

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT
DI KECAMATAN KOTABUMI KABUPATEN LAMPUNG UTARA
(Studi Kasus : Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)**

(Skripsi)

Oleh

Anissa Putri Utami
1914131003



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

PERFORMANCE ANALYSIS OF COWHIDE CRACKERS AGROINDUSTRY IN KOTABUMI SUB-DISTRICT NORTH LAMPUNG REGENCY (Case Study: Kerupuk Kulit Mak Kayo Agroindustry)

By

Anissa Putri Utami

This study aims to analyze (1) raw material procurement and supply chain, (2) BEP, profit and added value, (3) application of the marketing mix (4P), and (4) the role of supporting services by comparing the use of dry cowhide and wet cowhide raw materials in the Mak Kayo Cowhide Crackers Agroindustry. The research method used is the case study method in the Cowhide Crackers Agroindustry located in Kota Gapura, Kotabumi District, North Lampung Regency. The determination of the research location was carried out purposively. Respondents in this study were the owner of the KKMK Agroindustry and consumers of cowhide crackers. Data were collected on January-February 2023. The data were analyzed using qualitative and quantitative analysis. The results show that (1) The raw material supply chain consists of three flows, namely product flow, financial flow, and information flow, and the procurement of raw materials is good for both raw materials based on the six precise criteria (6T) with a very good level of accuracy. (2) KKMK Agroindustry has a break-even point of 0,48 kg for dry cowhide and 0,23 kg for wet cowhide. The profit of KKMK Agroindustry in one production is Rp550.061,31 for dry cowhide and Rp1.566.311,31 for wet cowhide. The added value is positive, amounting to Rp36.048,79/kg for dry cowhide and Rp16.976,48/kg for wet cowhide. (3) The application of the marketing mix consists of product components that have no product variants, the selling price is above the cost of goods sold, the marketing place is classified as strategic, and promotion is classified as conventional, and consumer assessments of the marketing mix components are good. (4) Supporting services have been well utilized, except for extension institutions that have not been utilized by agro-industry because they are not considered necessary in running a business.

Keywords : agroindustry, cowhide crackers, performance

Abstrak

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT DI KECAMATAN KOTABUMI KABUPATEN LAMPUNG UTARA (Studi Kasus : Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)

Oleh

Anissa Putri Utami

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengadaan bahan baku dan rantai pasok, (2) titik impas, keuntungan dan nilai tambah, (3) penerapan bauran pemasaran (4P), dan (4) peran jasa layanan pendukung dengan membandingkan penggunaan jenis bahan baku kulit kering dan kulit basah pada usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus pada Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi yang berada di Kota Gapura, Kecamatan Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dari Agroindustri KKMK dan konsumen kerupuk kulit. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari-Februari 2023. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) rantai pasok bahan baku terdiri dari tiga aliran yaitu aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi, dan pengadaan bahan baku baik untuk kedua bahan baku berdasarkan kriteria enam tepat (6T) dengan tingkat ketepatan sangat baik. (2) Agroindustri KKMK mencapai titik impas saat produksi mencapai 0,48 kg untuk bahan baku kering dan 0,23 kg untuk bahan baku basah. Keuntungan Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi sebesar Rp550.061,31 untuk kulit kering dan Rp1.566.311,31 untuk kulit basah. Nilai tambah bernilai positif yaitu sebesar Rp36.048,79/kg untuk kulit kering dan Rp16.976,48/kg, untuk kulit basah. (3) Penerapan bauran pemasaran terdiri dari komponen produk yang belum ada varian produk, harga jual berada di atas harga pokok produksi penjualan, tempat pemasaran tergolong strategis, dan promosi tergolong konvensional, dan penilaian konsumen terhadap komponen bauran pemasaran tergolong baik. (4) Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dengan baik, kecuali lembaga penyuluhan yang belum dimanfaatkan oleh agroindustri karena dirasa belum diperlukan dalam menjalankan usaha.

Kata kunci : agroindustri, keragaan, kerupuk kulit

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT
DI KECAMATAN KOTABUMI KABUPATEN LAMPUNG UTARA
(Studi Kasus : Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)**

Oleh

**Anissa Putri Utami
1914131003**

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI
KERUPUK KULIT DI KECAMATAN KOTABUMI
KABUPATEN LAMPUNG UTARA (Studi Kasus :
Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)**

Nama Mahasiswa : *Anissa Putri Utami*

NPM : 1914131003

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian



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

[Signature]
Ir. Suriaty Situmorang, M.Si
NIP 19620816 198703 2 002

2. Ketua Jurusan Agribisnis

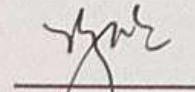
[Signature]

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

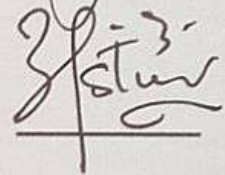
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji


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



Sekretaris : Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.



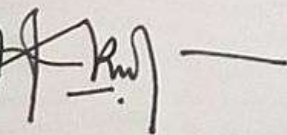
Penguji
Bukan Pembimbing : Ir. Adia Nugraha, M.S.



2. Dekan Fakultas Pertanian



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



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Oktober 2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anissa Putri Utami

NPM : 1914131003

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

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT DI
KECAMATAN KOTABUMI KABUPATEN LAMPUNG UTARA (Studi
Kasus : Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)"**

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

Bandar Lampung, 03 Oktober 2023

Yang menyatakan



Anissa Putri Utami

NPM 1914131003

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Kotabumi tanggal 20 Maret 2001, sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Apriyanto M. Noer dan Ibu Dwi Martini. Pendidikan formal tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK Pertiwi Kotabumi pada tahun 2007, tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 04 Gapura pada tahun 2013, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 7 Kotabumi pada tahun 2016, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMAN 4 Kotabumi pada tahun 2019. Penulis diterima sebagai mahasiswi Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) dan mendapatkan Beasiswa Bidikmisi dari semester 1 hingga 8.

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*homestay*) di Desa Lugusari, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu selama tujuh hari pada bulan Januari tahun 2020. Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilakukan oleh penulis di Desa Pematang Kasih, Kecamatan Abung Barat, Kabupaten Lampung Utara selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2021. Kemudian, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di Balai Besar Karantina Pertanian (BBKP) Tanjung Priok selama 30 hari kerja efektif pada bulan Juli hingga Agustus 2022. Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi (PIE) semester ganjil tahun akademik 2021/2022 dan mata kuliah Ekonometrika semester genap tahun akademik 2021/2022.

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi dan kegiatan kemahasiswaan. Penulis menjabat sebagai anggota Bidang I : Akademik dan Pengembangan Profesi, Himpunan Mahasiswa Jurusan Agribisnis (Himaseperta) pada tahun 2019-2022, anggota UKM Radio Kampus Unila (Rakanila) sebagai *Neighbourhood Chief* pada tahun 2021, dan menjadi delegasi Universitas Lampung dalam pelatihan kepemimpinan tingkat regional yang diselenggarakan oleh Perhimpunan Organisasi Profesi Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia (Popmasepi) pada tahun 2021.

SANWACANA

Bismillahirrahmannirrahiim

Alhamdulillah Rabbil'Alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala berkat, limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keragaan Agroindustri Kerupuk Kulit di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara (Studi Kasus : Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)”. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terealisasi dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., selaku Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pertama, atas bimbingan, semangat, motivasi, nasihat dan kebijaksanaan yang telah diberikan dengan sabar kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas arahan, motivasi, dukungan, dan saran dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku Dosen Penguji atas saran, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.

7. Ibu Yuliana Saleh, S.P., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas kesediaannya dalam memberikan masukan, jawaban setiap pertanyaan yang penulis ajukan, serta saran kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas ilmu-ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Pak Kayo dan Bu Minem yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian di Agroindustri KKMK dan segala tenaga, waktu, dan informasi yang diberikan untuk membantu penulis selama penelitian.
10. Orang tua tercinta, Ayah Alm. Apriyanto M. Noer dan Ibu Dwi Martini atas doa, dukungan moral dan materi, dan seluruh kasih sayang yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan dan Adik terkasih, Rahma Dwi atas dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
11. Eyang putri, Endang S dan Oom-Tante atas dukungan, semangat, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan pendidikan.
12. Yang terkasih yang selalu menjadi penyemangat menemani perjalanan penulis dengan penuh kesabaran, memberi dukungan dalam segala bentuk, mengajarkan arti kesabaran dan kasih sayang.
13. Roro-ku Talenta Priska dan Shofy Aulia yang telah kebersamai dalam semua kondisi dari sedih senang, *overthinking*, semangat, dan keyakinan.
14. Teman, sahabat, dan keluarga baru ku Talenta Priska, Shofy Aulia, Vania Azalia, Dhinda Febiyola, Desi Talita, Windu Kukuh, dan Juntaria Putri atas semua nasihat, bantuan, semangat, kebersamaan, pengertiannya dan berbagai hal yang diberikan dalam perjalanan menuju kedewasaan.
15. Anggota PU Ibukota, Shofy Aulia, Triana Herli, dan Alfarizi Amar atas semangat dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
16. KKN Pematang Kasih, Intan Cahya, Riani Eka, Tarisa Aulia, Wahyu, Aldi Helmawan, dan Fadhil Anfasa, atas semangat, dukungan, canda tawa yang diberikan kepada penulis.
17. Anggota “Ahli Ghibah Akreditasi A” atas kebersamaan, semangat, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

18. Teman-teman kelas Sosek A19, atas kebersamaannya, dukungan, semangat, dan kekompakkan yang telah diberikan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
19. Rekan-rekan Agribisnis 2019, abang dan mbak, serta adik-adik Agribisnis yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala arahan dan semangat yang telah diberikan.
20. Diri sendiri, telah mampu untuk sampai ke titik ini, atas semangat yang selalu dimunculkan, air mata yang semakin menguatkan, keyakinan, cita-cita, dan kemauan yang kuat dengan segala usaha yang dilakukan.

