

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERIPIK NANGKA DAN
KERIPIK PISANG BINTANG BUAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

Denti Fitri Yanti
1914131047



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF AGROINDUSTRY JACKFRUIT CHIPS AND BANANA CHIPS OF BINTANG BUAH IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

DENTI FITRI YANTI

This study aims to analyze (1) the procurement of raw materials, (2) the benefits obtained, (3) the application of the marketing mix, and (4) the role of supporting services. This research uses a case study method, Bintang Buah Chips Agroindustry (KBB) in Bandar Lampung City. Determination of the research location is done intentionally (purposive). Respondents in this study were agroindustry owners, agroindustry employees, and 60 consumers. Data collection in the study was carried out in February 2023-March 2023. The analysis method used is the analysis of the supply chain flow pattern, analysis of the six right criteria, profit analysis, marketing mix analysis based on the perspective of agro-industry owners and consumers and analysis of the role of supporting services. The results showed (1) In the supply chain of KBB Agroindustry raw material product flow moves from farmers to KBB Agroindustry. Financial flow is carried out in cash between suppliers and agroindustry. The flow of information flows in two directions from farmers to intermediary traders then to KBB Agroindustry and vice versa. Procurement of raw materials based on the six exact criteria, most of which are correct, only the right price component on jackfruit is less precise. (2) Jackfruit chips, muli banana chips, and kepok banana chips are profitable to cultivate, because the income earned from the three chips products is greater than the costs incurred. (3) Marketing activities in KBB Agroindustry have implemented a marketing mix consisting of product, price, place, and promotion components. (4) Utilization of supporting services is most widely utilized in marketing activities with a percentage of 53 percent. Supporting services that have been utilized are financial institutions, government policies, extension institutions, transportation facilities, information and communication technology, and markets, while those that have not been utilized by KBB Agroindustry are research institutions.

Keywords: Agroindustry, banana chips, jackfruit chips, performance

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERIPIK NANGKA DAN KERIPIK PISANG BINTANG BUAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

DENTI FITRI YANTI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengadaan bahan baku, (2) keuntungan yang diperoleh, (3) penerapan bauran pemasaran, dan (4) peran jasa layanan pendukung. Pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus, Agroindustri Keripik Bintang Buah (KBB) di Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden pada penelitian ini adalah pemilik agroindustri, karyawan agroindustri, dan 60 konsumen. Pengumpulan data dalam penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2023-Maret 2023. Metode analisis yang digunakan adalah analisis pola alir rantai pasok, analisis kriteria enam tepat, analisis keuntungan, analisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan konsumen serta analisis peran jasa layanan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan (1) Pada rantai pasok aliran produk bahan baku Agroindustri KBB bergerak mengalir dari petani hingga sampai ke Agroindustri KBB. Aliran finansial dilakukan secara tunai antara pemasok dengan agroindustri. Aliran informasi mengalir secara dua arah dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke Agroindustri KBB dan juga sebaliknya. Pengadaan bahan baku berdasarkan kriteria enam tepat, sebagian besar sudah tepat hanya komponen tepat harga pada buah nangka yang kurang tepat. (2) Produk keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok menguntungkan untuk diusahakan, karena pendapatan yang diperoleh dari ketiga produk keripik sudah lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. (3) Kegiatan pemasaran pada Agroindustri KBB sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat, dan promosi. (4) Pemanfaatan jasa layanan pendukung paling banyak dimanfaatkan pada kegiatan pemasaran dengan persentase sebesar 53 persen. Jasa layanan pendukung yang telah dimanfaatkan yaitu lembaga keuangan, kebijakan pemerintah, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, dan pasar, sedangkan yang belum dimanfaatkan oleh Agroindustri KBB adalah lembaga penelitian.

Kata kunci: Agroindustri, keragaan, keripik nangka, keripik pisang

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERIPIK NANGKA DAN
KERIPIK PISANG BINTANG BUAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

DENTI FITRI YANTI

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI
KERIPIK NANGKA DAN KERIPIK PISANG
BINTANG BUAH DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Denti Fitri Yanti**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1914131047

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**

MENYETUJUI,

1. **Komisi Pembimbing**


Dr. Ir. Dyah Aring H. Lestari, M.Si.
NIP 196209181988032001


Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.
NIP 196408251990032002

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

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



Sekretaris

: **Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.**



Penguji
Bukan Pembimbing

: **Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.**

2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Denti Fitri Yanti
NPM : 1914131047
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Desa Lubuk Rukam, Kecamatan Hulu Sungkai, Kabupaten
Lampung Utara

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 14 Juli 2023
Penulis,



Denti Fitri Yanti
NPM 1914131047

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Lubuk Rukam tanggal 05 Juli 2001, sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara pasangan Bapak Ali Hidir dan Ibu Rokiah. Penulis menempuh Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 01 Lubuk Rukam yang diselesaikan pada tahun 2012, Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 02 Hulu Sungkai pada tahun 2015, dan Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 02 Kotabumi pada tahun 2018. Penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung aktif dalam organisasi kemahasiswaan yaitu menjadi staf administrasi Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung pada periode 2021 hingga 2022 dan menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (HIMASEPERTA) Universitas Lampung di Bidang I yaitu Bidang Pengembangan Akademik dan Profesi pada periode 2022 hingga 2023. Tahun 2020 penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) selama 7 (tujuh) hari di Dusun Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu. Pada tahun 2021 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Cahaya Negeri, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara. Penulis juga melaksanakan Praktik Umum (PU) pada tahun 2022 selama 40 hari di PT Sarhif Brother, Kecamatan Kotabumi Selatan, Kabupaten Lampung Utara.

MOTTO

“Allah tidak mungkin membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al Baqarah : 286)

“Allah menjadikan pada tiap-tiap sesuatu ada kadarnya, pada tiap-tiap kadar ada masanya, dan pada tiap-tiap masa ada ketetapannya”
(Ali bin Abi Thalib)

“Allah punya milyaran pintu rezeki, milyaran jalan keluar, dan milyaran kemudahan. Kita hanya perlu untuk tidak putus asa dari rahmatnya”

SANWACANA

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Keragaan Agroindustri Keripik Nangka dan Keripik Pisang Bintang Buah Di Kota Bandar Lampung”**. 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 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 Fakultas atas arahan, saran, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan dari awal hingga akhir proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Rabiatal Adawiyah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, nasihat, arahan, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S., selaku Dosen Penguji atas saran dan arahan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Agribisnis atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi.

8. Agroindustri Keripik Bintang Buah, atas izin yang telah diberikan untuk melaksanakan penelitian.
9. Teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Bapak tercinta Ali Hidir dan Ibu tersayang Rokiah, yang selalu memberikan restu, kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi nasihat, saran, dan doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan Penulis.
10. Kakakku tersayang Lisa Marliyanti, A.Md.Kep., serta keluarga besar Penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi.
11. Seluruh staff atau karyawan di Jurusan Agribisnis, Mba In, Mba Lucky, Mas Boim, dan Mas Bukhori yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan serta kerjasamanya selama ini.
12. Sahabatku tersayang, Sara Gracia Simanjuntak, Indah Aprilia Dirgantari, Viola Ika Tinori, Najah Hanifah Putri, Iva Mutiara Indah, Qhonita Sofya, dan Veronica Ariesta Gunawan atas doa, bantuan, saran, semangat, dukungan, kebersamaan, keceriaan, perhatian, kasih sayang, dan ilmu pengetahuan yang diberikan kepada Penulis selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian skripsi ini.
13. Sahabatku tercinta “10K SEHARI”, Ummu Adilla, Riri Wulandari, Sofita Harfiatul Haq, dan Risky Syaputra atas bantuan, doa, dukungan, perhatian, keceriaan, dan kebersamaan yang diberikan kepada Penulis selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian skripsi.
14. Sahabat SMA ku “CERIA KEICHI”, Dewi, Uchi, Tira, Echi, dan Meli atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi.
15. Sahabat seperjuanganku Kelas Agribisnis B 2019 yang telah memberikan banyak hal positif selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian skripsi ini.
16. Kakak-kakakku tersayang, Mba Dinda, Mba Yuli, Mba Nungki, dan Bang Tegar, atas segala waktu, bantuan, informasi, motivasi, bimbingan, ilmu pengetahuan, dan semangat yang telah diberikan kepada Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

17. Keluarga besar Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung dan Himaseperta yang telah memberikan pengalaman organisasi, suka duka, kebersamaan, kebahagiaan, dan ilmu yang bermanfaat kepada Penulis.
18. Almamater tercinta dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Bandar Lampung, 14 Juli 2023
Penulis,

Denti Fitri Yanti

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	xi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Tanaman Nangka.....	11
2. Tanaman Pisang.....	13
3. Konsep Agribisnis dan Agroindustri	15
4. Pengolahan Keripik	17
5. Rantai Pasok	20
6. Pengadaan Bahan Baku	23
7. Teori Biaya	25
8. <i>Common Cost</i> (Biaya Bergabung).....	26
9. Keuntungan.....	26
10. Bauran Pemasaran	27
11. Jasa Layanan Pendukung	29
12. Penelitian Terdahulu	30
B. Kerangka Pemikiran	40
III. METODE PENELITIAN.....	43
A. Metode Penelitian.....	43

B. Batasan Operasional	43
C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data	52
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	53
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas.....	54
E. Metode Analisis Data	57
1. Analisis Pola Alir Rantai Pasok dan Persediaan Bahan Baku	57
2. Analisis Keuntungan	60
3. Analisis Bauran Pemasaran	61
4. Analisis Jasa Layanan Pendukung	63
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	64
A. Kota Bandar Lampung	64
1. Keadaan Geografis	64
2. Keadaan Iklim	65
3. Keadaan Demografi.....	65
4. Keadaan Perekonomian.....	66
B. Kecamatan Kemiling.....	67
1. Keadaan Geografis	67
2. Keadaan Demografi.....	67
3. Keadaan Perekonomian.....	69
4. Keadaan Perekonomian.....	66
C. Gambaran Umum Agroindustri Keripik Nangka dan Keripik Pisang Bintang Buah	69
1. Sejarah Agroindustri Keripik Nangka dan Keripik Pisang Bintang Buah	69
2. Struktur Organisasi Agroindustri Keripik Nangka dan Keripik Pisang Bintang Buah	71

3. Sumber Daya Manusia Agroindustri Bintang Buah	74
4. Tata Letak / Layout Agroindustri Bintang Buah	74
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
A. Karakteristik Responden	77
1. Keadaan Umum Responden Pemilik dan Karyawan Agroindustri	77
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Agroindustri	78
B. Pengadaan Bahan Baku Agroindustri Keripik Bintang Buah	82
1. Analisis Pola Alir Rantai Pasok	82
2. Analisis Kriteria Enam Tepat	84
3. Analisis Tingkat Ketepatan Pengadaan Bahan Baku	96
C. Penggunaan Sarana Produksi	97
1. Bahan Baku	97
2. Tenaga Kerja.....	101
3. <i>Overhead</i> Pabrik.....	102
D. Proses Pembuatan Keripik	111
1. Proses Pembuatan Keripik Nangka	111
2. Proses Pembuatan Keripik Pisang Muli	114
3. Proses Pembuatan Keripik Pisang Kepok	117
E. Produksi Keripik	121
F. Analisis Keuntungan	126
G. Bauran Pemasaran	130
1. Perspektif Pemilik Agroindustri	130
2. Perspektif Konsumen.....	137
H. Jasa Layanan Pendukung	143
1. Lembaga Keuangan (Bank).....	146
2. Kebijakan Pemerintah.....	147
3. Lembaga Penyuluhan	148
4. Lembaga Penelitian	148
5. Sarana Transportasi	149
6. Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	149
7. Pasar	150

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN.....	159

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Provinsi Lampung tahun 2021 (Juta Rupiah).....	2
2. Rata-rata produksi nangka di Indonesia tahun 2019-2021.....	3
3. Rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2019-2021.....	4
4. Distribusi PDRB Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku, Tahun 2021 (dalam persen).....	5
5. Nilai gizi dari nangka per 100 gram	12
6. Nilai gizi dari pisang per 100 gram.....	14
7. Kajian penelitian terdahulu	32
8. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen <i>offline</i> pada Agroindustri KBB.....	55
9. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen <i>online</i> pada Agroindustri KBB.....	56
10. Kriteria penilaian 6T dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KBB	58
11. Kriteria ketepatan berdasarkan kriteria enam tepat.....	60
12. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut	62
13. Jenis jasa layanan pendukung Agroindustri KBB	63
14. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2021	66
15. Jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling berdasarkan kelurahan tahun 2021	68
16. Karakteristik pemilik dan karyawan Agroindustri KBB	77

17. Karakteristik responden konsumen Agroindustri KBB berdasarkan kelompok umur	79
18. Karakteristik responden konsumen Agroindustri KBB berdasarkan jenis kelamin	80
19. Karakteristik responden konsumen Agroindustri KBB berdasarkan tingkat pendidikan	80
20. Karakteristik responden konsumen Agroindustri KBB berdasarkan pendapatan rumah tangga	81
21. Pengadaan bahan baku buah nangka pada Agroindustri KBB berdasarkan kriteria enam tepat	86
22. Pengadaan bahan baku buah pisang muli pada Agroindustri KBB berdasarkan kriteria enam tepat	88
23. Pengadaan bahan baku buah pisang kepok pada Agroindustri KBB berdasarkan kriteria enam tepat	90
24. Hasil pembobotan dan tingkat ketepatan berdasarkan kriteria 6 tepat pengadaan bahan baku pada Agroindustri KBB	96
25. Rata-rata biaya bahan baku nangka pada Agroindustri KBB dalam satu kali produksi	98
26. Rata-rata biaya bahan baku pisang muli pada Agroindustri KBB dalam satu kali produksi	98
27. Rata-rata biaya bahan baku pisang kepok pada Agroindustri KBB dalam satu kali produksi	99
28. Rata-rata biaya bahan baku pisang kepok pada Agroindustri KBB dalam satu bulan produksi	100
29. Rata-rata penggunaan tenaga kerja langsung per bulan pada Agroindustri KBB	101
30. Biaya penggunaan bahan tidak langsung pada Agroindustri KBB per bulan menurut masing-masing produk	104
31. Biaya sumbangan faktor produksi lain Agroindustri KBB per bulan	106
32. Rata-rata penggunaan tenaga kerja tak langsung pada Agroindustri KBB per bulan	107
33. Alokasi <i>commont cost</i> peralatan pada ketiga produk keripik	109
34. Total biaya penyusutan seluruh peralatan per bulan pada Agroindustri KBB	110
35. Rata-rata produksi keripik pada Agroindustri KBB per produksi	123

36. Rata-rata pendapatan dalam satu bulan Agroindustri KBB penjualan <i>offline</i>	124
37. Rata-rata pendapatan dalam satu bulan Agroindustri KBB penjualan <i>online</i>	125
38. Biaya produksi keripik per produksi di Agroindustri KBB	128
39. Biaya produksi keripik per bulan di Agroindustri KBB	128
40. Analisis keuntungan produk keripik pada Agroindustri KBB dalam sebulan	129
41. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen produk berdasarkan perspektif pemilik Agroindustri KBB	131
42. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen harga keripik berdasarkan perspektif pemilik Agroindustri KBB	132
43. Daftar harga produk keripik pada Agroindustri KBB.....	133
44. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen tempat berdasarkan perspektif pemilik Agroindustri KBB	134
45. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen promosi berdasarkan perspektif pemilik Agroindustri KBB	136
46. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen produk berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KBB	137
47. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen harga berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KBB	139
48. Atribut-atribut yang berkaitan dengan tempat berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KBB	140
49. Atribut-atribut yang berkaitan dengan komponen promosi berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KBB	142
50. Penilaian jasa layanan pendukung pada Agroindustri KBB	145
51. Identitas responden Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung	160
52. Identitas responden konsumen <i>offline</i> Agroindustri KBB	161
53. Identitas responden konsumen <i>online</i> Agroindustri KBB	163
54. Biaya penggunaan bahan baku per bulan pada Agroindustri KBB	165
55. Biaya penggunaan bahan tidak langsung per bulan pada Agroindustri KBB	165
56. Penggunaan tenaga kerja langsung dalam produksi keripik nangka pada Agroindustri KBB	170

57. Penggunaan tenaga kerja langsung dalam produksi keripik pisang muli pada Agroindustri KBB	171
58. Penggunaan tenaga kerja langsung dalam produksi keripik pisang kepok pada Agroindustri KBB.....	173
59. Penggunaan tenaga kerja tak langsung pada Agroindustri KBB	174
60. Biaya investasi dan depresiasi peralatan selama sebulan pada Agroindustri KBB	176
61. Biaya lainnya pada Agroindustri KBB	183
62. Alokasi <i>commont cost</i> dari jumlah produksi Agroindustri KBB	185
63. Biaya sarana produksi Agroindustri KBB	186
64. Rata-rata produksi keripik pada Agroindustri KBB	189
65. Rata-rata produksi produk keripik nangka dalam satu kali produksi (satuan bungkus)	189
66. Rata-rata produksi produk keripik nangka dalam satu kali produksi (satuan kilogram)	190
67. Rata-rata pendapatan produk keripik nangka dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam bungkus).....	190
68. Rata-rata pendapatan produk keripik nangka dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam bungkus)	191
69. Rata-rata pendapatan produk keripik nangka dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam kilogram).....	191
70. Rata-rata pendapatan produk keripik nangka dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam kilogram)	192
71. Rata-rata produksi produk keripik pisang muli dalam satu kali produksi (satuan bungkus)	192
72. Rata-rata produksi produk keripik pisang muli dalam satu kali produksi (satuan kilogram)	193
73. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang muli dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam bungkus).....	193
74. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang muli dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam bungkus)	194
75. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang muli dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam kilogram)	194

76. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang muli dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam kilogram)	195
77. Rata-rata produksi produk keripik pisang kepok dalam satu kali produksi (satuan bungkus)	195
78. Rata-rata produksi produk keripik pisang kepok dalam satu kali produksi (satuan kilogram).....	196
79. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang kepok dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam bungkus).....	196
80. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang kepok dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam bungkus).....	197
81. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang kepok dalam sebulan penjualan <i>offline</i> (dalam kilogram).....	197
82. Rata-rata pendapatan produk keripik pisang kepok dalam sebulan penjualan <i>online</i> (dalam kilogram)	198
83. Keuntungan produk keripik nangka per produksi.....	199
84. Keuntungan produk keripik pisang muli per produksi	200
85. Keuntungan produk keripik pisang kepok per produksi	201
86. Bauran pemasaran Agroindustri KBB pada konsumen <i>offline</i>	202
87. Bauran pemasaran Agroindustri KBB pada konsumen <i>online</i>	204
88. Hasil uji validitas dan reliabilitas konsumen <i>offline</i>	206
89. Hasil uji validitas dan reliabilitas konsumen <i>online</i>	207

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Sistem Agribisnis	16
2. Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>)	29
3. Bagan alir analisis keragaan Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung	42
4. Struktur Organisasi Agroindustri KBB.....	72
5. Tata letak/ <i>layout</i> bangunan rumah produksi Agroindustri KBB	75
6. Pola alir rantai pasok pada Agroindustri KBB.....	82
7. Proses pembuatan produk keripik nangka	112
8. Proses pembuatan produk keripik pisang muli	115
9. Proses pembuatan keripik pisang kepok	118
10. Peran jasa layanan pendukung pada tiga kegiatan utama Agroindustri KBB	143
11. Proses pemeraman buah nangka	208
12. Proses pengupasan dan pengirisan nangka	208
13. Proses pengovenan keripik nangka	209
14. Proses penirisan keripik nangka dengan mesin <i>spinner</i>	209
15. Proses pengemasan produk keripik nangka	210
16. Proses pemeraman pisang muli.....	210
17. Proses pengupasan pisang muli.....	211
18. Proses pengovenan keripik pisang muli.....	211
19. Proses penirisan keripik pisang muli	212
20. Proses pengemasan keripik pisang muli	212
21. Proses pengupasan pisang kepok	213

22. Proses penggorengan keripik pisang kepok	213
23. Proses pengemasan keripik pisang kepok	214
24. Ruang penyimpanan keripik	214
25. Foto bersama pemilik Agroindustri KBB	215
26. Wawancara dengan karyawan Agroindustri KBB	215

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor ekonomi yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Tingginya peranan suatu sektor dalam perekonomian, akan memberikan gambaran bahwa sektor tersebut menjadi andalan yang setiap tahunnya berkembang dan menjadi pendorong roda perekonomian wilayah tersebut. Pembangunan pertanian perlu disertai dengan pengembangan industri, baik industri hulu maupun industri hilir. Sektor industri pertanian merupakan perpaduan antara sektor industri dengan sektor pertanian menjadi sistem pertanian yang bertujuan untuk mendapatkan nilai tambah dari produk hasil pertanian. Aktivitas industri yang memanfaatkan hasil pertanian dalam proses produksinya biasa juga disebut dengan istilah agroindustri (Udayana, 2011).

Menurut Seokartawi (2010), pembangunan pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang penting untuk memunculkan sektor industri baru di sektor pertanian, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memperbaiki pendapatan. Sektor pertanian sebagai salah satu sektor penting yang menunjang perekonomian di Provinsi Lampung, memiliki kontribusi yang cukup besar dalam peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pembangunan sektor pertanian di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Produk Domestik Bruto Regional atas dasar harga berlaku tahun 2021 yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Provinsi Lampung tahun 2021 (Juta Rupiah)

Lapangan usaha	Nilai (Juta Rupiah)	Persentase (%)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	105.585.562,33	28,39
Pertambangan dan Penggalian	20.769.872,81	5,58
Industri Pengolahan	73.094.757,71	19,65
<i>Electricity and Gas</i>	519.616,34	0,14
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, dan Lainnya	414.777,33	0,11
Konstruksi	36.765.257,87	9,89
Perdagangan Besar dan Reparasi Kendaraan	43.510.157,86	11,70
Transportasi dan Pergudangan	18.479.306,95	4,97
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5.496.433,15	1,48
Informasi dan Komunikasi	15.844.743,67	4,26
Jasa Keuangan dan Asuransi	8.246.871,20	2,21
<i>Real Estate</i>	10.804.056,93	2,91
Jasa Perusahaan	539.293,27	0,15
Administrasi Pemerintahan dan Lainnya	13.320.699,66	3,58
Jasa Pendidikan	11.345.059,35	3,05
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4.000.441,86	1,08
Jasa Lainnya	3.166.263,58	0,85
PDRB	371.903.171,89	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa sektor pertanian yang memberikan sumbangan terbesar dalam PDRB Provinsi Lampung adalah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 28,39 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 19,65 persen. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Lampung memiliki potensi dalam pengembangan sektor industri pengolahan.

Hampir setiap komoditas pertanian dapat diolah menjadi produk baru baik produk jadi maupun setengah jadi, contohnya buah nangka dan buah pisang. Buah nangka dan buah pisang merupakan buah-buahan yang banyak dibudidayakan di Indonesia sehingga jumlahnya cukup melimpah. Buah

angka memiliki aroma khas yang tajam dan manis dengan kadar air yang cukup tinggi. Kandungan nutrisi pada buah angka juga cukup kompleks antara lain kalori, karbohidrat, vitamin, dan air. Buah pisang juga kaya akan nutrisi antara lain kalori, karbohidrat, vitamin, kalium, klorin, dan air.

Lampung merupakan salah satu provinsi dengan penghasil buah angka dan buah pisang yang melimpah. Rata-rata produksi buah angka dan buah pisang pada sepuluh provinsi terbanyak di Indonesia tahun 2019-2021 dapat dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Rata-rata produksi angka di Indonesia tahun 2019-2021

Produksi	Produksi Tanaman Angka (Ton)				
	Tahun			Rata-rata	
	2019	2020	2021	(Ton)	(%)
Jawa Timur	158.124	177.413	182.741	172.759	26,78
Jawa Tengah	148.432	161.163	159.155	156.250	24,22
Jawa Barat	79.697	75.257	79.332	78.095	12,11
Nusa Tenggara Barat	68.855	74.933	55.821	66.536	10,32
Lampung	41.628	31.043	84.885	52.519	8,14
Bali	18.286	30.741	27.931	25.653	3,98
Sulawesi Selatan	25.136	23.555	26.499	25.063	3,89
Kalimantan Selatan	21.968	20.357	28.859	23.728	3,68
Nusa Tenggara Timur	21.050	22.777	26.673	23.500	3,64
Kalimantan Timur	16.340	13.584	32.819	20.914	3,24

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa produksi angka di Indonesia cukup berfluktuasi. Rata-rata produksi angka di Provinsi Lampung tahun 2019-2021 cukup besar yaitu 52.519 ton atau sebesar 8,14 persen dari keseluruhan rata-rata produksi angka di Indonesia tahun 2019-2021. Hal tersebut menempatkan Provinsi Lampung sebagai penghasil angka terbesar ke lima di Indonesia. Produksi angka di Provinsi Lampung setiap tahunnya mengalami peningkatan sehingga menjadikan Provinsi Lampung sebagai daerah yang memiliki potensi untuk mengembangkan agroindustri dengan bahan baku buah angka (Badan Pusat Statistik, 2022).

Tabel 3. Rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2019-2021

Produksi	Produksi Tanaman Pisang (Ton)				
	Tahun			Rata-rata	
	2019	2020	2021	(Ton)	(%)
Jawa Timur	2.116.974	2.618.795	2.048.948	2.261.572	32,92
Jawa Barat	1.220.174	1.263.504	1.649.228	1.377.635	20,05
Lampung	1.209.545	1.208.956	1.123.240	1.180.580	17,19
Jawa Tengah	621.536	798.599	804.262	741.466	10,80
Banten	257.342	290.266	284.683	277.430	4,04
Bali	231.794	242.242	382.536	285.524	4,16
Nusa Tenggara Timur	227.461	274.369	256.741	252.857	3,68
Sumatera Selatan	143.110	114.140	354.143	203.798	2,97
Sulawesi Selatan	142.492	146.539	161.550	150.194	2,19
Sumatera Barat	116.379	142.034	152.732	137.048	2,00

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa produksi pisang di Indonesia cukup berfluktuasi. Rata-rata produksi pisang di Provinsi Lampung tahun 2019-2021 cukup besar yaitu 1.180.580 ton atau sebesar 17,19 persen dari keseluruhan rata-rata produksi pisang di Indonesia tahun 2019-2021. Hal tersebut menempatkan Provinsi Lampung sebagai penghasil pisang terbesar ke tiga di Indonesia. Produksi pisang di Provinsi Lampung yang terbilang cukup besar menjadikan Provinsi Lampung sebagai daerah yang memiliki potensi untuk mengembangkan agroindustri dengan bahan baku buah pisang (Badan Pusat Statistik, 2022).

Sektor industri pengolahan menjadi salah satu penyokong terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan nilai kapitalisme modal yang ditanamkan besar. Kontribusi sektor industri yang tinggi mampu mengubah struktur perekonomian negara yang bersangkutan secara perlahan ataupun cepat dari sektor pertanian ke sektor industri (Arsyad, 2004). Produk-produk yang diciptakan oleh sektor industri mampu menjadikan produk tersebut memiliki nilai tukar atau nilai tambah yang tinggi. Hal ini membuat sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. 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 4.

Tabel 4. Distribusi PDRB Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku, Tahun 2021 (dalam persen)

Lapangan usaha	2021
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,71
Pertambangan dan Penggalian	3,32
Industri Pengolahan	21,09
<i>Electricity and Gas</i>	0,11
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, dan Lainnya	0,29
Konstruksi	11,42
Perdagangan Besar dan Reparasi Kendaraan	13,80
Transportasi dan Pergudangan	13,13
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2,49
Informasi dan Komunikasi	6,33
Jasa Keuangan dan Asuransi	5,10
<i>Real Estate</i>	5,88
Jasa Perusahaan	0,34
Administrasi Pemerintahan dan Lainnya	5,75
Jasa Pendidikan	3,57
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,10
Jasa Lainnya	1,56
PDRB	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2022

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Bandar Lampung (2022), 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 2021 sebesar 21,09 persen terlihat paling besar diantara sektor lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan cukup memberikan peranan besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Bandar Lampung.

Agroindustri Keripik Bintang Buah (KBB) merupakan salah satu industri pengolahan yang berada di Kota Bandar Lampung dan berkontribusi terhadap pembentukan PDRB Kota Bandar Lampung. Kegiatan agroindustri

diharapkan dapat meningkatkan efisiensi sektor pertanian agar menjadi kegiatan yang lebih produktif melalui proses modernisasi pertanian. Agroindustri memiliki tiga subsistem utama yaitu subsistem pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan, dan subsistem pemasaran yang didukung oleh jasa layanan pendukung. Ketiga subsistem tersebut kemudian membentuk sistem yang biasa disebut dengan keragaan atau *performance* agroindustri. Produksi agroindustri dapat berupa produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun produk bahan baku industri lainnya (Badar, 2013).

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang paling utama dalam kegiatan agroindustri karena ketersediaan bahan baku akan mempengaruhi kinerja produksi agroindustri, maka dari itu diperlukan adanya manajemen pengadaan bahan baku untuk mengetahui bahan baku yang tersedia sudah tepat waktu, jenis, kualitas, kuantitas, harga, dan tempat. Selain itu, kegiatan pengolahan dan pemasaran juga sama pentingnya di dalam suatu agroindustri. Pengolahan yang baik dalam proses produksi akan menghasilkan produk keripik nangka dan keripik pisang yang berkuantitas dan berkualitas baik sehingga nilai tambah yang dihasilkan dapat tinggi dan keuntungan yang didapatkan oleh agroindustri pun dapat maksimal. Pemasaran produk juga perlu menjadi perhatian dengan mengkombinasikan komponen bauran pemasaran. Ketiga kegiatan tersebut, tidak terlepas dari peran jasa layanan pendukung, maka sama pentingnya untuk mengetahui lembaga-lembaga apa saja yang berperan membantu dalam proses kegiatan agroindustri. Berdasarkan uraian latar belakang, maka diperlukan suatu analisis keragaan pada Agroindustri KBB untuk mengetahui bagaimana pengadaan bahan baku, proses pengolahan sehingga menghasilkan keuntungan, pemasaran, dan peranan jasa layanan pendukung pada Agroindustri KBB.

B. Rumusan Masalah

Agroindustri KBB adalah salah satu produsen keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok yang berada di Kota Bandar Lampung yang

didirikan sejak tahun 2010 oleh Ibu Erma Syahfitri. Agroindustri ini mampu mempertahankan eksistensinya dan bersaing dengan banyak agroindustri lainnya yang sejenis. Dalam menjalankan usahanya, Agroindustri KBB ini terdiri dari tiga subsistem utama yaitu subsistem pengadaan bahan baku, subsistem pengolahan, dan subsistem pemasaran. Selain itu, untuk menunjang ketiga subsistem tersebut diperlukan peranan jasa layanan pendukung seperti lembaga keuangan, lembaga pendidikan dan pelatihan, sarana transportasi, pasar, teknologi informasi dan komunikasi, lembaga penelitian, serta kebijakan pemerintah.

Kegiatan pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Agroindustri KBB. Kontinuitas pasokan bahan baku akan mempengaruhi sistem kerja agroindustri. Dalam proses pengadaan bahan baku, Agroindustri KBB mengalami masalah yaitu terancam sulitnya memperoleh bahan baku untuk pembuatan keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok. Agroindustri KBB memperoleh bahan baku dari petani dan pedagang pengumpul yang berasal dari daerah Lampung Timur, Tanggamus, Pringsewu, Kalianda, dan Kotabumi. Hubungan antara pemasok bahan baku dengan agroindustri akan membentuk sebuah rantai pasok.

Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan keripik pisang adalah pisang muli dan pisang kepok, sedangkan bahan baku dalam pembuatan keripik nangka adalah buah nangka. Untuk mendapatkan buah pisang jenis muli dan kepok sebagai bahan baku dalam pembuatan keripik pisang dapat dikatakan tidak terlalu sulit. Jumlah stok pisang muli dan pisang kepok di pasaran umumnya selalu ada, sehingga harga pisang muli dan pisang kepok tergolong cukup stabil. Untuk bahan baku keripik nangka terbilang cukup sulit didapatkan dikarenakan buah nangka yang merupakan buah yang tidak berbuah setiap bulannya. Manajemen yang tepat diperlukan dalam mengelola bahan baku tersebut sesuai dengan kriteria enam tepat yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga (Assauri, 1999). Dengan adanya penerapan konsep enam tepat dalam pengadaan bahan

baku, diharapkan dapat meminimalisir masalah-masalah yang mungkin terjadi dalam proses pengadaan bahan baku dan memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku yang memiliki karakteristik khusus.

Kegiatan pengolahan juga merupakan kegiatan yang tidak kalah penting dan harus diperhatikan dalam kegiatan agroindustri. Kegiatan pengolahan yang baik akan meningkatkan jumlah produksi keripik nangka dan keripik pisang. Apabila kegiatan produksi berjalan dengan baik, maka akan meningkatkan keuntungan bagi agroindustri. Masalah yang terdapat pada Agroindustri KBB adalah terbatasnya mesin pengolahan sehingga kegiatan operasionalnya kurang maksimal. Dalam kegiatan pengolahan, besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membuat keripik nangka dan keripik pisang perlu dilakukan perhitungan untuk mengetahui besaran biaya produksi yang dikeluarkan agroindustri untuk satu kali produksi sehingga dapat diketahui besaran keuntungan yang diperoleh untuk satu kali produksi.

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah kegiatan pemasaran produk pada agroindustri. Kegiatan pemasaran dikatakan penting karena melalui kegiatan pemasaran produk yang ditawarkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Permasalahan pada agroindustri ini adalah wilayah pemasaran yang masih tergolong sempit, karena hanya dilakukan di beberapa daerah di wilayah Lampung dan untuk pemasaran ke luar kota permintaan masih tergolong sedikit. Kegiatan pemasaran keripik nangka dan keripik pisang pada Agroindustri KBB dapat didukung dengan menerapkan konsep 4P pada bauran pemasaran yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*.

Penerapan 4P pada bauran pemasaran tidak hanya dilihat dari pandangan pemilik agroindustri, akan tetapi diperlukan juga pandangan dari konsumen. Perspektif konsumen pada bauran pemasaran berguna untuk membantu pihak agroindustri mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk, tempat, harga, dan promosi yang diberikan oleh agroindustri. Agroindustri KBB saat ini belum mengetahui bagaimana pandangan konsumen selama ini terhadap produk, tempat, harga, dan promosi yang mereka berikan sehingga diperlukan

analisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif konsumen untuk menganalisis hal tersebut. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen akan membantu pihak agroindustri untuk lebih memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga dapat dilakukan evaluasi terhadap kegiatan pemasaran yang selama ini dijalankan dan meningkatkan apa yang perlu ditingkatkan agar minat beli konsumen dapat meningkat. Peningkatan minat beli konsumen akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh oleh agroindustri dan hal ini juga akan berpengaruh pada peningkatan keuntungan yang diperoleh oleh agroindustri.

Kegiatan ketiga subsistem tersebut dapat berjalan dengan baik tentunya tidak terlepas dari adanya peranan jasa layanan pendukung. Peranan jasa layanan pendukung berguna untuk memperlancar kegiatan agroindustri agar dapat berjalan secara maksimal, sehingga perlu diperhatikan apakah Agroindustri KBB telah memanfaatkan lembaga penunjang di sekitar agroindustri secara maksimal atau belum.

