ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI PISANG GORENG BEKU SHAMIYA

(Skripsi)

Oleh

Dinda Anisyara Olyvia
1814131060

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF SHAMIYA FROZEN FRIED BANANA AGROINDUSTRY

By

Dinda Anisyara Olyvia

This study aims to analyze (1) supply chain flow patterns, inventory management, and inventory valuation (2) the number of sales to be achieved, profits, and added value of the product, and (3) the implementation of the marketing mix. This study uses a case study method on the Shamiya frozen fried banana agroindustry located in Kedaton District, Bandar Lampung City. The location of the research was determined purposively with the consideration that the agroindustry was the first frozen fried banana producer in Bandar Lampung City. Respondents in this study were owners and employees of agroindustry and 30 consumers of Shamiya frozen fried bananas. Data collection was carried out in December 2021-February 2022. The data analysis methods used were supply chain flow pattern analysis, inventory management analysis using the EOQ method, inventory valuation analysis using the FIFO method, break even point analysis (BEP), profit analysis, value added analysis, and analysis of the marketing mix based on the perspective of the owner of the agroindustry and the perspective of the consumer and the analysis of the cost of production. The results showed that (1) there were three kinds of supply chain flows in the Shamiya frozen fried banana agroindustry, namely product flow, financial flow, and information flow which were classified as smooth. Procurement of raw materials is not optimal because with the EOQ model, 86.16 percent can still be saved. The final inventory value of kepok bananas is 89.51 percent and tanduk bananas is 10.49 percent. (2) the sales of Shamiya's frozen fried banana agroindustry are now above the BEP calculation. The profit of all frozen fried banana products is IDR 279,213,266.94 per month. The added value of this agroindustry is positive so that the agroindustry is profitable. (3) the marketing activities have implemented the marketing mix and the selling price determined by the agroindustry is good, because it is above the results of the HPP calculation, and the agroindustry has implemented the components of marketing mix well based on the consumers' assessment criteria.

Keywords : agroindustry, performance, frozen fried banana

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI PISANG GORENG BEKU SHAMIYA

Oleh

Dinda Anisyara Olyvia

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pola alir rantai pasok, manajemen persediaan, dan penilaian persediaan (2) jumlah penjualan yang harus dicapai, keuntungan, dan nilai tambah produk, dan (3) penerapan bauran pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya yang terletak di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri tersebut merupakan produsen pisang goreng beku pertama di Kota Bandar Lampung. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan agroindustri serta 30 konsumen pisang goreng beku Shamiya. Pengumpulan data dilaksanakan pada Bulan Desember 2021-Februari 2022. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis pola alir rantai pasok, analisis manajemen persediaan dengan metode EOQ, analisis penilaian persediaan dengan metode FIFO, analisis titik impas (BEP), analisis keuntungan, analisis nilai tambah, dan analisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen serta analisis harga pokok produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat tiga macam aliran rantai pasok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya yaitu aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang tergolong lancar. Pengadaan bahan baku belum optimal karena dengan model EOQ masih dapat dihemat sebesar 86,16 persen. Nilai persediaan akhir pisang kepok sebesar 89,51 persen dan pisang tanduk sebesar 10,49 persen. (2) jumlah penjualan agroindustri pisang goreng beku Shamiya saat ini sudah berada di atas perhitungan BEP. Keuntungan seluruh produk pisang goreng beku sebesar Rp 279.213.266,94 per bulan. Nilai tambah pada agroindustri ini positif sehingga usaha agroindustri menguntungkan. (3) kegiatan pemasaran sudah menerapkan *marketing mix* dan penetapan harga jual yang dilakukan agroindustri sudah baik, karena sudah di atas hasil perhitungan HPP, serta agroindustri telah menerapkan komponen bauran pemasaran dengan baik berdasarkan kriteria penilaian konsumen.

Kata kunci : agroindustri, keragaan, pisang goreng beku

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI PISANG GORENG BEKU SHAMIYA

Oleh :

Dinda Anisyara Olyvia

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung

JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2022

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI PISANG GORENG BEKU SHAMIYA**

Nama Mahasiswa : *Dinda Anisyara Olyvia*

NPM : 1814131060

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

MENYETUJUI,

1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M.Si.	**Ir. Adia Nugraha, M.S.**
NIP 19620918 198803 2 001	NIP 19620613 198603 1 022

2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

Scanned with CamScanner

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

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

Sekretaris : Ir. Adia Nugraha, M.S.

Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Wuryaningsih D. Sayekti, M.S.

2. Dekan Fakultas Pertanian

Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **17 Juni 2022**

Scanned with CamScanner

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Anisyara Olyvia

NPM : 1814131060

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

"ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI PISANG GORENG BEKU SHAMIYA"

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, 17 Juni 2022

Yang menyatakan

Dinda Anisyara Olyvia

NPM 1814131060

Scanned with CamScanner

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Bandar Lampung tanggal 18 Juni 2000, sebagai anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Hansri Yudirzah, S.H dan Ibu Lynda Yerly Primerise, S.E. Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK IKI PTPN VII Bandar Lampung pada tahun 2006, tingkat Sekolah Dasar di SD Fransiskus 1 Tanjung Karang pada tahun 2012, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Fransiskus Tanjung Karang pada tahun 2015, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Fransiskus Bandar Lampung pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Paguyuban, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran pada tahun 2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Kedaton Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung selama 40 hari pada Bulan Februari hingga Maret 2021. Selanjutnya, pada Bulan Agustus hingga September 2021 penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di UPTD Balai Benih Induk (BBI) Hortikultura dan Pengembangan Lahan Kering, Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung selama 30 hari kerja efektif. Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi asisten dosen mata kuliah Statistika Dasar pada semester ganjil tahun ajaran 2020-2021. Penulis juga aktif sebagai anggota bidang kewirausahaan di Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) Universitas Lampung pada periode tahun 2018-2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Analisis Keragaan Agroindustri Pisang Goreng Beku Shamiya"**. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Indah Listiana, S.P., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan, saran, dan nasihat.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan dari awal hingga akhir perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.

7. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Hansri Yudirzah, S.H. dan Ibunda tersayang Lynda Yerly Primerise, S.E., yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
8. Kakak dan adikku tersayang, Kevin Prima Yudha, S.IPol. dan Muhammad Atilla Yudha yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Karyawan-karyawati di Jurusan Agribisnis, Mbak Iin, Mas Boim, dan Mas Bukhari yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.
11. Keluarga besar Agroindustri Pisang Goreng Beku Shamiya khususnya Bapak Mulyadi, Bapak Giovani, dan Ibu Febriski atas semua bantuan, arahan, dan izin yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku tersayang, Hana Siti Hanifah, Savira Adelia Kusnadi, Divya Anggrainingsih, dan Nike Margie Utami atas bantuan, doa, saran, semangat, dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis sejak menjadi mahasiswa baru.
13. Sahabat-sahabat seperjuangan di kampus, Fina, Devi, Kiky, Vita, Via, Nufus, Kifah, Ridna, Yasmin, Dini, Nindya, Suny, Dinda AY, Winny, Novalia, Juanda, Rofi, Riyan, Ridho, dan Adit atas bantuan, doa, saran, semangat, dan hiburan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
14. Sahabat-sahabat rasa saudara, Aqila Baity Jannaty, Qoonitah Salma Putri Wardana, dan Fagreata Khinawan yang telah memberikan bantuan, doa, saran, semangat, dukungan yang tiada henti, hiburan, kebahagiaan, dan menemani penulis sejak kecil.
15. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2018, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, keceriaan, keseruan, canda tawa dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
16. Atu dan Kiyay Agribisnis 2015, 2016, 2017 serta adik Agribisnis 2019 dan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuan kepada penulis.

17. Keluarga besar Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, cerita, kebersamaan, semangat, motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
18. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan selama proses penulisan skripsi ini dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Bandar Lampung, 17 Juni 2022
Penulis,

Dinda Anisyara Olyvia

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL ..... **iv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

I. PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 10
D. Manfaat Penelitian 10

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN
A. Tinjauan Pustaka 11
1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri 11
2. Pisang 15
3. Pengadaan Bahan Baku 17
4. Rantai Pasok 20
5. Manajemen Persediaan 23
6. Perhitungan Nilai Akhir Persediaan Bahan Baku 25
7. Metode Perhitungan Nilai Akhir Persediaan Bahan Baku *First In First Out* (FIFO) 26
8. Pengolahan pada Agroindustri 27
9. Teori Biaya 28
10. Break Even Point (BEP) 29
11. Keuntungan 30
12. *Common Cost* (Biaya Bergabung) 31
13. Nilai Tambah 31
14. Bauran Pemasaran 33
B. Kajian Penelitian Terdahulu 43
C. Kerangka Pemikiran 50

III. METODE PENELITIAN
A. Metode Dasar 53
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional 53
C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data 64
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data 65

E. Metode Analisis Data 69
1. Metode Analisis Pola Alir Rantai Pasok, Manajemen Persediaan, dan Penilaian Persediaan 69
2. Metode Analisis Titik Impas (BEP), Keuntungan dan Nilai Tambah 72
3. Metode Analisis Pemasaran 75

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN
A. Kota Bandar Lampung 78
1. Keadaan Geografis 78
2. Keadaan Iklim 79
3. Keadaan Demografi 79
4. Keadaan Perekonomian 80
B. Kecamatan Kedaton 81
1. Keadaan Geografis 81
2. Keadaan Demografi 82
3. Keadaan Perekonomian 83
C. Gambaran Umum Agroindustri Pisang Goreng Beku Shamiya 83
1. Sejarah Agroindustri 83
2. Struktur Organisasi Agroindustri 85
3. Tata Letak/ *Layout* Agroindustri 86

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Karakteristik Responden 89
1. Keadaan Umum Responden Pemilik dan Karyawan Agroindustri 89
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Agroindustri 90
B. Pengadaan Bahan Baku pada Agroindustri Pisang Goreng Beku Shamiya 93
1. Pola Alir Rantai Pasok 93
2. Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku 96
3. Analisis Perhitungan Nilai Akhir Persediaan dengan Metode FIFO (*First In First Out)* 104
C. Penggunaan Sarana Produksi 106
1. Bahan Baku 106
2. Tenaga Kerja Langsung 109
3. Biaya *Overhead* Pabrik 111
D. Proses Pembuatan Pisang Goreng Beku 120
E. Produksi Pisang Goreng Beku 126
F. Titik Impas (*Break Even Point*) 127
1. Kepok *Small* 128
2. Kepok *Medium* 129
3. Kepok *Large* 130
4. Premium Kepok 131
5. Premium Tanduk 132
6. BEP Gabungan 133
G. Analisis Keuntungan 135
H. Analisis Nilai Tambah 138

I. Bauran Pemasaran 144
1. Perspektif Pemilik Agroindustri 145
2. Perspektif Konsumen 168

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.
A. Kesimpulan 179
B. Saran 180

DAFTAR PUSTAKA.

LAMPIRAN.

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Provinsi Lampung tahun 2020 (Juta Rupiah) 2

2. Rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2018-2020 3

3. Distribusi PDRB Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku, Tahun 2020 (dalam persen) 5

4. Nilai gizi dari pisang per 100 gram..... 16

5. Kajian penelitian terdahulu..... 44

6. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 68

7. Pencatatan persediaan bahan baku dengan perhitungan metode FIFO 72

8. Prosedur perhitungan nilai tambah pada agroindustri pisang goreng beku 74

9. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut 77

10. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2020 80

11. Jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton berdasarkan kelurahan tahun 2020 82

12. Karakteristik responden pemilik dan karyawan agroindustri pisang goreng beku Shamiya 89

13. Karakteristik responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya berdasarkan kelompok umur 91

14. Karakteristik responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya berdasarkan jenis kelamin 91

15. Karakteristik responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya berdasarkan tingkat pendidikan 92

16. Karakteristik responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya berdasarkan pendapatan rumah tangga 92

17. Asal dan harga bahan baku agroindustri pisang goreng beku Shamiya 96

18. Biaya penyimpanan bahan baku pisang kepok dan tanduk setiap kali pesan agroindustri pisang goreng beku Shamiya 97

19. Rata-rata total biaya persediaan bahan baku berdasarkan kebijakan agroindustri pisang goreng beku Shamiya, tahun 2021 99

20. Perbandingan rata-rata frekuensi dan jumlah unit pemesanan antara kebijakan agroindustri pisang goreng beku Shamiya dengan model EOQ, tahun 2021 101

21. Rata-rata total biaya persediaan bahan baku berdasarkan model EOQ pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 102

22. Perbandingan rata-rata total biaya persediaan antara kebijakan agroindustri pisang goreng beku Shamiya dengan model EOQ tahun 2021 102

23. Nilai akhir persediaan bahan baku pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 105

24. Rata-rata biaya bahan baku pisang kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam satu kali produksi 107

25. Penggunaan dan biaya bahan baku pisang kepok yang digunakan untuk proses produksi pisang goreng beku pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 108

26. Rata-rata biaya bahan baku pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam satu kali produksi 108

27. Rata-rata penggunaan tenaga kerja langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 110

28. Biaya tenaga kerja langsung per produk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 111

29. Kebutuhan, harga beli dan biaya bahan tidak langsung agroindustri pisang goreng beku Shamiya 112

30. Biaya penggunaan bahan tidak langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya per bulan menurut masing-masing produk 113

31. Sumbangan faktor produksi lain pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 114

32. Biaya sumbangan faktor produksi lain per bulan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya menurut masing-masing produk..... 116

33. Rata-rata penggunaan tenaga kerja tidak langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 117

34. Biaya tenaga kerja tidak langsung per produk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 118

35. Total biaya penyusutan peralatan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 120

36. Pendapatan dalam satu bulan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 127

37. Titik impas (*break even point*) produk kepok *small* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 128

38. Titik impas (*break even point*) produk kepok *medium* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 129

39. Titik impas (*break even point*) produk kepok *large* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 130

40. Titik impas (*break even point*) produk premium kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 131

41. Titik impas (*break even point*) produk premium tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 132

42. Total pendapatan, biaya tetap dan total biaya variabel kelima produk agroindustri pisang goreng beku Shamiya pada perhitungan BEP gabungan 134

43. Biaya produksi pisang goreng beku per produksi pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 136

44. Biaya produksi pisang goreng beku per bulan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 136

45. Analisis keuntungan produk pisang goreng beku pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam sebulan 137

46. Sumbangan *input* lain pada perhitungan nilai tambah pisang goreng beku agroindustri pisang goreng beku Shamiya 139

47. Perhitungan nilai tambah pisang goreng beku pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 141

48. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk pisang goreng beku berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 146

49. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga pisang goreng beku berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 148

50. Analisis harga pokok produksi produk kepok *small* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 149

51. Analisis harga pokok produksi produk kepok *medium* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 151

52. Analisis harga pokok produksi produk kepok *large* pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 153

53. Analisis harga pokok produksi produk premium kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 155

54. Analisis harga pokok produksi produk premium tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 156

55. Ringkasan harga pokok produksi (HPP) kelima produk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 158

56. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat pisang goreng beku berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 160

57. Komponen-komponen yang berkaitan dengan sumberdaya manusia berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 163

58. Komponen-komponen yang berkaitan dengan proses berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 165

59. Komponen-komponen yang berkaitan dengan bukti fisik berdasarkan perspektif pemilik agroindustri pisang goreng beku Shamiya 167

60. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk pisang goreng beku berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 168

61. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga pisang goreng beku berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 170

62. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat pisang goreng beku berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 171

63. Komponen-komponen yang berkaitan dengan promosi pisang goreng beku berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 172

64. Komponen-komponen yang berkaitan dengan sumberdaya manusia berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 174

65. Komponen-komponen yang berkaitan dengan proses berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 175

66. Komponen-komponen yang berkaitan dengan bukti fisik berdasarkan perspektif konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 176

67. Identitas responden agroindustri pisang goreng beku Shamiya 190

68. Identitas responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 191

69. Pembelian bahan baku pisang kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 193

70. Pembelian bahan baku pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 194

71. Biaya penyimpanan pisang kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 195

72. Biaya penyimpanan pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya (satuan buah) 195

73. Biaya penyimpanan pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya (satuan kilogram) 195

74. Total biaya persediaan pisang kepok berdasarkan data agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 196

75. Perhitungan frekuensi dan jumlah unit pemesanan pisang kepok berdasarkan metode EOQ, 2021 197

76. Total biaya persediaan pisang kepok berdasarkan metode EOQ agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 198

77. Perbandingan total biaya persediaan pisang kepok oleh agroindustri dan model EOQ tahun 2021 199

78. Total biaya persediaan pisang tanduk berdasarkan data agroindustri pisang goreng beku Shamiya tahun 2021 200

79. Perhitungan frekuensi dan jumlah unit pemesanan pisang tanduk berdasarkan metode EOQ, 2021 201

80. Total biaya persediaan pisang tanduk berdasarkan metode EOQ agroindustri pisang goreng beku Shamiya Tahun 2021 202

81. Perbandingan total biaya persediaan pisang tanduk oleh agroindustri dan model EOQ tahun 2021 203

82. Penilaian persediaan bahan baku pisang kepok dengan metode FIFO pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 204

83. Penilaian persediaan bahan baku pisang tanduk dengan metode FIFO pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 205

84. Biaya bahan baku pisang kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 206

85. Biaya bahan baku pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya (satuan buah) 207

86. Biaya bahan baku pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya (satuan kilogram) 207

87. Biaya bahan tidak langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 208

88. Penggunaan tenaga kerja langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 211

89. Penggunaan tenaga kerja tidak langsung pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 215

90. Sumbangan input lain pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 218

91. Alokasi *common cost* dari jumlah produksi agroindustri pisang goreng beku Shamiya 221

92. Alokasi *common cost* bahan baku pisang kepok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 222

93. Biaya produksi agroindustri pisang goreng beku Shamiya 223

94. Biaya investasi dan depresiasi peralatan agroindustri pisang goreng beku Shamiya 225

95. Pendapatan agroindustri pisang goreng beku Shamiya per produksi 233

96. Pendapatan agroindustri pisang goreng beku shamiya dalam sebulan (satuan bungkus) 233

97. Pendapatan agroindustri pisang goreng beku shamiya dalam sebulan (satuan kilogram) 234

98. Keuntungan agroindustri pisang goreng beku Shamiya per produk 235

99. Bauran pemasaran agroindustri pisang goreng beku Shamiya 240

100. Hasil uji validitas dan reliabilitas 244

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Sistem agribisnis 12
2. Bauran pemasaran (*marketing mix*) 34
3. Bagan alir analisis keragaan agroindustri pisang goreng beku Shamiya 52
4. Struktur organisasi agroindustri pisang goreng beku Shamiya 85
5. Tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi Shamiya 87
6. Tata letak/ *layout* bangunan *outlet* Shamiya 88
7. Pola alir rantai pasok pisang kepok dan pisang tanduk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya 94
8. Proses pembuatan pisang goreng beku 121
9. Produk pisang goreng beku premium kepok dan premium 146
10. Lokasi pemasaran produk pisang goreng beku 161
11. Pemeraman pisang 246
12. Pengupasan pisang 246
13. Pengirisan pisang 247
14. Pengadonan dan penggorengan pisang 247
15. Pendinginan pisang goreng 248
16. Penyortiran pisang goreng 248
17. Pengemasan pisang goreng 249
18. Produk pisang goreng beku kepok *small* 249

19. Produk pisang goreng beku kepok *medium* 250

20. Produk pisang goreng beku kepok *large* 250

21. Tempat penyimpanan bahan baku pisang 251

22. Responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya 251

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian sebagai sektor pemimpin dalam pembangunan nasional. Pertanian menjadi salah satu sektor yang diandalkan dalam menunjang pembangunan ekonomi dan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat di Indonesia. Pembangunan pertanian harus disertai dengan pengembangan industri, baik industri hulu maupun industri hilir. Agroindustri merupakan industri pengolahan yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Pengembangan sektor pertanian ini selanjutnya tidak hanya untuk meningkatkan jumlah produksi saja, tetapi juga meningkatkan nilai tambah, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, serta dapat meningkatkan pendapatan produksi dari produk tersebut yaitu dengan cara melakukan usaha agroindustri (Apriyani, 2020).