Tiada gading yang tak retak. Penulis menyadari penuh bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kesalahan dan kekurangan yang ada. Walaupun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, Oktober 2023

Penulis

Anissa Putri Utami

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Sistem Agribisnis	9
2. Sapi Potong	12
3. Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi.....	13
4. Pengadaan Bahan Baku.....	15
5. Pengolahan Dalam Agroindustri.....	19
6. Pemasaran & Bauran Pemasaran	26
7. Jasa Layanan Pendukung	33
B. Kajian Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pemikiran	50
III. METODE PENELITIAN	53
A. Metode Dasar.....	53
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	53
C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian	60
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	61
E. Metode Analisis Data	63
1. Analisis Pengadaan Bahan Baku Utama.....	64
2. Analisis Keuntungan, Titik Impas (<i>Break Even Point</i>), dan Nilai Tambah Agroindustri	68
3. Analisis Pemasaran	71

4. Analisis Jasa Layanan Pendukung	74
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	77
A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Utara	77
1. Sejarah Kabupaten Lampung Utara	77
2. Letak Geografis.....	78
3. Kondisi Iklim dan Topografi	79
4. Kondisi Demografi.....	80
5. Potensi Wilayah	80
B. Gambaran Umum Kecamatan Kotabumi.....	82
1. Sejarah Kecamatan Kotabumi.....	82
2. Letak Geografis.....	83
3. Kondisi Demografi.....	83
4. Keadaan Perekonomian	83
C. Gambaran Umum Agroindustri KKMK.....	85
1. Sejarah Agroindustri KKMK.....	85
2. Aspek Organisasi Agroindustri KKMK.....	86
3. Aspek Sumberdaya Agroindustri KKMK.....	87
4. Aspek Permodalan Agroindustri KKMK.....	87
5. Sarana dan Prasarana Agroindustri KKMK.....	87
6. Tata Letak/ <i>Layout</i> Agroindustri KKMK	88
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	90
A. Karakteristik Responden.....	90
1. Keadaan Umum Responden Pemilik dan Karyawan Agroindustri.....	90
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Agroindustri.....	91
B. Pengadaan Bahan Baku	94
1. Pola Alir Rantai Pasok	94
2. Analisis Pengadaan Bahan Baku	96
3. Analisis Tingkat Ketepatan Pengadaan Bahan Baku.....	105
C. Proses Produksi.....	109
D. Penggunaan Sarana Produksi.....	111
1. Bahan Baku.....	112
2. Tenaga Kerja Langsung	114
3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	116
E. Produksi Kerupuk Kulit.....	122
F. Analisis Titik Impas.....	123
G. Analisis Keuntungan.....	125
H. Analisis Nilai Tambah	128
I. Bauran Pemasaran	134
1. Perspektif Pemilik Agroindustri	135

2. Perspektif Konsumen Agroindustri.....	145
J. Jasa Layanan Pendukung.....	152
1. Lembaga Keuangan (Bank)	153
2. Kebijakan Pemerintah.....	154
3. Lembaga Penyuluhan.....	154
4. Sarana Transportasi.....	154
5. Teknologi Informasi dan Komunikasi	155
6. Pasar.....	155
7. Infrastruktur (Jalan)	155
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	157
A. Kesimpulan	157
B. Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	167

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas harga konstan menurut lapangan usaha Kabupaten Lampung Utara tahun 2019-2021 (Milyar Rupiah)	3
2. Daftar agroindustri kerupuk di Kabupaten Lampung Utara.....	4
3. Perhitungan Biaya Operasional	23
4. Perhitungan nilai tambah metode Hayami	25
5. Kajian penelitian terdahulu	37
6. Tabel hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada Agroindustri KKMK, 2023.....	63
7. Kriteria penilaian 6T dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KKMK	65
8. Kriteria ketepatan	68
9. Perhitungan nilai tambah kerupuk kulit Mak Kayo menurut metode Hayami	70
10. Kriteria penilaian responden konsumen per atribut	74
11. Jasa layanan pendukung Agroindustri KKMK Agroindustri KKMK.....	75
12. Kriteria pemanfaatan	76
13. Luas wilayah Kabupaten Lampung Utara menurut kecamatan tahun 2022	78
14. Jenis industri di Kecamatan Kotabumi tahun 2020.....	84
15. Karakteristik responden pemilik Agroindustri KKMK, 2023.....	90
16. Karakteristik responden konsumen kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK, 2023	92
17. Pengadaan bahan baku langsung dengan kriteria 6T pada Agroindustri KKMK, 2023	99

18. Pengadaan bahan baku tak langsung dengan kriteria 6T pada Agroindustri KKMK, 2023	103
19. Hasil pembobotan kriteria 6T dalam pengadaan bahan baku pada Agroindustri KKMK, 2023	108
20. Sebaran biaya bahan baku kulit sapi basah pada Agroindustri KKMK dalam satu bulan, 2023.....	113
21. Penggunaan dan biaya tenaga kerja langsung pada Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi dengan 60 kg dan 240 kg bahan baku, 2023.....	115
22. Biaya penggunaan tenaga kerja langsung pada Agroindustri KKMK dalam satu bulan, 2023.....	116
23. Penggunaan bahan baku tak langsung pada Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi, 2023.....	117
24. Faktor produksi lain pada Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi, 2023	118
25. Biaya penyusutan peralatan pada Agroindustri KKMK dalam satu minggu, 2023	121
26. Sebaran pendapatan Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi, 2023	122
27. Titik impas kerupuk pada Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi, 2023	124
28. Analisis keuntungan Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit kering, 2023	126
29. Analisis keuntungan Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit basah, 2023	127
30. Faktor produksi lain (selain tenaga kerja) pada perhitungan nilai tambah kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK, 2023	129
31. Perhitungan nilai tambah kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit kering, 2023	130
32. Perhitungan nilai tambah kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit basah, 2023.....	132
33. Komponen yang berkaitan dengan unsur produk pemasaran pada Agroindustri KKMK, 2023.....	135
34. Komponen yang berkaitan dengan unsur harga pada Agroindustri KKMK, 2023	137

35. Analisis harga pokok produksi dan penjualan kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit kering, 2023	138
36. Analisis harga pokok produksi dan penjualan produksi kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK dengan bahan baku kulit basah, 2023	140
37. Komponen yang berkaitan dengan unsur tempat pemasaran pada Agroindustri KKMK, 2023	142
38. Analisis efisiensi pemasaran kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK, 2023.....	144
39. Komponen yang berkaitan dengan unsur promosi pemasaran pada Agroindustri KKMK, 2023	145
40. Komponen yang berkaitan dengan produk kerupuk kulit berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KKMK, 2023.....	146
41. Komponen yang berkaitan dengan harga kerupuk kulit berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KKMK, 2023.....	147
42. Komponen yang berkaitan dengan tempat kerupuk kulit berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KKMK, 2023.....	148
43. Komponen yang berkaitan dengan promosi kerupuk kulit berdasarkan perspektif konsumen Agroindustri KKMK, 2023.....	150
44. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung di sekitar Agroindustri KKMK, 2023	152
45. Identitas responden Agroindustri KKMK, 2023	168
46. Identitas responden konsumen kerupuk kulit pada Agroindustri KKMK, 2023	169
47. Penilaian ketepatan 6T pada Agroindustri KKMK, 2023	171
48. Penggunaan bahan baku kulit sapi pada Agroindustri KKMK, 2023	171
49. Penggunaan bahan pendukung pada Agroindustri KKMK, 2023.....	172
50. Penggunaan tenaga kerja pada Agroindustri KKMK, 2023.....	172
51. Faktor input lain pada Agroindustri KKMK, 2023	173
52. Biaya investasi dan depresiasi peralatan pada Agroindustri KKMK, 2023.....	173
53. Biaya produksi pada Agroindustri KKMK, 2023	174
54. Pendapatan Agroindustri KKMK satu kali produksi, 2023	175
55. Pendapatan sebulan pada Agroindustri KKMK dalam satuan bungkus, 2023	175

56. Pendapatan sebulan pada Agroindustri KKMK dalam satuan kilogram, 2023	176
57. Analisis titik impas pada Agroindustri KKMK, 2023	177
58. Keuntungan Agroindustri KKMK, 2023.....	178
59. Bauran pemasaran Agroindustri KKMK, 2023.....	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis.....	10
2. Pohon industri komoditas sapi	13
3. Diagram alir proses produksi kerupuk kulit.....	21
4. Diagram alir penelitian analisis keragaan agroindustri kerupuk kulit Mak Kayo di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara	52
5. Pembagian dan batas wilayah Kabupaten Lampung Utara menurut kecamatan	79
6. Struktur organisasi Agroindustri KKMK.....	86
7. Tata letak rumah produksi kerupuk kulit Mak Kayo	88
8. Aliran rantai pasok dalam Agroindustri KKMK	94
9. Proses produksi kerupuk kulit pada agroindustri kerupuk kulit Mak Kayo	110
10. Saluran pemasaran pada Agroindustri KKMK	143
11. Kerupuk kulit kering	183
12. Tempat penjemuran kerupuk kulit	183
13. Label produk agroindustri	184
14. Produk kerupuk kulit.....	184

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang ditunjukkan oleh adanya lahan pertanian yang luas, keanekaragaman hayati yang tinggi, dan lahan yang subur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), penduduk Indonesia yang memiliki pekerjaan sebagai petani mencapai 88,43%. Berdasarkan fakta yang ada, sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting bagi negara Indonesia. Salah satu peran sektor pertanian dapat dilihat dari kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku di tahun 2022 pada triwulan II mencapai sekitar 12,99%.