Berdasarkan uraian permasalahan, maka dapat dirumuskan masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengadaan bahan baku yang dilakukan oleh Agroindustri KBB?
2. Berapakah keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri KBB?
3. Bagaimana bauran pemasaran produk keripik nangka dan keripik pisang yang dilakukan oleh Agroindustri KBB?
4. Bagaimana peran jasa layanan pendukung pada Agroindustri KBB?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengadaan bahan baku dari Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung.
2. Keuntungan dari Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung.

3. Bauran pemasaran produk dari Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung.
4. Peranan jasa layanan pendukung dari Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung untuk meningkatkan pendapatan agroindustri tersebut.
2. Bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan dan kebijakan terkait dengan pengembangan agroindustri sejenis.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi dan referensi.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Tanaman Nangka

Tanaman nangka merupakan jenis tanaman yang banyak ditanam di daerah tropis, seperti Indonesia. Tanaman nangka di Indonesia bukan merupakan buah-buahan mayor, akan tetapi keberadaannya sudah sangat populer dan digemari banyak masyarakat sebagai buah segar. Tanaman ini umumnya ditanam sebagai tanaman kebun. Pohon nangka yang berbuah besar berbuah pada umur 5-10 tahun sedangkan nangka mini pada umur 1,5-2 tahun. Pada umumnya buah masak setelah 8 bulan sejak bunganya muncul. Umur maksimum produksi buah 20-30 tahun, sesudah itu harus diremajakan. Tanaman nangka berbuah sepanjang tahun dan bukan merupakan buah musiman. Produksi buah tertinggi dicapai sekitar bulan Oktober sampai Desember (Heyne, 1987).

Dalam dunia botani nangka termasuk Ordo Urticales dan Famili Moraceae (Yustina, 1993). Klasifikasi taksonomi tanaman nangka adalah sebagai berikut.

Kingdom : Plantae
Divisi : Magnoliophyta
Class : Magnoliopsida
Ordo : Urticales
Familia : Moraceae
Genus : *Artocarpus*
Spesies : *Artocarpus heterophyllus*
(Syamsuhidayat dkk, 1991).

Buah nangka memiliki aroma khas yang tajam dan manis dengan kadar air yang cukup tinggi. Buah nangka mempunyai kandungan nutrisi yang relatif kompleks, diantaranya adalah kalori, karbohidrat, vitamin dan air. Biji nangka dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan yang kaya akan mineral dan vitamin. Berbagai olahan nangka yang sering ditemui antara lain adalah keripik nangka, selai nangka, tempoyak nangka dan manisan dari buah nangka. Berikut ini kandungan gizi buah nangka per 100 gram dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai gizi dari nangka per 100 gram

Unsur Gizi	Jumlah
Abu (g)	2,70
Air (g)	70,00
Besi (mg)	0,90
β -Karoten (mcg)	149,00
Energi (kal)	106,00
Fosfor (mg)	19,00
Kalium (mg)	407,00
Kalsium (mg)	20,00
Karbohidrat (g)	27,60
Karoten total (mcg)	330,00
Lemak (g)	0,30
Natrium (mg)	2,00
Niasin (mg)	1,00
Protein (g)	2,00
Vitamin B2 (mg)	0,10
Seng (mg)	1,40
Serat (g)	3,70
Tembaga (mg)	246,60
Vitamin B1 (mg)	0,07
Vitamin C (mg)	7,00

Sumber : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2017)

Buah pada tanaman nangka merupakan buah majemuk (*syncarp*) dan berbentuk gelendong memanjang. Pada sisi luar membentuk duri pendek yang lunak. Daging buah yang sesungguhnya merupakan perkembangan dari tenda bunga. Daging Buah ini berwarna kuning keemasan apabila telah masak, berbau harum-manis, berdaging, dan kadang-kadang berisi cairan (nektar) yang manis, namun ketika nangka masih muda, buahnya

berwarna putih dan coklat, biasanya dimanfaatkan untuk sayuran. Nangka ini tumbuh pada batang dan juga percabangan. Di dalam nangka, terdapat dami-dami yang sebetulnya itu adalah nangka yang tidak diserbuki. Dami nangka merupakan bunga yang tidak dibuahi, sedangkan bunga yang terbuahi akan menjadi satu dengan biji nangka (Rukmana, 2008).

2. Tanaman Pisang

Pisang merupakan tanaman serbaguna yang hampir semua bagiannya dapat dimanfaatkan mulai dari akar (*rhizome*) sampai daun. Tanaman pisang di Indonesia termasuk salah satu buah yang sangat populer di masyarakat karena mudah ditemukan dan tersedia dalam berbagai jenis, disamping harganya yang sangat terjangkau dan nilai gizinya juga sangat lengkap (Kementrian Pertanian, 2016). 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).

Buah pisang kaya akan nutrisi karena memiliki kandungan karbohidrat, vitamin, lemak, protein, dan mineral. Kandungan protein pada buah pisang lebih tinggi dibandingkan dengan buah lainnya, namun buah pisang mudah busuk. Untuk mencegah terjadinya pembusukan pada buah pisang dapat dilakukan pengolahan seperti tepung pisang untuk makanan bayi, sari buah, sale pisang, roti pisang, keripik pisang, pisang rebus, pisang goreng, kolak pisang, pisang bakar, anggur pisang, pure pisang (pulp buah pisang), aneka kue (*cake*) dan roti, minuman berakohol, saos pisang-apel, *breakfast-cereal*, yoghurt, es krim, *egg-nog*, *nectar*, irisan pisang dalam kaleng dan sebagainya (Cahyono, 2016). Nilai gizi dari pisang per 100

gram berdasarkan Tabel Komposisi Pangan Indonesia dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. 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. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis adalah model yang mencakup sistem kegiatan pra budidaya dan budidaya, panen, pasca panen dan pemasaran sebagai suatu sistem yang saling terintegrasi kuat antara satu dengan lainnya dan sulit untuk dipisahkan (Saragih, 2010). Konsep agribisnis merupakan suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran produk dan aktivitas lain yang berhubungan dengan kegiatan pertanian dan berorientasi *profit*. Agribisnis sebagai sistem merupakan keseluruhan aktivitas produksi input, produksi dan produksi pengolahan hasil pertanian (Maulidah, 2012).

Menurut Hermawan (2016) sistem agribisnis terdiri dari lima subsistem, yaitu:

a. Subsistem Penyediaan Sarana Produksi

Kegiatan ini mencakup kegiatan perencanaan, pengelolaan sarana produksi, teknologi serta sumberdaya agar penyediaan sarana produksi atau input usahatani memenuhi kriteria tepat waktu, tepat jumlah, tepat jenis, tepat mutu dan tepat produk.

b. Subsistem Usahatani atau proses produksi.

Subsistem usahatani mencakup kegiatan pembinaan dan pengembangan usahatani untuk meningkatkan produksi primer pertanian. Pada kegiatan ini juga menyangkut perencanaan, pemilihan lokasi, komoditas, teknologi, dan pola usahatani dalam rangka meningkatkan produksi primer.

c. Subsistem Agroindustri/pengolahan hasil.

Pada subsistem agroindustri selain mencakup kegiatan pengolahan di tingkat petani subsistem ini juga berkaitan dengan keseluruhan kegiatan yaitu penanganan pasca panen produk pertanian sampai dengan tingkat pengolahan lanjutan yang bertujuan guna meningkatkan nilai tambah dari produksi primer tersebut.

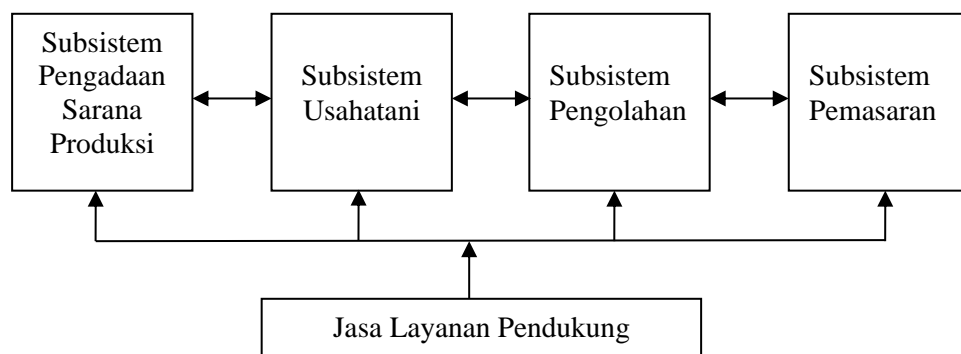
d. Subsistem Pemasaran

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan memasarkan hasil usahatani dan agroindustri. Kegiatan utama subsistem ini adalah memantau serta mengembangkan informasi pasar pada pasar domestik dan pasar luar negeri.

e. Subsistem Jasa Layanan Pendukung

Subsistem jasa layanan pendukung merupakan pendukung kegiatan pra panen dan pasca panen yang meliputi sarana tataniaga, perbankan/perkreditan, penyuluhan agribisnis, kelompok tani, infrastruktur agribisnis, koperasi agribisnis, BUMN, swasta, penelitian dan pengembangan, pendidikan dan pelatihan, transportasi, serta kebijakan pemerintah.

Semua subsistem tersebut merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan dan meliputi keseluruhan mata rantai produksi. Subsistem dalam sistem agribisnis dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. Sistem Agribisnis

Sumber : Maulidah, 2012

Agroindustri merupakan kegiatan pemanfaatan produk hasil pertanian menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dari sebelumnya. Proses yang terdapat dalam kegiatan agroindustri mencakup pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Produk yang dihasilkan oleh agroindustri dapat berupa produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun

sebagai bahan baku industri lainnya. Dengan adanya pengembangan kegiatan agroindustri dapat meningkatkan permintaan terhadap hasil-hasil pertanian sehingga akan meningkatkan produksi, harga hasil pertanian, dan pendapatan petani (Maulidah, 2012).

Menurut Aristanto (1996), sektor industri di Indonesia dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

- a. Industri besar yaitu industri yang proses produksinya secara keseluruhan sudah menggunakan mesin dengan tenaga kerja lebih dari 100 orang.
- b. Industri sedang yaitu industri yang proses produksinya menggunakan mesin sebagian dan tenaga kerja yang digunakan berkisar 20-99 orang.
- c. Industri kecil yaitu industri yang umumnya memakai sistem pekerja upahan dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang.
- d. Industri rumah tangga yaitu industri yang mempunyai tenaga kerja kurang dari 5 orang dan terdapat di pedesaan.

Pertanian menjadi sangat penting karena adanya pengolahan hasil pertanian yang dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan pelaku industri serta meningkatkan pendapatan bagi pelaku industri. Bagi pelaku industri skala besar, kegiatan pengolahan hasil merupakan hal yang utama dalam usahanya. Hal tersebut karena mereka beranggapan bahwa dengan pengolahan yang baik, maka nilai tambah dalam produk pertanian akan semakin tinggi dan mampu memasuki pasar luar negeri sehingga akan sangat menguntungkan bagi pelaku industri.

4. Pengolahan Keripik

Keripik merupakan makanan ringan yang tergolong ke dalam makanan *creakers* yang memiliki tekstur renyah. Keripik buah merupakan keripik yang berasal dari bahan baku buah-buahan. Jenis buah yang biasa digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan keripik buah adalah buah

yang tidak memiliki kadar air terlalu tinggi. Buah-buahan lokal di Indonesia yang sering dijadikan keripik buah adalah buah nangka dan buah pisang. Buah nangka dan buah pisang merupakan buah-buahan lokal yang memiliki kadar air yang rendah, selain itu buah tersebut juga memiliki rasa yang nikmat sehingga banyak digemari oleh masyarakat. Pada umumnya proses pengolahan keripik dapat dilakukan dengan cara digoreng atau *divacuum fryer*. Pengolahan keripik dengan menggunakan mesin *vacuum fryer* adalah sebagai berikut.

a. Pengupasan dan pengirisan

Buah yang digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan keripik yaitu buah nangka dan buah pisang adalah buah dengan tingkat kematangan penuh > 80%. Buah nangka dan pisang dikupas dan dipisahkan dari kulitnya, kemudian diiris menjadi dua bagian untuk buah nangka dan tiga bagian untuk buah pisang.

b. Pengovenan

Pengovenan keripik nangka dan pisang menggunakan mesin *vacuum fryer* terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Mengisi air ke dalam bak sampai ejector tercelup sedalam ± 3 cm dan selama pengovenan berlangsung temperature air bersuhu $< 270^{\circ}\text{C}$.
- 2) Tabung pengovenan diisi dengan minyak goreng hingga setengah volume tabung, kedudukan jarum diatur pada suhu berkisar 850°C - 950°C , kemudian dihubungkan dengan *steker boks* pengendali suhu dengan sumber listrik.
- 3) Bahan irisan nangka ataupun pisang dimasukkan ke dalam keranjang pengovenan dan kompor elpiji dihidupkan untuk memanaskan minyak sampai suhu 900°C , lalu tabung pengovenan ditutup dan pompa air dinyalakan. Tekanan di dalam tabung ditunggu hingga mencapai minimal 76 cmHg, setelah itu keranjang pengovenan diputar menggunakan tuas setengah putaran.
- 4) Proses pengovenan ditunggu sampai kaca indikator sudah tidak ada lagi uap air atau embun dan suara gemersik sudah hilang. Selama pengovenan berlangsung dilakukan pengadukan dengan memutar

tuas berkali-kali dan memposisikan kembali keranjang pengovenan di atas minyak. Tunggu selama 5 menit agar minyak yang ada di dalam tabung dan keranjang tertiris.

- 5) Tekan tombol *off* untuk mematikan mesin *vacuum fryer*, setelah itu buka tutup tabung, hasil pengovenan diambil dan langsung dimasukkan ke dalam mesin *spinner* dan dinyalakan mesin *spinner* selama 2-3 menit. Proses penirisan menggunakan mesin *spinner* dilakukan beberapa kali secara berulang hingga minyak pada keripik tertiris sempurna.

c. Sortasi dan Pengemasan

Keripik yang telah diproduksi sebelum dikemas akan dilakukan proses sortasi untuk memisahkan keripik yang kurang matang dengan sempurna serta keripik yang hancur saat proses produksi. Proses sortasi bertujuan untuk menjaga kualitas dari keripik yang dihasilkan. Keripik kemudian akan dikemas dalam berbagai ukuran dan kemasan.

Proses pengolahan keripik buah juga dapat dilakukan dengan cara penggorengan biasa. Berikut ini langkah dalam pengolahan pisang menjadi keripik pisang menggunakan cara penggorengan biasa, yaitu:

a. Pengupasan dan Pengirisan

Pisang dikupas, kemudian diiris tipis-tipis (tebal 2 - 3 mm) secara memanjang atau melintang, langsung ditampung dalam bak perendaman untuk menghindari proses oksidasi enzim fenolase yang ada dalam getah pisang.

b. Perendaman

Hasil irisan direndam dalam bak air untuk menghindari perubahan warna pada pisang akibat adanya proses oksidasi.

c. Penggorengan

Irisan buah pisang digoreng menggunakan minyak yang cukup banyak sehingga semua bahan terendam. Selama penggorengan, dilakukan pengadukan secara pelan-pelan. Penggorengan dilakukan sampai

keripik cukup kering dan garing. Untuk mendapatkan keripik pisang dengan rasa manis dapat dilakukan penaburan dengan gula halus.

d. Penirisan minyak

Hasil penggorengan pertama ditiriskan dengan menggunakan peniris minyak hingga minyak yang ada menetes tuntas.

e. Pemberian Bumbu

Untuk melayani konsumen yang memiliki selera berbeda-beda, dapat diciptakan rasa keripik pisang yang beraneka rasa, misalnya keju, moca, jagung bakar, balado, cokelat, dan lain sebagainya.

f. Pengemasan

Keripik pisang yang telah diberi bumbu perasa dikemas dengan kemasan plastik agar menarik bagi konsumen (Direktorat Pengolahan Hasil Pertanian, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Departemen Pertanian, 2009).

5. 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 nangka dan pisang) ke pedagang pengumpul dan kemudian yang ditujukan pada agroindustri. Rantai pasok aliran barang digunakan untuk mengetahui aliran bahan baku dari petani ke pedagang pengumpul kemudian hingga sampai ke agroindustri. Rantai pasok aliran informasi digunakan untuk mengetahui bagaimana proses perjanjian pembelian antara petani/pedagang pengumpul dengan pemilik agroindustri. Rantai pasok aliran keuangan digunakan untuk mengetahui bagaimana proses pembayaran yang dilakukan oleh agroindustri kepada petani/pedagang pengumpul dalam pembelian bahan baku.

Menurut Arif (2018), manajemen rantai pasok adalah 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 barang, 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 penyalurnya 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 *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:

1) Prinsip integrasi

Semua elemen yang terlibat dalam rangkaian *supply chain management* berada dalam satu kesatuan yang kompak dan bersama menyadari adanya saling ketergantungan.

2) Prinsip jejaring

Semua elemen berada dalam hubungan kerja yang selaras.

3) Prinsip ujung ke ujung

Prinsip operasional mencakup elemen pemasok yang paling hulu sampai ke konsumen yang paling akhir.

4) Prinsip saling tergantung

Setiap elemen dalam *supply chain mangement* menyadari bahwa untuk mencapai tujuan bersama dan meningkatkan daya saing, diperlukan kerjasama yang saling menguntungkan

5) Prinsip komunikasi

Data yang akurat memberikan informasi tepat yang memperlancar aliran barang.

6) Prinsip kemitraan

Pemasok, manufaktur, distributor dan pelanggan bekerjasama, saling berbagi dan mengkomunikasikan informasi, mempunyai tujuan yang sama, saling percaya dan mengutamakan kualitas serta waktu.

7) Prinsip dukungan

Mendapat dukungan penuh dari manajemen dan fungsi operasional perusahaan dalam proses perencanaan, koordinasi, pelaksanaan dan pengendalian.