Menurut Soekartawi (2010), strategi pembangunan pertanian yang berwawasan 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 nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan memperbaiki pembagian pendapatan. Selain itu sektor pertanian juga memberikan kontribusi peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pembangunan sektor pertanian di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku tahun 2020 yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Provinsi Lampung tahun 2020 (Juta Rupiah)

Lapangan Usaha	Nilai (Juta Rupiah)	Persentase (%)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	**106.029.143,42**	**29,90**
Pertambangan dan Penggalian	17.927.728,33	5,06
Industri Pengolahan	**68.831.828,81**	**19,41**
Electricity and Gas	568.916,34	0,16
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah dan Lainnya	383.700,50	0,11
Konstruksi	33.166.648,13	9,35
Perdagangan Besar dan Reparasi Kendaraan	39.513.690,72	11,14
Transportasi dan Pergudangan	17.775.025,10	5,01
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5.544.146,87	1,56
Informasi dan Komunikasi	15.272.830,72	4,31
Jasa Keuangan dan Asuransi	7.730.170,09	2,18
Real Estate	10.606.320,46	2,99
Jasa Perusahaan	529.980,15	0,15
Administrasi Pemerintahan dan Lainnya	12.825.590,59	3,62
Jasa Pendidikan	10.932.406,48	3,08
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	3.778.680,59	1,07
Jasa Lainnya	3.214.880,81	0,91
PDRB	**354.631.688,11**	**100**

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sektor yang memberikan sumbangan terbesar dalam PDRB Provinsi Lampung adalah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 29,90 persen. Hal ini dapat membuktikan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi pengembangan sektor pertanian yang cukup besar dan pada akhirnya dapat menambahkan dan mendukung sektor pertanian di daerah. Posisi kedua yang memberikan sumbangan terbesar dalam PDRB Provinsi Lampung adalah industri pengolahan yaitu sebesar 19,41 persen. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi dalam pengembangan sektor industri pengolahan.

Hampir seluruh komoditas hasil pertanian di Indonesia dapat diolah, salah satunya adalah pisang. Pisang mengandung gizi cukup tinggi, kolesterol

rendah serta vitamin B6 dan vitamin C tinggi. Zat gizi terbesar pada buah pisang masak adalah kalium sebesar 373 miligram per 100 gram pisang, vitamin A 250-335 gram per 100 gram pisang, dan klorin sebesar 125 miligram per 100 gram pisang. Pisang juga merupakan sumber karbohidrat, vitamin A dan C, serta mineral. Komponen karbohidrat terbesar pada buah pisang adalah pati pada daging buahnya, dan akan diubah menjadi sukrosa, glukosa, dan fruktosa pada saat pisang matang (Ismanto, 2015).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), Provinsi Lampung menduduki peringkat kedua produksi pisang pada tahun 2018 dan menjadi peringkat ketiga setelah Jawa Timur dan Jawa Barat pada tahun 2019 dan 2020. Apabila dilihat dari rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2018-2020, Provinsi Lampung menduduki peringkat kedua setelah Jawa Timur. Jumlah rata-rata produksi pisang di Indonesia pada tahun 2018-2020 mencapai 7.575.932,667 ton. Rata-rata produksi pisang pada sepuluh provinsi penghasil pisang terbanyak di Indonesia tahun 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2018-2020

Provinsi	**Produksi Tanaman Pisang (Ton)**				
	Tahun			**Rata-rata**	
	2018	**2019**	**2020**	**(Ton)**	**(%)**
Jawa Timur	2.059.922	2.116.974	2.618.795	2.265.230,00	29,9
Lampung	1.438.559	1.209.545	1.208.956	1.285.687,00	16,9
Jawa Barat	1.125.899	1.220.174	1.263.504	1.203.192,00	15,8
Jawa Tengah	613.871	621.536	798.599	678.002,00	8,9
Banten	277.771	257.342	290.266	275.126,30	3,6
Bali	238.804	231.794	242.242	237.613,30	3,1
Nusa Tenggara Timur	105.129	227.461	274.369	202.319,70	2,6
Sumatera Selatan	249.429	143.110	114.140	168.893,00	2,2
Sulawesi Selatan	136.100	142.492	146.539	141.710,30	1,8
Sumatera Barat	92.703	116.379	142.034	117.038,70	1,5

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa produksi pisang di Indonesia cukup berfluktuasi. Rata-rata produksi pisang di Provinsi Lampung tahun 2018-2020 cukup besar yaitu sebanyak 1.285.687 ton atau sebesar 16,9 persen dari

keseluruhan rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2018-2020. Hal ini mengakibatkan Provinsi Lampung menjadi salah satu provinsi yang memiliki potensi membangun agroindustri dengan bahan baku pisang. Produksi pisang di Provinsi Lampung berpotensi memajukan industri pengolahan yang ada di Provinsi Lampung dengan memanfaatkan pisang menjadi produk olahan (Badan Pusat Statistik, 2021).

Sektor industri memegang peran kunci sebagai mesin pembangunan karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dibanding sektor lain karena nilai kapitalisasi modal yang tertanam sangat besar, kemampuan menyerap tenaga kerja yang besar, juga kemampuan menciptakan nilai tambah (*value added creation*) dari setiap *input* atau bahan dasar yang diolah. Kontribusi yang semakin tinggi ditunjukkan oleh peranan sektor industri pada negara-negara berkembang. Kontribusi yang semakin tinggi dari sektor industri menyebabkan perubahan struktur perekonomian negara yang bersangkutan secara perlahan ataupun cepat dari sektor pertanian ke sektor industri (Arsyad, 2004).

Produk-produk industri selalu memiliki nilai tukar yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan dengan produk-produk sektor lain. Hal ini menyebabkan sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin dalam meningkatkan kemajuan perekonomian suatu negara. Tingginya peranan suatu sektor dalam perekonomian, akan memberikan gambaran bahwa sektor tersebut merupakan sektor andalan wilayah yang terus dapat dikembangkan dan dapat menjadi pendorong roda perekonomian agar semakin berkembang (Kuncoro, 2007). Bandar Lampung sebagai ibukota Provinsi Lampung, merupakan pusat pemerintahan Provinsi Lampung yang mempunyai potensi peningkatan pada sektor industri. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor industri pengolahan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi PDRB Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku, Tahun 2020 (dalam persen)

Lapangan Usaha	2020
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,77
Pertambangan dan Penggalian	3,53
Industri Pengolahan	**20,97**
Pengadaan Listrik dan Gas	0,12
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	0,28
Konstruksi	10,95
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	13,30
Transportasi dan Pergudangan	13,34
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2,57
Informasi dan Komunikasi	6,42
Jasa Keuangan dan Asuransi	5,09
Real Estate	6,01
Jasa Perusahaan	0,36
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	5,89
Jasa Pendidikan	3,65
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,11
Jasa Lainnya	1,64
PDRB	**100,00**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Bandar Lampung (2021), sektor industri pengolahan merupakan sektor yang memiliki kontribusi terbanyak untuk PDRB Kota Bandar Lampung. Kontribusi sektor industri pengolahan untuk PDRB Kota Bandar Lampung pada tahun 2020 sebesar 20,97 persen terlihat paling besar diantara sektor lainnnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan cukup memberikan peranan besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Bandar Lampung.

Agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu

perusahaan atau industri. Agroindustri memerlukan bahan baku untuk ditransformasikan dan menghasilkan suatu produk yang lebih bernilai. *Supply* bahan baku harus tetap dan berjalan agar agroindustri terus berproduksi (Saragih, 2001). Sektor industri pengolahan makanan ikut mengisi pertumbuhan dan perkembangan PDRB di Kota Bandar Lampung. Salah satu kelompok industri makanan yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah olahan pisang.

Agroindustri yang menggunakan bahan baku pisang banyak dijumpai di Kota Bandar Lampung. Masyarakat saat ini mulai menyukai produk-produk makanan dalam bentuk *instant* atau bentuk makanan olahan beku (*frozen food)*. Hal ini dikarenakan makanan olahan beku sangat mudah dan praktis untuk diolah menjadi makanan. Selain praktis, olahan makanan beku juga digemari karena harganya yang terjangkau dan dapat tahan lama. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya merupakan produsen pisang goreng beku di Kota Bandar Lampung. Agroindustri memiliki tiga sistem yaitu sistem pengadaan bahan baku, sistem pengolahan, dan sistem pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang paling utama dalam agroindustri, hal ini dikarenakan ketersediaan bahan baku suatu produk dapat mempengaruhi kinerja agroindustri, maka dari itu diperlukan adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan bahan baku pisang bagi agroindustri. Kegiatan lain yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan adalah kegiatan pengolahan. Dengan adanya kegiatan pengolahan yang baik, maka akan dihasilkan produk pisang goreng beku dengan kuantitas dan kualitas yang baik. Selain itu, faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran dengan mengkombinasikan komponen bauran pemasaran. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, diperlukan suatu analisis keragaan atau *performance* agroindustri pisang goreng beku Shamiya berdasarkan sistem pengadaan bahan baku, pengolahan dan pemasaran dalam

menunjang kegiatan agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam menjalankan usahanya.

B. Rumusan Masalah

Agroindustri pisang goreng beku Shamiya merupakan produsen pisang goreng beku pertama di Kota Bandar Lampung yang berdiri sejak tahun 2014 dan didirikan oleh Bapak MA. Bapak MA dalam merintis usahanya dari awal hingga sekarang didampingi oleh istrinya. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya pada awal berproduksi hanya dengan bermodalkan Rp 5.000.000,00 dan berproduksi hanya dari rumah, namun saat ini agroindustri telah mempunyai rumah produksi sendiri dan *outlet* Shamiya untuk memasarkan produknya. Agroindustri yang berlokasi di Jalan Pagar Alam tersebut mampu mempertahankan eksistensinya walaupun banyak pesaing yang menjual berbagai olahan pisang di sekitar agroindustri tersebut. Agroindustri pisang goreng beku ini memiliki tiga subsistem yaitu subsistem pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan dan subsistem pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Proses produksi pisang goreng beku diawali dengan memilih bahan baku pisang yang telah matang kemudian dikupas, diiris, digoreng setengah matang, didinginkan, dan dikemas.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dalam agroindustri pisang goreng beku. Kontinuitas pasokan bahan baku sangat diperlukan agar agroindustri dapat beroperasi secara terus menerus. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya tentu memerlukan para pemasok pisang untuk memenuhi kebutuhan bahan baku yang diperlukan. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya mendapatkan bahan baku pisang dari petani dan pedagang pengumpul dari daerah Jatimulyo, Lampung Timur, Metro dan Bandar Lampung. Hubungan antara pemasok bahan baku pisang dan agroindustri akan membentuk sebuah rantai pasok.

Agroindustri pisang goreng beku menghadapi suatu masalah yaitu terancam sulitnya untuk memperoleh bahan baku. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan pisang goreng beku adalah pisang jenis kepok dan tanduk. Untuk mendapatkan pisang jenis kepok dan tanduk terkadang cukup sulit mendapatkan kualitas pisang yang baik. Minimnya stok pisang jenis kepok dan tanduk di pasaran menjadikan pisang tersebut terkadang dibandrol dengan harga tinggi. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya membutuhkan bahan baku pisang sebanyak 14 ton/bulan sehingga apabila ketersediaan bahan baku tidak sesuai maka akan mempengaruhi kegiatan pengolahan. Hal ini menunjukkan diperlukan adanya manajemen yang baik dalam mengatur persediaan pisang yang dibutuhkan agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

Bahan baku pisang merupakan produk pertanian yang mudah rusak. Pisang banyak mengandung karbohidrat, gula, protein, dan vitamin C yang kadarnya lebih tinggi dibandingkan dengan buah-buahan lainnya, namun buah pisang sifatnya tidak dapat bertahan lama. Ketersediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting dan penjamin keberlangsungan produksi suatu agroindustri. Hal ini menandakan apabila terdapat kendala dalam ketersediaan bahan baku pisang, maka akan mempengaruhi keberlangsungan usaha agroindustri pisang goreng beku. Manajemen persediaan bahan baku oleh agroindustri diperlukan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kuantitas persediaan yang dibutuhkan oleh agroindustri dengan biaya persediaan yang efisien. Untuk menjaga kelangsungan agroindustri, diperlukan pengelolaan persediaan bahan baku yang tepat sehingga diperlukan manajemen persediaan dan perhitungan nilai akhir persediaan bahan baku pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

Kegiatan pengolahan merupakan kegiatan yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan. Kegiatan pengolahan yang baik akan meningkatkan jumlah produksi pisang goreng beku. Apabila kegiatan pengolahan berjalan dengan baik, tentunya akan meningkatkan keuntungan dan nilai tambah produk

agroindustri pisang goreng beku. Besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi pisang goreng beku perlu diketahui pada proses pengolahan dan melakukan perhitungan *break even point* (BEP). Agroindustri pisang goreng beku Shamiya selama ini belum menghitung *break even point* (BEP) sehingga perlu dilakukan perhitungan BEP untuk menghindari agroindustri dari kerugian.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran. Agroindustri tidak akan berjalan dengan baik apabila proses pemasaran yang dilakukan tidak tepat. Kegiatan pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan produk pisang goreng beku kepada masyarakat luas sehingga masyarakat dapat mengkonsumsi pisang goreng dalam bentuk makanan olahan beku sebagai salah satu pilihan camilan atau oleh-oleh. Pemasaran produk pisang goreng beku khususnya pengiriman ke luar kota mengalami hambatan karena adanya kebijakan PPKM sehingga mengakibatkan penurunan omzet hingga 30 persen. Kegiatan pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku dapat didukung dengan adanya penerapan bauran pemasaran yang melibatkan konsep 7P (*product, price, place, promotion, process, people,* dan *physical evidence*). Adanya penerapan bauran pemasaran dengan mengkombinasikan komponen 7P tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, oleh karena itu agroindustri pisang goreng beku harus mampu mengkombinasikan komponen 7P dengan baik agar dapat memperoleh keuntungan maksimal.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1) Bagaimana pola aliran rantai pasok, manajemen persediaan, dan penilaian persediaan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya?
2) Berapa jumlah penjualan yang harus dicapai, keuntungan, dan nilai tambah produk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya?
3) Bagaimana bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1) Menganalisis pola alir rantai pasok, manajemen persediaan, dan penilaian persediaan agroindustri pisang goreng beku Shamiya.
2) Menganalisis jumlah penjualan yang harus dicapai, keuntungan, dan nilai tambah produk pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya.
3) Menganalisis bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu :

1) Bagi agroindustri pisang goreng beku, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi untuk mengembangkan usaha pisang goreng beku.
2) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan untuk menyusun kebijakan dan pengambilan keputusan terkait dengan pengembangan dan keragaan agroindustri pisang goreng beku.
3) Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pembanding yang berhubungan dengan masalah-masalah relevan atau menyempurnakan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

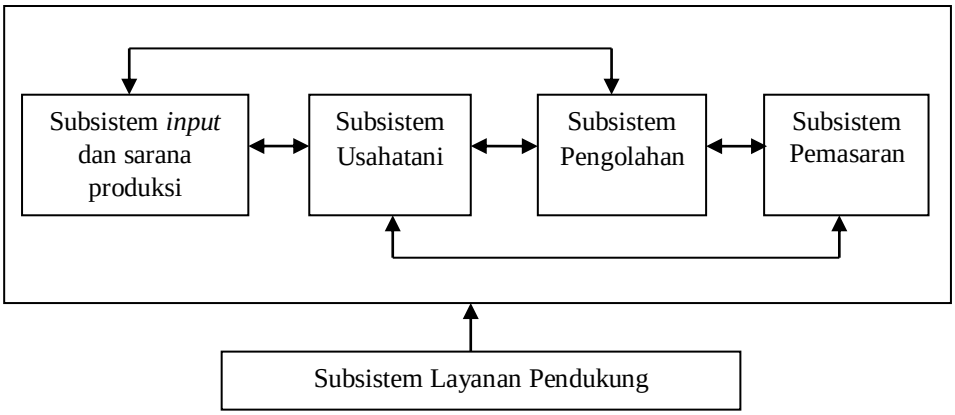
1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Menurut Firdaus (2012), agribisnis didefinisikan sebagai suatu kesatuan kegiatan usaha yang ada hubungannya dengan pertanian arti luas yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran. Pertanian dalam arti luas adalah suatu kegiatan usaha yang membantu kegiatan pertanian dan yang dibantu oleh kegiatan pertanian. Agribisnis melingkupi semua kegiatan mulai dari pengadaan sarana produksi pertanian (*farm supplies*) sampai dengan tataniaga produk pertanian yang dihasilkan usahatani atau hasil olahannya.

Agribisnis adalah suatu sistem dari kegiatan pra-budidaya dan budidaya, panen, pascapanen, dan pemasaran serta sektor penunjangnya sebagai suatu sistem yang saling terpadu serta sulit dipisahkan antara satu dan yang lainnya (Saragih, 2010). Agribisnis dapat dipandang dari sisi mikro maupun makro. Agribisnis pada sisi mikro adalah suatu unit bisnis di bidang pertanian yang senantiasa melakukan pertimbangan secara rasional. Agribisnis secara makro merupakan suatu sistem yang terdiri atas beberapa subsistem, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terkait dan terpadu (Davis dan Goldberg dalam Syahyuti, 2006). Sistem agribisnis terdiri atas lima subsistem (Downey dan Erickson, 1989), yaitu :

a. Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian
b. Subsistem usahatani
c. Subsistem pengolahan hasil pertanian (agroindustri)
d. Subsistem pemasaran
e. Subsistem lembaga penunjang

Ke lima subsistem tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain, seperti yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem agribisnis
Sumber : Sutawi, 2002

Agroindustri merupakan kegiatan yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut (Soekartawi, 2000). Agroindustri secara eksplisit merupakan perusahaan yang memproses bahan hewani (yang dihasilkan oleh hewan) atau nabati (yang berasal dari tanaman). Proses yang digunakan mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Produk agroindustri ini berupa produk bahan baku industri atau produk akhir yang siap dikonsumsi. Agroindustri merupakan bagian dari kelompok industri pertanian sejak produksi bahan pertanian primer, industri pengolahan sampai penggunaannya oleh konsumen. Agroindustri merupakan kegiatan yang saling berkaitan (interlasi) produksi,

pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran, dan distribusi produk pertanian.

Soekartawi (2000) mengatakan bahwa agroindustri dapat diartikan dalam dua hal, yaitu :

a. Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian. Menurut FAO, agroindustri merupakan suatu industri yang memanfaatkan bahan baku dari pertanian dengan jumlah minimal 20 persen dari jumlah bahan baku yang digunakan.
b. Agroindustri diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut mencapai tahapan pembangunan industri.

Agroindustri terdiri dari beberapa komponen yaitu (Hidayatullah, 2004) :

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 pada tenaga kerja adalah kualifikasi atau keterampilan dan upah.
c. Modal
   Faktor yang harus diperhatikan dalam memperoleh modal adalah kemudahan, tingkat bunga, dan ketersediannya.
d. Manajemen dan teknologi
   Manajemen dan teknologi terdiri atas tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.

e. Fasilitas penunjang

   Fasilitas penunjang terdiri atas penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur.

Beberapa alasan mengapa agroindustri secara terencana berwawasan lingkungan dapat membawa dampak positif bagi masyarakat dan daerah adalah (Sjarkowi dan Sufri, 2004):

a. Kerentanan pasar bagi produk primer dapat dikurangi dengan transformasi bahan mentah itu ke produk agroindustri.
b. Produk olahan dapat mengefisiensikan biaya.
c. Kemapanan hubungan kontrak dan transaksi jual beli produk agroindustri terhadap pihak pembeli domestik maupun luar negeri lebih terjamin.
d. Kekuatan usaha suatu agroindustri dalam struktur pasar domestik akan terpacu menjadi kuat apabila kemudian tumbuh industri hilir yang memproses barang jadi turunannya, karena merespon kebutuhan konsumen domestik yang besar jumlahnya dan semakin memiliki potensi daya beli.

Keberadaan agroindustri diharapkan dapat meningkatkan daya saing di bidang industri terutama pada produk yang menjadi komoditas unggulan. Hal ini dikarenakan ciri dari agroindustri yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan industri lainnya, antara lain:

a. Memiliki keterkaitan yang kuat dari industri hulu sampai ke hilir
b. Menggunakan sumberdaya alam lokal dan dapat diperbaharui.
c. Mampu memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif.
d. Dapat menampung tenaga kerja dalam jumlah besar.
e. Produk agroindustri pada umumnya bersifat cukup elastis (Bantacut, 2002).