Agribisnis menjadi salah satu sistem yang dikembangkan dalam sektor pertanian dan memandang konsep pertanian secara modern. Agribisnis merupakan usaha dalam sektor pertanian yang diintegrasikan dengan sektor lain yang mendukung seperti industri, sehingga tidak hanya berfokus pada pertanian pada lahan dan bercocok tanam tetapi perkembangannya dalam arti luas dari pengadaan produk hasil pertanian, pengolahan hasil pertanian (agroindustri), pemasaran, dan jasa-jasa pendukung atau kelembagaan terkait yang dikenal dengan subsistem agribisnis (Asir, Widaningsih, Hikmah, dkk., 2022).

Agroindustri merupakan salah satu subsistem dalam agribisnis yang menjalankan proses transformasi bahan atau hasil pertanian (hasil budidaya pertanian) menjadi barang setengah jadi atau barang jadi siap konsumsi. Dengan keunggulan berupa penggunaan bahan baku dari sumber daya yang tersedia di dalam negeri dan hasil dari kegiatan pertanian. Usaha

pengolahan hasil pertanian atau agroindustri memiliki beberapa peran yang cukup strategis dalam perkembangannya seperti menjadi salah satu upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan permintaan bahan kebutuhan pokok, perluasan kesempatan kerja, pemberdayaan produksi dalam negeri, pengembangan sektor lain, perbaikan ekonomi masyarakat, dan perolehan devisa (Supriyati dan Suryani, 2006).

Salah satu subsektor yang berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan pangan adalah subsektor peternakan. Usaha pengolahan hasil dari sektor peternakan terus berkembang, tidak hanya mengolah hasil utama seperti daging ternak tetapi juga memanfaatkan seluruh bagian ternak. Salah satunya ternak sapi yang mana tidak hanya dimanfaatkan dagingnya saja untuk produk olahan tetapi juga kulitnya dapat dimanfaatkan untuk diolah menjadi kerupuk kulit. Perkembangan agroindustri pengolahan hasil peternakan berdampak pada perkembangan jumlah kebutuhan bahan baku yang diperlukan.

Provinsi Lampung menjadi salah satu provinsi yang memiliki kegiatan perekonomian cukup kompleks. Berbagai bidang dalam kegiatan perekonomian dijalankan di Lampung yang salah satunya adalah industri pengolahan. Industri pengolahan merupakan peluang usaha yang cukup berkembang di tengah meningkatnya kebutuhan akan pangan bagi masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung (2022), kontribusi dari industri pengolahan terhadap PDRB menurut lapangan usaha pada triwulan III tahun 2022 mencapai 18,46%. Industri pengolahan menjadi penyumbang terbesar kedua setelah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan.

Industri pengolahan yang dapat berkembang di setiap daerah menggunakan sumber daya lokal termasuk bahan baku yang dimiliki di daerah tersebut. Tanpa adanya bahan baku lokal yang memadai dan dapat memenuhi permintaan maka industri pengolahan tidak dapat dijalankan. Berdasarkan pada data dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Lampung (2021), populasi sapi potong di Lampung mencapai 861.988 ekor. Data ini

menunjukkan salah satu potensi yang dimiliki oleh Provinsi Lampung adalah dari sektor peternakan sehingga membuka peluang untuk industri pengolahan hasil peternakan agar dapat dikembangkan di Lampung. Salah satu kabupaten di Lampung yang memiliki potensi perekonomian dari sektor industri pengolahan adalah Kabupaten Lampung Utara. Beragam sektor turut berkontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lampung Utara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas harga konstan menurut lapangan usaha Kabupaten Lampung Utara tahun 2019-2021 (Milyar Rupiah)

Uraian Lapangan Usaha	Tahun (Milyar Rupiah)		
	2020	2021	2022
A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	5.846,93	5.770,47	5.890,27
B. Pertambangan dan Penggalian	570,13	559,21	558,43
C. Industri Pengolahan	2.186,26	2.311,65	2.361,49
D. Pengadaan Listrik dan Gas	14,39	14,99	15,02
E. Pengadaan Air Pengolahan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	9,59	9,85	10,18
F. Konstruksi	1.360,62	1.454,79	1.474,21
G. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	1.983,90	2.174,05	2.321,86
H. Transportasi dan Pergudangan	886,78	904,50	986,85
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	191,82	189,72	193,51
J. Informasi dan Komunikasi	965,88	1.040,66	1.104,85
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	302,51	308,23	301,67
L. Real Estate	447,05	452,79	456,85
M. Jasa Perusahaan	16,32	16,49	17,00
N. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	560,81	583,64	580,49
O. Jasa Pendidikan	632,70	639,93	660,24
P. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	170,62	176,28	175,21
Q. Jasa Lainnya	123,04	120,62	148,44
PDRB	16.269,34	16.727,89	17.256,56

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa industri pengolahan menjadi kontributor terbesar kedua setelah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan. Sektor industri pengolahan mengalami kenaikan dari tahun 2020 yang sebesar

Rp2.186.260.000,00 menjadi Rp2.361.490.000,00 di tahun 2022. Dari data tersebut dapat dilihat pada tahun 2020 ke 2022 terjadi kenaikan 8,02%. Data ini menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan cukup memberikan peran dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Lampung Utara. Potensi dari industri pengolahan di Lampung Utara cukup besar untuk dikembangkan. Perkembangan dari industri pengolahan juga dapat berdampak pada penyerapan tenaga kerja dan pemanfaatan hasil pertanian.

Agroindustri pengolahan makanan paling banyak dikembangkan di Lampung Utara seperti keripik, kerupuk, tempe, dan tahu. Agroindustri kerupuk menjadi salah satu agroindustri yang dikembangkan di Lampung Utara. Kerupuk merupakan salah satu makanan ringan yang digemari masyarakat bahkan sebagian masyarakat menjadikannya lauk pauk. Hal ini menjadikan peluang usaha untuk menyajikan atau memenuhi permintaan kerupuk di masyarakat. Inovasi dapat dilakukan pada produk kerupuk seperti inovasi kerupuk kulit dengan memanfaatkan limbah kulit dari pemotongan hewan menjadi produk bernilai tambah dan dapat menghasilkan keuntungan. Beberapa agroindustri kerupuk yang terdapat di Kabupaten Lampung Utara dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Daftar agroindustri kerupuk di Kabupaten Lampung Utara

No.	Nama Usaha Kerupuk	Alamat
1.	Kerupuk Kulit Mak Kayo	Jl. Jendsu, Kota Gapura, Kec. Kotabumi
2.	Kerupuk Hanif	Jl. Kota Alam, Tj. Harapan, Kec. Kotabumi Selatan
3.	Kerupuk Berkah	Jl. Bunga Mayang, Sribasuki, Kec Kotabumi
4.	Kerupuk Sahabat DA	Jl. Hi. Yusuf Permata Mega, Kotabumi Tengah

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kabupaten Lampung Utara, 2022

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa usaha atau agroindustri kerupuk menjadi usaha yang berpotensi untuk dikembangkan. Salah satu dari agroindustri kerupuk tersebut adalah Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo (KKMK) yang cukup menarik perhatian. Hal ini karena biasanya kerupuk dihasilkan dari bahan baku yang sebagian besar adalah tepung akan tetapi kerupuk kulit

ini tidak menggunakan bahan tepung namun kulit asli yang sebagian besar menggunakan kulit sapi. Kerupuk kulit dibuat dari kulit hewan yang masih segar maupun sudah diawetkan. Bahan baku yang digunakan berasal dari Rumah Potong Hewan yang berasal dari Bandar Jaya, Lampung Tengah. Dalam seminggu Agroindustri KKMK mengolah 50 kg hingga 1 ton kulit sapi. Agroindustri KKMK dapat memproduksi kerupuk kulit dapat mencapai 8 kg hingga 10 kg dalam sehari. Pendapatan dari Agroindustri KKMK dalam sebulan mencapai Rp10.000.000,00 hingga Rp12.000.000,00.