6. Pengadaan Bahan Baku

Menurut Wibowo (2010), bahan baku adalah bahan utama yang digunakan dalam melakukan proses produksi sampai menjadi barang jadi. Bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksi. Setiap perusahaan dalam kegiatan produksinya memerlukan bahan baku, oleh karena itu diperlukan persediaan bahan baku yang cukup agar proses produksi yang dilakukan dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Untuk memenuhi bahan baku pada suatu agroindustri diperlukan manajemen yang baik dalam pelaksanaannya agar diperoleh output yang sesuai dengan keinginan agroindustri.

Kegiatan pengadaan bahan baku bertujuan menunjang jalannya proses produksi pada agroindustri. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) pengadaan bahan baku berfungsi untuk menyediakan bahan baku yang sesuai dengan enam tepat, yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga.

a. Tepat waktu

Pengadaan bahan baku harus dilakukan pada waktu yang tepat yang disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku dalam proses produksi.

Waktu ketersediaan bahan baku perlu diperhatikan agar kuantitas dan kualitas dari bahan baku yang digunakan baik.

b. Tepat tempat

Lokasi memperoleh bahan baku hendaklah strategis sehingga mudah untuk dijangkau dan letaknya tidak terlalu jauh dengan agroindustri. Sumber bahan baku yang terlalu jauh akan menyebabkan penurunan kualitas dari bahan baku yang dihasilkan karena terlalu lama diperjalanan.

c. Tepat kualitas

Bahan baku yang digunakan dalam produksi harus sesuai dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri. Menjaga kualitas bahan baku dari suatu proses produksi berguna untuk menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan.

d. Tepat kuantitas

Jumlah bahan baku yang digunakan dalam produksi harus sesuai dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri. Tercukupinya bahan baku akan mempengaruhi jumlah output yang dapat dihasilkan agroindustri dan memperlancar proses produksi yang dilakukan pada agroindustri tersebut.

e. Tepat harga

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku dalam produksi harus relatif terjangkau oleh agroindustri atau tidak terlalu mahal. Dengan meminimalkan biaya bahan baku, suatu agroindustri tetap harus memperhatikan kualitas dari bahan baku agar sesuai dengan yang dibutuhkan.

f. Tepat jenis

Jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi harus disesuaikan dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

7. Teori Biaya

Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan digunakan sebagai pengurang keberhasilan (Supriyono, 2002). Biaya produksi terbagi menjadi tiga, yaitu:

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Contohnya biaya untuk membeli bahan baku buah nangka dan buah pisang.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Contohnya biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung atau semua biaya produksi tidak langsung. Biaya *overhead* pabrik terdiri dari:

- 1) Bahan tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu produk, namun pemakaiannya sedikit. Contohnya bumbu perasa (coklat, keju, balado, dan lainnya), gas elpiji, kemasan, logo, kayu bakar, minyak goreng.
- 2) Tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk membayar gaji tenaga kerja namun tenaga kerja tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembuatan barang jadi. Contohnya biaya tenaga kerja yang tidak langsung terlibat dalam proses produksi pembuatan produk.
- 3) Biaya tidak langsung lainnya yaitu biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan

produksi barangnya. Contohnya penyusutan alat, biaya transportasi, biaya *packing*, biaya tak terduga, dan biaya listrik (Kartadinata, 2000).

8. *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 ditelusuri kepada masing-masing produk yang dihasilkan (Subiyanto dan Suropto, 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. Perhitungan biaya *common cost* pada masing-masing produk dapat dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu:

$$\text{Alokasi common cost} = \frac{\Sigma \text{output masing-masing produk (kg)}}{\Sigma \text{output keseluruhan (kg)}} \times \text{biaya bergabung}$$

Pada penelitian ini, biaya bergabung yang dikeluarkan dalam proses produksi keripik nangka dan keripik pisang adalah biaya penyusutan peralatan, biaya transportasi, biaya listrik, biaya *packing*, biaya tak terduga (lain-lain), dan biaya tenaga kerja tak langsung.

9. Keuntungan

Keuntungan agroindustri adalah selisih antara penerimaan yang diperoleh dengan semua biaya total dalam waktu satu bulan (Rakhmawati, 2018). Ada beberapa hal 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. Apabila pendapatan yang diperoleh oleh produsen lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan maka labanya positif atau disebut untung, sebaliknya apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan dengan pendapatan berarti labanya negatif atau disebut rugi.

10. Bauran Pemasaran

Pemasaran mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari produsen ke konsumen, termasuk kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk memudahkan konsumen dalam memilih barang sehingga dapat memberikan kepuasan lebih tinggi kepada konsumen (Chaerani, 2016). Pemasaran muncul ketika orang memutuskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pembelian.

Terdapat lima kondisi agar pertukaran dapat terjadi, yaitu:

- a. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang berharga bagi pihak lain.

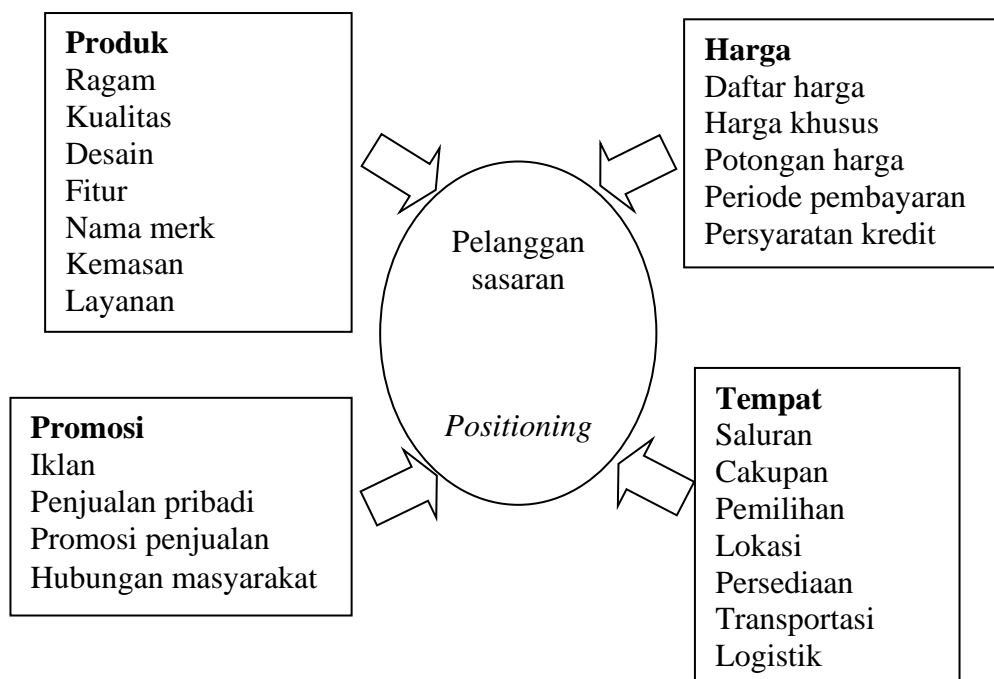
- b. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan melakukan penyerahan.
- c. Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak pertukaran.
- d. Masing-masing pihak yakin bahwa berunding dengan pihak lain adalah layak dan bermanfaat.

Dalam pemasaran, terdapat komponen 4P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion* atau dikenal juga dengan istilah bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon pasar yang diinginkan dari pasar sasaran (Kotler dan Keller, 2008). Bauran pemasaran dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu dari sudut pandang pemilik agroindustri/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 4P 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 yang telah diuraikan mengenai bauran pemasaran maka terdapat beberapa atribut dalam keempat komponen bauran tersebut. Atribut yang terdapat pada keempat komponen bauran pemasaran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Sumber : Kotler dan Koller (2008)

11. Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk membantu dan mengembangkan suatu agroindustri. Menurut Firdaus (2008), lembaga penunjang terdiri dari bank, kebijakan pemerintah, lembaga penyuluhan, lembaga penelitian, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, dan pasar. Peran jasa layanan pendukung sangat penting dalam mendukung kegiatan suatu agroindustri karena dapat membantu kelancaran usaha suatu agroindustri. Lembaga keuangan seperti bank akan membantu memberikan pinjaman sebagai tambahan modal untuk kegiatan usaha. Peraturan pemerintah berguna untuk menjadi acuan bagi agroindustri dalam menjalankan usahanya. Lembaga

penyuluhan membantu memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM agar lebih terampil. Lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh balai penelitian ataupun perguruan tinggi membantu memberikan layanan informasi yang dibutuhkan untuk pengembangan agroindustri. Sarana transportasi membantu memperlancar kegiatan pemasaran agar dapat dengan mudah sampai ke tangan konsumen. Teknologi informasi dan komunikasi membantu untuk mempermudah kegiatan pada agroindustri seperti penggunaan alat canggih dan internet. Pasar membantu menyediakan wadah untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh suatu agroindustri.

12. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dicantumkan merupakan penelitian yang dijadikan acuan dan referensi. Penelitian terdahulu mempermudah dalam memperoleh informasi dan metode analisis yang akan digunakan untuk pengolahan data. Penelitian terdahulu yang membahas terkait dengan keragaan agroindustri sudah terbilang cukup banyak, akan tetapi penelitian mengenai keragaan agroindustri dengan melihat perspektif konsumen hanya sedikit.

Berdasarkan kajian terdahulu yang tercantum pada Tabel 7, maka dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis keragaan agroindustri berupa pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran serta peranan jasa layanan pendukung. Selain itu, kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada metode analisisnya yaitu analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yang menggunakan analisis rantai pasok, pengadaan bahan baku dengan kriteria 6T, keuntungan, bauran pemasaran, dan peranan jasa layanan pendukung. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu pengadaan bahan baku yang menggunakan

manajemen persediaan dan perbedaan dalam hal waktu, lokasi, dan komoditas yang dijadikan obyek penelitian. Selain itu, penelitian ini pada bagian bauran pemasaran juga membahas komponen 4P berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen dengan menggunakan 60 responden yang terbagi atas 30 konsumen pembeli *offline* dan 30 konsumen pembeli *online*

Tabel 7. Kajian penelitian terdahulu

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Analisis Keragaan Kopi Luwak : Studi Kasus Agroindustri Ratu Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat (Laksono, Prasmatiwi, dan Saleh, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis manajemen pengadaan bahan baku agroindustri kopi luwak. 2. Menganalisis harga pokok produksi agroindustri kopi luwak. 3. Menganalisis nilai tambah dan keuntungan agroindustri kopi luwak. 4. Menganalisis pemasaran agroindustri kopi luwak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis <i>economic order quantity</i>. 2. Analisis harga pokok produksi 3. Analisis nilai tambah Hayami (1987). 4. Analisis keuntungan. 5. Analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis saluran pemasaran. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku belum ekonomis, perlu penyesuaian pengadaan bahan baku seperti pada perhitungan EOQ oleh agroindustri untuk pengadaan yang ekonomis. 2. Agroindustri Ratu Luwak memiliki nilai tambah positif (NT>0) dan keuntungan yang positif dengan R/C atas biaya tunai sebesar 2,99 dan R/C atas biaya total sebesar 2,93 sehingga agroindustri menguntungkan. 3. Analisis saluran pemasaran agroindustri Ratu Luwak hanya menerapkan satu saluran, yaitu saluran pemasaran tingkat nol yang dilakukan dari produsen langsung ke konsumen.
2	Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjaringan Kota Jakarta Utara (Faviana, Lestari, dan Muniarti, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku di Agroindustri El Saddai Food. 2. Menganalisis biaya pokok produksi di Agroindustri El Saddai Food. 3. Menganalisis keragaan pasar di Agroindustri El Saddai Food. 4. Menganalisis pemanfaatan jasa layanan pendukung pada Agroindustri El Saddai Food. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan kriteria enam tepat. 2. Analisis diskriptif kuantitatif untuk menganalisis biaya pokok, saluran distribusi, dan margin pemasaran. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku di Agroindustri El Saddai Food sudah memenuhi kriteria enam tepat. 2. Penetapan harga jual bacang medium, jumbo, dan jumbo telur asin sudah melebihi biaya pokok produksi sehingga usaha menguntungkan. 3. Kegiatan pemasaran dilakukan dengan dua saluran, saluran I adalah pemasaran langsung ke konsumen dengan pemasaran konvensional dan pemasaran online. Saluran II adalah produsen melalui pedagang pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen. Saluran distribusi paling efisien adalah saluran I. 4. Jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan maksimal adalah pasar dan sarana transportasi.

Tabel 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Aidawati, Muniarti, dan Riantini, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku pada agroindustri klanting. 2. Menganalisis keuntungan pada agroindustri klanting. 3. Menganalisis bauran pemasaran pada agroindustri klanting. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pendapatan 	<ol style="list-style-type: none"> 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 Klanting di Desa Gantimulyo usahanya 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.
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 (Mubarok, Miftah dan Arsyad, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana keragaan proses pengolahan pisang menjadi keripik pisang dan sale pisang pada Industri Kecil “Srikandi” di Kelurahan Dangdeur, Kecamatan Subang. 2. Berapa nilai tambah dan margin pemasaran dari pengolahan pisang menjadi keripik pisang dan sale pisang pada Industri “Srikandi” di Kelurahan Dangdeur, Kecamatan Subang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis nilai tambah metode Hayami 3. Analisis marjin pemasaran 	<p>Kegiatan pengolahan per kilogram keripik pisang dan sale pisang menguntungkan, yaitu Rp1.557,53 untuk keripik pisang dan Rp 2.827,91 untuk sale pisang. 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 %. 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.</p>

Tabel 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5.	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran (Anggraeni, Lestari, dan Indriani, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pengadaan bahan baku berdasarkan kriteria 6 T 2. Mengetahui pendapatan dan nilai tambah produk. 3. Mengetahui bauran pemasaran. 4. Mengetahui rantai pemasaran dan margin pemasaran. 5. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kuantitatif 2. Analisis pendapatan 3. Analisis nilai tambah Hayami (1987) 4. Analisis margin pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 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 para 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. 4. Rantai pemasaran pada agroindustri tempe terdiri dari dua saluran yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. Sistem pemasaran pada agroindustri tempe ini belum efisien karena setiap pedagang menentukan keuntungannya masing-masing sehingga nilai margin pemasaran pada setiap saluran juga berbeda-beda dan nilai RPM tidak sama dengan nol (0). 5. 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 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6	Analisis Nilai Tambah Sale Pisang Gulung (Studi Kasus Pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis) (Kurina, Setiawan dan Setia, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui biaya total, penerimaan dan pendapatan yang diperoleh Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. 2. Mengetahui nilai tambah dari pengolahan pisang menjadi sale pisang gulung pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis nilai tambah dengan menggunakan modifikasi metode Hayami. 2. Analisis biaya, penerimaan dan pendapatan. 	<ol style="list-style-type: none"> 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.
7.	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung (Shafira, Lestari, dan Affandi, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi. 3. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk. 4. Mengetahui bauran pemasaran. 5. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis kuantitatif 3. Analisis pengadaan bahan baku 4. Analisis kinerja produksi 5. Analisis pendapatan 6. Analisis nilai tambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku yang berdasarkan lima elemen pengadaan bahan baku yang meliputi kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi, sudah sesuai dengan apa yang ketiga agroindustri harapkan. 2. Kinerja pada tiga agroindustri tahu belum baik karena belum memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas. 3. Pendapatan per produksi untuk tiga agroindustri tahu sudah baik dan menguntungkan karena $R/C > 1$ yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai tambah pada tiga agroindustri memberikan nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 4. 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. 5. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh ketiga agroindustri tersebut dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan tiga agroindustri tahu.

Tabel 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
8	Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Metro (Apriyani, Haryono dan Nugraha, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis harga pokok produksi keripik tempe. 2. Menganalisis nilai tambah keripik tempe. 3. Menganalisis keuntungan yang dihasilkan oleh Agroindustri Keripik tempe di Kota Metro. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Harga Pokok Produksi (HPP) 2. Analisis nilai tambah 3. Analisis keuntungan 	<ol style="list-style-type: none"> 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.
9	Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung (Syarief, Lestari, dan Kasymir, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku pada agroindustri. 2. Menganalisis kinerja produksi pada agroindustri. 3. Menganalisis pendapatan pada agroindustri. 4. Menganalisis nilai tambah produk pada agroindustri. 5. Menganalisis subsistem pemasaran pada agroindustri. 6. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pengadaan bahan baku 4. Analisis kinerja produksi 5. Analisis pendapatan 6. Analisis nilai tambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri telah memenuhi sebagian kriteria tepat yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas dan jenis, tetapi belum memenuhi komponen tepat harga karena tidak sesuai dengan harapan pemilik agroindustri. 2. Kinerja Agroindustri cukup baik karena belum memenuhi komponen fleksibilitas. 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 <i>marketing mix</i> 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 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
10	Rantai Pasok dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran (Sari, Hasyim, dan Widjaya, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pola aliran rantai pasok komoditas nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. 2. Mengukur kinerja rantai pasok keripik nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami. 3. Mengukur efisiensi rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami. 4. Menghitung nilai tambah produk keripik nangka yang dihasilkan oleh Agroindustri Keripik Panda Alami. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis pengadaan bahan baku 4. Analisis kinerja produksi 5. Analisis pendapatan 6. Analisis nilai tambah 	Pola aliran rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami dimulai dari petani sebagai pemasok utama bahan baku, Agroindustri Keripik Panda Alami, pedagang keripik, dan konsumen. Kinerja rantai pasok nangka pada Agroindustri Keripik Panda Alami memiliki kriteria yang baik berdasarkan pengukuran indikator input dan output dengan kriteria foodSCOR card pada setiap anggota rantai pasok. Pengukuran efisiensi rantai pasok menunjukkan hanya 37,50% pelaku rantai pasok Agroindustri Keripik Panda Alami yang sudah efisien secara teknis untuk kategori DMU petani, dan 100,00% efisien untuk kategori DMU retail dan DMU pedagang. Secara keseluruhan, sistem rantai pasok pada Agroindustri Keripik Panda Alami belum dapat memberikan pembagian manfaat yang adil, karena masih ada pihak – pihak yang belum efisien. Nilai tambah yang diperoleh dari keripik nangka dengan penggorengan mesin vakum memiliki nilai tambah yang positif dan layak untuk diusahakan.
11	Analisis Biaya dan Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka di Kabupaten Lombok Barat (Nurhidayati, Ayu, dan Juaniarsih, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui nilai produksi dan biaya produksi keripik nangka. 2. Mengetahui pendapatan yang diperoleh oleh Agroindustri Keripik nangka. 3. Mengetahui masalah yang dihadapi oleh Agroindustri Keripik nangka. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis BEP 2. Analisis biaya dan pendapatan 3. Analisis deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi masalah pada agroindustri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai produksi Rp 1.155.000/produksi dengan Biaya produksi Rp 352.100/produksi. 2. Pendapatan agroindustri berbahan baku nangka sebesar Rp 694.782 nilai produksi Rp1.155.000 – Rp 352.100 maka diperoleh 197.000. 3. Masalah yang dihadapi oleh produsen Agroindustri Keripik nangka adalah hasil produk keripik nangka yang tidak seragam dan kurangnya bantuan pemerintah untuk memasarkan produk olahan keripik nangka.