2. Pisang

Pisang merupakan tanaman yang kaya akan nutrisi. Pisang memiliki kandungan karbohidrat, vitamin, lemak, protein, dan mineral. Kalium, fosfor, zat besi, magnesium, calsium, vitamin A, B, dan C adalah kandungan energi yang terdapat didalamnya (Sutomo, 2008). Pisang adalah nama umum yang diberikan pada tumbuhan terna raksasa berdaun besar memanjang dari suku Musaceae. Buah ini tersusun dalam tandan dengan kelompok-kelompok tersusun menjari yang disebut sisir. Pisang tidak mengenal musim panen, dapat berbuah setiap saat. Hasilnya dapat mencapai 1-17 sisir setiap tandan atau 4-40 kg per tandan tergantung jenisnya. Satu batang tanaman pisang menghasilkan 5 - 8 sisir buah setiap tandan. Hampir semua buah pisang memiliki kulit berwarna kuning ketika matang, meskipun ada beberapa yang berwarna jingga, merah, hijau, ungu, atau bahkan hampir hitam (Satuhu, 2000).

Menurut Radiyati (1990) pisang dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

a. Pisang yang dimakan dalam bentuk segar, misalnya : pisang ambon, raja sere, raja bulu, susu, seribu, dan emas.
b. Pisang yang dimakan setelah diolah terlebih dahulu, misalnya : pisang kepok, nangka, raja siam, raja bandung, kapas, rotan, gajah, dan tanduk.

Pisang banyak mengandung protein yang kadarnya lebih tinggi daripada buah-buahan lainnya, namun buah pisang mudah busuk. Untuk mencegah pembusukan dapat dilakukan pengolahan, misalnya dalam bentuk keripik, dodol, sale, dan lain-lain. Pisang dikenal sebagai buah yang berkhasiat bagi kesehatan karena pisang mengandung gizi yang baik antara lain menyediakan energi cukup tinggi dibandingkan dengan buah-buahan lain dan harganya juga relatif murah namun memiliki manfaat yang cukup besar. Rata–rata kandungan setiap 100 gr daging buah pisang terdiri atas energi 99 kkal, karbohidrat 25,60 gr, protein 1,30

gr, lemak 0,20 gr, serat 4,3 gr, kalsium 10 mg, fosfor 19 mg, zat besi 0,9 mg, tembaga 0,25 mg, potasium 475 mg, natrium 28 mg, vitamin B1 0,07 mg, vitamin B2 0,12 mg, vitamin C 4 mg, niasin 1 mg. Nilai gizi dari pisang per 100 gram berdasarkan Tabel Komposisi Pangan Indonesia dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai gizi dari pisang per 100 gram

Unsur Gizi	**Jumlah**
Air (g)	72,10
Energi (kkal)	99,00
Protein (g)	1,30
Lemak (g)	0,20
Karbohidrat (g)	25,60
Serat (g)	4,30
Kalsium (mg)	10,00
Besi (mg)	0,90
Kalium (mg)	475,00
Natrium (mg)	28,00
Vitamin C (mg)	4,00
Thiamin (mg)	0,07
Riboflavin (mg)	0,12
Niacin (mg)	1,00

Sumber : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2017)

Tanaman pisang dapat tumbuh di daerah tropis, baik dataran rendah maupun dataran tinggi dengan ketinggian tidak lebih dari 1.600 m di atas permukaan laut (dpl). Suhu optimum untuk pertumbuhan adalah 27°C, dan suhu maksimumnya 38°C, dengan keasaman tanah (pH) 4,5-7,5. Curah hujan yang optimum untuk pertumbuhan tanaman pisang berkisar antara 2000-2500 mm/tahun atau paling baik 100 mm/bulan. Apabila suatu daerah mempunyai bulan kering berturut-turut melebihi 3 bulan, maka tanaman pisang memerlukan tambahan pengairan agar dapat tumbuh dan berproduksi dengan baik. Tanaman pisang toleran akan ketinggian dan kekeringan. Tanaman pisang di Indonesia umumnya dapat tumbuh di dataran rendah sampai pegunungan setinggi 2.000 m dpl. Pisang ambon, nangka dan tanduk tumbuh baik sampai ketinggian 1.000 m dpl (Satuhu, 2000).

3. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku yaitu barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang mana dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari *supplier* atau perusahaan yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan/pabrik yang menggunakannya (Assauri, 1999). Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang ada di dalam suatu agroindustri. Banyaknya kuantitas dan seberapa baik kualitas bahan baku yang dikehendaki, akan sangat tergantung kepada jenis dan banyaknya keperluan bahan baku untuk pelaksanaan proses produksi dalam periode tertentu. Pengadaan bahan baku berfungsi menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, mutu yang baik dan tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Kekurangan bahan baku atau ketersediaan bahan baku yang tidak kontinyu akan berakibat pada sistem kerja yang tidak efektif dan efisien, dan menurunnya mutu bahan baku akan menurunkan mutu produk olahannya, oleh karena itu pengadaan bahan baku pada agroindustri harus terorganisir dengan baik (Mulyadi, 2009).

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku dapat dibedakan atau digolongkan menurut jenis posisi bahan baku di dalam urutan pengerjaan 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 *supplier* yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan.
b. Pengadaan bahan baku pembantu, yaitu pengadaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi untuk membantu berhasilnya proses produksi.
c. Pengadaan bahan baku setengah jadi atau barang dalam proses, yaitu pengadaan bahan-bahan yang keluar dari tiap bagian dalam suatu

proses produksi atau bahan yang telah diolah dan perlu diproses kembali untuk kemudian menjadi barang jadi.

Terdapat lima faktor yang perlu diperhatikan dalam sistem pengadaan bahan baku agar kegiatan pengolahan berjalan dengan lancar, yaitu:

a. Jumlah yang tepat.
   Masalah yang dihadapi adalah bahwa pabrik bekerja jauh di bawah kapasitas produksi terpasang, karena kekurangan bahan baku. Pengkajian faktor penentu produksi bahan baku dan penggunaan lain dari bahan baku perlu perhatian khusus. Jumlah bahan baku yang cukup perlu dipenuhi untuk menjamin berjalannya proses pengolahan sesuai dengan kapasitas

b. Mutu bahan baku.
   Perusahaan tidak hanya memikirkan ketersediaan bahan baku dari segi jumlah saja, tetapi juga dilihat dari segi persyaratan mutu. Jumlah yang banyak tidak akan berguna jika mutunya tidak sesuai dengan yang diperlukan.

c. Pemilihan waktu yang tepat.
   Waktu merupakan faktor yang penting dalam sistem pengadaan bahan baku agroindustri karena sifat biologis dari bahan baku tersebut. Karakteristik bahan baku yang tergantung pada waktu adalah musim, daya tahan, dan ketersediaan.

d. Biaya yang layak.
   Biaya bahan baku merupakan biaya terbesar dari proses agroindustri. Faktor produksi tambahan yang utama adalah tenaga kerja. Oleh karena biaya bahan baku merupakan penentu utama, maka perlu dilihat alternatif mekanisme harga dan kepekaan laba terhadap perubahan biaya.

e. Organisasi.

Ketersediaan mutu bahan baku pada waktu yang tepat dan biaya yang layak akhirnya tergantung pada organisasi sistem pengadaan. Pengorganisasian dapat diartikan sebagai penentuan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan, pengelompokan tugas-tugas dan membagikan pekerjaan pada setiap karyawan, penetapan departemen dan hubungan-hubungan (Sembiring, 1991 dalam Hidayatullah, 2004).

Prinsipnya semua perusahaan melaksanakan proses produksi akan menyelenggarakan persediaan bahan baku untuk kelangsungan proses produksi dalam perusahaan tersebut. Beberapa hal yang menyebabkan suatu perusahaan harus menyelenggarakan persediaan bahan baku menurut Ahyari (2003), sebagai berikut :

a. Bahan yang akan digunakan untuk pelaksanaan proses produksi perusahaan tersebut tidak dapat dibeli atau didatangkan secara satu persatu dalam jumlah unit yang diperlukan perusahaan serta pada saat barang tersebut akan dipergunakan untuk proses produksi perusahaan tersebut. Bahan baku tersebut pada umumnya akan dibeli dalam jumlah tertentu, dimana jumlah tertentu ini akan dipergunakan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi perusahaan yang bersangkutan dalam beberapa waktu tertentu pula. Keadaan semacam ini maka bahan baku yang sudah dibeli oleh perusahaan namun belum dipergunakan untuk proses produksi akan masuk sebagai persediaan bahan baku dalam perusahaan tersebut.

b. Perusahaan tidak mempunyai persediaan bahan baku, sedangkan bahan baku yang dipesan belum datang maka pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan tersebut akan terganggu. Ketidaktersediaan bahan baku tersebut akan mengakibatkan terhentinya pelaksanaan proses produksi pengadaan bahan baku dengan cara tersebut akan membawa konsekuensi bertambah

tingginya harga beli bahan baku yang dipergunakan oleh perusahaan. Keadaan tersebut tentunya akan membawa kerugian bagi perusahaan.

c. Perusahaan dapat menyediakan bahan baku dalam jumlah yang banyak untuk menghindari kekurangan bahan baku tetapi persediaan bahan baku dalam jumlah besar tersebut akan mengakibatkan terjadinya biaya persediaan bahan yang semakin besar pula. Besarnya biaya yang semakin besar ini berarti akan mengurangi keuntungan perusahaan. Risiko kerusakan bahan baku juga akan bertambah besar apabila persediaan bahan bakunya besar.

4. Rantai Pasok

Menurut Pujawan (2010), *supply chain* adalah jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya termasuk *supplier*, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik.

Menurut Ganeshan dan Harrison (1995) dalam Anititawati (2016), *supply chain* adalah sekumpulan aktivitas terkait jaringan fasilitas dan pilihan distribusi yang mencakup keseluruhan interaksi antara pemasok, perusahaan, manufaktur, distributor, dan konsumen yang menjalankan fungsi dari pengadaan material, pengolahan material tersebut menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi, dan pendistribusian barang jadi tersebut kepada pelanggan. Rantai pasok digunakan untuk menggambarkan pengelolaan aliran barang, informasi, dan keuangan di seluruh rantai pasokan. Dalam penelitian ini, rantai pasok digunakan untuk menggambarkan aliran barang, informasi, pembayaran dan jasa dari *supplier* barang mentah (petani pisang) ke pedagang pengumpul dan kemudian yang ditujukan pada agroindustri.

Menurut Arif (2018), manajemen rantai pasok adalah sebagai sebuah rantai *supply*, rantai pasokan, jaringan logistik atau jaringan pasok adalah sebuah sistem terkoordinasi yang terdiri atas organisasi, sumberdaya manusia, aktivitas, informasi dan sumberdaya lainnya yang terlibat secara bersama-sama dalam memindahkan suatu produk atau jasa baik dalam bentuk fisik maupun *virtual* dari suatu pemasok kepada pelanggan. Tiap-tiap tingkat dari rantai pasokan dihubungkan melalui aliran produk, informasi dan keuangan. Aliran ini biasanya terjadi secara langsung dan mungkin diatur oleh satu tingkat atau perantara. Ada tiga macam komponen dalam rantai pasokan, yaitu:

a. Rantai pasokan hulu

   Bagian rantai pasok hulu meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya yang mana terdapat manufaktur, *assembler*, atau kedua-duanya dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur *second-trier*). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya, bijih tambang dan pertumbuhan tanaman). Di dalam *upstream supply chain*, aktivitas yang utama adalah pengadaan bahan baku.

b. Manajemen *internal* rantai pasokan

   Bagian dari *internal supply chain* meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai *supply internal*, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi dan pengendalian persediaan.

c. Segmen rantai pasokan hilir

   Bagian rantai pasok hilir meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan akhir. *Downstream supply*

chain, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi dan *after sales service*.

Supply chain management diharapkan memiliki prinsip yang mendasari setiap kegiatan dalam prosesnya, agar dalam pelaksanaannya tepat sasaran. Menurut Siahaya (2013), ada beberapa prinsip dalam *supply chain management*, yaitu:

a. Prinsip integrasi
   Semua elemen yang terlibat dalam rangkaian *supply chain management* berada dalam satu kesatuan yang kompak dan bersama menyadari adanya saling ketergantungan.
b. Prinsip jejaring
   Semua elemen berada dalam hubungan kerja yang selaras.
c. Prinsip ujung ke ujung
   Prinsip operasional mencakup elemen pemasok yang paling hulu sampai ke konsumen yang paling akhir.
d. Prinsip saling tergantung
   Setiap elemen dalam *supply chain mangement* menyadari bahwa untuk mencapai tujuan bersama dan meningkatkan daya saing, diperlukan kerjasama yang saling menguntungkan
e. Prinsip komunikasi
   Data yang akurat memberikan informasi tepat yang memperlancar aliran barang.
f. Prinsip kemitraan
   Pemasok, manufaktur, distributor dan pelanggan bekerjasama, saling berbagi dan mengkomunikasikan informasi, mempunyai tujuan yang sama, saling percaya dan mengutamakan kualitas serta waktu.
g. Prinsip dukungan
   Mendapat dukungan penuh dari manajemen dan fungsi operasional perusahaan dalam proses perencanaan, koordinasi, pelaksanaan dan pengendalian.

5. Manajemen Persediaan

Menurut Herjanto (2007), persediaan adalah suatu bahan atau barang yang disimpan dan digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Suatu perusahaan tidak dapat beroperasi apabila tidak ada persediaan. Persediaan dapat berupa bahan mentah, barang dalam proses dan barang jadi. Perencanaan dan pengendalian persediaan merupakan suatu kegiatan penting dalam manajemen perusahaan, karena persediaan merupakan salah satu aset penting dalam perusahaan.

Manajemen persediaan menentukan jumlah persediaan yang optimal dengan biaya total yang minimal. Persediaan atau *inventory* meliputi bahan mentah atau bahan baku, bahan pembantu, bahan dalam proses atau *work in process*, suku cadang, dan barang jadi atau *finished good*. Alasan perlunya manajemen persediaan adalah karena timbulnya ketidakpastian permintaan, ketidakpastian pasokan *supplier*, dan ketidakpastian waktu pemesanan. Terdapat beberapa jenis persediaan, setiap jenis pesediaan memiliki karakteristik khusus tersendiri dan cara pengelolaannya yang berbeda. Menurut Handoko (2014), persediaan dapat dibedakan atas:

a. Persediaan bahan mentah (*raw materials*) merupakan persediaan barang-barang berwujud seperti baja, kayu, dan komponen lainnya yang digunakan dalam proses produksi.
b. Persediaan komponen rakitan (*purchase parts*) merupakan persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen yang diperoleh dari perusahaan lain, dimana secara langsung dapat dirakit menjadi suatu produk.
c. Persediaan bahan pembantu (*supplies*) merupakan persediaan barang-barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi tidak merupakan bagian atau komponen barang jadi.
d. Persediaan barang dalam proses (*work in process*) merupakan persediaan barang-barang yang merupakan keluaran dari tiap-tiap

bagian dalam proses produksi atau yang telah diolah menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi.

e. Persediaan barang jadi (*finished goods*) merupakan persediaan barang-barang yang telah selesai diproses atau diolah dalam pabrik dan siap dijual atau dikirim kepada pelanggan.

Salah satu cara dalam perhitungan manajemen persediaan adalah *economic order quantity* (EOQ). Menurut Rangkuti (2004), *economic order quantity* (EOQ) adalah suatu cara untuk memperoleh sejumlah barang dengan biaya minimum dan adanya pengawasan terhadap biaya pemesanan (*ordering cost*) dan biaya penyimpanan (*carrying cost*). Sedangkan Martono (2002) menjelaskan bahwa *economic order quantity* (EOQ) adalah jumlah barang yang dapat dibeli dengan biaya persediaan yang minimum atau sering disebut jumlah pesanan bahan yang optimal. Metode ini dapat digunakan dengan baik untuk barang-barang yang dibeli maupun diproduksi sendiri. Rumus EOQ yang biasa digunakan adalah:

$$\text{EOQ} = \sqrt{\frac{2\,S\,D}{H}}$$

Keterangan:
D = Permintaan yang diperkirakan per periode waktu.
S = Biaya pemesanan per pesanan.
H = Biaya penyimpanan per unit per tahun.
EOQ = Jumlah pembelian yang ekonomis.

Terdapat beberapa asumsi dalam perhitungan manajemen persediaan dengan EOQ menurut Heizer dan Barry (2011), yaitu:

a. Jumlah pembelian tetap,
b. *Lead time* konstan,
c. Barang yang dipesan selalu tersedia,
d. Tidak ada diskon,
e. Biaya melakukan pemesanan dan biaya menyimpan persediaan merupakan biaya variabel dalam waktu tertentu. Pemesanan dilakukan pada waktu yang tepat untuk menghindari *stock out*.

6. Perhitungan Nilai Akhir Persediaan Bahan Baku

Tingkat penjualan sangat mempengaruhi persediaan bahan baku perusahaan. Manajemen persediaan oleh perusahaan terlaksana secara efektif apabila adanya peramalan penjualan. Faktor volume penjualan dan jangka waktu proses produksi serta daya tahan produk akhir mempengaruhi besarnya persediaan. Perhitungan nilai akhir persediaan perlu dilakukan untuk membandingkan antara pendapatan yang diterima dengan biaya yang telah dikeluarkan. Tujuannya adalah untuk mengetahui nilai persediaan yang tersisa dalam suatu periode dan untuk menentukan harga pokok penjualan, modal dan laba rugi perusahaan. Penilaian persediaan berpengaruh terhadap kelayakan hasil usaha dan posisi keuangan perusahaan (Herjanto, 2007).

Menurut Harahap dan Tukino (2020) penilaian persediaan bahan baku dilakukan pada akhir periode. Penilaian persediaan bahan baku dengan metode perpetual yaitu:

a. Metode FIFO (*First In First Out*)
   Nilai persediaan akhir pada metode ini adalah harga pokok dari barang terakhir kali dibeli.
b. Metode LIFO (*Last In First Out*)
   Nilai persediaan akhir pada metode ini adalah harga pokok dari barang pertama kali dibeli.
c. Metode rata-rata tertimbang (*Weight Average*)
   Harga pokok penjualan per unit dihitung berdasarkan rata-rata harga perolehan per unit dari barang yang tersedia untuk dijual.

Perhitungan nilai akhir persediaan bahan baku dengan metode perpetual merupakan salah satu cara pencatatan persediaan barang dagangan. Perhitungan metode ini dilakukan dengan mencatat seluruh kenaikan dan penurunan persediaan barang dagangan. Persediaan bahan baku langsung masuk bersama adanya pembelian dan keluar jika ada

pemakaian persediaan, sedangkan persediaan barang jadi masuk ketika adanya produksi barang jadi kemudian keluar karena adanya penjualan barang jadi (Harahap dan Tukino, 2020).

7. Metode Perhitungan Nilai Akhir Persediaan Bahan Baku *First In First Out* (FIFO)

Metode *First In First Out* (FIFO) didasarkan atas asumsi bahwa harga barang persediaan yang sudah terjual atau terpakai dinilai menurut harga pembelian barang yang terdahulu masuk. Dengan demikian, persediaan akhir dinilai menurut harga pembelian barang yang terakhir masuk. Persediaan bahan baku masuk artinya pembelian sedangkan persediaan bahan baku keluar artinya bahan baku dipakai atau diproduksi (Herjanto, 2007).

Metode FIFO umumnya digunakan untuk barang yang tidak tahan lama dan atau barang yang bentuknya sering berubah. Perusahan yang menggunakan bahan baku produk pertanian umumnya menggunakan metode FIFO karena sifat dari produk pertanian itu sendiri yang tidak tahan lama dan cepat rusak. Metode ini konsisten dengan arus fisik atau pergerakan barang. Biaya persediaan yang digunakan akan dimasukkan ke dalam harga pokok penjualan dengan urutan yang sama saat biaya tersebut terjadi (Wadiyo, 2020).