Sebagian besar usaha atau agroindustri yang berkembang berskala kecil, termasuk Agroindustri KKMK. Meskipun Agroindustri KKMK termasuk dalam skala kecil, akan tetapi kegiatan usaha yang dilakukan telah mencakup seluruh kegiatan yang biasa dilakukan dalam agroindustri mulai dari pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, pemasaran, serta adanya peran dari jasa pendukung. Seluruh kegiatan tersebut dilaksanakan di Agroindustri KKMK, sehingga perlu adanya manajemen yang baik untuk mengelola agroindustri agar dapat terus berkembang. Mulai dari manajemen pengadaan bahan baku yang diupayakan dapat memenuhi kebutuhan proses produksi. Kegiatan pengolahan juga perlu diperhatikan dengan melaksanakannya sesuai standar mulai dari kualitas dan kuantitas sehingga produk yang dihasilkan dapat memberikan keuntungan dan nilai tambah. Kegiatan pemasaran tidak kalah penting karena berhubungan langsung dengan konsumen dan bagaimana produk dapat sampai ke konsumen akhir melalui saluran pemasaran dan adanya strategi bauran pemasaran yang digunakan. Seluruh kegiatan dalam suatu agroindustri tentunya tidak terlepas dari peran jasa-jasa layanan pendukung sama halnya dengan yang dijalankan oleh Agroindustri KKMK. Berdasarkan uraian di atas, dilakukan penelitian terkait analisis keragaan Agroindustri KKMK di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara.

B. Rumusan Masalah

Agroindustri KKMK telah berdiri selama 10 tahun yang didirikan oleh Pak Kayo sejak tahun 2012. Usaha ini dilakukan di rumah sendiri dengan memanfaatkan keahlian yang dimiliki untuk memproduksi kerupuk kulit dengan bahan dasar kulit sapi yang berasal dari Rumah Potong Hewan (RPH) terdekat. Usaha Agroindustri KKMK menghasilkan produk berupa kerupuk kulit siap konsumsi yang dibungkus dengan plastik kecil. Selain itu, produk kerupuk kulit juga dijual dalam bentuk kiloan (per kilo). Tenaga kerja dari usaha agroindustri ini berjumlah 5 orang. Bentuk dari usaha ini adalah usaha rumahan yang telah memiliki izin dalam bentuk PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga).

Pengadaan bahan baku yang optimal harus terus diupayakan agar pengolahan pada agroindustri dapat terus berjalan. Agroindustri KKMK memerlukan bahan baku berupa kulit sapi dalam bentuk basah dan dalam bentuk kering, serta bahan pendukung lain, seperti minyak goreng dan garam. Pengadaan bahan baku kulit terkadang menghadapi suatu masalah seperti sulitnya mendapatkan bahan baku kulit sehingga diperlukan manajemen yang baik dalam mengatur ketersediaan bahan baku.

Kegiatan yang juga memiliki peran besar dalam agroindustri adalah kegiatan pengolahan. Kegiatan pengolahan di Agroindustri KKMK dilakukan dengan mengolah bahan baku kulit mentah menjadi kerupuk yang siap untuk dikonsumsi. Adanya kegiatan pengolahan dalam agroindustri sangat penting, karena dapat menghasilkan produk dengan nilai tambah tertentu sehingga dapat memberikan keuntungan bagi agroindustri.

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang perlu diperhatikan dalam usaha agroindustri karena berhubungan dengan konsumen yang akan membeli produk. Pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri KKMK masih tergolong konvensional, meskipun demikian diperlukan strategi dalam pemasarannya. Dalam hal ini digunakan strategi bauran pemasaran (4P) yang dijalankan dengan optimal. Efisiensi dari pemasaran kerupuk juga penting

untuk dianalisis karena berkaitan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui saluran pemasaran, besar margin pemasaran, nilai *produsen share* (Pasigai, 2009).

Dalam menjalankan seluruh rangkaian kegiatan usaha, Agroindustri KKMK tentunya tidak terlepas dari peran jasa layanan pendukung, seperti lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, lembaga penelitian, infrastruktur, kebijakan pemerintah, dan jasa layanan lainnya. Agroindustri KKMK belum memanfaatkan jasa layanan pendukung yang ada dengan optimal sehingga diperlukan solusi untuk mengoptimalkan pemanfaatannya (Hastuti dan Rahim, 2005). Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. bagaimana pengadaan bahan baku dan pola alir rantai pasok yang dilakukan Agroindustri KKMK baik bahan baku kering maupun bahan baku basah?
2. berapa titik impas, keuntungan, dan nilai tambah usaha Agroindustri KKMK dengan penggunaan bahan baku kering dan bahan baku basah?
3. bagaimana penerapan bauran pemasaran (4P) dalam kegiatan pemasaran produk Agroindustri KKMK?
4. bagaimana peran jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri KKMK?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah, menganalisis :

1. pengadaan bahan baku dan pola alir rantai pasok yang dilakukan Agroindustri KKMK untuk penggunaan bahan baku kering dan bahan baku basah.
2. titik impas, keuntungan, dan nilai tambah dari usaha Agroindustri KKMK dengan penggunaan bahan baku kering dan bahan baku basah.
3. penerapan bauran pemasaran (4P) dalam kegiatan pemasaran produk Agroindustri KKMK.
4. peran jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri KKMK.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Agroindustri KKMK, sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan usahanya sehingga dapat berkembang dan meningkatkan pendapatan.
2. Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dalam penentuan kebijakan dan pengambilan keputusan baik tingkat kabupaten maupun provinsi.
3. Peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi dan bahan pembandingan dalam melakukan penelitian pada topik yang sama.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Sistem Agribisnis

Sistem agribisnis merupakan rangkaian dari usaha yang berhubungan dengan produksi pertanian. Serangkaian usaha tersebut dimulai dari pengadaan bahan baku sarana produksi, kegiatan usahatani, usaha pascapanen, usaha sortasi, penyimpanan, industri pengolahan, dan berbagai usaha yang dilakukan untuk menyampaikan produk ke konsumennya, serta adanya kegiatan-kegiatan penunjang yang mendukung rangkaian dalam sistem tersebut. Sistem agribisnis memiliki pengertian yang lebih luas dari sekedar kegiatan pertanian primer. Secara umum, agribisnis merupakan seluruh usaha yang tergabung dalam sistem yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya, dapat terbagi menjadi empat subsistem (Krisnamurthi, 2020). Beberapa subsistem dalam agribisnis tersebut antara lain :

a. Subsistem Hulu

Subsistem hulu merupakan segala kegiatan usaha yang menghasilkan sarana produksi dan bahan baku yang diperlukan dalam kegiatan pertanian. Dengan kata lain, subsistem hulu adalah kegiatan usaha yang menyalurkan input-input dan sarana pertanian.

b. Subsistem Usahatani

Usahatani menjadi kegiatan usaha primer (utama) dalam kegiatan pertanian karena menghasilkan produk pertanian tersebut. Usahatani merupakan usaha pengelolaan sumber daya alam dengan

memanfaatkan faktor-faktor produksi yang dimiliki untuk menghasilkan produk pertanian yang unggul.

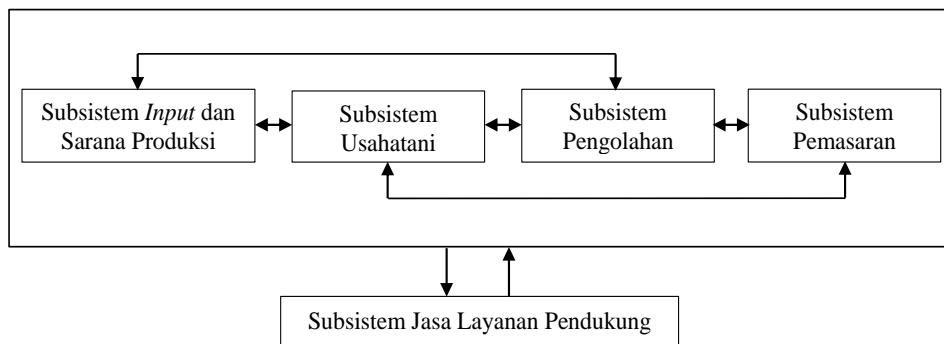
c. Subsistem Hilir

Subsistem hilir adalah kegiatan usaha yang dilakukan untuk mengolah hasil-hasil pertanian primer hingga pemasarannya. Hasil dari olahan tersebut dapat berupa produk setengah jadi (perlu pengolahan kembali) atau dapat juga berupa produk yang siap konsumsi. Subsistem hilir juga berhubungan dengan kegiatan pemasaran produk yang dihasilkan hingga dapat sampai ke konsumen.

d. Subsistem Jasa Layanan Pendukung

Subsistem ini berhubungan dengan layanan yang menunjang kegiatan dari sistem agribisnis. Beberapa layanan tersebut berhubungan dengan transportasi, lembaga keuangan, layanan informasi agribisnis, pengembangan kebijakan pemerintah dan layanan penunjang lainnya. Subsistem ini dapat berpengaruh pada setiap subsistem lainnya.

