 2017. Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. *JIIA*. Vol 5(3): 275-282. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1640/1466>. Diakses 30 Maret 2021.
- Anggraini, S. 2010. Analisis Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Daging Ayam Olahan Beku (Chicken *Frozen Food Product*) di Kota Bogor. *Tesis*. Program Studi Manajemen dan Bisnis IPB. Bogor. <http://repository.sb.ipb.ac.id/id/eprint/260>. Diakses 25 April 2021.
- Aprilia, R.M., Noor, T.I., dan Setia, B. 2021. Keragaan Agroindustri Sale Pisang Gulung (Studi Kasus Pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 8(1) : 116-126. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/4620>. Diakses 31 Maret 2021.
- Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.
- Assauri, S. 1996. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- _____. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi*. LPFE-UI. Jakarta.
- Aziz, A. 2003. *Riset Keperawatan & Teknik Penulisan Ilmiah*. Salemba Medika. Jakarta.
- Badan Pemeriksa Keuangan RI. 2017. *Pembentukan Kabupaten Pringsewu di Provinsi Lampung*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39751>. Diakses pada tanggal 1 Januari 2022.
- Badan Pemeriksa Keuangan RI. 2017. *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 Tentang Pokok-Pokok Perbankan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/49592/uu-no-14-tahun-1967>. Diakses pada 7 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Ambarawa. 2020. *Kecamatan Ambarawa dalam Angka 2020*. Diakses pada tanggal 17 Desember 2021.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pringsewu. 2020. *Kabupaten Pringsewu dalam Angka 2020*. Diakses pada tanggal 17 Desember 2021.
- Bantacut, T. 2002. *Laporan Akhir Studi Kelayakan Penetapan, Perancangan dan Pendidikan serta Pengembangan Agroindustri Komoditas Unggulan Kabupaten Ngada*. Kerjasama Tim Agroindustri Fakultas Teknologi Industri Pertanian IPB Bogor dan Disperindag Kabupaten Ngada NTT. Bogor.
- Bustami, B. dan Nurllella. 2009. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Dalillah E. 2006. *Evaluasi Nilai Gizi dan Karakteristik Protein Daging Sapi dan Hasil Olahannya*. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/3233>. Diakses 18 Mei 2021.
- Dharmmesta, B. S. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Djuwendah, E., Trimo, L., dan Sonjanawati. 2018. *Keragaan Usaha dan Nilai tambah Pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu)*. *Jurnal Rekayasa Hijau*. Vol 2 (1) : 1-10. <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekayasahijau/article/view/2037>. Diakses 30 Maret 2021.
- Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kabupaten Pringsewu. 2021. *Daftar Agroindustri Frozen Food di Kabupaten Pringsewu tahun 2021*. Pemerintah Kabupaten Pringsewu. Pringsewu.

- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2013. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan*. <http://ditjenpkh.pertanian.go.id>. Diakses 23 November 2021.
- _____. 2020. *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan*. <http://ditjenpkh.pertanian.go.id>. Diakses 18 Mei 2021.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Grewal, D., dan M. Levy. 2010. *Marketing*. Mc Graw Hill International. New York.
- Hanafie, R. 2014. Keragaan Industri Pangan Olahan Berbasis Tepung Ubi Kayu di Kabupaten Malang Dan Trenggalek. *JSEP*. Vol 7 (2) :1-8. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/1326>. Diakses 30 Maret 2021.
- Harahap, S. S. 2007. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2011. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Hastinawati, I. dan Rum, M. 2012. Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. *Agriekonomika*. Vol 1(1): 15-24. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/346>. Diakses 30 Maret 2021.
- Hasyim, A.I. 1996. *Diktat Manajemen Tataniaga*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Heizer, J. dan B. Render. 2006. *Operation Management*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Hirawan, P., Lestari, D.A.H., dan Kasymir, E. 2021. Analisis Sistem Agribisnis Usaha Ternak Kambing Saburai pada Koperasi Produsen Peternak (KPP) Saburai Mandiri di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *JIIA*. Vol 9(2) : 348-355. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5111>. Diakses 19 Oktober 2021.
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Nasional. 2017. *Pembentukan Tiga Belas Pekon di Wilayah Kecamatan Gadingrejo, Kecamatan Pringsewu, dan Kecamatan Pagelaran*. <https://jdihn.go.id/search/allcategories/detail/396913>. Diakses pada tanggal 1 Januari 2022.