Menurut Hermawan (2008), penilaian persediaan bahan baku dengan metode FIFO cenderung menghasilkan persediaan yang nilainya tinggi dan menghasilkan harga pokok penjualan yang paling rendah. Hal tersebut terjadi pada saat adanya peningkatan harga bahan baku atau selama masa inflasi. Namun, tingginya laba kotor hanya bersifat sementara karena persediaan harus diganti dengan harga yang terus meningkat. Metode ini lebih tepat dan realistis untuk semua sifat produk. Realistisnya yaitu pada pembelian bahan baku pertama kali maka bahan baku itulah yang digunakan atau dijual pertama kali pula.

8. Pengolahan pada Agroindustri

Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan suatu alternatif terbaik untuk dikembangkan. Artinya, pengembangan industri pengolahan diperlukan guna terciptanya keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Industri pengolahan (agroindustri) akan mempunyai kemampuan yang baik jika kedua sektor tersebut di atas memiliki keterkaitan yang sangat erat baik keterkaitan kedepan (*forward linkage*) maupun kebelakang (*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 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 (Hidayatullah, 2004).

Terdapat beberapa alasan pentingnya peranan agroindustri pada 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 nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan saja menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.
c. Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.
   Bila hasil pertanian langsung dijual tanpa diolah terlebih dahulu maka kesempatan kerja pada kegiatan pengolahan akan hilang.

Sebaliknya bila dilakukan pengolahan maka banyak tenaga kerja yang diserap. Komoditas pertanian tertentu kadang-kadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada pengolahan.

d. Meningkatkan keterampilan produsen.
   Keterampilan dalam mengolah hasil akan menyebabkan terjadi peningkatan keterampilan secara kumulatif sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan yang lebih besar.
e. Meningkatkan pendapatan produsen.
   Konsekunsi logis dari hasil olahan yang lebih baik adalah menyebabkan total penerimaan lebih tinggi karena kualitas hasil yang lebih baik dan harganya lebih tinggi (Soekartawi, 2000).

9. Teori Biaya

Biaya merupakan nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa, yang diukur dengan rupiah penurunan aktiva atau kenaikan kewajiban (Subiyanto dan Suripto, 1993). Menurut Supriyono (2002), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan digunakan sebagai pengurang keberhasilan. Biaya dapat digolongkan menurut elemen-elemen produknya, yaitu bahan, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik. Klasifikasi biaya kedalam tiga golongan tersebut berguna untuk mengukur laba dan menentukan harga jual. Bahan dan tenaga kerja diklasifikasikan lebih lanjut kedalam langsung dan tidak langsung. Bahan tidak langsung (penolong) dan tenaga kerja tidak langsung merupakan bagian dari *overhead* pabrik. Penggolongan biaya menurut elemen-elemen produknya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Biaya bahan, merupakan unsur pokok yang digunakan dalam produksi, yang diubah menjadi produk jadi dengan menggunakan tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik. Biaya bahan terdiri dari bahan langsung dan bahan tidak langsung. Bahan langsung merupakan bahan yang digunakan untuk produksi yang dapat

diidentifikasikan dengan produk, mudah ditelusur kepada produk, dan merupakan biaya yang besar atas produk yang bersangkutan. Bahan tidak langsung merupakan bahan yang digunakan untuk produksi yang tidak diklasifikasikan sebagai bahan langsung.

b. Biaya tenaga kerja, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar usaha fisik dan mental yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk. Biaya tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung merupakan tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan produksi yang dapat diidentifikasikan dengan produk, mudah ditelusur kepada produk, dan merupakan biaya yang besar atas produk yang bersangkutan. Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang terlibat dengan kegiatan produksi yang tidak diklasifikasikan sebagai tenaga kerja langsung.

c. Biaya *overhead* pabrik, meliputi semua biaya produksi selain biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Terdiri dari biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya produksi tidak langsung lainnya (sewa pabrik, utiliti pabrik, dll) (Subiyanto dan Suripto, 1993).

10. Break Even Point (BEP)

Menurut Prasetya dan Lukiastuti (2009), analisis *Break Even Point* (BEP) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik, dalam unit atau rupiah, yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik tersebut dinamakan titik BEP. Menurut Firdaus (2012), analisis Titik Impas (*Break Event Point* = BEP) adalah suatu teknis analisis untuk mempelajari hubungan antara biaya (biaya tetap dan biaya variabel), keuntungan dan volume kegiatan sehingga analisis ini sering disebut *Cost Profit Volume Analysis* (*CPV analysis*). Herjanto (2007) menyatakan bahwa analisis pulang pokok (*break-even analysis*) adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam

kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan bahwa biaya sama dengan pendapatan. Titik itu disebut sebagai titik pulang pokok atau *break even point* (BEP). Menurut Herjanto (2007), analisis BEP meliputi BEP dalam rupiah dan BEP dalam unit dengan rumus sebagai berikut:

a. BEP (Rp)

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{Biaya\ tetap\ total}{1-\frac{Biaya\ variabel\ per\ unit}{Harga\ jual\ per\ unit}}$$

b. BEP (unit)

$$\text{BEP (unit)} = \frac{Biaya\ tetap\ total}{Harga\ jual\ per\ unit - Biaya\ variabelper\ unit}$$

11. Keuntungan

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 yang diperlukan untuk menghasilkan produksi (Kartadinata, 2000).

Menurut Kartadinata (2000), besarnya keuntungan agroindustri dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$$

Total pendapatan adalah total nilai produksi fisik yang dihasilkan dikali dengan harga jual produk tersebut, sedangkan total biaya adalah seluruh pengeluaran yang digunakan untuk membayar faktor produksi dalam memproduksi produk tersebut.

12. *Common Cost* (Biaya Bergabung)

Perhitungan biaya produksi dalam penelitian kali ini dilakukan dengan menghitung biaya bergabung atau *common cost*. *Common cost* tidak sama dengan biaya bersama karena biaya bergabung (*common cost*) bersifat dapat diidentifikasi dan ditelusur kepada masing-masing produk yang dihasilkan (Subiyanto dan Suripto, 1993). Sebenarnya keduanya mempunyai perbedaan yakni biaya bersama tidak mungkin dipisahkan sedangkan biaya bergabung adalah biaya untuk memproduksi dua atau lebih produk yang terpisah dengan fasilitas sama pada saat yang bersamaan. Jadi biaya bergabung dapat diikuti jejak alirannya ke berbagai produk yang terpisah atas dasar sebab-akibat, atau dengan cara menelusuri jejak penggunaan fasilitas. Pada penelitian ini, biaya bergabung yang dikeluarkan dalam proses produksi pisang goreng beku adalah biaya bahan tidak langsung, biaya penyusutan peralatan, biaya transportasi, biaya listrik, biaya pemesanan, biaya tak terduga (lain-lain), biaya sewa tempat dan biaya tenaga kerja.

13. Nilai Tambah

Menurut Hayami (1987) dalam Sudiyono (2004) nilai tambah (*added value*) merupakan kenaikan nilai suatu produk atau komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Nilai tambah dapat meningkatkan guna bentuk komoditas pertanian. Selisih antara nilai produk dengan nilai bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja disebut dengan nilai tambah dalam proses. Marjin merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya saja, dalam marjin ini terdiri atas unsur faktor produksi yang digunakan dan balas jasa pengusaha pengolahan.

Suatu agroindustri selain mampu memperoleh keuntungan yang berlanjut juga diharapkan mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi. Nilai

tambah yang diperoleh dari pengolahan adalah selisih antara nilai komoditas yang mendapat treatment pada suatu tahap dengan nilai korbanan yang harus dikeluarkan selama proses produksi terjadi. Jika nilai tambah yang didapatkan lebih dari 50 persen maka nilai tambah tergolong besar dan sebaliknya, jika nilai tambah yang didapat kurang dari 50 persen maka nilai tambah tergolong kecil (Sudiyono, 2004). Analisis nilai tambah berfungsi sebagai salah satu indikator dalam keberhasilan sektor agribisnis. Kegunaan dari menganalisis nilai tambah menurut Soekartawi (2000) adalah untuk mengetahui:

a. Besar nilai tambah yang akan terjadi akibat perlakuan tertentu yang diberikan pada komoditas pertanian.
b. Distribusi imbalan yang diterima pemilik dan tenaga kerja.
c. Besarnya kesempatan kerja yang diciptakan dari kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.
d. Besar peluang serta potensi yang dapat diperoleh dari suatu sistem komoditas di suatu wilayah tertentu dari penerapan teknologi pada satu atau beberapa subsistem didalam sistem komoditas.

Menurut Hayami (1987) dalam Sudiyono (2004) terdapat dua cara untuk menghitung nilai tambah yakni nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai tambah pengolahan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang penting adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja. Faktor pasar yang penting yaitu harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain selain bahan baku dan tenaga kerja.

Menurut Hayami (1987) dalam Sudiyono (2004) menganalisis nilai tambah memiliki tujuan untuk menaksir balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja langsung dan pengelola. Analisis nilai tambah Hayami memperkirakan perubahan bahan baku setelah mendapatkan perlakuan. Analisis nilai tambah Hayami mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan dari metode Hayami yaitu:

a. Dapat diketahui besarnya nilai tambah dan *output*.
b. Dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor-faktor produksi, diantaranya seperti tenaga kerja, modal, sumbangan input lain dan keuntungan.
c. Prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat digunakan untuk subsistem lain selain pengolahan, seperti analisis nilai tambah pemasaran.

Kelemahan dari metode Hayami yaitu :

a. Pendekatan rata-rata tidak tepat jika diterapkan pada unit usaha yang menghasilkan banyak produk dari satu jenis bahan baku.
b. Tidak dapat menjelaskan nilai output produk sampingan.
c. Sulit menentukan pembanding yang dapat digunakan untuk menyatakan apakah balas jasa terhadap pemilik faktor produksi sudah layak atau belum.

14. Bauran Pemasaran

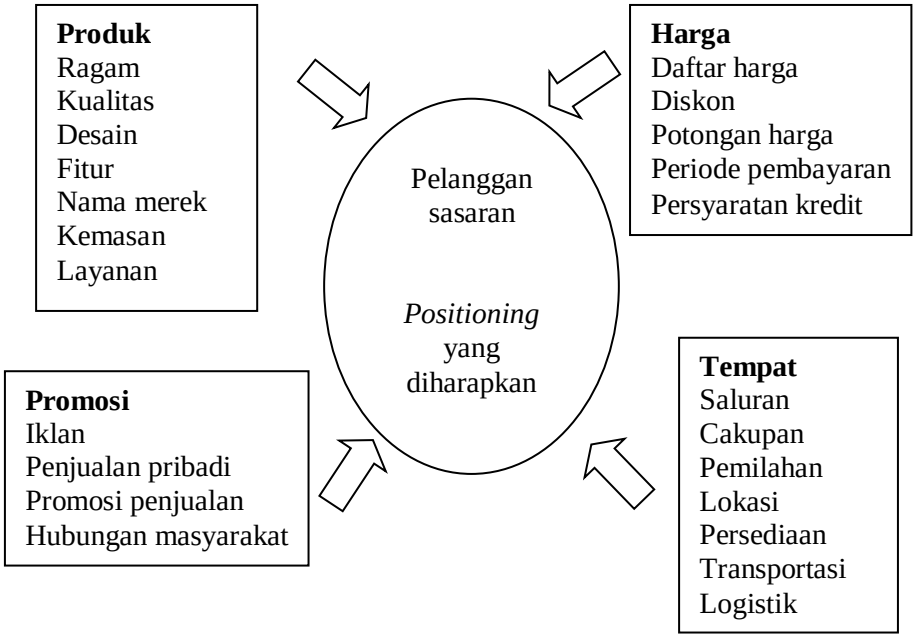
Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dalam mencapai keberhasilan pemasaran, setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengombinasikan elemen-elemen bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2008) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Bauran pemasaran dari sudut pandang penjual, merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Akan tetapi, dilihat dari sudut pandang pembeli bauran pemasaran merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan.

Komponen-komponen dari bauran pemasaran yang sering disebut empat P tersebut antara lain adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler dan Keller, 2008).

Menurut Kotler dan Keller (2008) ada empat variabel dalam bauran pemasaran, yaitu :

a. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
b. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk.
c. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
d. Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

Dari penjelasan di atas dapat digambarkan empat variabel bauran pemasaran dalam Gambar 2.



Gambar 2. Bauran pemasaran (*marketing mix*)
Sumber : Kotler dan Keller (2008)

Menurut Tjiptono (2005) perkembangannya penerapan 4P dipandang terlalu sempit hal ini karena:

a. Karakteristik *intangible* pada jasa diabaikan dalam kebanyakan analisis mengenai bauran pemasaran.
b. Unsur harga mengabaikan fakta bahwa jasa yang diproduksi oleh sektor publik tanpa pembebanan harga akhir pada konsumen akhir.
c. Mengabaikan promosi jasa yang dilakukan personil produksi tepat pada saat konsumsi jasa.
d. Oversimplifikasi terhadap unsur-unsur distribusi yang relevan dengan keputusan distribusi jasa strategik.
e. Pendekatan bauran pemasaran dianggap mengabaikan masalahdalam mendefinisikan konsep kualitas pada *intangible service*.
f. Bauran pemasaran tradisional melupakan arti penting orang (*people*),baik dari produsen, konsumen maupun pelanggan.

Kelemahan-kelemahan tersebut mendorong para pakar pemasaran untuk mendefinisikan ulang bauran pemasaran sehingga lebih aplikatif untuk sektor jasa. Hasil dari perkembangan 4P tradisional adalah 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*) (Yazid, 2001). 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 et.al, 2010) adalah:

a. Produk (*Product*)

   Menurut Kotler dan Keller (2008) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa kombinasi komponen produk untuk barang-barang konsumsi terdiri dari barang-barang itu sendiri, potongannya, model,

warna, cap dagang, pengemasan dan lebelnya, kualitas, tampang, serta keawetannya. Berbeda halnya untuk barang industri yang kombinasi komponennya terdiri dari model atau variasi, tampang, keawetan, spesifikasi teknis dan ketangguhannya (Hasyim, 1996). Pada penelitian ini, komponen produk berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bentuk, ukuran, dan jumlah produksi, kemasan, merek, dan keawetan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen produk akan dinilai dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan pisang goreng beku.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa (Kotler dan Keller, 2008). Pada penelitian ini, komponen harga berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga, pemberian potongan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, pemberian potongan harga dan sistem pembayaran yang dilakukan. Harga bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas, sebelum membeli barang atau jasa. Bagi penjual, yang penting adalah bagaimana menetapkan harga yang pantas, terjangkau dan tidak merugikan perusahaan (Mursid, 2006). Pendekatan penetapan harga umum yang dilakukan perusahaan-perusahaan yaitu:

1) Penetapan harga berdasarkan biaya
   a) Penetapan harga berdasar biaya-plus, metode penetapan harga berdasarkan biaya-plus adalah metode penetapan

harga yang paling sederhana, yaitu dengan menambahkan bagian laba (*mark up*) standar ke dalam biaya produk.

b) Penetapan harga titik impas (penetapan harga laba sasaran), menetapkan harga pada titik impas atas biaya pembuatan dan pemasaran sebuah produk atau menetapkan harga untuk menghasilkan laba sasaran.

2) Penetapan harga berdasarkan nilai

Metode penetapan harga ini menggunakan persepsi para pembeli tentang nilai, bukan pada biaya penjual sebagai kunci dalam penetapan harga. Di sini harga dipertimbangkan bersama dengan variabel-variabel bauran pemasaran lainnya sebelum program pemasaran ditetapkan. Penetapan harga bermula dari penganalisisan kebutuhan konsumen dan persepsi terhadap nilai dan harga ditetapkan supaya sesuai dengan persepsi konsumen tentang nilai.

3) Penetapan harga berdasarkan persaingan

Bentuk penetapan harga berdasarkan persaingan adalah penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku (*going rate pricing*), di mana perusahaan mendasarkan harga produknya terutama pada harga yang ditetapkan oleh para pesaing, dengan sedikit sekali memperhatikan biaya yang dikeluarkannya ataupun permintaan pasar (Kotler dan Keller, 2008).

Penetapan harga jual pada penelitian ini dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Harga pokok produksi adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi (Supriyono, 2002). Menurut Hansen dan Mowen (2009), harga pokok produksi mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Penentuan harga pokok produksi bertujuan untuk melihat biaya yang dikeluarkan selama proses produksi agroindustri. Analisis harga pokok produksi pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya yaitu berdasarkan produksi pisang

goreng beku 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. 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, 2009).

c. Tempat atau distribusi (*Place*)

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Pemilihan lokasi yang tepat akan membuat sebuah gerai lebih sukses dibandingkan dengan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun menjual produk yang sama, jumlah pramuniaga dan keterampilannya sama. Letak tempat yang strategis akan menentukan volume penjualan. Tempat yang strategis adalah tempat yang banyak dilalui atau dikunjungi banyak orang dan alat transportasi. Lokasi penjualan merupakan saluran distribusi untuk mendapatkan konsumen. Lokasi penjualan sangat menentukan karena merupakan domisili pedagang untuk memasarkan produknya (Mursid, 2006).

Komponen kombinasi distribusi, terdiri dari persediaan dan pengawasan persediaan, macam angkutan yang akan dipergunakan, metode distribusi, saluran distribusi (melalui grosir, pedagang eceran, agen, pedagang pemegang hak dagang, atau langsung kepada konsumen), serta jumlah dan lokasi depot-depot yang akan dipergunakan. Semua komponen tersebut harus diselidiki dengan seksama serta diintegrasikan dengan kombinasi komponen pemasaran yang lain untuk mencapai tujuan operasi pemasaran dengan efisien. Faktor-faktor utama yang perlu mendapat perhatian

dalam hal ini adalah beban biaya berbagai jenis saluran distribusi, jarak antara pabrik dengan pemakai, luas pasaran yang ingin dilayani perusahaan, serta sejauh mana perusahaan ingin menguasai distribusi fisik barang (Hasyim, 1996).

Pada penelitian ini, komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen tempat akan dinilai dengan melihat kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, kenyamanan tempat pemasaran, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

d. Promosi (*Promotion*)

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, cerita dan kegiatan-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.

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*) (Hasyim, 1996). Pada penelitian ini, komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, promosi akan dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, kegencaran promosi, promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

e. Proses (*Process*)

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. Hal ini menyebabkan banyak strategi perusahaan ditentukan saat keputusan proses ini (Heizer, 2011).

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, dan biaya, serta, 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, 2011).