Keterkaitan antara subsistem agribisnis dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Keterkaitan antar subsistem agribisnis

Sumber : Krisnamurthi, 2020

Setiap subsistem dari agribisnis memiliki keterkaitan ke belakang dan ke depan sehingga agribisnis akan dapat dijalankan dengan baik apabila mekanisme hubungan antar setiap subsistem agribisnis bekerja dengan baik pula. Secara umum, subsistem yang tersusun di dalam agribisnis terdiri dari empat subsistem, yaitu subsistem *input* dan sarana produksi, subsistem usahatani (*on farm*), subsistem pengolahan atau agroindustri dan subsistem pemasaran. Hubungan yang terjadi di antara masing-masing

subsistem, dapat ditunjukkan melalui keterkaitan antara subsistem *input* dan sarana produksi dengan subsistem usahatani. Kegiatan budidaya di lini *on farm* dapat berjalan dengan baik, salah satunya bila didukung dengan pengadaan *input* dan sarana produksi yang memadai. Kemudian, proses budidaya atau kegiatan usahatani sangat berperan penting dalam menghasilkan komoditas-komoditas dengan spesifikasi yang sesuai dengan permintaan subsistem pengolahan, baik dari segi standar mutu, kuantitas, maupun kontinuitas pasokan bahan baku produksi. Hasil produk yang dihasilkan oleh subsistem pengolahan selanjutnya memerlukan adanya peran subsistem pemasaran agar produk yang memiliki kualitas yang prima, dapat sampai ke tangan konsumen dengan sistem pemasaran yang berjalan dengan baik. Seluruh kegiatan tersebut tidak terlepas dari adanya peran jasa layanan pendukung seperti transportasi dan infrastruktur yang memadai. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa setiap subsistem berperan penting satu sama lain untuk menciptakan sistem agribisnis yang efektif dan efisien.

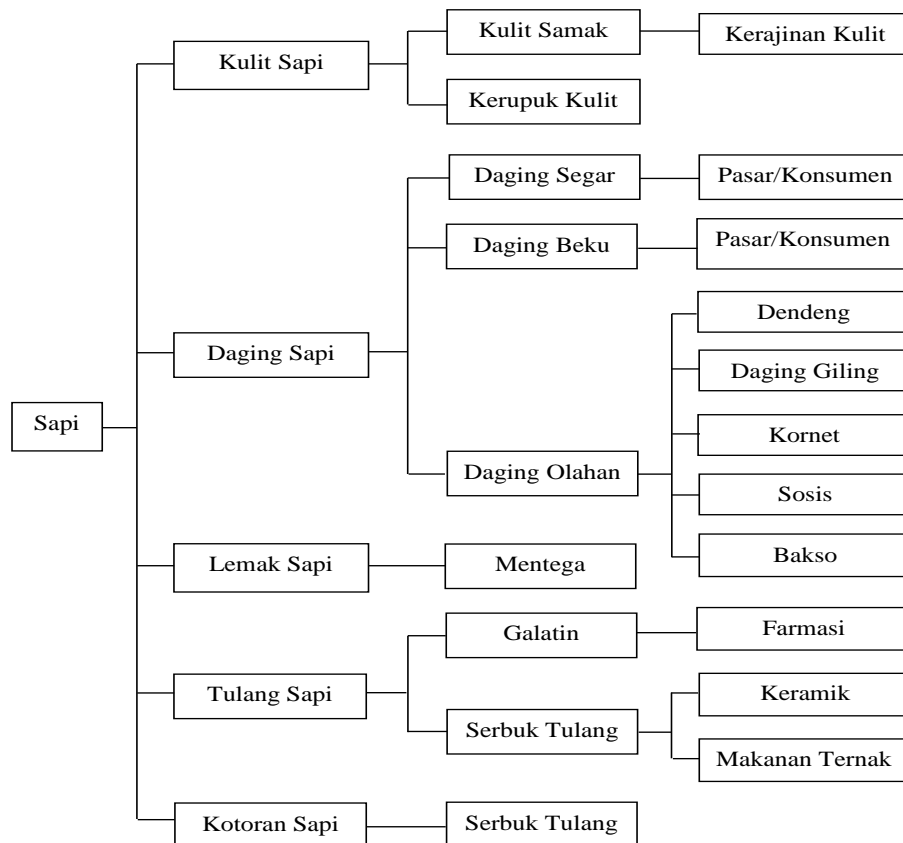
Menurut Hastuti (2017), ada saat ini sistem agribisnis menjadi tumpuan dalam pembangunan ekonomi selain dari sektor pertanian itu sendiri. Sistem agribisnis merupakan konsep yang bersifat kompleks. Jika sektor pertanian dari pola lama hanya berfokus pada bercocok tanam bagi petani dan penangkapan hingga budidaya bagi nelayan, sistem agribisnis merupakan sistem yang melibatkan seluruh kegiatan perekonomian di dalamnya dari pertanian, agroindustri, pemasaran, serta jasa penunjang yang terkait. Dengan kata lain terdapat sistem manajemen pada setiap subsistem agribisnis dari hulu hingga hilir dan sektor penunjang. Setiap sistem yang ada memiliki perannya masing-masing. Peran dari sistem agribisnis antara lain, sebagai berikut :

1. Menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian.
2. Menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel.
3. Menciptakan *value added* dan meningkatkan penerimaan devisa.
4. Menciptakan lapangan kerja dan menjadi motor penggerak pertanian.

2. Sapi Potong

Sapi potong merupakan salah satu jenis ternak yang merupakan sumber utama penghasil daging untuk memenuhi kebutuhan di Indonesia. Sapi potong menjadi salah satu komoditas sumber pangan hewani yang bertujuan untuk menyejahterakan manusia, memenuhi kebutuhan selera konsumen dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dan mencerdaskan masyarakat. Sapi menjadi komoditas ternak yang strategis karena mampu mendukung stabilitas nasional sebagai penghasil daging. Terdapat beberapa jenis sapi potong di Indonesia yaitu sapi Peranakan Ongole (PO), sapi Bali, sapi Madura, sapi Brahman, sapi Limousin, hingga sapi Simmental (Hastang, 2014).

Dalam Prasetya (2012), komoditas sapi ataupun sapi potong merupakan hewan ternak yang dapat menghasilkan daging, tenaga kerja, dan pemenuhan kebutuhan manusia lainnya. Sapi dapat menghasilkan sekitar 50% kebutuhan daging, 95% kebutuhan susu, dan 85% kebutuhan kulit yang diperlukan di dunia. Biasanya sapi dipelihara terutama untuk dimanfaatkan susu dan dagingnya sebagai bahan pangan manusia, tetapi terdapat beberapa hasil sampingan dari sapi seperti kulit, jeroan, tanduk, hingga kotoran yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan manusia. Hasil sampingan dari sapi potong tersebut ada yang dapat diolah menjadi makanan dan diolah menjadi produk bukan makanan sehingga memiliki nilai ekonomis jika dimanfaatkan sebagai bahan baku industri pengolahan. Produk turunan dari sapi yang berpotensi untuk dikembangkan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pohon industri komoditas sapi
Sumber : Tim EWS, 2022

3. Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi

Dalam sistem agribisnis terdapat istilah agroindustri, yang merupakan bagian dari sistem agribisnis itu sendiri. Agroindustri merupakan proses produksi atau pengolahan dari hasil pertanian atau industri yang bergerak dalam mengolah hasil-hasil pertanian. Agroindustri adalah subsistem dalam agribisnis yang melaksanakan kegiatan transformasi untuk bahan-bahan hasil pertanian dari perkebunan, kehutanan, peternakan, hingga perikanan menjadi bahan setengah jadi atau barang siap konsumsi (Soekartawi, 2000).

Agroindustri menjadi bagian hilir dari sistem agribisnis karena berupa pengolahan bahan hasil pertanian. Agroindustri merupakan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dari faktor produksi pertanian menjadi kegiatan produksi dari proses modernisasi. Dari proses tersebut

nilai tambah produksi pertanian dapat meningkat dan pendapatan dalam negeri hingga ekspor menjadi lebih besar. Adanya perkembangan dari agroindustri juga bertujuan untuk memunculkan keterkaitan erat antara sektor pertanian dengan sektor industri yang dapat menciptakan kegiatan ekonomi. Tujuan ini difokuskan terutama pada daerah pedesaan agar dapat membantu petani untuk meningkatkan pendapatan dari kegiatan pengolahan dan membuka peluang kesempatan kerja (Saragih, 2004). Terdapat komponen dasar dalam agroindustri yang harus diperhatikan yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, permodalan, teknologi, dan kelembagaan pendukung. Setiap komponen harus diperhatikan agar usaha agroindustri dapat berkembang (Marsudi, 2013).