Tabel 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
12	Analisis Kinerja dan Kepentingan Pada Atribut Keripik Beledang Bengkulu Sebagai Upaya Pengukuran Kualitas Kepuasan Pada Industri Makanan (Efendi, Silvia, dan Wijaya, 2018)	Mengidentifikasi atribut-atribut keripik beledang, mengevaluasi nilai faktor perbaikan, indeks kepuasan, tingkat kepentingan dan kinerja untuk memperoleh prioritas perbaikan atribut keripik beledang berdasarkan respon konsumen.	1. Analisis CSI 2. Analisis IPA	1. Atribut keripik beledang yang diyakini sebagai pertimbangan dalam menentukan kualitas kepuasan memiliki 13 atribut yaitu warna produk, tanpa pengawet, renyah, kesan rendah minyak, ukuran produk, kemasan praktis, warna kemasan, lay out, kemasan mendukung, keamanan produk, variasi kemasan, harga produk, diskon, dan promo. 2. Parameter Improvement Factor (IF) menempatkan atribut warna sebagai atribut prioritas perbaikan bagi keripik beledang. <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI) secara keseluruhan sebesar 0,93 dan dapat dikategorikan sangat puas. 3. Model IPA merekomendasikan atribut warna menjadi prioritas perbaikan, sedangkan atribut yang harus dipertahankan adalah kemasan praktis, kemasan mendukung keamanan produk, kesan rendah minyak, harga produk, dan tanpa pengawet.
13	Analisis Biaya dan Pendapatan Pembuatan Keripik Pisang di Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta (Apriyanti dan Wardhiani, 2019)	1. Mengetahui biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan kegiatan usaha pembuatan keripik pisang di Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta. 2. Mengetahui pendapatan dari usaha pembuatan keripik pisang di Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta.	1. Analisis biaya, penerimaan, dan pendapatan 2. Analisis R/C ratio 3. Analisis BEP	1. Rata-rata biaya produksi pembuatan keripik pisang di Desa Legokhuni yaitu Rp37.422.178,- terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 539.511,- dan biaya tidak tetap sebesar Rp 36.882.667,-. Adapun besarnya penerimaan dan pendapatan dari usahatani keripik pisang yaitu : penerimaan sebesar Rp 48.000.000,- dan pendapatan dalam satu periode produksi/ satu bulan sebesar Rp 10.577.822. 2. Usaha keripik pisang di Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta, secara finansial layak untuk diusahakan. Hal tersebut ditunjukkan dari a) (R/C Ratio) lebih dari 1, yaitu sebesar 1,28, b) Analisis titik impas atau Break Even Poin sebesar Rp 10.260.000, c) hasil BEP Unit (Kg) sebesar 342 Kg.

Tabel 7. Lanjutan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
14	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)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri. 2. Menganalisis resiko yang dihadapi oleh agroindustri. <p>Menganalisis kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis deskriptif kuantitatif 3. Analisis risiko 4. Analisis rasio keuangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan pemasaran sudah menerapkan tujuh komponen bauran pemasaran, akan tetapi pada komponen promosi kurang diterapkan dengan optimal karena masih menggunakan 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.
15	Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Industri Rumah Tangga Tiara di Kota Palu (Nurmedika, Marhawati, dan Alam, 2013)	Mengetahui besarnya penerimaan, pendapatan, dan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka pada industri rumah tangga Tiara di Kota Palu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis pendapatan 3. Analisis nilai tambah 	Penerimaan total yang diperoleh industri rumah tangga Tiara dalam memproduksi keripik nangka selama Bulan Juli Tahun 2012 sebesar Rp 58.500.000. Setelah dikurangi dengan biaya total didapat pendapatan bersih sebesar Rp 36.307.614,25. Hal ini berarti Agroindustri Keripik nangka cukup baik untuk diusahakan, karena memberikan keuntungan yang cukup besar bagi produsen. Sedangkan besarnya nilai tambah keripik nangka yang diperoleh sebesar Rp 33.169/kg. Hal ini menunjukkan bahwa setiap satu kilogram buah nangka segar setelah mengalami proses produksi mampu memberikan nilai tambah sebesar Rp 33.169.

B. Kerangka Pemikiran

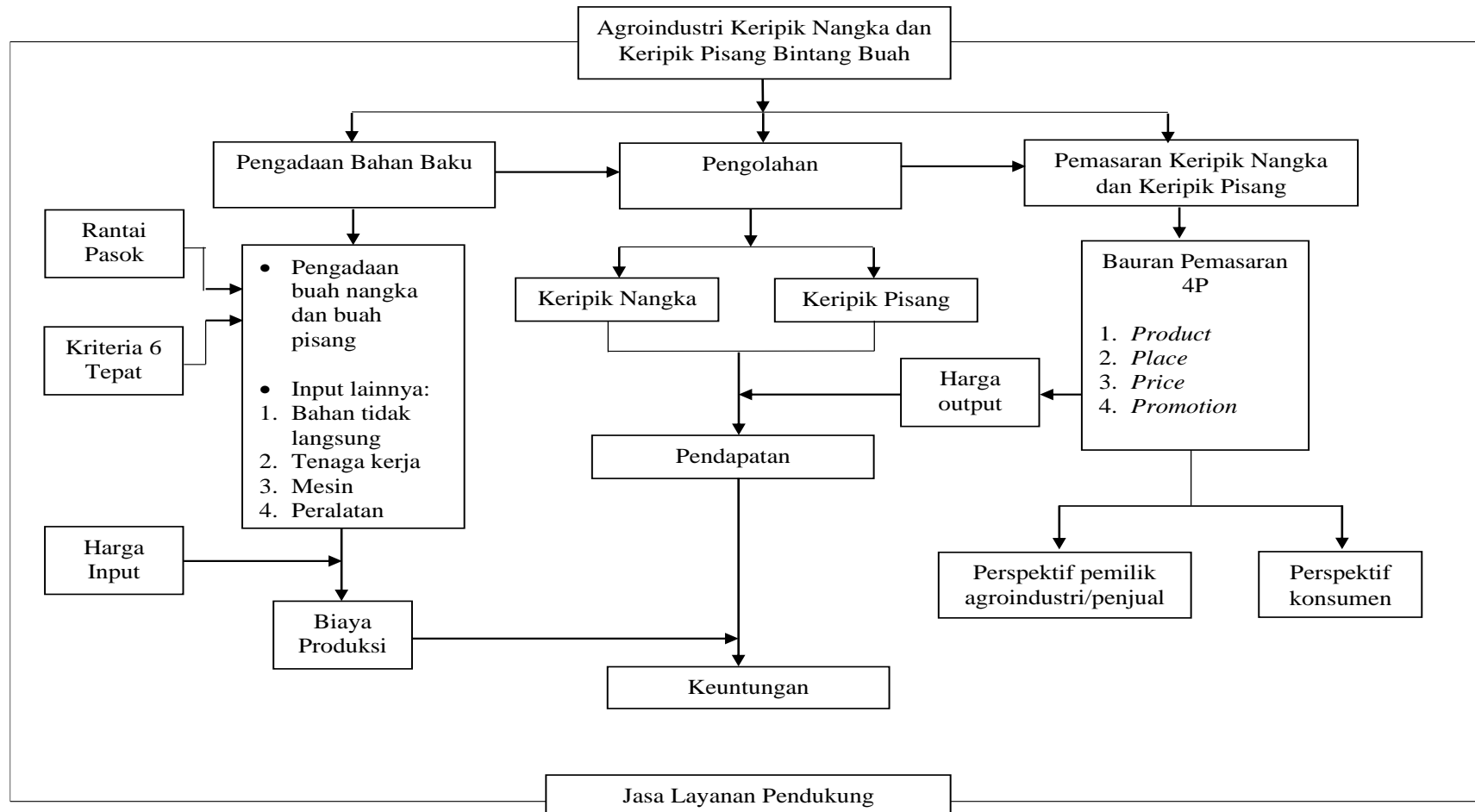
Agroindustri merupakan suatu usaha yang dijalankan untuk meningkatkan nilai tambah produk hasil pertanian. Terdapat tiga kegiatan utama dalam Agroindustri KBB, yaitu kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran yang biasa disebut dengan keragaan agroindustri. Bahan baku menjadi salah satu faktor penting dalam agroindustri karena penentu kelancaran kegiatan produksi pada agroindustri tersebut .

Kegiatan pengadaan bahan baku perlu menjadi perhatian suatu agroindustri agar bahan baku selalu tersedia untuk kegiatan produksi dan dapat memenuhi permintaan pasar. Bahan baku yang digunakan pada Agroindustri KBB adalah buah nangka dan buah pisang. Dalam pemenuhan bahan baku, diperlukan analisis rantai pasok untuk mengetahui bagaimana bahan baku untuk kegiatan agroindustri yang berasal dari pemasok sampai ke agroindustri. Selain itu untuk menjaga persediaan bahan baku, diperlukan juga manajemen pengadaan bahan baku yang dapat dinilai berdasarkan dengan kriteria 6T yaitu tepat jumlah, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat tempat, dan tepat harga. Tidak hanya bahan baku yang penting dalam suatu agroindustri, akan tetapi tenaga kerja, peralatan, dan mesin termasuk ke dalam faktor produksi yang memperlancar kegiatan produksi pada suatu agroindustri. Bahan baku dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses produksi menimbulkan biaya produksi.

Proses produksi keripik nangka dan keripik pisang dilakukan setiap hari dengan bahan baku yang diperlukan sekitar 1-2 ton per minggu. Adanya kegiatan pengolahan akan menghasilkan produk baru yang lebih menguntungkan dan memiliki nilai tukar yang tinggi. Pengolahan pada Agroindustri KBB menghasilkan tiga produk yaitu keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok. Berdasarkan harga jual produk, maka akan diperoleh pendapatan yang merupakan nilai jual seluruh produk yang dihasilkan dari penjualan keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok. Pendapatan yang diperoleh oleh agroindustri kemudian

dikurangi dengan biaya produksi, maka akan menghasilkan keuntungan bagi agroindustri.

Pemasaran pada Agroindustri KBB dapat dilihat efektif atau tidaknya melalui penilaian komponen 4P pada bauran pemasaran. Analisis komponen 4P pada bauran pemasaran keripik nangka dan keripik pisang dapat dilihat berdasarkan perspektif pemilik agroindustri dan perspektif konsumen. Komponen 4P pada bauran pemasaran berdasarkan perspektif pemilik agroindustri diperoleh dari wawancara pemilik agroindustri, sedangkan berdasarkan perspektif konsumen diperoleh dengan melakukan wawancara dan *google form* dengan 30 konsumen yang melakukan pembelian secara *offline* dan 30 konsumen yang melakukan pembelian secara *online*. Ketiga subsistem dalam kegiatan agroindustri tersebut didukung oleh peranan jasa layanan pendukung. Untuk menganalisis peranan jasa layanan pendukung pada Agroindustri KBB dilakukan dengan pemberian skor dengan kriteria sudah dimanfaatkan secara maksimal atau belum maksimal. Berdasarkan uraian tersebut, maka bagan alir analisis keragaan Agroindustri KBB dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan alir analisis keragaan Agroindustri KBB di Kota Bandar Lampung

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Arikunto (2004), metode studi kasus dilihat dari lingkup wilayahnya merupakan penelitian kasus yang meliputi daerah atau subjek yang sempit, tetapi ditinjau dari sifat penelitian, penelitian kasus lebih mendalam dan membicarakan kemungkinan untuk memecahkan masalah yang aktual dengan mengumpulkan data, menyusun dan mengaplikasikannya dan menginterpretasikannya. Penelitian dengan metode kasus ini dilakukan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada Agroindustri KBB terkait dengan pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, dan jasa layanan pendukung.

B. Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan berbagai hal yang mencakup pengertian atau definisi dan petunjuk mengenai variabel atau unsur-unsur yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

Agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan dan mengolah hasil pertanian sebagai bahan baku industri, yang akan diubah menjadi barang jadi atau setengah jadi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi.

Agroindustri keripik nangka adalah usaha pengolahan lebih lanjut dari bahan baku nangka menjadi keripik nangka.

Keripik nangka adalah olahan daging buah nangka yang telah mengalami proses produksi sehingga produk siap untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Agroindustri keripik pisang adalah usaha pengolahan lebih lanjut dari bahan baku pisang menjadi keripik pisang.

Keripik pisang adalah olahan daging buah pisang yang telah mengalami proses produksi sehingga produk siap untuk dikonsumsi oleh konsumen.

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

Rantai pasok adalah aliran barang, informasi, pembayaran dan jasa dari *supplier* barang mentah (petani pisang dan nangka) 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 nangka dan pisang hingga pisang sampai ke agroindustri.

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan bahan baku untuk proses pembuatan keripik nangka dan keripik pisang.

Enam tepat dalam pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengadaan bahan baku berdasarkan kriteria enam tepat, yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat harga, dan tepat jenis.

Tepat waktu adalah pengadaan bahan baku dilakukan pada waktu yang tepat yang disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku dalam proses pembuatan keripik nangka dan keripik pisang.

Tepat tempat adalah lokasi memperoleh bahan baku yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau dan dekat dengan agroindustri.

Tepat kualitas adalah bahan baku yang digunakan dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang memiliki kualitas yang baik.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku yang digunakan dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri.

Tepat harga adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang relatif terjangkau oleh agroindustri atau tidak terlalu mahal dan sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri.

Bahan baku adalah bahan utama yang digunakan pada proses pembuatan keripik nangka dan keripik pisang yaitu buah nangka dan buah pisang (kg/proses produksi).

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan buah nangka dan buah pisang sebagai bahan baku utama dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang (Rp/kg)

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang terlibat dalam proses produksi keripik nangka dan keripik pisang.

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi.

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan produksi, namun membantu memperlancar proses pembuatan keripik nangka dan keripik pisang.

Upah tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membayar tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku (Rp/HOK).

Biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. BOP terdiri dari biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tak langsung lainnya (Rp).

Bahan tidak langsung adalah bahan produksi yang digunakan selain dari bahan baku langsung dalam kegiatan produksi guna membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut. Bahan tidak langsung yang digunakan dalam produksi keripik nangka dan keripik pisang adalah bumbu perasa (cokelat, keju, balado, dan lainnya), gas elpiji, kemasan, minyak goreng.

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

Bumbu perasa adalah bubuk halus yang memiliki aneka rasa yang digunakan untuk menambahkan rasa pada keripik atau makanan lainnya. Biaya bumbu perasa dapat diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

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

Kemasan adalah wadah yang terbuat dari plastik yang berbentuk kantong plastik dan digunakan untuk membungkus keripik nangka dan keripik pisang yang telah jadi atau siap jual. Biaya kemasan dapat diukur dalam satuan rupiah per pack (Rp/pcs).

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

Stiker logo adalah merupakan unsur grafis yang dapat berupa gambar, simbol, dan tanda yang memiliki arti tertentu dan menjadi ciri khas dari suatu produk suatu perusahaan atau agroindustri. Biaya stiker logo dapat diukur dalam satuan rupiah pcs (Rp/pcs).

Kayu bakar adalah segala jenis bahan kayu yang digunakan sebagai bahan bakar dalam suatu proses produksi. Biaya kayu bakar dapat diukur dalam satuan rupiah per kubik (Rp/kubik).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi keripik nangka dan keripik pisang berupa timbangan, timbangan digital, kipas angin, *hand sealer*, pisau besar, pisau kecil, nampan, keranjang, mesin *vacuum fryer*, mesin *spinner*, tungku, wajan besar, serokan, dan sutil.

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 tidak langsung lainnya adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang secara tidak langsung berkaitan dengan produksi barangnya (Rp). Contohnya penyusutan alat, biaya transportasi, biaya listrik, biaya *packing*, biaya tak terduga.

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

Biaya listrik adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri sebagai biaya pemenuhan sumber energi yang digunakan untuk menopang kegiatan

produksi keripik nangka dan keripik pisang, 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 *packing* adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk pembungkusan tambahan dalam pembelian *online* seperti *bubblewrap*, kardus, lakban, dan lainnya. Biaya *packing* dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya tak terduga adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk keperluan tak terduga seperti menjamu tamu dan perbaikan mesin produksi. Biaya tak terduga dapat diukur dalam satuan rupiah (Rp).

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 penyusutan peralatan, biaya transportasi, biaya listrik, biaya *packing*, biaya tak terduga (lain-lain), dan biaya tenaga kerja tak langsung.