Pada penelitian ini, komponen proses pada bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk, proses produksi yang sesuai, dan kompetensi karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen proses akan dinilai dengan melihat apakah pelayanan dilakukan dengan baik, pelayanan dilakukan dengan cepat dan tangkas, pelayanan dilakukan dengan baik melalui telepon, proses pemilihan produk yang nyaman, dan pengawasan karyawan yang ketat pada saat pemilihan produk.

f. Sumberdaya manusia (*People*)

Orang (*People*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh

terhadap keberhasilan penyampaian jasa (Kotler dan Amstrong, 2012). Pada penelitian ini, komponen sumberdaya manusia berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen dilihat dari pelayanan karyawan dan penampilan karyawan, pembagian kerja, motivasi kerja serta penghargaan yang diberikan kepada karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen sumberdaya manusia akan dinilai dengan melihat pelayanan karyawan, sikap (*attitude*) karyawan, penampilan karyawan, pekerjaan karyawan yang optimal, dan kehandalan karyawan.

g. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik (*Physical Evidence*) merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012). Pada penelitian ini, komponen bukti fisik berdasarkan perspektif pemilik agroindustri atau penjual akan dinilai dengan melihat kerapihan produk, kondisi lingkungan agrondustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen, kenyamanan tempat, dan fasilitas parkir, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen atau pembeli, komponen bukti fisik akan dinilai dengan melihat penataan produk, tampilan ruangan, kebersihan lokasi, ruangan yang nyaman bagi konsumen, serta fasilitas parkir yang tersedia.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dicantumkan merupakan penelitian yang dijadikan acuan dan referensi. Penelitian terdahulu dapat mempermudah pengumpulan informasi dan metode analisis yang akan digunakan untuk pengolahan data. Penelitian terdahulu yang membahas mengenai keragaan agroindustri sudah terbilang cukup banyak, akan tetapi penelitian mengenai keragaan agroindustri pisang goreng beku 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. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ada pada tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan dan pemasaran. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang menggunakan analisis manajemen persediaan dan penilaian persediaan, *break even point* (BEP), nilai tambah, keuntungan dan bauran pemasaran. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah adanya analisis pola alir rantai pasok dan perbedaan dalam hal waktu, tempat, komoditas yang diteliti dan lokasi penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diketahui bagaimana pola alir rantai pasok, manajemen persediaan bahan baku, penilaian persediaan bahan baku, *break even point* (BEP), keuntungan, nilai tambah pada kegiatan pengolahan dan sistem pemasaran berupa bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Aidawati, Murniati, dan Riantini, 2021)	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pendapatan	1. Pengadaan bahan baku Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo telah memenuhi kriteria tepat tempat dan tepat harga, namun belum memenuhi kriteria tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat waktu. 2. Agroindustri tersebut menguntungkan. 3. Strategi pemasaran lebih menekankan kepada bauran sumberdaya manusia, produk, tempat, lingkungan fisik, dan proses, namun bauran harga dan promosi belum menjadi prioritas dalam strategi pemasaran klanting.
2	Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung (Syarief, Lestari dan Kasymir, 2019)	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pengadaan bahan baku 4. Analisis kinerja produksi 5. Analisis pendapatan 6. Analisis nilai tambah	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. 3. Pendapatan untuk Agroindustri sudah baik dan menguntungkan dengan nilai R/C>1 yang artinya layak untuk diusahakan. 4. Nilai tambah pada agroindustri ini memberikan nilai tambah positif. 5. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi. Rantai pemasaran pada agroindustri ini terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. 6. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan agroindustri kerupuk bawang.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung (Shafira, Lestari dan Affandi, 2018)	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitaif 3. Analisis pengadaan bahan baku 4. Analisis kinerja produksi 5. Analisis pendapatan 6. Analisis nilai tambah	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 belu memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas. 3. Pendapatan per produksi untuk tiga agroindustri tahu sudah baik dan menguntungkan karena R/C > 1 yang artinya layak untuk diusahakan. 4. Nilai tambah pada tiga agroindustri memberikan nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 5. Kegiatan pemasaran tahu kulit ketiga agroindustri telah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat komponen, yaitu: produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi. 6. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dan berdampak positif.
4	Analisis Nilai Tambah dan Marjin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang (Studi Kasus Pada Industri Kecil "Srikandi") di Kelurahan Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten Subang Jawa Barat (Azis, Miftah dan Arsyad, 2017)	1. Analisis deskriptif 2. Analisis nilai tambah metode Hayami 3. Analisis marjin pemasaran	1. Kegiatan pengolahan per kilogram keripik pisang dan sale pisang menguntungkan, yaitu Rp1.557,53 untuk keripik pisang dan Rp 2.827,91untuk sale pisang. 2. Usaha pengolahan pisang menjadi keripik pisang bernilai tambah sedang sebesar 27,04 %, yang dalam standar metode Hayami memiliki nilai rasio berkisar antara 15-40%. Sedangkan pengolahan pisang menjadi sale pisang tergolong dalam kategori bernilai tambah tinggi besar yaitu 42,27 %. 3. Saluran pemasaran terdapat dua saluran yaitu saluran I dari produsen langsung kepada konsumen akhir, dan saluran II dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen akhir. Marjin pemasaran tingkat I pada produk olahan pisang menjadi keripik pisang sebesar Rp17.542,96 sedangkan marjin pemasaran tingkat II pada produk olahan pisang menjadi keripik pisang sebesar Rp10.000,00. Marjin pemasaran tingkat I pada produk olahan pisang menjadi sale pisang sebesar Rp24.507,62 sedangkan marjin pemasaran tingkat II sebesar Rp10.000,00.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5	Analisis Nilai Tambah Sale Pisang Gulung (Studi Kasus Pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis) (Kurina, Setiawan dan Setia, 2020)	1. Analisis nilai tambah dengan menggunakan modifikasi metode Hayami 2. Analisis biaya, penerimaan dan pendapatan	1. Biaya total yang dikeluarkan oleh Agroindustri Rizki Barokah dalam satu kali proses produksi yaitu Rp 3.158.845,87. Besarnya penerimaan yaitu Rp 3.360.000, pendapatan Rp 201.154,13 dan R/C yaitu 1,06. 2. Nilai tambah pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahuri Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis yaitu sebesar Rp 28.143,33 per kilogram.
6	Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu) (Kusumawaty, 2018)	3. Analisis deskriptif kualitatif	3. Strategi penetapan harga produk keripik nenas dan rengginang ubi kayu ditetapkan oleh produsen berdasarkan pendekatan orientasi biaya. Untuk ke depan perlu dipertimbangkan penetapan harga dengan melihat faktor harga produk pesaing. 4. Strategi promosi keripik nenas dan rengginang ubi kayu masih terbatas sedangkan aspek promosi dalam penjualan pribadi (*personal selling*) telah dilakukan. 5. Untuk aspek distribusi, keripik nenas dan rengginang terutama dipasarkan melalui pedagang pengecer (75 persen) dan langsung kepada konsumen (25 persen). 6. Kondisi produsen makanan cemilan khas Riau ini umumnya memiliki posisi tawar lebih lemah dan ketergantungan yang tinggi kepada pengecer karena keterbatasan modalnya, yang menjurus kepada pola hubungan patron-client.
7	Kinerja Produksi dan Daur Hidup Produk Agroindustri Aneka Bakery di Kota Cilegon (Suneli, Sayekti dan Nugraha, 2021)	1. Analisis deskriptif kuantitatif 2. Analisis daur hidup produk menggunakan metode *Polli and Cook*	1. Kinerja Agroindustri Aneka Bakery secara keseluruhan sudah baik berdasarkan produktivitas, kapasitas, dan kualitas roti. 2. Total keuntungan Agroindustri Aneka Bakery per hari adalah Rp697.222,85 dengan R/C > 1 (1,50 dan 1,37) sehingga Agroindustri Aneka Bakery layak dan menguntungkan. 3. Posisi Roti Delis Agroindustri Aneka Bakery dalam siklus hidup produk (*Product Life Cycle*) berada pada tahap kedewasaan.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
8	Kinerja Dan Nilai Tambah Agroindustri Sagu Aren di Kabupaten Lampung Selatan (Husain, Murniati dan Nugraha, 2020)	3. Analisis deskriptif kualitatif 4. Analisis deskriptif kuantitatif 5. Analisis nilai tambah metode Hayami	4. Keenam komponen pengadaan bahan baku yaitu waktu, tempat, kualitas, organisasi, kuantitas, dan harga pada Agroindustri Sagu Aren Adi Putra, Oblak, dan Surahmat sudah tepat karena sudah sesuai dengan harapan, sedangkan pada Agroindustri Kartim masih terdapat satu komponen pengadaan bahan baku yang belum tepat atau belum sesuai dengan harapan yaitu kuantitas. 5. Kinerja produksi pada Agroindustri Sagu Aren Kecamatan Natar Lampung Selatan sudah dapat dikatakan baik, karena empat dari lima indikator dalam kinerja produksi yaitu produktivitas, kapasitas, kualitas, dan kecepatan pengiriman sudah sesuai, sedangkan indikator fleksibilitas pada keempat agroindustri sagu aren belum optimal. 6. Keempat Agroindustri Sagu Aren di Kecamatan Natar Lampung Selatan memberikan nilai tambah positif, sehingga usaha agroindustri layak untuk diusahakan.
9	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran (Anggraeni, Lestari dan Indriani, 2017)	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pendapatan 4. Analisis nilai tambah metode Hayami 5. Analisis marjin pemasaran	1. Pengadaan bahan baku agroindustri tempe di Kabupaten Pesawaran belum sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga karena tidak sesuai harapan pengrajin tempe. 2. Agroindustri tempe menguntungkan dan layak diusahakan karena nilai R/C rasio lebih dari satu. Nilai tambah agroindustri tempe bertanda positif dan layak untuk dikembangkan. 3. Strategi pemasaran agroindustri tempe sudah menggunakan komponen *marketing mix*, Rantai pemasaran pada agroindustri tempe terdiri dari dua saluran yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. Nilai marjin pemasaran pada setiap saluran berbeda-beda dan nilai RPM tidak sama dengan nol (0). 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.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
10	Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara (Akbar, Lestari dan Nugraha, 2020)	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis risiko 4. Analisis rasio keuangan	1. Kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran, akan tetapi pada komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal karena masih mengunakan metode *personal selling*. 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 sumberdaya 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.
11	Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Metro (Apriyani, Haryono dan Nugraha, 2020)	1. Analisis Harga Pokok Produksi (HPP) 2. Analisis nilai tambah 3. Analisis keuntungan	1. Rata-rata harga pokok produksi keripik tempe sebesar Rp 32.874,39 per kilogram lebih rendah dibandingkan dengan harga jualnya Rp 50.000,00 per kilogram. 2. Rata-rata nilai tambah keripik tempe yang dihasilkan sebesar Rp 38.309,90 per kilogram bahan baku (tempe). 3. Agroindustri keripik tempe ini merupakan unit usaha yang menguntungkan dengan R/C lebih dari satu yaitu 1,53.
12	Analisis Titik Impas Agroindustri Pengolahan Kopi Robusta (Studi Kasus pada Agroindustri Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis) (Solihin, Rochdiani dan Isyanto, 2019)	1. Analisis perhitungan biaya produksi 2. Analisis pendapatan 3. Analisis R/C ratio 4. Analisis titik impas	1. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee di Desa Sagalaherang adalah Rp 9.453.555,3 dan besarnya penerimaan yang diperoleh adalah Rp 13.800.000. dengan demikian, pendapatan yang diperoleh dari usaha tersebut adalah Rp 4.346.444,7 per satu kali proses produksi. 2. Besarnya nilai R/C agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee adalah 1,46. 3. Besarnya titik impas penerimaan agroindustri pengolahan kopi robusta Panawangan Coffee adalah Rp 656.613,52, titik impas volume produksi sebanyak 28,55 unit dan titik impas harga penjualan produk adalah Rp 15.755.93/unit dalam satu kali proses produksi.

Tabel 5. (Lanjutan)

No.	Judul Penelitian, Peneliti dan Tahun	Metode Analisis	Hasil Penelitian
13	Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kopi Luwak di Provinsi Lampung (Noviantari, Hasyim dan Rosanti, 2015)	1. Analisis deskriptif 2. Analisis efisiensi pemasaran 3. Analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami	1. Pihak-pihak yang terkait dalam rantai pasok agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung ini adalah terdiri dari petani kopi, pedagang pengumpul, pedagang buah kopi, agroindustri kopi luwak, pedagang besar, pedagang pengecer, eksportir, dan konsumen. 2. Saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran 1, yaitu penyaluran langsung produk kopi luwak kepada konsumen dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 31,62 persen. 3. Analisis nilai tambah menunjukkan agroindustri menguntungkan.
14	Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pakan Sapi CV Satriya Feed Lampung di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah (Wulandari, Widjaya dan Suryani, 2017)	1. Metode analisis kuantitatif Economic Order Quantity (EOQ) 2. Metode analisis total biaya persediaan 3. Metode analisis *safety stock* 4. Metode analisis *reorder point*	1. Jumlah persediaan bahan baku pakan sapi sudah efisien. 2. Biaya persediaan yang diterapkan oleh CV Satriya Feed Lampungbelum efisien. 3. Tingkat persediaan pengaman atau safety stock menurut analisis EOQ kuantitas persediaan pengaman terbesar adalah bungkil sawit sebesar 27.799,611 kg dan terendah premix sebesar 809,84 kg. 4. Jumlah titik pemesanan terbesar pada agroindustri pakan sapi CV Satriya Feed Lampung yaitu bungkil sawit sebesar 33.536,81 kg dan terendah premix sebesar 1.102,37 kg
15	Analisis Nilai Persediaan Bahan Baku Jagung pada Perusahaan PT Q (Hidawan, 2017)	1. Metode analisis nilai persediaan FIFO	1. Nilai harga pokok pembelian bahan baku jagung periode Februari 2017 adalah Rp3.956.360.000,00 dan periode Maret 2017 adalah Rp86.128.000,00. Nilai harga pokok penjualan bahan baku jagung dengan metode FIFO adalah Rp59.070.637,98, sedangkan nilai harga pokok penjualan metode rata-rata adalah Rp60.062.432,64 pada periode Februari 2017, sedangkan periode Maret diperoleh harga pokok penjualan FIFO sebesar Rp889.270.568,24 dan metode rata-rata sebesar Rp889.154.807,42. Nilai harga pokok persediaan akhir dengan metode FIFO sebesar Rp7.618.932.128,72 dan metode rata-rata nilai harga pokok persediaannya Rp7.617.940.334,06 pada periode Februari, dan periode Maret nilai harga pokok persediaan akhir metode FIFO sebesar Rp6.815.789.369,26 dan metode rata-rata Rp6.814.913.335,42

C. Kerangka Pemikiran

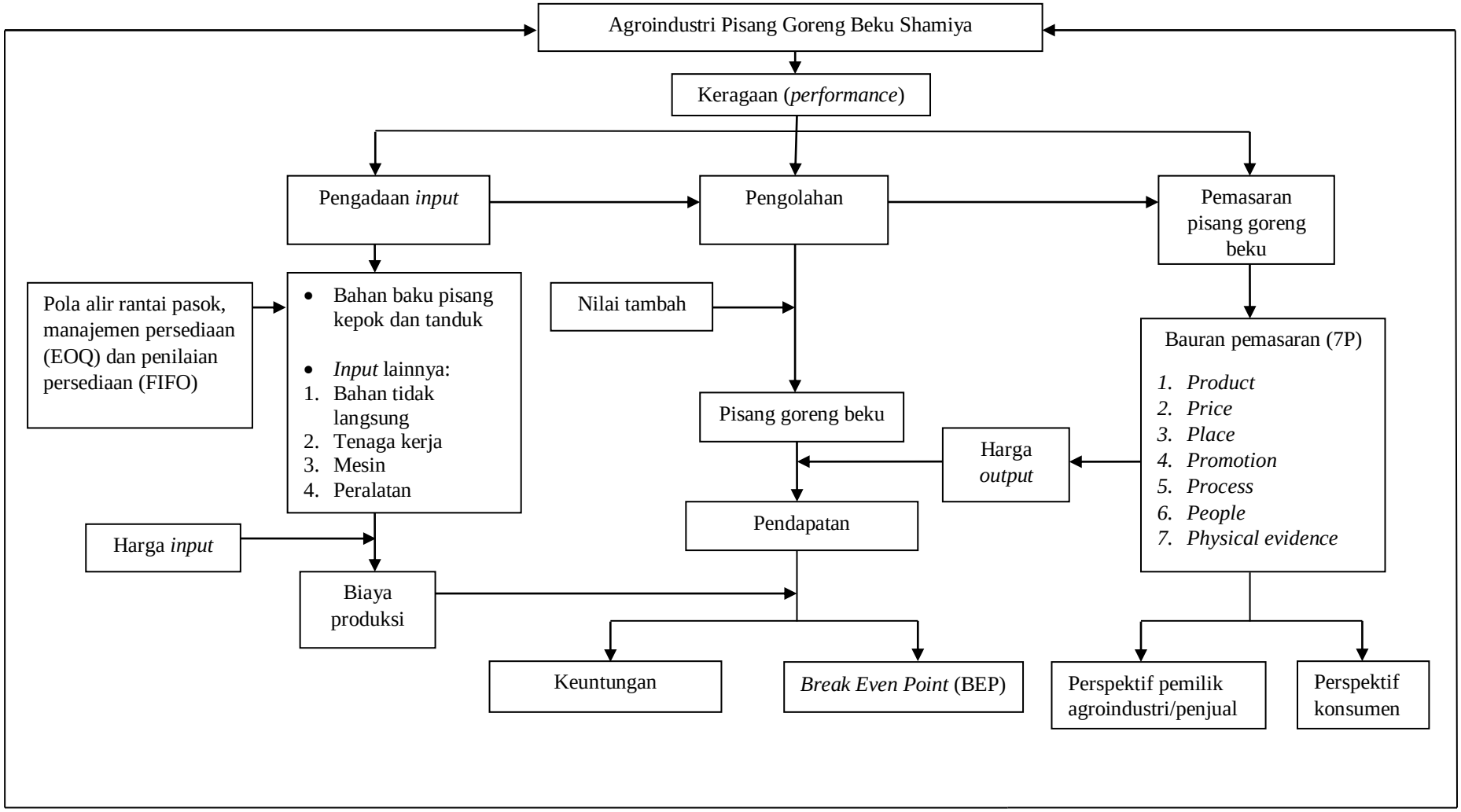
Agroindustri menjadi subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada pengolahan sumberdaya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah komoditas. Terdapat tiga kegiatan utama dalam agroindustri pisang goreng beku, yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan dan kegiatan pemasaran yang dapat disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Masalah utama yang dihadapi agroindustri pisang goreng beku adalah bahan baku.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting pada agroindustri, termasuk agroindustri pisang goreng beku. Hal ini dikarenakan bahan baku akan digunakan sebagai *input* atau faktor produksi yang akan menghasilkan *output* atau hasil produksi. Adapun bahan baku yang digunakan pada agroindustri pisang goreng beku adalah pisang kepok dan pisang tanduk, serta bahan tidak langsung seperti terigu, minyak goreng, garam, dan lain-lain. Hubungan antara pemasok bahan baku pisang dan agroindustri akan membentuk sebuah rantai pasok.

Pengadaan bahan baku di agroindustri pisang goreng beku menghadapi kendala yaitu terancam sulitnya untuk memperoleh bahan baku pisang jenis kepok dan tanduk. Untuk mendapatkan pisang jenis kepok dan tanduk terkadang cukup sulit mendapatkan kualitas pisang yang baik. Hal ini menunjukkan diperlukannya manajemen persediaan bahan baku sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kuantitas persediaan yang dibutuhkan oleh agroindustri dengan biaya persediaan yang efisien. Perhitungan nilai akhir persediaan bahan baku juga diperlukan untuk melihat nilai persediaan yang dipakai atau persediaan yang tersisa dalam satu periode. Tidak hanya bahan baku langsung dan bahan tidak langsung yang dijadikan faktor produksi dalam suatu agroindustri, tenaga kerja, peralatan dan mesin juga termasuk ke dalam faktor produksi yang memperlancar kegiatan di suatu agroindustri.

Proses produksi pisang goreng beku dilakukan setiap hari dan membutuhkan bahan baku pisang sebanyak 14 ton/bulan. Penggunaan faktor produksi pada kegiatan pengolahan akan menimbulkan adanya biaya produksi yang harus dikeluarkan suatu agroindustri. Akan tetapi dari kegiatan pengolahan tersebut juga akan menghasilkan *output* atau produk di mana produk tersebut akan mendatangkan harga jual yang merupakan nilai bagi produk olahan. Kegiatan pengolahan juga akan menghasilkan nilai tambah dari produk pisang goreng beku. Berdasarkan biaya produksi dan harga jual produk, maka akan diperoleh pendapatan yaitu merupakan selisih dari nilai jual seluruh produk dikurangi dengan biaya produksi. Sama halnya dengan pendapatan, nilai tambah dari produk pisang tersebut akan menghasilkan keuntungan bagi agroindustri pisang goreng beku. Analisis titik impas (BEP) dihitung untuk mengetahui jumlah penjualan yang harus dicapai agar agroindustri terhindar dari kerugian.

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah kegiatan pemasaran. Pemasaran di dalam agroindustri pisang goreng beku merupakan suatu cara di dalam menawarkan produk kepada konsumen. 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, process, people* dan *physical evidence*. Pada elemen *price* dilakukan perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang akan menjadi acuan ketepatan dalam penentuan harga jual yang akan mempengaruhi keuntungan perusahaan. Bauran pemasaran ini merupakan komponen yang dapat dikendalikan dan dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam membeli produk pisang goreng beku. Bauran pemasaran akan dilihat berdasarkan dua perspektif yaitu perspektif pemilik agroindustri atau penjual dan perspektif konsumen atau pembeli. Berdasarkan uraian tersebut, maka bagan alir analisis keragaan agroindustri pisang goreng beku Shamiya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan alir analisis keragaan agroindustri pisang goreng beku Shamiya

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu) atau lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya mengenai keragaan agroindustri yang dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku hingga kegiatan pemasaran. 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).