Menurut Badan Pusat Statistik (2022), industri pengolahan merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk mengubah barang dasar baik secara mekanis atau kimia dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi. Barang yang kurang nilainya menjadi barang yang memiliki nilai lebih tinggi dan sifatnya dekat dengan konsumen. Sedangkan, usaha industri merupakan unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi dengan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada bangunan atau lokasi tertentu, dan memiliki catatan administrasi. Usaha industri pengolahan dapat digolongkan menjadi 4 golongan yaitu :

1. Industri Besar (banyaknya tenaga kerja 100 orang atau lebih)
2. Industri Sedang (banyaknya tenaga kerja 20-99 orang)
3. Industri Kecil (banyaknya tenaga kerja 5-19 orang)
4. Industri Rumah Tangga (banyaknya tenaga kerja 1-4 orang)

Agroindustri kerupuk kulit merupakan usaha rumah tangga yang masih tergolong tradisional. Kerupuk kulit atau dikenal dengan nama kerupuk jangek atau rambak merupakan produk olahan dari kulit sapi ataupun kerbau yang dikeringkan. Agroindustri kerupuk kulit biasanya tidak bersifat padat modal sehingga pembiayaan dan pasarnya rentan munculnya persaingan. Agroindustri kerupuk kulit sapi memiliki keunggulan dari cita

rasanya yang tinggi menjadi usaha yang dikenal luas dan telah berkembang terutama pada masyarakat lokal (Amertaningtyas, 2011).

Kerupuk kulit sapi memiliki kandungan yang cukup beragam, bahan dasar dari kulit yang memiliki kandungan yaitu kalsium, fosfor, lemak, besi, vitamin A dan vitamin B1. Dengan zat gizi tersebut jumlahnya bervariasi, tetapi kandungan protein, kalori, dan fosfornya cukup tinggi. Kerupuk kulit termasuk salah satu jenis kerupuk yang digemari oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Kerupuk kulit yang masih mentah atau belum digoreng disebut juga dengan krecek rambak (Amertaningtyas, Padaga, Sawitri, dkk, 2010). Kerupuk kulit sapi merupakan salah satu jenis olahan tradisional yang memiliki rasa yang gurih dan renyah. Kerupuk kulit sapi lebih populer dibandingkan dengan kerupuk kulit kerbau, hal ini karena kerupuk kulit sapi yang lebih tipis, renyah, dan tidak berbau amis. Kerupuk kulit sapi merupakan makanan legendaris karena telah dikenal cukup lama. Hal ini menjadi salah satu alasan kerupuk kulit sapi mempunyai banyak sebutan.

4. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan utama yang wajib ada untuk melaksanakan proses produksi. Bagi suatu agroindustri, bahan baku dapat berupa seluruh barang yang dimiliki dan dipergunakan untuk proses produksi. Dalam Skousen, Stice, dan James (2011), bahan baku adalah komponen pertama yang diperlukan sebelum memulai proses produksi. Hal ini dikarenakan bahan baku merupakan bagian dari adanya proses produksi tersebut.

Bahan baku dapat dibedakan menjadi dua, antara lain :

- a. Bahan baku langsung merupakan seluruh bahan baku yang menjadi bagian dari barang jadi (produk) memiliki hubungan erat dan sebanding dengan jumlah barang yang dihasilkan. Contohnya kulit sapi atau kerbau dalam agroindustri kerupuk kulit.
- b. Bahan baku tidak langsung adalah segala bahan penting yang berguna untuk memfasilitasi adanya proses produksi namun tidak terlibat

langsung hingga proses akhir dari produksi. Contohnya garam dalam agroindustri kerupuk kulit.

Dalam pengadaan bahan baku, rantai pasok menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Rantai pasok menjadi jaringan usaha-usaha yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan konsumen akhir. Kegiatan pengadaan bahan baku bagi agroindustri, diperlukan adanya manajemen rantai pasok yang baik untuk memastikan bahan baku yang diperlukan memenuhi kebutuhan dalam proses produksi. Manajemen rantai pasok merupakan metode atau pendekatan untuk mengelola aliran produk, informasi, dan uang secara terintegrasi yang melibatkan pihak-pihak, mulai dari hulu ke hilir, yang terdiri dari *supplier*, pabrik, pelaku kegiatan distribusi maupun jasa-jasa logistik. Prinsip penting manajemen rantai pasok adalah transparansi informasi dan kolaborasi, baik antara fungsi di internal perusahaan maupun dengan pihak-pihak di luar perusahaan di sepanjang alur rantai pasok berlangsung (Warella, dkk, 2021).

Dalam Sucahyowati (2011), manajemen rantai pasok digunakan untuk mengendalikan dan mengatur rantai pasokan. Sebuah model rantai pasok sederhana terdiri dari empat komponen yaitu *supplier* sebagai penyedia bahan baku, produsen sebagai penghasil produk, gudang atau pusat distribusi, dan konsumen akhir sebagai penerima produk. Secara umum, terdapat tiga aliran dalam rantai pasok, antara lain :

- a. Aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari *supplier* ke produsen, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.
- b. Aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu atau konsumen ke produsen dan dari produsen ke *supplier*.
- c. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Rantai pasok menjadi suatu jaringan dari berbagai organisasi yang saling berhubungan dengan tujuan yang sama untuk menyalurkan produk.

Menurut Anatan (2008) Rantai pasok mencakup 3 (tiga) bagian, yaitu:

a. *Upstream Supply Chain*

Upstream Supply Chain merupakan bagian yang mencakup *supplier* *frist-tier* dari organisasi dan *supplier* yang di dalamnya telah terbina suatu hubungan.

b. *Internal Supply Chain*

Internal Supply Chain merupakan bagian yang mencakup semua proses yang digunakan oleh organisasi dalam mengubah input yang dikirim menjadi *output*, mulai dari material masuk ke perusahaan sampai produk didistribusikan ke luar perusahaan.

c. *Downstream Supply Chain*

Downstream Supply Chain merupakan bagian yang mencakup semua proses yang terlibat dalam pengiriman produk pada konsumen akhir.

Bahan baku yang kurang karena keterbatasan ketersediaan bahan baku akan menyebabkan berhentinya proses produksi. Di sisi lain, adanya ketersediaan bahan baku yang terlalu banyak dalam usaha akan menimbulkan risiko dan tingginya biaya persediaan yang muncul. Oleh karena itu, persediaan bahan baku harus disesuaikan dengan kebutuhan dari kegiatan produksi. Jumlah dan kebutuhan bahan baku berhubungan dengan kapasitas dan kebutuhan yang diperlukan dalam proses produksi dari agroindustri (Arifin, 2016).

Pengadaan bahan baku menjadi salah satu unsur penting dalam usaha agroindustri. Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi permintaan bahan baku untuk proses produksi.

Kelangsungan dari agroindustri sangat ditentukan oleh kemampuan dalam pengadaan bahan baku. Dalam Marsudi (2013), kemampuan dalam pengadaan bahan baku yang diperlukan mencakup beberapa hal penting antara lain, sebagai berikut :

- a. Jumlah (kuantitas), yang berkaitan dengan pemenuhan optimasi kapasitas produksi.
- b. Mutu (kualitas), yang terkait dengan (selera) permintaan konsumen.
- c. Keberlanjutannya (kontinuitas) yang terkait dengan kelangsungan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang ada dalam suatu agroindustri. Banyaknya kuantitas dan seberapa baik kualitas bahan baku yang dikehendaki, akan sangat tergantung pada jenis dan banyaknya keperluan bahan baku untuk pelaksanaan proses produksi dalam periode tertentu. Pengadaan bahan baku berfungsi menyediakan bahan baku dalam jumlah yang tepat, mutu yang baik dan tersedia secara berkesinambungan dengan biaya yang layak dan terorganisasi dengan baik. Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku harus sesuai dengan 6 T, yaitu harus sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga.

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

bahan baku yang baik yaitu yang sesuai dengan permintaan agroindustri.

- f. Tepat kuantitas adalah jumlah daging sebagai bahan baku sesuai dengan target yang akan diproduksi oleh agroindustri.

5. Pengolahan Dalam Agroindustri

Kegiatan pengolahan merupakan bagian dari produksi, bila proses menghasilkan bahan baku (*on farm*) disebut dengan istilah produksi pertanian, maka proses menghasilkan bahan setengah jadi atau barang jadi (*off farm*) disebut dengan istilah pengolahan atau agroindustri.

Pengolahan dalam agroindustri menjadi salah satu upaya untuk menciptakan keterkaitan antara sektor pertanian dan sektor industri.

Pengolahan akan memiliki kemampuan yang baik jika keterkaitan kedua sektor menjadi erat baik ke depan (*forward linkage*) maupun ke belakang (*backward linkage*). Pengolahan dalam agroindustri menjadi bagian dari agribisnis, khususnya dalam menghasilkan produk jadi atau setengah jadi dari bahan baku yang dihasilkan melalui proses produksi pertanian untuk menghasilkan nilai tambah. Sistem produksi adalah bagian yang digunakan untuk mengubah input dari sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat digunakan, sedangkan proses produksi merupakan proses transformasi dan konversi (Hastuti, 2017).