Pengolahan adalah proses mengubah secara fisik, kimiawi, dan biologis bahan baku menjadi suatu bentuk produk barang setengah jadi ataupun barang jadi.

Hasil produksi adalah jumlah yang dihasilkan dari suatu proses produksi keripik nangka dan keripik pisang dalam satu kali proses produksi.

Harga keripik nangka harga jual keripik nangka per kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga keripik pisang harga jual keripik pisang per kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diperoleh dari penjualan *output* berupa keripik nangka dan keripik pisang dari satu kali proses produksi yang dihitung dengan cara mengalikan jumlah keripik nangka dan keripik pisang yang dihasilkan dengan harga yang berlaku (Rp/siklus produksi).

Keuntungan merupakan selisih antara total penerimaan dengan semua biaya yang digunakan dalam pengolahan nangka menjadi keripik nangka dan pisang menjadi keripik pisang yang dihitung setiap satu kali produksi (Rp).

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan produk dengan tujuan untuk memindahkan kepemilikan barang dari produsen ke konsumen.

Bauran pemasaran adalah komponen-komponen yang dikombinasikan dalam *marketing mix* atau yang sering disebut dengan 4P, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Suatu barang harus memiliki keterpaduan dari komponen-komponen tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran.

Produk adalah keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa barang (keripik nangka dan keripik pisang). Produk akan dianalisis dengan melihat ragam, kualitas, desain, nama merk, kemasan, dan layanan.

Ragam adalah variasi rasa yang tersedia untuk produk keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok.

Kualitas adalah baik atau buruknya mutu dari produk keripik yang ditawarkan kepada konsumen.

Desain adalah tampilan dari produk keripik yang dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen.

Nama merk adalah cap dagang dan nama produk yang dibuat oleh agroindustri agar mudah untuk dikenal dan diingat oleh konsumen.

Kemasan adalah bungkus kemasan produk yang dibuat menarik dan tertutup rapat untuk menjaga kualitas produk keripik.

Layanan adalah sikap atau pelayanan yang diberikan oleh pegawai Agroindustri KBB kepada konsumen yang membeli produk keripik.

Harga adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk yang ditawarkan demi memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Harga akan dilihat dengan menganalisis daftar harga, harga khusus, potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit.

Daftar harga adalah harga produk yang ditawarkan oleh agroindustri yang disesuaikan dengan produk dan mengikuti harga pasaran.

Harga khusus adalah pengurangan harga yang diberikan oleh agroindustri kepada konsumen saat hari-hari besar tertentu seperti hari raya.

Potongan harga adalah pengurangan harga yang diberikan oleh agroindustri kepada konsumen saat melakukan pembelian dalam jumlah tertentu

Pembayaran adalah metode pembayaran yang disediakan oleh agroindustri saat konsumen akan melakukan proses pembelian.

Tempat adalah lokasi dimana konsumen dapat menemukan, menggunakan, mengakses, atau membeli produk yang ditawarkan. Tempat akan dilihat dengan menganalisis saluran, cakupan, pemilihan lokasi, persediaan, transportasi, dan logistik.

Saluran adalah pihak terlibat dalam pendistribusian barang sehingga barang dapat dipasarkan secara meluas.

Cakupan adalah wilayah jangkauan dalam penjualan produk keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok.

Pemilihan adalah penentuan lokasi usaha dengan mempertimbangkan berbagai faktor agar letaknya strategis untuk konsumen.

Transportasi adalah sarana yang dapat digunakan untuk mencapai lokasi penjualan keripik.

Logistik adalah proses pendistribusian yang dilakukan oleh agroindustri dilakukan dengan cepat dan sesuai dengan pesanan.

Promosi adalah cara untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk agar dapat menjangkau target market sehingga menghasilkan penjualan. Promosi akan dianalisis dengan melihat kegiatan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

Iklan adalah metode promosi yang dilakukan melalui berbagai media periklanan baik melalui media cetak ataupun media elektronik.

Penjualan pribadi adalah penjualan yang dilakukan secara langsung oleh agroindustri baik secara *offline* ataupun *online*.

Promosi penjualan adalah cara untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat secara luas yang dilakukan secara gencar.

Hubungan masyarakat adalah metode promosi yang dilakukan untuk meningkatkan hubungan dengan masyarakat seperti ikut serta dalam kegiatan pameran.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh seluruh lembaga dalam memasarkan keripik nangka dan keripik pisang hingga sampai ke tangan konsumen (Rp).

Jasa layanan pendukung adalah lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang menunjang kegiatan produksi keripik nangka dan keripik pisang, yaitu lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi serta asuransi.

C. Lokasi Penelitian, Responden, dan Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri KBB yang terletak di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Agroindustri KBB merupakan salah satu agroindustri keripik nangka dan keripik pisang yang cukup lama beroperasi di Kota Bandar Lampung yaitu sejak tahun 2010. Agroindustri KBB juga masih aktif melakukan produksi keripik nangka dan keripik pisang dan terus mengembangkan usahanya baik dari mulai penambahan produk maupun pembaharuan kemasan.

Responden pada penelitian ini adalah pemilik agroindustri, karyawan agroindustri dan konsumen dengan pertimbangan bahwa pemilik agroindustri dan karyawan agroindustri lebih mengetahui mengenai keadaan Agroindustri KBB di Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara langsung.

Teknik penarikan sampel untuk konsumen pada analisis bauran pemasaran adalah *accidental sampling* untuk konsumen yang melakukan pembelian secara *offline* dan melalui *google form* untuk konsumen yang melakukan pembelian secara *online*. Menurut Sugiyono (2010), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan ditemukan saat melakukan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data melalui *google form* adalah dengan cara menyebar *link* dimana kemudian konsumen akan mengisi pertanyaan yang telah disediakan pada *link*. 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 *offline* dan 30 konsumen *online* yang membeli dan mengonsumsi keripik nangka dan keripik pisang Bintang Buah. Uji validitas dilakukan sebanyak 2 kali dikarenakan terdapat beberapa atribut pertanyaan pada kuisioner *offline* yang jika ditanyakan pada konsumen *online* tidak memenuhi kriteria. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2023.

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, 1 karyawan bagian produksi, dan 1 karyawan bagian pengemasan 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 sangat 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 *offline* dan 30 konsumen *online* Agroindustri KBB.

1. 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:

- a. Mendefinisikan secara operasional konsep peubah yang akan diukur berdasarkan referensi literatur dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
- b. Melakukan uji coba instrumen pada sebagian responden.
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- d. Menghitung korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan program SPSS.
- e. Membandingkan angka korelasi dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r pada taraf tertentu melalui uji statistik dengan melihat nilai *corrected item-total correlation*. Nilai *corrected item-total correlation* untuk masing-masing indikator adalah 0,20.

2. 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:

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

Keterangan:

r = koefisien *reability instrument*

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum ob^2$ = total varians butir

σt^2 = total varians

Untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach alpha* dan variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > *r table* dengan nilai *r table* yang digunakan adalah 0,60. Hasil uji validitas dan reliabilitas konsumen *offline* pada Agroindustri KBB dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen *offline* pada Agroindustri KBB

No	Atribut	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Hasil	Nilai	Hasil	Nilai
<i>Product</i> (produk)					
1	Ragam	0,669	Valid	0,861	Reliabel
2	Kualitas	0,487	Valid		
3	Desain	0,538	Valid		
4	Nama merk	0,335	Valid		
5	Kemasan	0,662	Valid		
6	Layanan	0,461	Valid		
<i>Price</i> (harga)					
7	Daftar harga	0,311	Valid		
8	Harga khusus	0,469	Valid		
9	Potongan harga	0,437	Valid		
10	Pembayaran	0,318	Valid		
<i>Place</i> (tempat)					
11	Saluran distribusi	0,611	Valid		
12	Cakupan wilayah	0,449	Valid		
13	Pemilihan tempat	0,634	Valid		
14	Kestrategisan tempat	0,637	Valid		
15	Persediaan produk	0,307	Valid		
16	Transportasi	0,299	Valid		
17	Logistik	0,317	Valid		
<i>Promotion</i> (promosi)					
18	Iklan	0,391	Valid		
19	Penjualan pribadi	0,324	Valid		
20	Promosi penjualan	0,370	Valid		
21	Hubungan masyarakat	0,322	Valid		

Tabel 8 menunjukkan hasil uji coba kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen *offline* pada agroindustri Bintang Buah didapatkan 21 daftar pertanyaan yang terdiri dari 6 pertanyaan atribut produk, 4 pertanyaan atribut harga, 7 pertanyaan atribut tempat, dan 4 pertanyaan atribut promosi. Berdasarkan hasil uji validitas bahwa 21 pertanyaan tersebut diperoleh nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0,20. Hal ini berarti 21 pertanyaan tersebut dinyatakan valid yakni atribut yang diukur sesuai dengan variabel yang hendak diteliti. Uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,861. 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 *offline* dapat dinyatakan bahwa kuesioner valid dan reliabel sehingga kuesioner dapat dipergunakan untuk penelitian. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen *offline* pada Agroindustri KBB dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen *online* pada Agroindustri KBB

No	Atribut	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Hasil	Nilai	Hasil	Nilai
<i>Product</i> (produk)					
1	Ragam	0,501	Valid	0,886	Reliabel
2	Kualitas	0,493	Valid		
3	Desain	0,674	Valid		
4	Nama merk	0,621	Valid		
5	Kemasan	0,701	Valid		
6	Layanan	0,513	Valid		
<i>Price</i> (harga)					
7	Daftar harga	0,423	Valid		
8	Harga khusus	0,761	Valid		
9	Potongan harga	0,808	Valid		
10	Pembayaran	0,597	Valid		
<i>Place</i> (tempat)					
11	Saluran distribusi	0,252	Valid		
12	Cakupan wilayah	0,331	Valid		
13	Logistik	0,739	Valid		

Tabel 9. Lanjutan

No	Atribut	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Hasil	Nilai	Hasil	Nilai
<i>Promotion</i> (promosi)					
14	Iklan	0,679	Valid		
15	Penjualan pribadi	0,600	Valid		
16	Promosi penjualan	0,612	Valid		
17	Hubungan masyarakat	0,643	Valid		

Tabel 9 menunjukkan hasil uji coba kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran untuk konsumen *online* pada agroindustri Bintang Buah didapatkan 17 daftar pertanyaan yang terdiri dari 6 pertanyaan atribut produk, 4 pertanyaan atribut harga, 3 pertanyaan atribut tempat, dan 4 pertanyaan atribut promosi. Berdasarkan hasil uji validitas bahwa 17 pertanyaan tersebut diperoleh nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0,20. Hal ini berarti 17 pertanyaan tersebut dinyatakan valid yakni atribut yang diukur sesuai dengan variabel yang hendak diteliti. Uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,886. 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 *online* dapat dinyatakan bahwa kuesioner valid dan reliabel sehingga kuesioner dapat dipergunakan untuk penelitian.

E. Metode Analisis Data

1. Analisis Pola Alir Rantai Pasok dan Persediaan Bahan Baku

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mengenai rantai pasok dari pengadaan bahan baku dari petani atau pedagang pengumpul hingga sampai ke agroindustri dan menganalisis kendala yang terjadi pada agroindustri dalam pengadaan bahan baku serta langkah-

langkah untuk mengatasi kendala tersebut. Analisis rantai pasok digunakan untuk menggambarkan aliran barang, aliran informasi, dan aliran keuangan dalam pengadaan bahan baku yang dilakukan antara pedagang pengumpul dengan agroindustri. Rantai pasok aliran informasi digunakan untuk mengetahui bagaimana proses perjanjian pembelian antara petani/pengumpul dengan pemilik agroindustri. Rantai pasok aliran barang digunakan untuk mengetahui aliran bahan baku dari petani ke pedagang pengumpul kemudian hingga sampai ke agroindustri. Rantai pasok aliran keuangan digunakan untuk mengetahui bagaimana proses pembayaran yang dilakukan oleh agroindustri kepada pedagang pengumpul dalam pembelian bahan baku. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana manajemen pengadaan bahan baku pada Agroindustri KBB berupa penerapan enam tepat dengan membandingkan kriteria ketepatan dengan terhadap kenyataan yang terjadi pada Agroindustri KBB. Kriteria enam tepat pada manajemen pengadaan bahan baku meliputi tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga (Indrajit dan Djokopranoto, 2003). Kriteria ketepatan enam tepat pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kriteria penilaian 6T dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KBB

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
Buah nangka	Pengadaan bahan baku buah nangka dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Tempat pemasok buah nangka mudah dijangkau oleh agroindustri.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Jenis buah nangka yang digunakan adalah semua jenis buah nangka dengan daging buah berukuran besar.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Buah nangka yang digunakan memenuhi kriteria buah yang baik (matang sempurna, daging buah tidak terlalu kecil, berwarna kuning, rasa yang manis).	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	

Tabel 10. Lanjutan

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
	Buah nangka tersedia dalam jumlah banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Harga buah nangka relatif terjangkau oleh agroindustri berkisar antara Rp1.500,00 – Rp3.000,00/kg.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
Pisang muli	Pengadaan bahan baku buah pisang dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Tempat pemasok buah pisang mudah dijangkau oleh agroindustri.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Jenis buah pisang yang digunakan adalah jenis buah pisang muli.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Buah pisang yang digunakan memenuhi kriteria buah yang baik (matang sempurna, daging buah panjang, jenis pisang yang putih, rasa yang manis).	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Buah pisang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Harga buah pisang relatif terjangkau oleh agroindustri berkisar antara Rp1.500,00 – Rp3.000,00/kg.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
Pisang kepok	Pengadaan bahan baku buah pisang dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Tempat pemasok buah pisang mudah dijangkau oleh agroindustri.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Jenis buah pisang yang digunakan adalah jenis buah pisang kepok.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Buah pisang yang digunakan memenuhi kriteria buah yang baik (tidak terlalu muda, buah tidak tua, daging buah panjang dan lurus, rasa yang manis).	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Buah pisang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
	Harga buah pisang relatif terjangkau oleh agroindustri berkisar antara Rp1.500,00 – Rp3.000,00/kg.	Tidak tepat/kurang tepat/tepat	
Jumlah			

Petunjuk pemberian bobot nilai:

1. = tidak tepat
2. = kurang tepat
3. = tepat

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KBB berdasarkan enam tepat kemudian akan dihitung. Perhitungan ketepatan enam tepat dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Tingkat ketepatan yang diperoleh berdasarkan perhitungan di atas kemudian akan digolongkan menjadi empat yang mengacu pada kriteria ketepatan. Kriteria ketepatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Kriteria ketepatan berdasarkan kriteria enam tepat

No	Persentase (%)	Kriteria
1	75,01-100,00	Sangat baik
2	50,01-75,00	Baik
3	25,01-50,00	Cukup baik
4	1,00-25,00	Kurang baik

Sumber: Riduwan, 2004

2. Analisis Keuntungan

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode analisis kuantitatif yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua yaitu analisis keuntungan. Keuntungan adalah hasil selisih antara pendapatan total dengan biaya total yang dikeluarkan dalam memproduksi keripik nangka dan keripik pisang. Perhitungan yang dapat digunakan untuk menghitung keuntungan suatu agroindustri secara matematis dapat ditulis sebagai berikut (Kartadinata, 2000) :

$$\Pi = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Biaya}$$

$$\Pi = (Y \cdot P_y) - (X \cdot P_x)$$

Keterangan:

Π = keuntungan usaha Agroindustri KBB (Rp)

Y = hasil produksi (kg)

P_y = harga bahan baku keripik nangka dan keripik pisang (Rp)

X = faktor produksi ($I = 1, 2, 3, \dots, n$) terdiri dari bahan baku (kg), tenaga kerja (jam kerja manusia), dan *overhead* pabrik (Rp)

P_x = harga faktor produksi (Rp)

Perhitungan biaya produksi pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya bergabung atau *commont cost*. Perhitungan *commont cost* diperlukan karena Agroindustri KBB memproduksi keripik dengan 3 jenis berbeda. Pada penelitian ini, *commont cost* yang dianalisis dalam proses produksi keripik adalah biaya penyusutan alat, biaya transportasi, biaya listrik, biaya *packing*, biaya tidak terduga, dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Perhitungan nilai *commont cost* dihitung dengan berdasarkan hasil output yang dihasilkan pada masing-masing produk kemudian dengan total output untuk keseluruhan produk. Secara rinci perhitungan *commont cost* dapat dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu:

$$\text{Alokasi commont cost} = \frac{\Sigma \text{output masing-masing produk (kg)}}{\Sigma \text{output keseluruhan (kg)}} \times \text{biaya bergabung}$$

3. Analisis Bauran Pemasaran

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mengenai bauran pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*) yang digunakan oleh Agroindustri KBB dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif pemilik agroindustri. Pemilik agroindustri akan diminta untuk menilai diri sendiri dengan memberi skor 1-10. Pemberian skor hanya sebagai acuan untuk melihat seberapa baik penerapan bauran pemasaran menurut perspektif pemilik agroindustri. Analisis deskriptif kualitatif juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi

dalam proses pemasaran keripik nangka dan keripik pisang serta langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang dilakukan oleh Agroindustri KBB dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif konsumen. Produk akan dianalisis dengan melihat ragam, kualitas, *desain*, fitur, nama *merk*, kemasan, dan layanan. Harga akan dilihat dengan menganalisis daftar harga, harga khusus, potongan harga, periode pembayaran, dan persyaratan kredit. Tempat akan dilihat dengan menganalisis saluran, cakupan, pemilihan lokasi, persediaan, transportasi, dan logistik. Promosi akan dianalisis dengan melihat kegiatan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Penilaian konsumen terhadap atribut pertanyaan komponen bauran pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Hasil penilaian atribut pertanyaan menggunakan alat ukur skala *likert* dengan rentang skor penilaian 1-5 akan menghasilkan total penilaian responden per atribut. Jumlah skor yang diperoleh kemudian dapat digolongkan menjadi lima kriteria yang dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. 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

4. Analisis Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan keempat adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan jasa layanan pendukung di sekitar Agroindustri KBB berupa pemberian skor. Analisis yang dilakukan adalah dengan menganalisis peranan dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, dan pemasaran. Pemberian skor dilakukan dengan memberi skor 0, 1, dan 2.