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk menunjang dan menciptakan data akurat yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian.

Keragaan adalah bermacam kegiatan yang saling berhubungan satu sama lain yang terdapat pada agroindustri. Kegiatan dalam penelitian ini adalah pada agroindustri pisang goreng beku, dimana keragaan di dalam suatu

agroindustri pisang goreng beku adalah pengadaan bahan baku, proses produksi, dan pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku.

Agroindustri adalah suatu kegiatan untuk mengolah dan memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku dalam proses pengolahan untuk mendapatkan penghasilan dan nilai tambah. Agroindustri pisang goreng beku adalah usaha pengolahan lebih lanjut dari bahan baku yaitu pisang menjadi pisang goreng beku.

Produksi adalah suatu kegiatan yang mencakup segala proses untuk mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*).

Input agroindustri pisang goreng beku adalah barang atau jasa yang digunakan dalam proses produksi pisang goreng beku, meliputi bahan baku langsung, bahan tidak langsung, tenaga kerja, peralatan, mesin, dan bahan bakar.

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Bahan baku langsung merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku langsung atau bahan utama yang digunakan dalam agroindustri pisang goreng beku ini adalah pisang yang diukur dalam satuan kilogram (kg). Pisang yang digunakan adalah jenis pisang kepok dan pisang tanduk yang dibeli dalam keadaan mentah.

Biaya bahan baku langsung merupakan besarnya biaya yang dikeluarkan agroindustri untuk memperoleh bahan baku yaitu pisang dalam satu periode produksi yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan pisang sebagai bahan baku utama agroindustri pisang goreng beku.

Rantai pasok adalah aliran barang, informasi, pembayaran dan jasa dari *supplier* barang mentah (petani pisang) yang ditujukan pada agroindustri. Pada penelitian ini menggunakan rantai pasokan hulu yang aktivitas utamanya adalah pengadaan bahan baku agroindustri dengan penyalurnya dan tidak sampai ke konsumen akhir.

Pola aliran rantai pasok adalah pola yang terbentuk dari kegiatan agroindustri dalam rantai pasok yaitu dimulai dari pengadaan bahan baku pisang hingga pisang sampai ke agroindustri.

Manajemen pengadaan bahan baku adalah suatu usaha yang dilakukan oleh agroindustri mengenai keputusan yang diambil dalam mengatur pengadaan bahan baku, sehingga kebutuhan akan bahan baku untuk keperluan proses produksi dapat terpenuhi secara optimal dengan risiko yang sekecil mungkin

Perhitungan *economic order quantity* (EOQ) adalah suatu cara untuk memperoleh sejumlah bahan baku pisang dengan biaya minimum dan adanya pengawasan terhadap biaya pemesanan (*ordering cost*) dan biaya penyimpanan (*carrying cost*). Metode EOQ dapat diukur dalam satuan kilogram per pesanan (kg/pesanan). Komponen yang terdapat pada metode EOQ adalah *Demand* (D), *Setup* (S), dan *Holding* (H).

Model adalah abstraksi dari sistem sebenarnya, dalam gambaran yang lebih sederhana serta mempunyai tingkat persentase yang bersifat menyeluruh.

Demand (D) adalah jumlah penggunaan atau permintaan bahan baku pisang yang diperkirakan per periode waktu. *Demand* dapat diukur dalam satuan kilogram per tahun (kg/bulan).

Setup (S) adalah adalah jumlah biaya pemesanan bahan baku pisang per satu kali pemesanan. Setup dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Holding (H) adalah jumlah biaya penyimpanan per unit. *Holding* dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Metode *First In First Out* (FIFO) adalah metode perhitungan nilai akhir persediaan barang yang masuk pertama akan keluar pertama kali. Persediaan akhir dinilai dengan perolehan yang terakhir dibeli atau masuk (Rp).

Jumlah unit adalah besaran jumlah persediaan bahan baku (kg).

Biaya per unit adalah besaran harga bahan baku per unit (Rp/unit).

Saldo awal adalah jumlah awal persediaan bahan baku dikalikan dengan harga bahan baku (Rp).

Nilai pembelian adalah unit pembelian bahan baku dikalikan dengan harga bahan baku (Rp).

Nilai pemakaian adalah unit pemakaian bahan baku dikalikan dengan harga bahan baku (Rp).

Bahan tidak langsung merupakan bahan produksi yang digunakan selain dari bahan baku langsung dalam kegiatan produksi guna membantu agar bahan baku langsung dapat diproses lebih lanjut. Bahan tidak langsung yang digunakan dalam agroindustri pisang goreng beku adalah terigu, garam, plastik pembungkus, gas elpiji dan minyak goreng.

Biaya bahan tidak langsung adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk memperoleh bahan tidak langsung selama satu periode produksi yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Terigu adalah tepung/bubuk halus yang berasal dari biji gandum, dan digunakan sebagai bahan dasar pembuat kue, mie, roti dan pasta. Biaya terigu dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Garam adalah bahan tambahan sejenis mineral yang dapat membuat rasa asin. Biaya garam dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Plastik pembungkus adalah wadah yang terbuat dari plastik yang berbentuk kantung plastik dan digunakan untuk membungkus pisang goreng beku yang telah jadi atau siap dijual, yang diukur dalam satuan rupiah per lembar (Rp/lembar).

Gas elpiji adalah bahan bakar yang digunakan untuk mengolah pisang dalam kegiatan produksi pisang goreng beku. Biaya gas elpiji dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Minyak goreng adalah bahan tambahan yang digunakan untuk menggoreng pisang goreng beku. Biaya minyak goreng dapat diukur dalam satuan rupiah per liter (Rp/liter).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang terlibat dalam tahapan-tahapan proses produksi pisang goreng beku. Tenaga kerja diukur dalam satuan orang.

Jumlah jam kerja yang dipakai adalah banyaknya jam kerja yang digunakan untuk bekerja yang digunakan dalam proses produksi pisang goreng beku yang dinyatakan dalam satuan waktu (jam).

Upah tenaga kerja adalah upah yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku, dan diukur dalam rupiah per orang (Rp/orang).

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membayar tenaga kerja selama satu periode produksi yang diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah tenaga kerja dengan upah tenaga kerja yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi pisang goreng beku berupa baskom, talenan, pisau, penggorengan, kompor, sealer dan ember.

Penyusutan peralatan adalah perhitungan biaya peralatan atau aset selama masa pemakaiannya dengan menggunakan metode garis lurus. Penyusutan peralatan dapat diukur dalam satuan rupiah per tahun (Rp/tahun).

Biaya *overhead* yaitu kumpulan dari semua biaya yang di keluarkan selama memproduksi pisang goreng beku selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* yaitu biaya *overhead* tetap dan biaya *overhead* variabel (Rp/produksi).

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

Biaya *overhead* 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 bahan tidak langsung yang diukur dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

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

Biaya pemesanan adalah biaya yang diperhitungkan oleh pemasok bahan baku untuk mengantarkan pisang dari lokasi pemasok ke agroindustri. Biaya pemesanan dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya penyimpanan adalah biaya yang diakibatkan karena menyusutnya bobot bahan baku yang telah disimpan. Biaya penyimpanan dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Rafaksi adalah pemotongan (pengurangan) terhadap harga pisang yang diserahkan karena mengalami kesusutan atau kekurangan dalam pengiriman atau penyimpanan.

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

Biaya lain-lain adalah biaya yang diperhitungkan oleh agroindustri untuk kegiatan tak terduga, seperti memberi jamuan kepada tamu agroindustri dan biaya kecelakaan kerja. Biaya lain-lain 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 langsung, biaya tenaga kerja, dan

biaya *overhead* yang diukur dengan satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Common cost digunakan ketika perusahaan menghasilkan produk lebih dari satu atau terdiri dari beberapa produk. Dalam penelitian ini, yang menggunakan *common cost* adalah biaya bahan tidak langsung, biaya penyusutan peralatan, biaya transportasi, biaya listrik, biaya pemesanan, biaya tak terduga (lain-lain), biaya sewa tempat dan biaya tenaga kerja. Biaya penyusutan peralatan adalah pengakuan atas penggunaan manfaat potensial dari suatu aktiva, yang diukur dalam satuan rupiah per produksi (Rp/produksi).

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah. Pengolahan pisang goreng beku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah pisang menjadi pisang goreng beku.

Hasil produksi adalah jumlah produksi total pisang goreng beku yang diperoleh dalam satu kali proses produksi, yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga pisang goreng beku adalah harga jual produk pisang goreng beku yang diukur dalam satuan per kilogram (Rp/kg) atau per kemasan (Rp/kemasan).

Break Event Point (BEP) adalah kondisi dimana perusahaan tidak untung dan tidak rugi. BEP menggambarkan ambang batas yang harus dicapai perusahaan dalam penjualan produk untuk melampaui titik impas.

Pendapatan agroindustri pisang goreng beku adalah sejumlah uang yang diterima oleh agroindustri pisang goreng beku dari usahanya, diperoleh dengan mengalikan banyaknya pisang goreng beku yang dihasilkan dengan harga yang berlaku. Dalam penelitian ini, pendapatan diukur dengan cara

mengalikan pisang goreng beku yang dihasilkan dengan harga pisang goreng beku tersebut dalam satuan rupiah (Rp/produksi).

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

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

Faktor konversi adalah banyaknya jumlah *output* yang dapat dihasilkan dalam satu satuan *input*. Faktor konversi pada agroindustri pisang goreng beku adalah perbandingan antara pisang goreng beku yang dihasilkan dengan penggunaan pisang dalam perhitungan nilai tambah.

Nilai tambah adalah nilai yang dihasilkan dari pengolahan bahan baku hingga menjadi produk jadi. Nilai tambah pisang goreng beku merupakan selisih antara harga *output* pisang goreng beku jadi yang sudah dikemas dengan harga bahan baku utama (pisang) dan sumbangan faktor produksi lain, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan dalam kegiatan pengolahan.

Sumbangan *input* lain adalah faktor produksi lain yang diperhitungkan ke dalam biaya produksi pisang goreng beku, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Sumbangan *input* lain yang digunakan adalah biaya bahan tidak langsung, biaya transportasi, biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya listrik dan biaya tak terduga.

Pemasaran pisang goreng beku adalah suatu kegiatan pertukaran atau penyampaian produk pisang goreng beku dari titik produsen ke titik konsumen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan 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.

Produk (*product*) adalah keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (pisang goreng beku). Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, produk akan dinilai dengan melihat bentuk, ukuran, dan jumlah produksi, bentuk kemasan, merek, dan keawetan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, produk akan dinilai dengan melihat kualitas, kuantitas, tampilan, pengemasan, cap (merek), rasa dan keawetan pisang goreng beku.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, harga akan dinilai dengan melihat bagaimana metode penetapan harga, pemberian potongan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, harga akan dinilai dengan melihat apakah harga yang ditetapkan terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai harapan konsumen, pemberian potongan harga dan sistem pembayaran yang dilakukan agroindustri.

Tempat (*place*) adalah lokasi di mana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, tempat akan dinilai dengan melihat bagaimana kestrategisan

lokasi penjualan pisang goreng beku, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk pisang goreng beku hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, tempat akan dinilai dengan melihat kestrategisan lokasi, jangkauan transportasi, kenyamanan tempat pemasaran, jasa pesan antar yang ditawarkan, dan distribusi produk.

Promosi (*promotion*) adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam menawarkan produk. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, promosi akan dinilai dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh agroindustri pisang goreng beku serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, promosi akan dinilai dengan melihat apakah promosi yang dilakukan menarik dan membantu konsumen, kegencaran promosi, promosi yang dilakukan sesuai kenyataan serta media promosi yang digunakan.

Sumberdaya 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. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, sumberdaya manusia akan dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha menjaga kualitas layanan terhadap konsumen dan memuaskan konsumen dilihat dari pelayanan karyawan dan penampilan karyawan, pembagian kerja, motivasi kerja serta penghargaan yang diberikan kepada karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif kosnumen, sumberdaya manusia akan dinilai dengan melihat pelayanan karyawan, sikap (*attitude*) karyawan, penampilan karyawan, pekerjaan karyawan yang optimal, dan kehandalan karyawan.

Proses (process) adalah kegiatan yang mencakup seluruh kegiatan produksi dimulai dari pengadaan faktor produksi sampai dengan bagaimana pelayanan

diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian produk pisang goreng beku. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, proses akan dinilai dengan melihat bagaimana pemilik usaha melayani konsumen yang membeli produk pisang goreng beku, proses produksi yang sesuai, dan kompetensi karyawan, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, proses akan dinilai dengan melihat apakah pelayanan dilakukan dengan baik, pelayanan dilakukan dengan cepat dan tangkas, pelayanan dengan baik melalui telepon, proses pemilihan produk yang nyaman, dan pengawasan karyawan yang ketat pada saat pemilihan produk.

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. Berdasarkan perspektif pemilik agroindustri, bukti fisik akan dinilai dengan melihat kerapihan produk, kondisi lingkungan agrondustri dalam memberikan kenyamanan terhadap konsumen, kenyamanan tempat, dan fasilitas parkir, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen, bukti fisik akan dinilai dengan melihat penataan produk, tampilan ruangan, kebersihan lokasi, ruangan yang nyaman bagi konsumen, serta fasilitas parkir yang tersedia.

Perhitungan persentase komponen bauran pemasaran berdasarkan perspektif konsumen diperoleh dari total skor yang diperoleh per komponen dibagi dengan skor maksimal kemudian dikalikan dengan 100 persen.

C. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri pisang goreng beku Shamiya yang terletak di Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri pisang goreng beku Shamiya tersebut merupakan

produsen pisang goreng beku pertama di Kota Bandar Lampung. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya ini juga merupakan salah satu jenis agroindustri yang aktif melaksanakan kegiatan produksi dan memasarkan produknya setiap hari.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan agroindustri serta konsumen dengan pertimbangan bahwa pemilik dan karyawan agroindustri lebih mengetahui mengenai keadaan agroindustri pisang goreng beku Shamiya di Kecamatan Kedaton, Kota Bandar Lampung. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara langsung dengan pemilik agroindustri, karyawan, dan konsumen serta observasi.

Teknik penarikan sampel untuk konsumen pada analisis bauran pemasaran adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Supranto (1998) menyatakan bahwa sampel yang tepat untuk kebanyakan penelitian meliputi persyaratan sejumlah responden yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500, oleh karena itu pada penelitian ini banyaknya sampel yang digunakan adalah 30 orang konsumen rumah tangga yang mengkonsumsi pisang goreng beku Shamiya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Desember 2021 sampai dengan Bulan Februari 2022.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan agroindustri menggunakan kuesioner terkait sejarah agroindustri dan kondisi agroindustri

serta pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan sebanyak empat kali proses produksi pada hari yang berbeda setiap minggunya. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi terkait. Data sekunder yang diperoleh dari agroindustri, seperti struktur organisasi, laporan keuangan dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta data yang dikutip dari instansi-instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian.

Dalam pengumpulan data primer pada analisis bauran pemasaran perspektif konsumen menggunakan kuesioner tertutup yang diukur berdasarkan skala likert. Menurut Djaali (2008), skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena pendidikan. Penilaian dalam skala likert pada kuesioner penelitian ini terdiri dari lima kriteria skor yaitu “1” untuk tidak setuju, “2” untuk tidak setuju, “3” untuk cukup, “4” untuk setuju, dan “5” untuk sangat setuju. Kuesioner tersebut dapat menjadi alat ukur yang baik dalam penelitian bila dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan dalam penelitian agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut dilakukan terhadap 30 responden konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

a. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur atau instrumen dalam melakukan fungsi ukur. Instrumen dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukur sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran, oleh karena itu kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini harus dinyatakan valid (Sugiyono, 2010). Langkah-langkah uji validitas instrumen yang dilakukan adalah:

1) Mendefinisikan secara operasional konsep peubah yang akan diukur berdasarkan referensi literatur dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
2) Melakukan uji coba instrumen pada sebagian responden.
3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4) Menghitung korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan program SPSS.
5) Membandingkan angka korelasi dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r pada taraf tertentu. Apabila angka korelasi yang dihasilkan lebih besar daripada angka korelasi pada tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Angka korelasi pada tabel untuk masing-masing indikator adalah 0,20.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian terhadap kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut *reliable* atau tidak (Sufren dan Natanael, 2013). Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right]$$

Keterangan:
r = koefisien *reliability instrument*
k = banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma b^2$ = total varians butir
σt^2 = total varians

Untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach's alpha* dan kuesioner di katakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > r tabel. Nilai r tabel yang digunakan adalah 0,60. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya

No.	Atribut	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Nilai	**Hasil**	**Nilai**	**Hasil**
Product (produk)					
1	Kualitas	0,363	Valid	0,925	Reliabel
2	Kuantitas	0,445	Valid		
3	Tampilan	0,397	Valid		
4	Pengemasan	0,496	Valid		
5	Cap (merek)	0,707	Valid		
6	Rasa	0,488	Valid		
7	Keawetan	0,422	Valid		
Price (harga)					
8	Harga terjangkau	0,580	Valid		
9	Sesuai harapan	0,491	Valid		
10	Potongan harga	0,568	Valid		
11	Sistem pembayaran	0,463	Valid		
*Plac*e (tempat atau distribusi)					
12	Strategis	0,703	Valid		
13	Jangkauan transportasi	0,441	Valid		
14	Kenyamanan	0,545	Valid		
15	Jasa pesan antar	0,498	Valid		
16	Distribusi produk	0,554	Valid		
Promotion (promosi)					
17	Kegencaran promosi	0,537	Valid		
18	Membantu konsumen	0,609	Valid		
19	Menarik	0,581	Valid		
20	Promosi sesuai kenyataan	0,600	Valid		
21	Media bervariasi	0,530	Valid		
People (SDM)					
22	Pelayanan karyawan	0,421	Valid		
23	Sikap karyawan	0,444	Valid		
24	Penampilan karyawan	0,552	Valid		
25	Pekerjaan optimal	0,478	Valid		
26	Karyawan handal	0,489	Valid		
Process (proses)					
27	Pelayanan baik	0,543	Valid		
28	Cepat dan tangkas	0,485	Valid		
29	Pelayanan melalui telepon	0,387	Valid		
30	Pemilihan produk	0,409	Valid		
31	Pengawasan ketat	0,527	Valid		
Physical Evidence (bukti fisik)					
32	Penataan produk	0,376	Valid		
33	Tampilan ruangan	0,376	Valid		
34	Kebersihan lokasi	0,369	Valid		
35	Ruangan yang nyaman	0,387	Valid		
36	Fasilitas parkir	0,410	Valid		

Tabel 6 menunjukkan hasil uji coba kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya didapatkan 36 daftar pertanyaan yang terdiri dari 7 pertanyaan atribut produk, 4 pertanyaan atribut harga, 5 pertanyaan atribut tempat, 5 pertanyaan atribut promosi, 5 pertanyaan atribut sumberdaya manusia, 5 pertanyaan atribut proses, dan 5 pertanyaan atribut bukti fisik. Berdasarkan hasil uji validitas bahwa 36 pertanyaan tersebut diperoleh nilai corrected item-total correlation lebih dari 0,20. Hal ini berarti 36 pertanyaan tersebut dinyatakan valid yakni atribut yang diukur sesuai dengan variabel yang hendak diteliti.