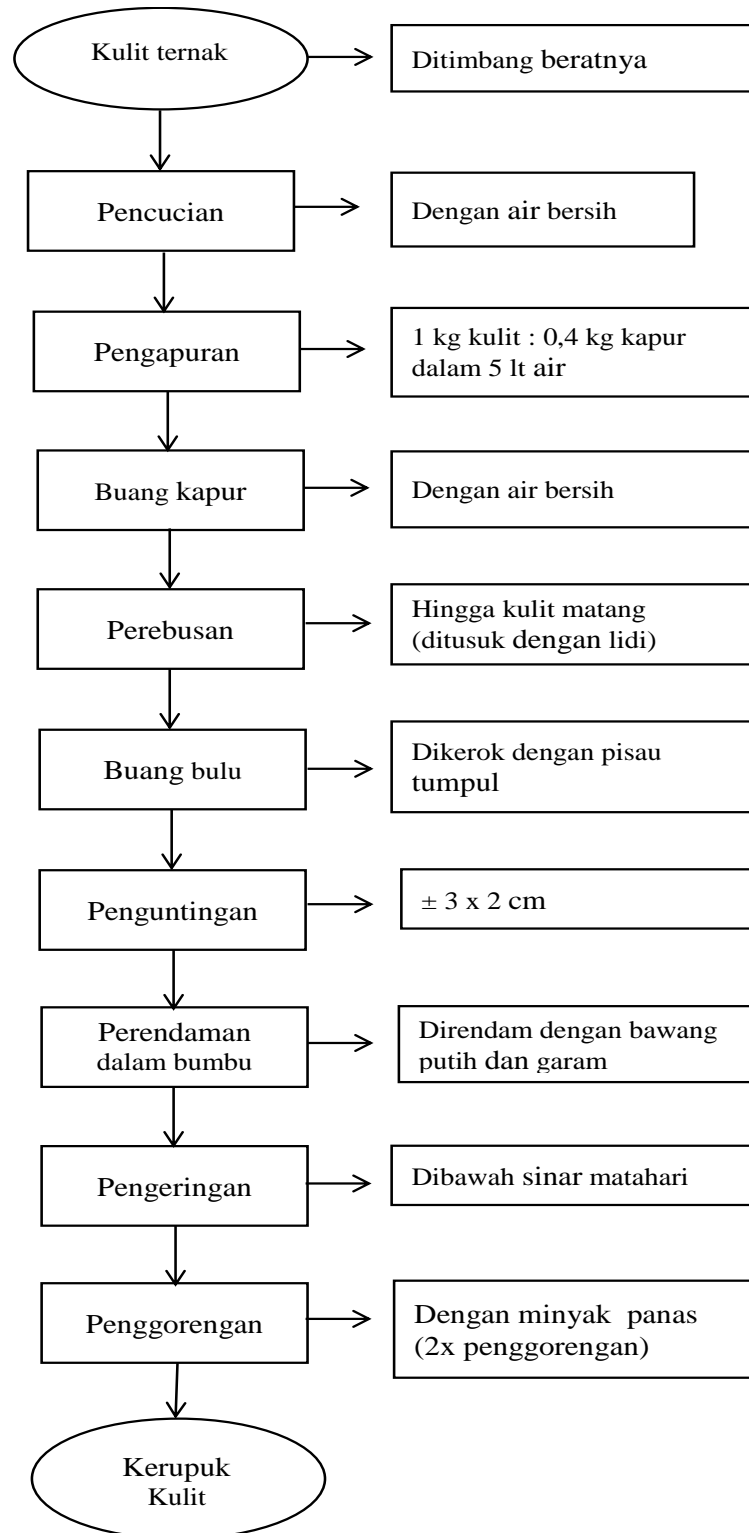
Pengolahan agroindustri merupakan kegiatan usaha yang dilakukan dengan tujuan mengubah bahan baku yang dimiliki menjadi barang yang memiliki nilai dalam mata rantai produksi, dapat diterima konsumen, dan tahan lama. Tujuan ini dapat dengan mengupayakan kegiatan pengolahan harus efisien dan efektif dengan kegiatan produksi yang hemat biaya dengan hasil produk yang memiliki keragaman. Menurut Arifin (2016), terdapat beberapa ciri dari pengolahan dalam agroindustri yaitu, sebagai berikut :

- a. meningkatkan nilai tambah, berhubungan dengan pengolahan hasil yang dilakukan oleh pemilik usaha agroindustri sehingga menambah

nilai dari bahan baku yang digunakan menjadi barang jadi ataupun setengah dari yang telah melalui suatu proses.

- b. menghasilkan produk yang dapat dipasarkan dan digunakan, berhubungan dengan produk yang dihasilkan dari proses pengolahan sehingga bahan baku menjadi produk yang dapat memenuhi permintaan pasar dan konsumen.
- c. meningkatkan daya saing, berhubungan dengan produk yang dihasilkan melalui serangkaian pengolahan sehingga produk tersebut memiliki daya saing dengan produk serupa di pasaran.
- d. menambah pendapatan, berhubungan dengan kegiatan pengolahan agroindustri yang bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari pemilik usaha.

Pengolahan dalam agroindustri kerupuk kulit sapi dapat berjalan apabila seluruh *input* yang dibutuhkan dapat terpenuhi. *Input* tersebut berupa bahan baku, bahan pendukung, peralatan, dan tenaga kerja. Bahan baku dari agroindustri kulit sapi merupakan kulit sapi itu sendiri atau kulit kerbau, sedangkan bahan pendukungnya adalah garam, bawang putih, kemasan plastik, dan label. Peralatan yang diperlukan terdiri dari alat pemanas, kayu bakar, penggorengan, spatula, dan peniris. Bahan baku kulit yang telah melalui proses produksi akan menghasilkan *output* berupa kerupuk kulit, perubahan dari bahan baku menjadi produk menjadi nilai tambah kulit menjadi kerupuk (Amertaningtyas, 2011). Dalam pengolahan agroindustri kerupuk kulit menjadi salah satu industri yang menghasilkan limbah yang dapat mencemari lingkungan, sehingga perlu adanya informasi terkait pengelolaan limbah secara benar. Secara umum, pengelolaan limbah meliputi beberapa kegiatan yaitu pengurangan, segregasi, penanganan, pemanfaatan dan pengolahan limbah. Diagram alir proses produksi kerupuk kulit (jangek) dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram alir proses produksi kerupuk kulit
Sumber : Amertaningtyas, 2011

Setiap usaha agroindustri memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan. Analisis keuntungan memiliki tujuan untuk memaparkan keberhasilan dari

kegiatan usaha yang dijalankan, selain itu, menjelaskan keadaan yang akan datang dari perencanaan yang dibuat. Analisis keuntungan juga menjadi metode yang dipergunakan untuk melihat secara cermat keadaan suatu usaha apakah mengalami keuntungan atau sebaliknya dalam periode tertentu (Wibowo, Maharani, Eliza, 2020). Dalam analisis keuntungan terdapat beberapa komponen yang perlu diperhatikan yaitu analisis biaya dan pendapatan. Biaya merupakan seluruh pengeluaran yang digunakan dari awal proses hingga akhir proses produksi. Kegiatan pengolahan agroindustri akan menghasilkan pendapatan dari produk termasuk biaya-biaya.

Menurut Supriyono (2002), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan digunakan sebagai pengurangan hasil. Dalam Mulyadi (2014) mengemukakan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya dapat diklasifikasikan menjadi :

a. Biaya Bahan Baku

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

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi barang jadi.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* dikelompokkan atas dasar perilaku dalam perubahannya terhadap volume produksi yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya *Overhead* Pabrik Tetap adalah biaya tidak langsung yang jumlahnya tidak berubah, walaupun ada perubahan volume produksi. Contohnya biaya penyusutan alat, biaya pajak usaha, dan biaya izin usaha. Biaya *Overhead* Pabrik Variabel merupakan biaya

yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan pendukung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, biaya listrik. Perhitungan biaya produksi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan Biaya Operasional

Beban-beban prima :		
Bahan baku langsung	a	
Upah langsung	b	
Total beban-beban prima		c (a+b)
Beban pabrikasi tak langsung :		
Bahan tak langsung	d	
Upah tak langsung	e	
Total biaya produksi		f (d+e)
Biaya-biaya komersial :		
Biaya pemasaran	g	
Biaya administrasi	h	
Total biaya komersial		i (g+h)
Jumlah biaya-biaya operasional		j (c+f+i)

Sumber : Kartadinata (2000)

Menurut Kartadinata (2000), keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Pendapatan adalah nilai dari produksi yang dihasilkan dikalikan dengan harga produk tersebut, sedangkan biaya adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk membayar faktor-faktor produksi. Saat perubahan pendapatan lebih besar dari perubahan biaya total dari setiap *output* maka keuntungan yang diterima akan meningkat, dan berlaku sebaliknya. Secara matematis besarnya keuntungan agroindustri dapat dirumuskan sebagai :

$$\text{Keuntungan} = \text{Total Pendapatan} - \text{Biaya Operasional} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

II = Keuntungan (Rp)

Biaya Operasional = Biaya yang digunakan untuk produksi (Rp)

Agroindustri mengeluarkan berbagai macam biaya dalam melakukan kegiatan pengolahan untuk menghasilkan produk. Dari biaya yang dikeluarkan ini agroindustri mengharapkan hasil yang diperoleh setidaknya sama dengan biaya yang telah dikeluarkan. Kondisi saat penghasilan agroindustri sama dengan jumlah total biaya yang dikeluarkan disebut dengan impas (*break even point*). Dengan kata lain, agroindustri tidak mengalami laba atau rugi pada kondisi tersebut, artinya seluruh biaya tertutupi oleh penghasilan dari penjualan produk (Harahap, 2011). Menurut Herjanto (2007), analisis BEP meliputi BEP dalam unit dan BEP dalam rupiah dengan rumus :

a. BEP dalam Unit

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

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \dots \dots \dots (5)$$

b. BEP dalam Rupiah

Tingkat BEP dalam rupiah perlu diketahui agar usaha dapat menentukan berapa jumlah penjualan dalam rupiah agar usaha mencapai titik impas. Tingkat *break even point* dalam rupiah dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}} \dots \dots \dots (6)$$

Pengolahan pada agroindustri akan mempengaruhi nilai tambah dari bahan baku menjadi produk. Nilai tambah atau *value added* merupakan penambahan nilai pada suatu komoditas karena telah mengalami proses pengolahan atau pengangkutan maupun penyimpanan dalam produksi. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih nilai produk (*output*) dengan nilai bahan baku dan input lainnya namun tidak termasuk tenaga kerja. Sementara, margin dapat diartikan sebagai selisih nilai produk dengan harga bahan baku. Faktor produksi lain yang

digunakan termasuk tenaga kerja dan balas jasa perusahaan termasuk ke dalam margin. Metode analisis yang digunakan untuk menghitung nilai tambah adalah menggunakan metode Hayami (Zaini, dkk., 2018).