Pemberian skor 0, artinya tidak terdapat jasa layanan pendukung di sekitar agroindustri dan tidak dimanfaatkan. Skor 1, artinya terdapat jasa layanan pendukung di sekitar agroindustri, namun tidak dimanfaatkan secara maksimal. Skor 2, artinya terdapat jasa layanan pendukung di sekitar agroindustri dan dimanfaatkan secara maksimal. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mengenai peranan jasa layanan pendukung yang terlibat dan waktu pemanfaatan jasa layanan pendukung tersebut dan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung serta dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan tersebut. Peran jasa layanan pendukung di lokasi penelitian dan bagaimana pemanfaatannya yang dilakukan oleh agroindustri dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Jenis jasa layanan pendukung Agroindustri KBB

Jasa Layanan Pendukung	Kegiatan pada agroindustri	Keberadaan (Ada/Tidak)	Peran Jasa Layanan Pendukung	Score
Lembaga Keuangan (Bank)	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Kebijakan Pemerintah	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Transportasi	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Teknologi informasi dan komunikasi	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Lembaga penelitian	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Lembaga penyuluhan	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			
Lembaga pemasaran	Pengadaan bahan baku Pengolahan Pemasaran			

Keterangan:

0 = tidak dimanfaatkan

1 = kurang dimanfaatkan secara maksimal

2 = dimanfaatkan secara maksimal

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 5°20' sampai dengan 5°30' Lintang Selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' Bujur Timur. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 km² 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 27,13 °C dan rata-rata kelembaban udara 81,77 persen. Curah hujan di Kota Bandar Lampung selama tahun 2021 sebanyak 160,2 mm dengan rata-rata suhu minimum sebesar 21,80 °C. Curah hujan tertinggi terjadi pada Bulan Februari dengan curah hujan mencapai 278,5 mm, sedangkan curah hujan terendah pada Bulan Juli sebesar 52,4 mm. Kelembaban tertinggi di Bulan Januari sebesar 85,90 persen, sedangkan kelembaban terendah di Bulan Oktober sebesar 77,70 persen. Tekanan udara maksimal dan minimal di Kota Bandar Lampung adalah 1000,60 mb dan 988,80 mb, sedangkan untuk kecepatan angin maksimal dan minimal adalah 3,40 knot dan 2,40 knot (Badan Pusat Statistika, 2022).

3. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2021 adalah 1.181.949 jiwa dengan komposisi penduduk laki-laki sebanyak 603.532 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 581.417 jiwa. Kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung mencapai 6.008 jiwa/km². Kepadatan penduduk pada 20 kecamatan di Kota Bandar Lampung cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Tanjung Karang Timur yaitu 21.564 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan

Sukabumi yaitu 3.267 jiwa/km². Distribusi penduduk di Kota Bandar Lampung berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Bandar Lampung tahun 2021

Kelompok umur (tahun)	Jumlah penduduk (jiwa)	Persentase
0-14	279.107	23,55
15-64	829.423	70,00
>64	76.419	6,45
Total	1.184.949	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2022

Tabel 14 menunjukkan bahwa penduduk di Kota Bandar Lampung sebagian besar berada pada kelompok umur 15-64 tahun dengan jumlah 829.423 jiwa dengan persentase sebesar 70,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk di Kota Bandar Lampung mayoritas berada di usia produktif 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 KBB karena konsumen Agroindustri KBB pada umumnya berasal dari kelompok usia produktif.

4. Keadaan Perekonomian

Pada tahun 2021, angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku yang dihasilkan Kota Bandar Lampung sebesar 371.903,17 miliar rupiah. Ekonomi Kota Bandar Lampung 2021 tumbuh sebesar 2,79 persen, menguat dibanding tahun 2020 yang mengalami kontraksi sebesar 1,67 persen. Sektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap PDRB Kota Bandar Lampung yaitu sektor industri pengolahan sebesar 21,09 persen. Agroindustri termasuk ke dalam sektor industri pengolahan sehingga agroindustri turut memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Bandar Lampung.

B. Kecamatan Kemiling

1. Keadaan Geografis

Kecamatan Kemiling merupakan adalah salah satu kecamatan dari 20 kecamatan yang ada di Kota Bandar Lampung. Luas wilayah Kecamatan kemiling adalah sebesar 25,05 km². Secara geografi Kecamatan Kemiling sebagian besar daerahnya adalah datar berombak 60%, berombak berbukit 25%, dan berbukit bergunung 15% dengan ketinggian 450 m di atas permukaan laut. Kecamatan Kemiling termasuk wilayah beriklim tropis dengan curah hujan rata-rata 2.000 – 3.000 mm setiap tahun. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, letak geografis dan wilayah administratif, Kecamatan Kemiling memiliki batas wilayah sebagai berikut.

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Rajabasa.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Langkapura dan Kecamatan Tanjung Karang Barat.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pesawaran.

Kecamatan Kemiling berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 04 Tahun 2012, tentang Penataan dan Pembentukan Kelurahan dan Kecamatan, wilayahnya dibagi menjadi 9 (sembilan) kelurahan, yaitu Kelurahan Sumber Rejo, Kelurahan Sumberrejo Sejahtera, Kelurahan Kemiling Permai, Kelurahan Kemiling Raya, Kelurahan Beringin Jaya, Kelurahan Beringin Raya, Kelurahan Pinang Jaya, Kelurahan Sumber Agung, dan Kelurahan Kedaung. Pusat pemerintahan Kecamatan Kemiling berada di Kelurahan Beringin Jaya.

2. Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling pada tahun 2021 sebanyak 90.007 jiwa, dengan penduduk laki-laki sebanyak 45.766 jiwa dan

penduduk perempuan sebanyak 44.241 jiwa. Distribusi penduduk Kecamatan Kemiling terhadap Kota Bandar Lampung yaitu sebesar 4,92 persen dengan kepadatan penduduk sebesar 11.970 jiwa/km². *Sex ratio* di Kecamatan Kemiling sebesar 102,65 persen yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak 2,65 persen dari jumlah penduduk perempuan. Sebaran jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling berdasarkan kelurahan dapat dilihat pada Tabel 15 .

Tabel 15. Jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling berdasarkan kelurahan tahun 2021

No	Kelurahan	Penduduk (jiwa)
1	Sumber Agung	5.189
2	Kedaung	3.617
3	Pinang Jaya	8.013
4	Beringin Raya	16.174
5	Sumber Rejo	13.319
6	Kemiling Permai	14.801
7	Sumberrejo Sejahtera	9.219
8	Beringin Jaya	6.999
9	Kemiling Raya	7.059
Total		84.390

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2022

Tabel 15 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Kemiling berjumlah 84.390 jiwa. Kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling banyak adalah Kelurahan Beringin Raya dengan jumlah penduduk sebanyak 16.174 jiwa, sedangkan kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit yaitu Kelurahan Kedaung dengan jumlah penduduk sebanyak 3.617 jiwa. Agroindustri KBB berada di Kelurahan Beringin Raya dengan jumlah penduduk terbanyak. Hal ini menjadikan penduduk di Kelurahan Beringin Raya berpotensi cukup besar untuk menjadi konsumen Agroindustri KBB.

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 Kemiling 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 Kemiling adalah fasilitas pendidikan, kesehatan, keamanan, pasar, industri, sarana transportasi, dan fasilitas lain yang mendukung perekonomian di Kecamatan Kemiling. Sarana dan prasarana tersebut tentunya turut membantu keberlangsungan Agroindustri KBB.

C. Gambaran Umum Agroindustri Keripik Bintang Buah

1. Sejarah Agroindustri Keripik Bintang Buah

Agroindustri KBB merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang makanan ringan yaitu mengolah buah menjadi keripik buah. Agroindustri KBB didirikan pada tahun 2010 dengan modal sendiri. Pendiri usaha ini adalah Bapak Budi berusia 45 tahun dan didampingi oleh istrinya Ibu Erma Syahfitri. Modal awal yang dikeluarkan Bapak Budi untuk mendirikan usaha Agroindustri KBB adalah sebesar Rp 200.000.000,00. Modal awal yang dikeluarkan Bapak Budi digunakan untuk membeli peralatan, mesin produksi, dan bahan produksi.

Lokasi Agroindustri KBB telah mengalami perpindahan yaitu awalnya berlokasi di Jl. Pramuka, gg. Jambu No.1, Kota Bandar Lampung kemudian pada tahun 2015 berpindah lokasi ke Jl. Raden Imba Kusuma Ratu, RT 03 LK IV, Kelurahan Beringin Jaya, Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Alasan perpindahan lokasi ini adalah dibutuhkannya tempat usaha yang lebih luas dari sebelumnya untuk melakukan kegiatan

produksi keripik nangka dan keripik pisang. Selain itu, lokasi agroindustri yang sekarang juga dinilai letaknya lebih strategis dan mudah untuk dijangkau pembeli karena dekat dengan jalan raya. Lokasi yang lebih luas dan strategis akan memberikan banyak kemudahan bagi agroindustri untuk terus berkembang.

Alasan Bapak Budi mendirikan Agroindustri KBB yaitu dikarenakan melihat komoditas nangka jumlahnya cukup melimpah dan harganya murah karena belum banyak yang memanfaatkan dan mengolahnya seperti sekarang ini. Selain nangka, agroindustri ini juga mengolah keripik pisang muli namun jumlah produksinya masih sedikit dan sempat diberhentikan. Keberadaan kedua komoditas tersebut yang melimpah membuat Bapak Budi melihat adanya peluang pasar dan prospek yang baik untuk dikembangkan. Selain itu, agroindustri ini juga didirikan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga sekitar lokasi agroindustri yang membutuhkan pekerjaan.

Pada awal berproduksi agroindustri ini memiliki *partner* kerja yang dipercaya untuk memegang seluruh kegiatan agroindustri termasuk pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Akan tetapi, usaha tersebut tidak berjalan dengan baik sehingga agroindustri Bintang Buah mengalami kerugian yang hanya menyisakan peralatan yang ada di lapangan saja. Pada tahun 2011, Agroindustri KBB kembali dikelola oleh Bapak Budi dan Ibu Erma dengan mandiri. Usaha keripik nangka dan keripik pisang Bintang buah terus mengalami perkembangan hingga pada tahun 2015 mulai diproduksi juga keripik pisang kepok dengan berbagai *varian* rasa seperti coklat, melon, keju, strawberry, jagung bakar, dan balado.

Izin kepemilikan usaha Agroindustri KBB berhasil dibuat atas nama Ibu Erma Syahfitri pada tahun 2019. Agroindustri ini sudah memiliki izin usaha dengan perizinan P-IRT nomor 21411871010553-23 dan sudah memiliki sertifikat halal MUI. Proses produksi pada agroindustri dilakukan dengan baik dengan menggunakan bahan baku dan bahan

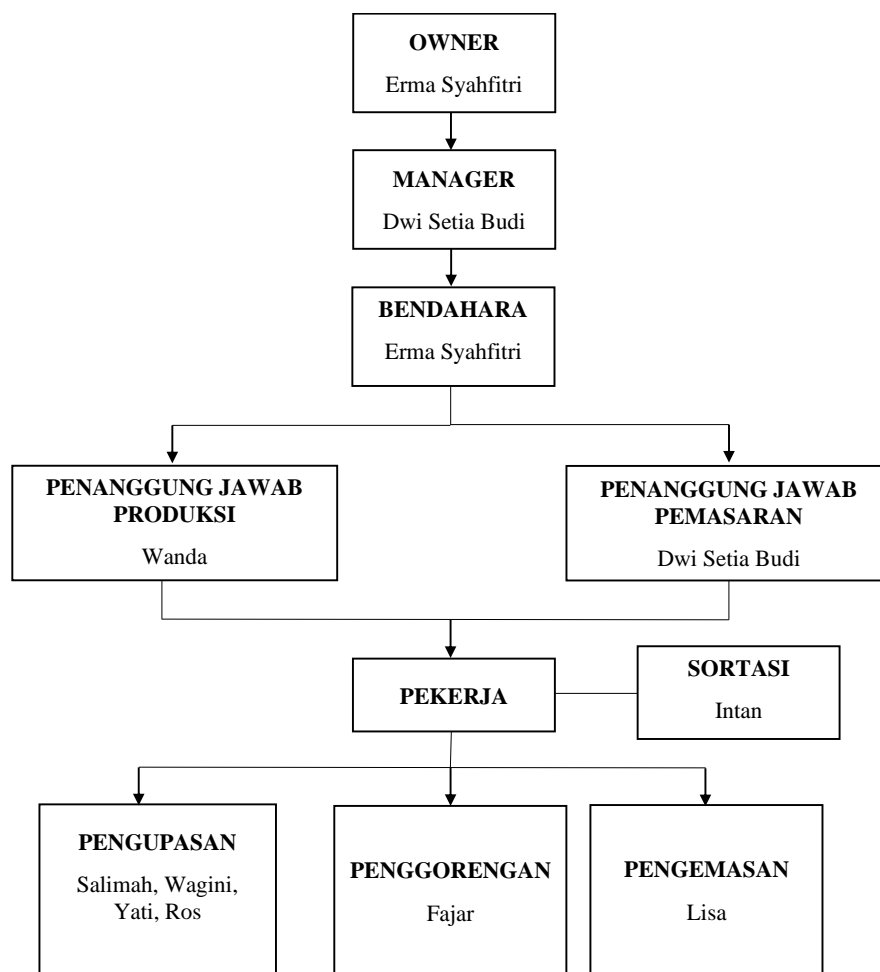
tambahan yang tidak melanggar ketentuan halal MUI sehingga tidak sembarangan. Agroindustri KBB masih eksis meskipun banyak bermunculan agroindustri yang serupa karena agroindustri tetap menjaga kualitas produk.

Penjualan produk dilakukan dengan *supply* ke toko-toko dengan sistem konsinyasi dan menjual barang dalam kemasan curah kepada sesama produsen keripik untuk dijual kembali. Sistem kontinyasi yang dijalankan oleh Agroindustri KBB memiliki kelemahan yaitu keterlambatan toko dalam membayar sehingga Agroindustri KBB melakukan seleksi kembali untuk toko-toko yang akan *disupply*. Pemasaran produk mengalami pengembangan yaitu adanya pemasaran secara *online* karena munculnya wabah virus corona. Pemasaran secara *online* ini bertujuan untuk mengurangi stok barang yang menumpuk karena adanya PPKM. Pemasaran secara *online* dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, Shopee, Tokopedia, Blibli, Facebook, serta dilakukan juga *open reseller* untuk memasarkan produk.

Bapak Budi dan Ibu Erma masih menjalankan usaha agroindustri mereka sampai saat ini karena menurut beliau usaha yang dijalankannya tersebut menguntungkan. Produk keripik nangka dan keripik pisang Bintang Buah juga banyak diminati masyarakat, baik masyarakat Lampung maupun masyarakat dari luar kota. Agroindustri KBB membuat produk sesuai permintaan konsumen dan selalu menjaga kualitas sehingga masyarakat percaya pada produk yang dihasilkan oleh agroindustri. Agroindustri KBB juga terus mengembangkan usahanya dengan membuat variasi pada kemasan.

2. Struktur Organisasi Agroindustri Keripik Bintang Buah

Agroindustri KBB dipimpin langsung oleh Ibu Erma Syahfitri sebagai pemilik usaha. Struktur organisasi Agroindustri KBB dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Struktur Organisasi Agroindustri KBB

Struktur organisasi pada agroindustri berguna untuk mempermudah pembagian kerja dan wewenang pada setiap bagian. Struktur organisasi dibuat disesuaikan dengan kebutuhan agroindustri. Uraian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada pada struktur organisasi Agroindustri KBB adalah sebagai berikut.

1. Owner

Owner atau pemilik merupakan pimpinan penentu garis kebijaksanaan yang bertugas mengawasi kepala bagian dalam menjalankan kegiatan pada Agroindustri KBB. Perkembangan dari agroindustri ditentukan dari kebijaksanaan pemimpin, oleh karena itu diperlukan pemimpin

yang baik dalam memimpin Agroindustri KBB agar agroindustri ini dapat menjadi industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu.

2. Bendahara

Bendahara merupakan bagian yang bertugas untuk mengatur dan mengelola keuangan pada agroindustri yang meliputi pembayaran gaji, biaya transportasi, biaya operasional, rekening, dan lainnya pada Agroindustri KBB.

3. Penanggung Jawab Produksi

Penanggung Jawab Produksi merupakan bagian yang bertanggung jawab pada proses produksi keripik nangka dan keripik pisang, dimulai dari proses pengadaan bahan baku sampai menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan kepada konsumen.

4. Penanggung Jawab Pemasaran

Penanggung Jawab Pemasaran merupakan bagian yang bertanggung jawab terhadap proses pemasaran keripik nangka dan keripik pisang baik sistem pemasarannya maupun pelayanan konsumen terhadap pembelian produk. Bagian pemasaran juga memiliki tugas mengadakan penelitian pasar yang didasarkan pada permintaan konsumen, serta merencanakan pengembangan produk yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

5. Sortasi dan Penyimpanan

Sortasi dan penyimpanan merupakan bagian yang bertugas untuk melakukan sortasi produk keripik nangka dan keripik pisang agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang seragam. Bagian sortasi dan penyimpanan juga bertugas dalam proses penyimpanan produk yang meliputi proses pengemasan produk, pelabelan produk, dan penyimpanan produk dalam ruang penyimpanan.