Uji reliabilitas diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,925. Hal ini berarti nilai reliabilitas menunjukkan angka lebih dari 0,60, sehingga atribut pertanyaan dinyatakan reliabel yakni jawaban responden yang diperoleh dari uji kuesioner cenderung stabil atau konsisten. Jadi, berdasarkan uji validitas dan reliabilitas kuesioner bauran pemasaran perspektif konsumen dapat dinyatakan bahwa kuesioner valid dan reliabel sehingga kuesioner dapat dipergunakan untuk penelitian.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Berikut merupakan metode analisis yang digunakan pada setiap tujuan penelitian :

1. Metode Analisis Pola Alir Rantai Pasok, Manajemen Persediaan, dan Penilaian Persediaan

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama adalah deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui pola alir rantai pasok, manajemen persediaan, dan penilaian persediaan bahan baku di agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

a. Analisis Pola Alir Rantai Pasok

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis pola alir rantai pasok bahan baku pisang adalah deksriptif kualitatif. Metode analisis ini digunakan untuk mengetahui pola aliran dan para pihak terkait rantai pasok pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

b. Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku

Analisis manajemen persediaan bahan baku pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif berdasarkan metode *economic order quantity* (EOQ). Model ini mengidentifikasi kuantitas pemesanan atau pembelian optimal dengan tujuan meminimalkan biaya persediaan yang terdiri dari biaya pemesanan dan biaya penyimpanan. Untuk menentukan kuantitas bahan baku pisang yang optimal, biaya persediaan dalam EOQ terdiri dari biaya penyimpanan dan biaya pemesanan bahan baku. Persediaan bahan baku pisang yang ekonomis dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{EOQ} = \sqrt{\frac{2\,S\,D}{H}}$$

Setelah diperoleh jumlah pembelian yang ekonomis per pesanan, kemudian menentukan frekuensi pembelian bahan baku yang ekonomis per tahun menggunaan rumus sebagai berikut:

$$\text{Frekuensi pemesanan} = \frac{D}{EOQ}$$

Kemudian menentukan biaya persediaan bahan baku yang ekonomis dalam satu tahun yang terdiri dari biaya pemesanan bahan baku dan biaya penyimpanan bahan baku dalam satu tahun menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{TC} = \frac{D}{EOQ}S + \frac{EOQ}{2}H$$

Keterangan:
D = Penggunaan atau permintaan yang diperkirakan per periode waktu (Rp/bulan)
S = Biaya pemesanan per pesanan (Rp/kg/bulan)
H = Biaya penyimpanan per unit per tahun (Rp/kg/bulan)
EOQ = Jumlah pembelian yang ekonomis (Rp/pesanan)
TC = Biaya persediaan bahan baku yang ekonomis (Rp/bulan)
(Rangkuti, 2004).

c. Analisis Perhitungan Nilai Akhir Persediaan

Analisis perhitungan nilai akhir persediaan dilakukan menggunakan metode perhitungan *First In First Out* (FIFO) dengan pertimbangan bahwa bahan baku yang digunakan untuk agroindustri pisang goreng beku adalah bahan baku yang bersifat mudah rusak, sehingga persediaan yang masuk pertama akan keluar pertama kali. Harga pokok penjualan dicatat berdasarkan pokok barang pertama masuk. Jumlah yang tersisa merupakan nilai persediaan akhir (Wijaya *et al*, 2020). Perhitungan nilai akhir persediaan yaitu dengan mengumpulkan data transaksi pembelian dan penjualan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya. Selanjutnya, dilakukan pencatatan persediaan bahan baku dengan menggunakan perhitungan metode FIFO disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7 adalah pencatatan persediaan bahan baku dengan perhitungan persediaan menggunakan metode FIFO. Selanjutnya, dari pencatatan dan perhitungan pada Tabel 6 akan diketahui jumlah dan nilai persediaan akhir, yaitu:

Jumlah persediaan akhir = (A-C) + B + D

Nilai persediaan akhir = ((A-C). $A) + (B. $B) + (D. $D)

Tabel 7. Pencatatan persediaan bahan baku dengan perhitungan metode FIFO

Tgl	Pembelian/Masuk			Pemakaian/Keluar			Saldo		
	Unit	Biaya/ Unit ($)	Total ($)	Unit	Biaya/ Unit ($)	Total ($)	Unit	Biaya/ Unit ($)	Total ($)
t_0							A	$A	A x $A
t_1							A	$A	A x $A
	B	$B	B x $B				B	$B	B x $B
t_2				C	$A	C x $A	(A-C)	$A	(A-C) x $A
							B	$B	$B
t_3							(A-C)	$A	(A-C) x $A
							B	$B	B x $B
	D	$D	D x $D				D	$D	D x $D

Sumber : Carter, 2009

2. Metode Analisis Titik Impas (BEP), Keuntungan dan Nilai Tambah

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke dua pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Hal ini dikarenakan untuk menjawab tujuan ke dua yaitu analisis titik impas (BEP), keuntungan dan nilai tambah produk pada agroindustri pisang goreng beku.

a. Analisis Titik Impas (BEP)

Analisis titik impas (BEP) menggunakan analisis kuantitatif untuk mengetahui produksi minimum yang harus di produksi agar terjadi kondisi impas. Menurut Herjanto (2007), analisis BEP adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan satu titik dalam kurva biaya-pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan. Titik itu disebut sebagai titik pulang pokok. Menurut Herjanto (2007), analisis BEP meliputi BEP dalam rupiah dan BEP dalam unit dengan rumus sebagai berikut:

1) BEP (Rp)

BEP (Rp) = $\frac{Biaya\ tetap\ total}{1-\frac{Biaya\ variabel\ per\ unit}{Harga\ jual\ per\ unit}}$

2) BEP (unit)

BEP (unit) = $\frac{Biaya\ tetap\ total}{Harga\ jual\ per\ unit - Biaya\ variabelper\ unit}$

Titik impas (*break even point*) gabungan kelima produk dapat diketahui dalam satuan rupiah. BEP gabungan dihitung dengan menjumlahkan nilai penjualan dan biaya variabel kelima produk. BEP gabungan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

BEP gabungan = $\frac{Biaya\ tetap}{1-\frac{Total\ biaya\ variabel}{Total\ nilai\ penjualan}}$

b. 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 agroindustri pisang goreng beku dalam hitungan satu kali produksi. Keuntungan dari agroindustri pisang goreng beku dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keuntungan = Pendapatan – Biaya Produksi

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya bergabung atau *common cost*. Perhitungan *common cost* diperlukan karena agroindustri pisang goreng beku Shamiya memproduksi 5 produk pisang goreng beku dengan bahan baku, ukuran dan mutu yang berbeda. Pada penelitian ini, *common cost* yang dianalisis dalam proses produksi pisang goreng beku

adalah biaya bahan tidak langsung, biaya penyusutan alat, biaya transportasi, biaya listrik, biaya pemesanan, biaya tak terduga (lain-lain), biaya sewa tempat dan biaya tenaga kerja.

c. Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah dihitung untuk mengetahui seberapa besar selisih harga antara pisang dengan pisang goreng beku. Selisih harga tersebut yang akan menambah pendapatan pelaku agroindustri pisang goreng beku. Untuk mengetahui besarnya nilai tambah dapat dilakukan dengan menggunakan metode nilai tambah Hayami pada Tabel 8.

Tabel 8. Prosedur perhitungan nilai tambah pada agroindustri pisang goreng beku

No.	Variabel Output, Input, Harga	Formula
1	Hasil produksi (kg)	A
2	Bahan baku (kg)	B
3	Tenaga kerja (orang/produksi)	C
4	Faktor konversi	D = A/B
5	Koefisien tenaga kerja	E = C/B
6	Harga produk	F
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/orang)	G
Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9	Sumbangan i*nput* lain (Rp/kg bahan baku)	I
10	Nilai output	J = D x F
11	a. Nilai tambah	K = J-I-H
	b. Rasio nilai tambah	L% = (K/J) x 100%
12	a. Imbalan tenaga kerja	M = E x G
	b. Bagian tenaga kerja	N% = (M/K) x 100%
13	a. Keuntungan	O = K-M
	b. Tingkat keuntungan	P% = (O/K) x 100%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
14	Margin keuntungan	Q = J-H
	a. Keuntungan	R = O/Q x 100%
	b. Tenaga kerja	S = M/Q x 100%
	c. Faktor produksi lain	T = I/Q x 100%

Sumber: Hayami, dkk.,1987

Keterangan :

A = Keluaran/total produksi pisang goreng beku yang dihasilkan oleh agroindustri.

B = Faktor produksi/bahan baku digunakan dalam satuan kg.

C = Tenaga kerja yang digunakan memproduksi pisang goreng beku dihitung dalam bentuk orang dalam satu kali produksi.

F = Harga produk yang berlaku pada periode produksi.

G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh pekerja dalam setiap produksi yang dihitung berdasarkan per orang.

H = Harga faktor produksi bahan baku utama per kilogram (kg) dalam satu periode produksi.

I = Sumbangan/biaya faktor produksi lainnya yang terdiri dari biaya bahan tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik dan biaya penyusutan.

Kriteria nilai tambah adalah :

1) Jika NT > 0, berarti pengembangan agroindustri pisang goreng beku memberikan nilai tambah (positif).
2) Jika NT < 0, berarti pengembangan agroindustri pisang goreng beku tidak memberikan nilai tambah (negatif).

3. Metode Analisis Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke tiga pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Pada tujuan ke tiga dilakukan analisis bauran pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product, price, place, promotion, process, people* dan *physical evidence* yang dilakukan oleh agroindustri pisang goreng beku dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif pemilik agroindustri. Analisis deskriptif kualitatif juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran pisang goreng beku serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *price* yang dilakukan oleh agroindustri pisang goreng beku dalam menentukan harga jual produknya. Penetapan harga jual dilakukan dengan menghitung harga pokok produksi. 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. Harga jual sama dengan harga pokok produksi ditambah dengan margin keuntungan.

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 :

$$\text{Harga pokok produksi (HPP)} = \frac{Total\ biaya\ produksi}{Total\ produksi}$$

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Produk habis terjual.
2) Harga *input* dan *output* adalah harga yang berlaku pada saat penelitian.

Analisis deskriptif kuantitatif juga digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product, price, place, promotion, process, people* dan *physical evidence* yang dilakukan oleh agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif konsumen.

Penilaian konsumen terhadap atribut pertanyaan komponen bauran pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase jumlah skor} = \frac{Jumlah\ skor}{Skor\ maksimal}\ x\ 100$$

Menurut Narimawati 2010, hasil penilaian atribut pertanyaan menggunakan alat ukur skala *likert* dengan rentang skor penilaian 1-5, dapat diperoleh total penilaian responden per atribut yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 9. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut

No.	Persentase jumlah skor	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Tidak baik
2	36,01% - 52,00%	Kurang baik
3	52,01% - 68,00%	Cukup
4	68,01% - 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat baik

Sumber : Narimawati, 2010

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Kota Bandar Lampung

1. Keadaan Geografis

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, serta merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata. Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 5º20' sampai dengan 5º30' Lintang Selatan dan 105º28' sampai dengan 105º37' Bujur Timur. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 km^2 yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Secara administratif batas-batas wilayah Kota Bandar Lampung adalah:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

Topografi Kota Bandar Lampung sangat beragam, hal ini dikarenakan Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut. Secara umum topografi Kota Bandar Lampung sebagai berikut:

a. Daerah pantai yaitu Teluk Betung bagian selatan dan Panjang.
b. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian utara.
c. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian timur selatan.
d. Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian selatan.

2. Keadaan Iklim

Secara umum Kota Bandar Lampung memiliki iklim hujan tropis. Kota Bandar Lampung memiliki rata-rata suhu udara 27,16 ºC dan rata-rata kelembaban udara 82,66 persen. Curah hujan di Kota Bandar Lampung selama tahun 2020 sebanyak 130,7 mm dengan rata-rata suhu minimum sebesar 22,34 ºC. Curah hujan tertinggi terjadi pada Bulan Januari dengan curah hujan mencapai 411,60 mm, sedangkan curah hujan terendah pada Bulan Agustus sebesar 0 mm. Kelembaban terendah di Bulan Juni sebesar 86,24 persen. Tekanan udara minimal dan maksimal di Kota Bandar Lampung adalah 1010,27 mb dan 1008,30 mb, sedangkan untuk kecepatan angin minimal dan maksimal adalah 4,39 knot dan 0,49 knot (Badan Pusat Statistika, 2021).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2020 adalah 1.166.066 jiwa dengan komposisi penduduk laki-laki sebanyak 594.292 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 571.774 jiwa. Besarnya angka rasio jenis kelamin penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan yaitu sebesar 103,9. Kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung

mencapai 5.913 jiwa/km^2. Kepadatan penduduk pada 20 kecamatan di Kota Bandar Lampung cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Tanjung Karang Timur yaitu 21.220 jiwa/km^2 dan terendah di Kecamatan Sukabumi yaitu 3.215 jiwa/km^2. Distribusi penduduk di Kota Bandar lampung berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2020

Kelompok umur (tahun)	**Jumlah penduduk (jiwa)**	**Persentase (%)**
0-14	276.773	23,74
15-64	817.079	70,07
≥65	72.214	6,19
Total	**1.166.066**	**100,00**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021

Tabel 10 menunjukkan bahwa penduduk di Kota Bandar Lampung sebagian besar berada pada kelompok umur 15-64 tahun dengan jumlah 817.079 jiwa dengan persentase sebesar 70,07 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk di Kota Bandar Lampung mayoritas berada di usia produkif dan ketersediaan tenaga kerja cukup tinggi untuk terus melanjutkan pembangunan di Kota Bandar Lampung. Penduduk Kota Bandar Lampung yang mayoritas berada di usia produktif tersebut juga berpotensi cukup besar untuk menjadi konsumen dari agroindustri pisang goreng beku Shamiya karena konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya pada umumnya berasal dari kelompok usia produktif.

4. Keadaan Perekonomian

Pada tahun 2020, angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku yang dihasilkan Kota Bandar Lampung sebesar 59.078,74 miliar rupiah. Ekonomi Kota Bandar Lampung 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 1,85 persen dibanding tahun

sebelumnya. Sektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB Kota Bandar Lampung yaitu sektor industri pengolahan sebesar 20,97 persen. Agroindustri termasuk ke dalam sektor industri pengolahan sehingga agroindustri turut memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Bandar Lampung.

B. Kecamatan Kedaton

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Kedaton adalah salah satu kecamatan dari 20 kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung dengan luas kecamatan sebesar 4,79 km^2. Secara topografi, Kecamatan Kedaton sebagian besar adalah daerah daratan dan diantaranya daerah bukit dan pegunungan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif Kecamatan Kedaton berasal dari sebagian wilayah geografis dan administratif Kecamatan Kedaton dan Kecamatan Tanjung Karang Pusat dengan batas-batas sebagai berikut:

a. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Senang.
b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Karang Pusat.
c. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Way Halim.
d. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Langkapura dan Kecamatan Labuhan Ratu.

Secara administrasi berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayah Kecamatan Kedaton dibagi menjadi 7 (tujuh) kelurahan, yaitu Kelurahan Kedaton, Kelurahan Sidodadi, Kelurahan Sukamenanti, Kelurahan Sukamenanti Baru, Kelurahan Penengahan, Kelurahan Penengahan Raya, dan Kelurahan Surabaya.

2. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton pada tahun 2020 sebanyak 57.336 jiwa, dengan penduduk laki-laki sebanyak 29.027 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 28.309 jiwa. Distribusi penduduk Kecamatan Kedaton terhadap Kota Bandar Lampung yaitu sebesar 4,92 persen dengan kepadatan penduduk sebesar 11.970 jiwa/km². *Sex ratio* di Kecamatan Kedaton sebesar 102,5 persen yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak 2,5 persen dari jumlah penduduk perempuan. Sebaran jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton berdasarkan kelurahan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton berdasarkan kelurahan tahun 2020

No.	Kelurahan	Penduduk (jiwa)
1	Sukamenanti	5.619
2	Sidodadi	12.464
3	Surabaya	12.169
4	Kedaton	14.498
5	Sukamenanti Baru	3.959
6	Penengahan	5.017
7	Penengahan Raya	3.610
	Kecamatan Kedaton	**57.336**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2021

Tabel 11 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Kedaton berjumlah 57.336 jiwa. Kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling banyak adalah Kelurahan Kedaton dengan jumlah penduduk sebanyak 14.498 jiwa, sedangkan kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit yaitu Kelurahan Penengahan Raya dengan jumlah penduduk sebanyak 3.610 jiwa. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya berada di Kelurahan Kedaton dengan jumlah penduduk terbanyak. Hal ini menjadikan penduduk di Kelurahan Kedaton berpotensi cukup besar untuk menjadi konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

3. 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 tersebut. Jika melihat kondisi infrastruktur dan sarana prasarana/fasilitas yang ada, Kecamatan Kedaton merupakan salah satu kecamatan di Kota Bandar Lampung yang memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, serta infrastruktur jalan yang telah baik. Sarana dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Kedaton adalah fasilitas pendidikan, kesehatan, keamanan, pasar, industri, sarana transportasi, dan fasilitas lain yang mendukung perekonomian di Kecamatan Kedaton. Sarana dan prasarana tersebut tentunya turut membantu keberlangsungan agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

C. Gambaran Umum Agroindustri Pisang Goreng Beku Shamiya

1. Sejarah Agroindustri

Agroindustri pisang goreng beku Shamiya didirikan pada tahun 2014 dan merupakan produsen pisang goreng beku pertama di Kota Bandar Lampung. Pendiri usaha ini adalah Bapak MA yang berusia 42 tahun. Bapak MA dalam merintis usahanya dari awal hingga sekarang didampingi oleh istrinya yaitu Ibu NKP. Seiring berjalannya waktu, agroindustri pisang goreng beku Shamiya saat ini sudah menyandang sebagai badan usaha persekutuan komanditer (CV). Agroindustri ini juga sudah memiliki perizinan PIRT dengan nomor 2141871010794-25 dan sudah memiliki sertifikat halal MUI.

Agroindustri pisang goreng beku Shamiya pada awal berproduksi hanya dilakukan oleh Bapak MA dan Ibu NKP, namun sekarang agroindustri ini

telah memiliki 17 orang karyawan. Awalnya dengan bermodalkan Rp 5.000.000,00, pasangan suami istri ini mencoba membuka usaha pisang goreng beku dengan tujuan mencari peruntungan baru setelah *resign* dari pekerjaan sebelumnya. Modal usaha tersebut mereka peroleh dari modal pribadi.

Latar belakang Bapak MA mendirikan agroindustri ini yaitu dikarenakan beliau melihat potensi pisang di Lampung yang cukup besar. Bahan baku pisang yang cukup mudah ditemukan di Lampung membuat beliau yakin bahwa usaha olahan pisang memiliki prospek usaha dan peluang pasar yang baik sehingga usaha ini didirikan dan dijadikan sebagai pekerjaan utama. Olahan pisang juga terkenal sebagai oleh-oleh khas Lampung sehingga banyak diminati oleh masyarakat tidak hanya masyarakat Lampung namun juga masyarakat luar kota. Selain itu, dengan didirikannya agroindustri pisang goreng beku Shamiya, beliau juga dapat membuka lapangan pekerjaan baru untuk orang-orang di sekitar agroindustri yang membutuhkan pekerjaan. Usaha ini juga dibangun untuk meningkatkan pendapatan keluarga, sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

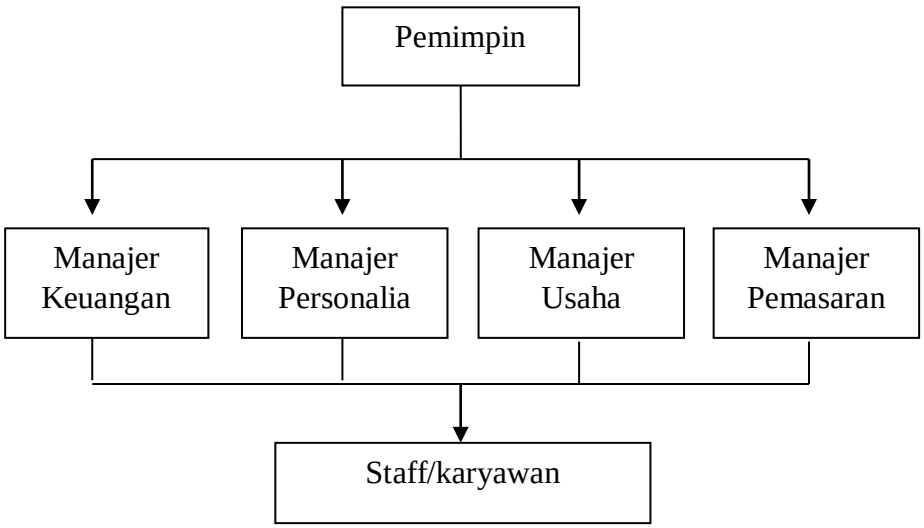
Produksi agroindustri pisang goreng beku Shamiya tertinggi membutuhkan hingga 180 sisir pisang per hari, dimana hasil produksi tersebut dikemas menjadi lima jenis ukuran yang berbeda-beda. Produksi terendah membutuhkan 120 sisir pisang per hari. Produksi yang baik tentunya didukung dengan peralatan yang memadai. Jenis peralatan yang digunakan agroindustri ini masih tergolong sederhana. Awalnya Bapak MA hanya memiliki kompor, wajan dan peralatan penggorengan yang masing-masing hanya berjumlah satu buah. Namun seiring berjalannya waktu peralatan yang digunakan sudah mengalami peningkatan kualitas dan jumlah hingga sekarang. Meskipun masih tergolong peralatan yang sederhana, akan tetapi peralatan yang

digunakan untuk produksi pisang goreng beku tersebut sudah memadai dan layak untuk digunakan.