- Johns, D.T. dan H.A. Harding. 2001. *Manajemen Operasi untuk Meraih Keunggulan Kompetitif*. Penerbit PPM. Jakarta.
- Kaiser, W. B. 2004. *Using Information Technology: Pengenalan Praktis Dunia Komputer dan Komunikasi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Karinov. 2018. *Pengertian Bauran Pemasaran Marketing Mix 7P*.
<https://karinov.co.id/pengertian-bauran-pemasaran-7p/>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022. Bandar Lampung.
- Kartadinata A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2015. *Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Peternakan Daging Sapi*. ISSN:1907-1507. <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id>. Diakses tanggal 18 Mei 2021.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawati, T. 2016. Analisis Titik Impas Agroindustri Tahu (Suatu Kasus di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). *Mimbar Agribisnis*. Vol 1 (3) : 291-296. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/view/49>. Diakses 19 Oktober 2021.
- Lestari, Y. A., Sayekti, W. D., dan Prasmatiwi, F. E.,. 2017. Analisis Pendapatan, Nilai Tambah, dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Bandeng pada Usaha Dagang Sabily Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Lovell, R. 2011. *Product Attributrs and Consumer's Re-purchase Decision on Frozen Ready to Eat Meals: a Study on Consumers in Selected Hypermarkets in Bangkok*. *AU Journal of Management*. Vol 9 (1) : 23-32. <http://www.aujm.au.edu/index.php/AUJM/article/view/120>. Diakses tanggal 18 Mei 2021.
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. 2010. *Pemasaran Jasa. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Mantra, I.B. 2004. *Demografi Umum. Edisi Kedua*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Salemba. Jakarta.

- _____. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Cetakan ketujuh*. Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nana, H. A. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia. Bandung.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Dioma. Malang.
- Noprita, Mashadi, dan Vermila, C.W.M. 2020. Analisis Pendapatan Agroindutri Tahu di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Green Swarnadwipa*. Vol 9 (2) : 277-284. <https://ejournal.uniks.ac.id/index.php/GREEN/article/view/760>. Diakses 19 Oktober 2021.
- Oktaviana, E., Lestari, D.A.H., dan Indriani, Y. 2016. Analisis Sistem Agribisnis Ayam Kalkun di Desa Sukoharjo 1 Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *JIAA*. Vol 4 (3) : 262-268. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1500>. Diakses 31 Maret 2021
- Payne, A. 2006. *Service Marketing Pemasaran Jasa*. ANDI. Yogyakarta.
- Pitriani, R., Rochdiani, D., dan Noormansyah, Z. 2018. Analisis Titik Impas Agroindustri Sale Pisang Goreng (Studi Kasus pada Agroindustri Rizki Mulya di Desa Utama Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 4 (2) : 752-759. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/1632>. Diakses 19 Oktober 2021.
- Prasetya, H., dan Lukiastruti, F. 2009. *Manajemen Operasi*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta. Bandung.
- Saragih, B. 1998. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. Yayasan Mulia Persada, PT Surveyor Indonesia, dan Pusat Studi Pembangunan LP-IPB. Jakarta.
- _____. 2010. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Serial*. IPB Press. Bogor.
- Sari, M. I., Lestari, D.A.H., dan Sayekti, W.D., 2020. Analisis Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk berdasarkan Siklus Hidup Produk Sosis Gulung di CV Cucurutuku Ceria. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Shafira, F., Lestari, D.A.H., dan Affandi, M.I., 2018. Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *JIIA*. Vol 6 (3) : 279-287. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3025>. Diakses 31 Maret 2021.
- Sinaga, Y.J., Lestari, D.A.H., dan Situmorang, S. 2019. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. *JIIA*. Vol 7 (3) : 338-345. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3771>. Diakses 31 Maret 2021.
- Simamora, B. 2008. *Riset Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Soehardjo, A. 1997. *Sistem Agribisnis dan Agroindustri*. Makalah Seminar. MMA-IPB. Bogor.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2010. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sujarweni, V.W. 2015. *Akuntansi Biaya*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan. Buku cetakan kedelapan edisi ke-2*. BPFE. Yogyakarta.
- _____. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2000. *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Solihin, A., Rochdiani, D., dan Isyanto, A.Y. 2019. Analisis Titik Impas Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta (Studi Kasus pada Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol 6 (3) : 564-569. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfoGaluh/article/view/2518>. Diakses 19 Oktober 2021.
- Suparta, N. 2005. *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis. Cetakan I*. CV Bali Media Adhikarsa. Denpasar.
- Suryana, A. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Suratiyah, K. 2015. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Sutawi, M.P. 2002. *Manajemen Agribisnis*. UMM Press. Malang.
- Syahyuti. 2006. *30 Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Bina Rena Pariwara. Jakarta.
- Syarief, A.N.L., Lestari, D.A.H., dan Kasymir, E. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *JIA*. Vol 7 (3) : 298-305. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3766>. Diakses 31 Maret 2021.
- Yazid. 2011. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M.J. dan Gremler, D.D. 2006. *Service Marketing (4th edition)*. The MC Graww-Hill Companies, Inc. New York.