3. Sumber Daya Manusia Agroindustri Keripik Bintang Buah

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam suatu usaha atau bisnis karena merupakan penggerak dari segala kegiatan yang dilakukan. Sumber daya manusia pada suatu usaha biasa disebut juga dengan istilah tenaga kerja (Hasibuan, 2011). Tenaga kerja pada Agroindustri KBB terdiri dari tenaga kerja tetap dan tenaga kerja tidak tetap. Tenaga kerja tetap merupakan tenaga kerja yang memiliki hubungan kerja dengan agroindustri dalam jangka waktu yang tidak ditentukan, sedangkan tenaga kerja tidak tetap merupakan tenaga kerja yang hanya menerima penghasilan apabila bekerja, berdasarkan jumlah hari kerja dan jumlah unit hasil yang dikerjakan (Mardiasmo, 2016).

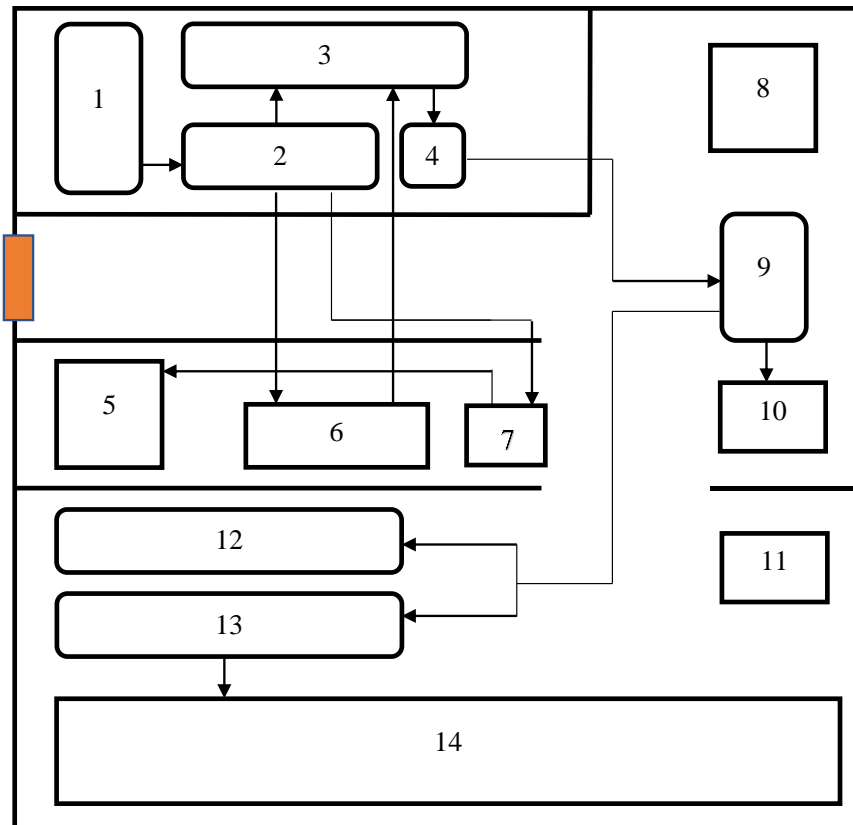
Jumlah tenaga kerja tetap di Agroindustri KBB adalah sebanyak 2 orang, sedangkan untuk tenaga kerja tidak tetap adalah sebanyak 7 orang. Tenaga kerja tidak tetap disesuaikan dengan kebutuhan, serta jumlah bahan baku yang akan diproduksi. Tenaga kerja pada Agroindustri KBB berasal dari masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar agroindustri. Jam kerja yang diberlakukan pada Agroindustri KBB adalah setiap hari mulai pukul 08.00 sampai pukul 17.00 WIB.

Pemberian gaji atau upah pada karyawan disesuaikan dengan jam kerja dan pekerjaannya pada agroindustri. Gaji atau upah yang diberikan untuk bagian penggorengan yaitu sebesar Rp 75.000,00/ hari, bagian *packing* Rp 20.000,00/ hari, penjaga toko dan kasir Rp 1.200.000,00/bulan, dan bagian pengupas/ buruh lepas yaitu sebesar Rp 25.000,00/hari. Apabila terdapat lembur atau jam tambahan pada hari libur maka akan diberikan tambahan upah sebesar Rp 50.000/hari untuk karyawan tetap dan pemberian upah dilakukan secara langsung atau tunai.

4. Tata Letak / Layout Agroindustri Keripik Bintang Buah

Agroindustri KBB berlokasi di Jl. Raden Imba Kusuma Ratu, RT 03 LK IV, Kelurahan Beringin Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar

Lampung. Tempat yang digunakan untuk memproduksi keripik nangka dan keripik pisang merupakan bangunan milik pribadi. Rumah produksi keripik nangka dan keripik pisang terletak di belakang *outlet* Bintang Buah. Tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi Agroindustri KBB dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi Agroindustri KBB

Keterangan gambar:

- 1 : Tempat penyimpanan bahan baku
- 2 : Tempat pengupasan
- 3 : Tempat penggorengan dengan mesin *vacuum fryer*
- 4 : Ruang penirisan minyak
- 5 : Tempat pembuatan bumbu perasa
- 6 : Tempat pencucian peralatan
- 7 : Tempat penggorengan pisang kepok
- 8 : Toilet
- 9 : Tempat sortasi
- 10 : Dapur
- 11 : Ruang sholat

- 12 : Tempat penyimpanan produk jadi
- 13 : Tempat pengemasan
- 14 : Kios

Berdasarkan Gambar 5. dapat dilihat tata letak/ *layout* bangunan rumah produksi keripik nangka dan keripik pisang Bintang Buah. Bagian 1 merupakan tempat penyimpanan bahan baku buah nangka dan buah pisang sebelum diproduksi. Bagian 2 merupakan tempat pengupasan buah nangka dan buah pisang yang sudah matang dan siap untuk diproduksi. Bagian 3 merupakan tempat penggorengan buah nangka dan buah pisang menjadi keripik dengan menggunakan mesin *vacuum fryer*. Bagian 4 merupakan penirisan minyak pada produk keripik nangka dan keripik pisang menggunakan mesin *spinner*. Bagian 5 merupakan tempat pembuatan bumbu perasa untuk keripik pisang kepok. Bagian 6 merupakan tempat pencucian peralatan untuk proses produksi. Bagian 7 merupakan tempat penggorengan pisang kapok. Bagian 8 merupakan toilet. Bagian 9 merupakan tempat sortasi produk keripik agar kualitas yang dihasilkan produk seragam. Bagian 10 merupakan dapur tempat peralatan untuk produksi keripik nangka dan keripik pisang. Bagian 11 merupakan ruang sholat bagi karyawan. Bagian 12 merupakan tempat penyimpanan produk jadi keripik nangka dan keripik pisang. Bagian 13 merupakan tempat pengemasan produk keripik nangka dan keripik pisang. Bagian 14 merupakan kios tempat penjualan produk keripik nangka dan keripik pisang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. Pada rantai pasok aliran produk bahan baku Agroindustri KBB bergerak mengalir dari petani hingga sampai ke Agroindustri KBB. Aliran finansial dilakukan secara tunai antara pemasok dengan agroindustri. Aliran informasi mengalir secara dua arah dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke Agroindustri KBB dan juga sebaliknya. Pengadaan bahan baku berdasarkan kriteria enam tepat, sebagian besar sudah tepat hanya komponen tepat harga pada buah nangka yang kurang tepat.
2. Produk keripik nangka, keripik pisang muli, dan keripik pisang kepok menguntungkan untuk diusahakan, karena pendapatan yang diperoleh dari ketiga produk keripik sudah lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.
3. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri KBB sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi. Berdasarkan penilaian konsumen *offline* komponen bauran yang memperoleh persentase terendah adalah komponen harga sebesar 74,50 persen dan untuk konsumen *online* adalah komponen promosi yaitu 77,34 persen.
4. Pemanfaatan jasa layanan pendukung pada Agroindustri KBB paling banyak dimanfaatkan pada kegiatan pemasaran dengan persentase yaitu sebesar 53 persen. Jasa layanan pendukung yang telah dimanfaatkan oleh Agroindustri KBB adalah lembaga keuangan (bank), kebijakan pemerintah, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, teknologi informasi

dan komunikasi, dan pasar, sedangkan yang belum dimanfaatkan oleh Agroindustri KBB yaitu lembaga penelitian.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Agroindustri KBB perlu membuat kontrak pembelian dengan pemasok agar harga pembelian bahan baku lebih stabil terutama untuk bahan baku buah nangka karena terkadang harga buah nangka mengalami kenaikan ketika stok buah nangka di pemasok jumlahnya terbatas. harga bahan baku buah nangka dapat mencapai Rp 3.500/kg. Agroindustri juga perlu meningkatkan saluran distribusi serta lebih gencar melakukan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk secara *online*.
2. Bagi pemerintah atau 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 terkait dengan penjualan *online* agar pemilik agroindustri dapat mengembangkan usahanya dan produknya dapat dikenal hingga skala internasional.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai perilaku konsumen dan analisis penerapan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Penelitian terkait perilaku konsumen diperlukan untuk melengkapi analisis bauran pemasaran berdasarkan perspektif konsumen. Penelitian terkait penerapan metode AHP dilakukan untuk mengetahui mengenai cara penentuan pemasok yang dipilih Agroindustri KBB dari beberapa pemasok yang menyediakan bahan baku keripik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidawati, G. A K. T., K. Murniati, dan M. Riantini. 2021. Analisis keragaan agroindustri klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 9 (2) : 265-270.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5098>. Diakses pada 10 Oktober 2022.
- Akbar, T.R., D.A.H. Lestari, dan A. Nugraha. 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.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4345>. Diakses pada 27 November 2022.
- Anggraeni, T. S., D.A.H. Lestari, dan Y. Indriani. 2017. Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 5 (3) : 275-282.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1640>. Diakses pada 10 Oktober 2022.
- Anititawati. 2016. *Analisis Kriteria Pemilihan Suppliers Menggunakan Metode Analytic Network Process (Studi Kasus Pada PT. XYZ)*. Penelitian Mandiri. Universitas Bakrie. Jakarta.
- Apriyani, A., D. Haryono, dan A. Nugraha. 2020. Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Metro. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (4) : 571-578.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4700>. Diakses pada 15 Desember 2022.
- Arif, M. 2018. *Supply Chain Management*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2004. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Bandung.
- Aristanto. 1996. *Pembagian Skala Industri*. Universitas Mataram. Mataram.
- Arsyad, L. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat. STIE YKPN. Yogyakarta.

- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta.
- Badar, AK., Anam, M., dan Assagofi H. J., 2013. *Agroindustri di Indonesia*. Makalah. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. Kudus.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Produksi Tanaman Buah-buahan di Indonesia Tahun 2019-2021*. BPS. Jakarta.
- BPS Provinsi Lampung. 2022. *Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2021*. BPS Provinsi Lampung. Lampung.
- Cahyono, B. 2016. *Sukses Budi Daya Pisang Di Pekarangan Dan Perkebunan*. Andi. Yogyakarta.
- Chaerani, D. S. 2016. Margin dan Efisiensi Pemasaran Kopra di Desa Simalegi Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Bibiet*. Vol. 1 (2) : 81-94.
<http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/jpa/article/download/1384/1414/>
. Diakses pada 27 November 2022.
- Dewey, J. 2004. *Pendidikan Berbasis Pengalaman*. Teraju. Bandung.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Pustaka Utama. Jakarta.
- Efendi, Z., E, Silvia, dan R.R. Wijaya. 2018. Analisis Kinerja dan Kepentingan Pada Atribut Keripik Beledang Bengkulu Sebagai Upaya Pengukuran Kualitas Kepuasan Pada Industri Makanan. *Jurnal Agroindustri*. Vol. 8 (1) :26-33.
<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/agroindustri/article/download/4367/2545>. Diakses pada 20 Desember 2022.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Fairus S, Haryono, Agrithia M, Aris A. 2010. Pengaruh konsentrasi HCl dan Waktu Hidrolisis terhadap Perolehan Glukosa Yang Dihasilkan dari Pati Biji Nangka. *Jurnal Seminar Nasional Teknik Kimia*. ISSN: 1693-4393.
<http://repository.upnyk.ac.id/558/1/22>. Diakses pada 15 Desember 2022.
- Favina, E., D. A.H. Lestari, dan K. Murniarti. 2021. Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjaringan Kota Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 9 (3) : 410-417.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5327>. Diakses pada 10 Oktober 2022.

- Hasibuan, M.S.P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hermawan. 2016. *Membangun Sistem Agribisnis*. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Yogyakarta. Yogyakarta.
- Heyne, K. 1987. *Tumbuhan Berguna Indonesia*. Terjemahan: Badan Litbang Kehutanan Jakarta. Jilid II dan III. Cetakan kesatu. Yayasan Sarana Wana Jaya. 56. Jakarta.
- Indrajit, R.E. dan Djokopranoto. 2003. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Grasindo. Jakarta.
- 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 23 Desember 2022.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kurina, N., I. Setiawan, dan B. Setia. 2020. Analisis Nilai Tambah Sale Pisang Gulung (Studi Kasus Pada Agroindustri Rizki Barokah di Desa Sukahurip Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 7 (3) : 723-728. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/agroinfogaluh/article/view/4004>. Diakses pada 16 Desember 2022.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Laksono, A., F. E. Prasmatiwi, dan Y. Saleh. 2022. Analisis Keragaan Agroindustri Kopi Luwak : Studi Kasus Pada Agroindustri Ratu Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 10 (1) : 17-25. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5645/>. Diakses pada 11 Oktober 2022.
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Maulidah, S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. UB Press. Malang.
- Maulita, D., W. D. Sayekti, dan W. A. Zakaria. 2020. Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan di Agroindustri Tepung Tapioka X di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (4) : 718-724. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4724>. Diakses pada 16 Oktober 2022.

- Mubarok, A. A., A. Arsyad, dan H. Miftah. 2015. 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 Pertanian*, Vol. 6 (1) : 1-14. <https://ojs.unida.ac.id/AGB/article/view/1030>. Diakses pada 12 Oktober 2022.
- Mukhammad, M.H. 2014. *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Muzaiyanah, S dan Subandi. 2016. Peranan Bahan Organik Dalam Peningkatan Produksi Kedelai dan Ubi Kayu Pada Lahan Kering Masam. *Iptek Tanaman Pangan*. Vol. 11:149-157.
- Narimawati, U. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.
- Novianto, E. 2019. *Manajemen Strategis*. Deepublish. Yogyakarta.
- Nurhidayati, C. Ayu, dan N. Juaniarsih. Analisis Biaya dan Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka di Kabupaten Lombok Barat. *Skripsi*. Universitas Mataram. Nusa Tenggara Barat.
- Nurmedika, A., Marhawati, dan M.N. Alam. 2013. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Industri Rumah Tangga Tiara di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*. Vol. 1 (3) : 267-273. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Agrotekbis/article/view/1911>. Diakses pada 31 Maret 2023.
- Pujawan, N. 2010. *Supply Chain Management*. Guna Widya. Surabaya.
- Puspanegara, R. R., R. H. Ismono, dan E. Kasymir. 2020. Strategi Pengembangan Agroindustri Beras Siger di Desa Wonokarto Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur dan Desa Margosari Kecamatan Pagelaran Utara Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (3) : 374-379. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4422>. Diakses pada 10 November 2022.
- Rahmah, A. N. dan Widodo, S. 2019. Peranan Sektor Industri Pengolahan dalam Perekonomian di Indonesia dengan Pendekatan Input – Output Tahun 2010 –2016. *Economie*. Vol. 1 (1) :14-37. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/view/819>. Diakses pada 10 November 2022.

- Rahmah, M., A. I. Hasyim, dan K. Murniarti. 2018. Bauran Pemasaran dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 8 (4) : 696-703. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/4716>. Diakses pada 12 November 2022.
- Rakhmawati, A., Marwanti, S. dan Setyowati. 2018. Strategi Pengembangan Industri Bandeng Presto Bu Jumiati Di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. *SEPA*, Vol. 15(1) : 28 – 38. <https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/25046>. Diakses pada 10 Oktober 2022.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru – Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta. Bandung.
- Saragih, B. 2010. *Agribisnis Berbasis Peternakan*. USESE Foundation dan Pusat Studi Pengembangan IPB. Bogor.
- _____. 2010. *Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. IPB Press. Bogor.
- Sari, Y.S., A.I. Hasyim, dan S. Widjaya. Rantai Pasok dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 6 (3) : 257-262. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3022>. Diakses pada 11 Oktober 2022.
- Satuhu, S dan A. Supriyadi. 2000. *Pisang Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Pasar*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Shafira, F., D. A. H. Lestari, dan M. I. Affandi. 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. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3025>. Diakses pada 11 Oktober 2022
- Siahaya, W. 2013. *Sukses Supply Chain Management Akses Demand Chain Management*. In Media. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Subiyanto, I. dan Suripto, B. 1993. *Akuntansi Biaya*. STIE YKPN Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sufren dan Natanael, Y. 2013. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Kompas Gramedia. Jakarta.

- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- 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.
- Syarief, A. N. L., D. A. H. Lestari, dan E. Kasymir. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. Vol. 7 (3) : 298-305.
<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3766>. Diakses pada 10 Oktober 2022.
- Udayana, I. G. B. 2011. *Peran Agroindustri Dalam Perekonomian dan Perspektif Pengembangannya*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Bogor.
- Wardhiani, W.F. dan Y. Apriyanti. 2019. Analisis Biaya dan Pendapatan Pembuatan Keripik Pisang di Desa Legokhuni Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Imliah Akuntansi*. Vol. 10 (1) : 99-116.
<https://unibba.ac.id/ejournal/index.php/akurat/article/view/86>. Diakses pada 14 Oktober 2022.
- Wibowo, S. 2010. *Manajemen Produksi. Edisi Empat*. BPFE. Yogyakarta.
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Ekonesia. Yogyakarta.
- Yustina, E. 1993. *Nangka dan Cempedak Ragam Jenis dan Pembudidayaan*. Penebar Swadaya. Jakarta.