Bapak MA masih menjalankan usaha agroindustrinya hingga saat ini karena menurut beliau usaha yang dijalankan sangat menguntungkan. Produk yang dihasilkan oleh agroindustri ini sangat diminati oleh masyarakat, baik masyarakat Lampung maupun masyarakat dari luar kota. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya membuat produk pisang goreng beku sesuai dengan permintaan konsumen dan selalu menjaga kualitas produknya sehingga masyarakat senantiasa percaya akan produk yang dihasilkan agroindustri tersebut.

2. Struktur Organisasi Agroindustri

Struktur organisasi agroindustri pisang goreng beku Shamiya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Struktur organisasi agroindustri pisang goreng beku Shamiya

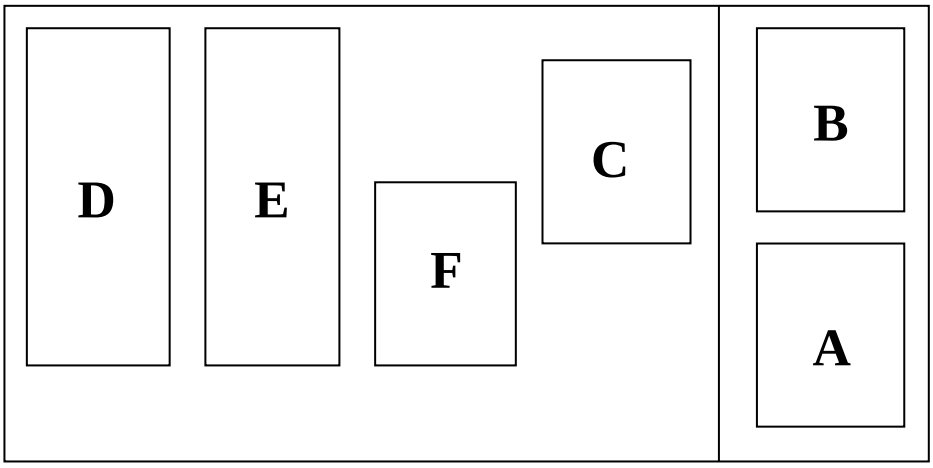
Struktur organisasi yang ada di agroindustri pisang goreng beku Shamiya termasuk dalam struktur garis, hal ini dikarenakan agroindustri tersebut termasuk dalam skala kecil yang pelaksanaannya diperintah langsung

oleh pemimpin. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya dipimpin oleh Bapak MA. Bapak MA selaku pemimpin mempunyai tugas bertanggung jawab secara penuh terhadap kegiatan agroindustri pisang goreng beku Shamiya dan mengawasi pekerjaan para tenaga kerja.

Manajer keuangan pada agroindustri ini yaitu Ibu NKP yang bertugas melakukan koordinasi finansial agroindustri dan mengelola akuntansi agroindustri pisang goreng beku Shamiya. Manajer personalia pada agroindustri ini yaitu Bapak TA yang bertugas mengurus dan mengembangkan karyawan di agroindustri pisang goreng beku Shamiya. Manajer usaha pada agroindustri ini adalah Bapak WLP yang bertanggung jawab dalam jalannya usaha produksi pisang goreng beku. Manajer pemasaran pada agroindustri ini yaitu Ibu FTW yang bertanggung jawab dalam kegiatan pemasaran pisang goreng beku. Staff/karyawan pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya bertugas menjalankan proses produksi pisang goreng beku dan menjaga *outlet* Shamiya.

3. Tata Letak/ *Layout* Agroindustri

Agroindustri pisang goreng beku Shamiya menyewa tempat untuk melakukan proses produksi pisang goreng beku. Agroindustri ini memiliki dua tempat yang berbeda yaitu rumah produksi dan *outlet*. *Outlet* Shamiya berada di Jalan Pagar Alam No. 73 Kedaton Bandar Lampung. Rumah produksi terletak di belakang *outlet* Shamiya yaitu di Gang Cinde. Tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi agroindustri pisang goreng beku Shamiya dapat dilihat pada Gambar 5.

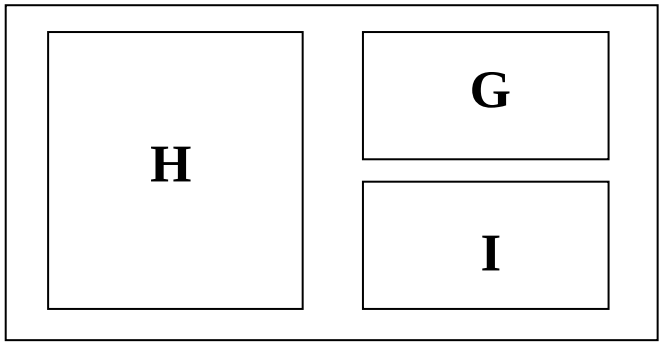


Gambar 5. Tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi Shamiya

Keterangan gambar:

A : Tempat penyimpanan bahan baku pisang
B : Tempat pengupasan pisang
C : Tempat pengirisan pisang
D : Tempat pengadonan dan penggorengan pisang
E : Tempat penirisan dan penyortiran pisang goreng beku
F : Tempat pengemasan pisang goreng beku

Gambar 5 dapat dilihat tata letak/ layout bangunan rumah produksi pisang goreng beku Shamiya. Bagian A merupakan tempat penyimpanan dan tempat pemeraman bahan baku pisang sebelum diproduksi. Bagian B merupakan tempat pengupasan bahan baku pisang yang sudah matang dan siap untuk diproduksi. Bagian C merupakan tempat pengirisan pisang. Bagian D merupakan tempat pengadonan pisang dan tempat penggorengan pisang yang sudah dimasukkan ke adonan tepung. Bagian E merupakan tempat penirisan pisang yang sudah digoreng dan didinginkan menggunakan kipas angin serta dilakukan penyortiran. Bagian F merupakan tempat pengemasan pisang goreng beku. Selanjutnya pisang goreng beku tersebut dibawa ke *outlet* untuk dimasukkan ke dalam *freezer* dan dipasarkan. Tata letak/ *layout* bangunan *outlet* Shamiya dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tata letak/ *layout* bangunan *outlet* Shamiya

Keterangan gambar:

G : Tempat penyimpanan produk pisang goreng beku
H : Tempat penjualan produk pisang goreng beku
I : Tempat administrasi agroindustri pisang goreng beku

Gambar 6 dapat dilihat tata letak/ *layout* bangunan *outlet* Shamiya. Bagian G merupakan tempat penyimpanan produk pisang goreng beku yaitu di freezer. Bagian H merupakan toko tempat penjualan produk pisang goreng beku. Bagian I merupakan tempat administrasi agroindustri pisang goreng beku Shamiya. *Outlet* yang dimiliki agroindustri pisang goreng beku Shamiya ini merupakan tempat untuk memasarkan produknya langsung kepada konsumen.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aliran produk pada rantai pasok pisang bergerak mengalir dari petani hingga sampai ke agroindustri pisang goreng beku Shamiya. Aliran finansial pada rantai pasok pisang terjadi dari agroindustri, pedagang pengumpul, dan ke petani yang dibayar secara tunai. Aliran informasi pada rantai pasok pisang mengalir secara dua arah, yaitu dari petani ke pedagang pengumpul, kemudian ke agroindustri pisang goreng beku Shamiya, dan juga sebaliknya. Pengadaan bahan baku di agroindustri pisang goreng beku Shamiya belum optimal karena bila dibandingkan dengan penggunaan model EOQ akan menghemat biaya persediaan bahan baku sebesar 86,16 persen dari total biaya persediaan bahan baku pisang pada periode tahun 2021. Nilai persediaan akhir pisang kepok sebesar Rp 1.365.000,00 atau sebesar 89,51 persen dari total nilai persediaan akhir bahan baku, sedangkan nilai persediaan akhir pisang tanduk sebesar Rp 160.000,00 atau sebesar 10,49 persen dari total nilai persediaan akhir bahan baku.
2. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya mulai memperoleh keuntungan pada saat jumlah produksi produk kepok *small* sebesar 433,84 kg, kepok *medium* sebesar 540,07 kg, kepok *large* sebesar 371,25, premium kepok sebesar 404,04 kg, dan premium tanduk sebesar 341,57 kg. Keuntungan seluruh produk pisang goreng beku sebesar Rp 279.213.266,94 per bulan. Keuntungan tertinggi adalah pada produk

kepok *large* dan keuntungan terendah adalah pada produk kepok *small*. Nilai tambah pada agroindustri ini positif sehingga usaha agroindustri menguntungkan.

3. Kegiatan pemasaran pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi, promosi, sumberdaya manusia, proses, dan bukti fisik. Agroindustri pisang goreng beku Shamiya dalam menetapkan harga jual kelima produk pisang goreng beku sudah berada di atas hasil perhitungan harga pokok produksi, artinya agroindustri sudah baik dalam penentuan harga jual. Berdasarkan penilaian konsumen agroindustri pisang goreng beku Shamiya, agroindustri telah menerapkan komponen bauran pemasaran dengan baik pada seluruh komponen berdasarkan kriteria penilaian responden, namun pada komponen produk, konsumen kurang puas dengan kuantitas produk pisang goreng beku yang diukur tidak berdasarkan berat melainkan berdasarkan potongan (*slice*). Pada komponen harga, konsumen berpendapat harga pisang goreng beku tergolong cukup mahal dibandingkan dengan pisang goreng pada umumnya. Konsumen juga mengharapkan adanya jasa layanan pesan antar yang ditawarkan oleh agroindustri pisang goreng beku Shamiya.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri pisang goreng beku agar dapat mempertahankan kualitas produk pisang goreng beku, membuat ukuran kemasan produk pisang goreng beku berdasarkan berat bukan berdasarkan besarnya potongan (*slice*), memberikan layanan jasa pesan antar kepada konsumen, dan meningkatkan kegiatan promosi terutama pada penggunaan media promosi, agroindustri juga diharapkan membuat catatan keuangan akuntansi yang lebih rinci agar dapat diketahui kondisi

keuangan usaha, serta melakukan pencatatan yang memadai pada ketersediaan bahan baku, seperti kartu kendali stok bahan baku.

2. Bagi pemerintah dan dinas-dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan hendaknya dapat lebih mendukung pengembangan usaha agroindustri atau UMKM dengan cara memberikan pembinaan atau pelatihan dalam berwirausaha agar pemilik agroindustri dapat mengembangkan usahanya dan produknya dapat dikenal hingga skala internasional.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya melakukan penelitian lanjutan mengenai perilaku konsumen seperti kepuasan dan loyalitas konsumen pada agroindustri pisang goreng beku Shamiya untuk melengkapi analisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Ahyari, A. 2003. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Lembaga Penerbit BPFE-UGM. Yogyakarta.

Aidawati, G. A K. T., Murniati, K., & Riantini, M. 2021. Analisis keragaan agroindustri klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 9 (2) : 265-270.

Akbar, T. R. 2019. Analisis keragaan dan risiko sistem agroindustri kopi bubuk (studi kasus agroindustri kopi bubuk Cap Obor Mas Lampung, Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara). *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., & Nugraha, A. 2020. Analisis bauran pemasaran, risiko, dan kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (1) : 78-85.

Aldhariana, S.F. 2016. Analisis keragaan agroindustri beras siger studi kasus pada agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan agroindustri Mekar Sari (Kota Metro). *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Aldhariana, S.F., Lestari, D. A. H., & Ismono, H. 2016. Keragaan agroindustri beras siger (kasus di agroindustri Toga Sari Kabupaten Tulang Bawang dan agroindustri Mekar Sari Kota Metro). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 4 (3) : 317-325.

Anggraeni, T. S., Lestari, D. A. H., & Indriani, Y. 2017. Keragaan agroindustri tempe anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 5 (3) : 275-282.

Anititawati. 2016. *Analisis Kriteria Pemilihan Suppliers Menggunakan Metode Analytic Network Process (Studi Kasus Pada PT. XYZ).* Penelitian Mandiri. Universitas Bakrie. Jakarta.

Apriyani, A., Haryono, D., & Nugraha, A. 2020. Analisis harga pokok produksi, nilai tambah dan keuntungan agroindustri keripik tempe di Kota Metro. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8(4) : 571–578.

Arif, M. 2018. *Supply Chain Management*. CV Budi Utama. Yogyakarta.

Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.

Arsyad, L. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat. STIE YKPN. Yogyakarta.

Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta.

Azis, A., Miftah, H., & Arsyad, A. 2017. Analisis nilai tambah dan marjin pemasaran pisang menjadi olahan pisang (studi kasus pada industri kecil "Srikandi") di Kelurahan Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal AgribiSains*. Vol. 3 (1) : 55-66.

Aziz, A. 2003. *Riset Keperawatan & Teknik Penulisan Ilmiah*. Salemba Medika. Jakarta

Badan Pusat Statistik. 2021. *Produksi Tanaman Buah-buahan di Indonesia Tahun 2018-2020*. BPS. Jakarta.

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Distribusi PDRB Kota Bandar Lampung Atas Dasar Harga Berlaku (Persen)*. BPS Kota Bandar Lampung. Lampung

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2021. *Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku Provinsi Lampung tahun 2020*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.

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 Nurlella. 2009. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Carter, W.K. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi 14*. Salemba Empat. Jakarta.

Djaali. 2008. *Skala Likert*. Pustaka Utama. Jakarta.

Downey, W. D., & Erickson, S. P. 1989. *Manajemen Agribisnis. Edisi Kedua*. Erlangga. Jakarta

Firdaus, M. 2012. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.

Handoko, T.H. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. BPPE. Yogyakarta.

Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2009. *Akuntansi Manajerial Buku 1 Edisi 8*. Salemba Empat. Jakarta.

Harahap, B. dan Tukino. 2020. *Akuntansi Biaya*. Batam Publisher. Batam.

Hasyim, A.I. 1996. *Diktat Manajemen Tataniaga*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.

Heizer, J dan R. Barry. 2011. Operation Management Edisi Sembilan. Salemba Empat. Jakarta.

Herjanto, E. 2007. *Manajemen Operasi. Edisi Ketiga*. Grasindo. Jakarta.

Hermawan, S. 2008. *Akuntansi Perusahaan Manufaktur*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Hidawan, Y. 2017. Analisis nilai persediaan bahan baku jagung pada perusahaan PT Q. *Karya Ilmiah Mahasiswa Agribisnis*. Politeknik Negeri Lampung. Lampung.

Hidayatullah, S. 2004. Analisis agroindustri sate bandeng (kasus pada tiga industri rumah tangga di Kabupaten Serang Provinsi Banten). *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung

Husain, A. H., Murniati, K., & Nugraha, A. 2020. Kinerja dan nilai tambah agroindustri sagu aren di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (1) : 153-160.

Ismanto, H. 2015. *Pengolahan Tanpa Limbah Tanaman Pisang*. Laboratorium Pengolahan Hasil Pertanian. Balai Besar Pelatihan Pertanian. Batangkaluku.

Kartadinata, A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2017. *Tabel Komposisi Pangan Indonesia*. https://www.panganku.org/id-ID/view. Diakses pada tanggal 9 Mei 2022.

Kotler, P dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 13*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. dan K.L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.

Kuncoro, M. 2007. *Otonomi dan Pembangunan Daerah : Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*. Erlangga. Jakarta.

Kurina, N., Setiawan, I., & Setia, B. 2020. Analisis nilai tambah sale pisang gulung (studi kasus pada agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Agroinfo Galuh*. Vol. 7 (3) : 723-728.

Kusumawaty, Y. 2018. Strategi pemasaran produk makanan ringan khas Riau (keripik nenas dan rengginang ubi kayu). *Jurnal Agribisnis*. Vol. 20 (2) : 124-138.

Laksono, A. 2021. Keragaan agroindustri kopi bubuk dan kopi luwak (studi kasus pada agroindustri Dua Putra dan agroindustri Ratu Luwak di Kecamatan Balik Bukit, Kabupaten Lampung Barat). *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.

Lovelock, C., J. Wirtz, dan J. Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.

Martono, A. D. H. 2002. *Manajemen Keuangan Edisi Pertama*. Ekonosia. Yogyakarta.

Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Salemba. Jakarta.

_____. 2009. *Akuntansi Biaya*. Salemba. Jakarta.

Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Narimawati, U. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.

Nurdin, M. F., Sulaeman, Dewi, N. N. N. 2021. Manajemen persediaan bahan baku pada industri keripik pisang Azizah di Mamboro Kecamatan Palu Utara. *Jurnal Agrotekbis*. Vol. 9 (2) : 350-359.

Noviantari, K., Hasyim, A. I., & Rosanti, N. 2015. Analisis rantai pasok dan nilai tambah agroindustri kopi luwak di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis.* Vol.3 (1) : 10-17.

Prasetya, H. dan F. Lukiastuti. 2009. *Manajemen Operasi*. Media Pressindo. Yogyakarta.

Pujawan, N. 2010. *Supply Chain Management*. Guna Widya. Surabaya.

Radiyati, T. 1990. *Kerupuk Keripik*. BPTTG Puslitbang Fisika Terapan LIPI. Jakarta.

Rangkuti, F. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Saragih, B. 2001. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. PT Surveyor Indonesia dan Pusat Studi Pembangunan LP-IPB. Jakarta.

_____. 2010. *Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. IPB Press. Bogor.

Satuhu, S dan A. Supriyadi. 2000. *Pisang Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Shafira, F., Lestari, D. A. H., & Affandi, M. I. 2018. Analisis keragaan agroindustri tahu kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 6 (3) : 279-287.

Siahaya, W. 2013. *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*. In Media. Jakarta.

Sjarkowi, F., & Sufri, M. 2004. *Manajemen Agribisnis*. CV Baldad Grafiti Press. Palembang.

Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

_____. 2010. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Press. Jakarta.

Solihin, A., Rochdiani, D., & 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 Agroinfo Galuh*. Vol. 6 (3) : 564-569.

Subiyanto, I. dan Suripto, B. 1993. *Akuntansi Biaya*. STIE YKPN Yogyakarta. Yogyakarta.

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.

Sufren dan Natanael. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

Suneli, M., Sayekti, W. D., & Nugraha, A. 2021. Kinerja produksi dan daur hidup produk agroindustri Aneka Bakery di Kota Cilegon. *Jurnal Agrimanex*. Vol. 1 (2) : 10-19.

Supranto, J. 1998. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Rineka Cipta. Jakarta.

Supriyono. 2002. *Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen untuk Teknologi Maju dan Globalisasi. Edisi kedua, Cetakan Pertama*. BPFE. Yogyakarta.

Sutawi, M.P. 2002. *Manajemen Agribisnis*. UMM Press. Malang.

Sutomo, B. 2008. *Variasi Mi dan Pasta. Cetakan Pertama*. Kawan Pustaka. Jakarta.

Sutrisno. 2000. *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Ekonesia. Yogyakarta

Syahyuti. 2006. *30 Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Bina Rena Pariwara. Jakarta.

Syarief, A. N. L., Lestari, D. A. H., & Kasymir, E. 2019. Keragaan agroindustri kerupuk bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 7 (3) : 298-305.

Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Penerbit Bayumedia. Yogyakarta.

Wijaya, A., Sisca, Silitonga, H. P., Candra, V., Butarbutar, M., Sinaga, O. S., Hasibuan, A., Efendi, Priyojadmiko, E., & Simarmata, J. 2020. *Manajemen Operasi Produksi*. Yayasan Kita Menulis. Medan.

Wulandari, D., Wijaya, S., & Suryani, A. 2017. Analisis pengendalian persediaan bahan baku pakan sapi CV Satriya Feed Lampung di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 5 (3) : 250-257.

Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.