Prosedur perhitungan nilai tambah dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan nilai tambah metode Hayami

Variabel	Nilai
I. Ouput, Input, dan Harga :	
1. Ouput (kg/bulan)	(1)
2. Input (kg/bulan)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK/bulan)	(3)
4. Faktor Konversi	(4) = (1)/(2)
5. Koef. Tenaga Kerja (HOK/kg)	(5) = (3) / (2)
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan :	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	(8)
9. Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/kg)	(10) = (4) x (6)
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	(11a) = (10) – (9) – (8)
b. Rasio Nilai Tambah (%)	(11b) = (11a/10) x 100%
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	(12a) = (5) x (7)
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	(12b) = (12a/11a) x 100%
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	(13a) = 11a – 12a
b. Tingkat Keuntungan (%)	(13b) = (13a/11a) x 100%
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi :	
14. Margin (Rp/kg)	(14) = (10) – (8)
a. Keuntungan (%)	(14a) = (13a/14) x 100%
b. Tenaga kerja (%)	(14b) = (12a/14) x 100%
c. Faktor produksi lain (%)	(14c) = (9/14) x 100%

Sumber : Hayami, dkk., 1987

Dalam analisis nilai tambah metode Hayami, terdapat tiga komponen pendukung, yaitu faktor konversi yang menunjukkan banyak *output* yang dihasilkan dari satu-satuan input, faktor koefisien tenaga kerja yang menunjukkan banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu-satuan input, dan nilai produk yang menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari satu-satuan input.

Pada analisis nilai tambah dengan metode Hayami juga dapat dilihat jenis usaha tersebut padat modal atau padat karya yaitu dari proporsi tenaga kerja dan keuntungan terhadap keuntungan. Terdapat kriteria penilaian dalam besaran nilai tambah yaitu :

- b. Jika $NT > 0$, berarti usaha memberikan nilai tambah (positif)
- c. Jika $NT < 0$, berarti usaha tidak memberikan nilai tambah (negatif)

6. Pemasaran & Bauran Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dijalankan setiap usaha untuk memastikan usaha tersebut terus berjalan dan berkelanjutan. Hal ini karena pemasaran menjadi kegiatan yang langsung berkenaan pada tujuan dari setiap usaha, yaitu mendapatkan keuntungan dan berhubungan langsung dengan konsumen. Pemasaran adalah kegiatan yang dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajemen. Pengaruh dari faktor-faktor ini adalah tiap individu ataupun kelompok mendapatkan kebutuhan dengan menghasilkan sesuatu yang bernilai (Rangkuti, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2010), pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dimulai dari proses pembuatan, mengkomunikasikan, pengenalan, hingga terjadi pertukaran yang bernilai bagi konsumen atau masyarakat. Pemasaran ini merupakan bagian dari proses manajerial dan sosial yang berjalan. Adanya pemasaran juga merupakan suatu proses yang digunakan dalam mencapai tujuan suatu usaha. Dimana tujuan tersebut salah satunya adalah mendapatkan keuntungan.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menguraikan tujuan atau harapan perusahaan yang menjadi hasil dari adanya kegiatan pemasaran terhadap produknya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan tujuan mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusannya. Dengan begitu kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dilakukan secara terstruktur, dengan prosedur yang ada. Strategi pemasaran adalah cara yang terstruktur dan memiliki mekanisme yang

terorganisasi dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. Sehingga upaya untuk melakukan pemasaran terbaik dapat tercapai (Kotler dan Keller, 2012).

Bauran pemasaran adalah salah satu dari strategi pemasaran yang sering digunakan oleh usaha atau perusahaan untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan produknya, dan merangsang konsumen untuk memberikan tanggapan pribadi terhadap suatu produk. Bauran pemasaran menjadi strategi yang potensial dalam memasarkan suatu produk. Hal ini karena bauran pemasaran merupakan strategi pemasaran yang cukup kompleks dan memiliki unsur atau variabel pendukung yang digunakan untuk mencapai sasaran yang cukup luas dan mempengaruhi segmen pasar (Selang, 2013).

Menurut Buchori (2010), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam pemasaran sebagai cara untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran usaha yang dijalankan. Bauran pemasaran dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual atau pemilik usaha dan sudut pandang pembeli. Bauran pemasaran dari sudut pandang penjual merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli, sedangkan sudut pandang pembeli bauran pemasaran merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Variabel-variabel ini berfungsi untuk menciptakan kombinasi dari pemasaran yang akhirnya dapat memberikan hasil yang maksimal (Kotler dan Keller, 2008). Setiap unsur yang ada harus dipahami dengan benar oleh penjual atau pemilik usaha sehingga hasil dapat lebih maksimal. Variabel atau unsur dari bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi). Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing unsur dalam bauran pemasaran, antara lain:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala bentuk yang ditawarkan di pasar dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumennya. Menurut Alma dan Hurriyati (2008), terdapat lima tingkatan produk yang harus diperhatikan oleh pemasar sebelum memasarkan produknya yaitu manfaat, produk dasar, produk yang diharapkan, produk yang ditingkatkan, dan produk potensial.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan nilai yang dapat ditukarkan oleh konsumen dengan produk yang memiliki nilai atau manfaat yang sama dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Terdapat beberapa indikator dalam variabel harga yaitu kesesuaian harga dengan daya beli konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas produk, adanya potongan harga yang menarik konsumen, adanya tanggung jawab dari pemasaran jika produk mengalami kerusakan (Kotler dan Keller, 2012).

Metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga pokok produksi adalah metode *variable costing* dan *full costing*. Metode *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yang berubah yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik variabel, sedangkan metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional pabrik baik variabel maupun tetap, dengan total biaya dibagi dengan total produksi yang dihasilkan (Mulyadi, 2014). Secara prinsip, harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan harga pokok produksi ditambah dengan margin keuntungan (Mulyadi, 2001).

3. *Place* (Tempat)

Tempat adalah hal yang penting dalam kegiatan pemasaran. Usaha industri dengan produk barang, tempat yang dimaksud adalah saluran distribusi dan tempat berjualan dari produk itu sendiri. Dalam industri jasa, tempat ini diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Bagi pelaku usaha atau manajer pemasaran, pemilihan tempat harus dilakukan secara cermat dengan beberapa pertimbangan yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, keamanan, ekspansif, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah (Alma dan Hurriyati. 2008).

Saluran pemasaran adalah rantai yang harus dilalui oleh suatu produk dari bagian produsen hingga sampai ke konsumen. Jenis produk yang berbeda akan melewati saluran yang berbeda pula, hal ini yang menyebabkan adanya perbedaan dalam saluran pemasaran, terutama pada produk pertanian. Secara umum, saluran pemasaran terdiri atas dua unsur yaitu, adanya lembaga pemasaran dan pelaku pendukung lembaga pemasaran. Dimana setiap unsur saling mendukung untuk bersama-sama mengirimkan produk untuk sampai ke konsumen dengan aman. Digunakan untuk memastikan adanya perpindahan kepemilikan dari tempat produksi menuju konsumen akhir (Sudarsono, 2020).

Pola saluran pemasaran dilakukan dengan mengikuti saluran pemasaran yaitu dimulai dari produsen sampai ke konsumen akhir dan didasarkan pada alur pemasaran di lokasi penelitian. Menurut Stanton (2012), terdapat beberapa alternatif atau pola saluran yang mana berdasarkan pada golongan barang konsumsi dan barang industri. Barang konsumsi merupakan barang yang dibeli untuk dikonsumsi, sehingga pembeli barang konsumsi tanpa diproses kembali dan digunakan sendiri merupakan konsumen akhir bukan pelaku industri. Barang industri merupakan barang yang dibeli untuk dilakukan proses kembali. Pembeli untuk barang industri biasanya perusahaan atau pemilik

industri. Berikut merupakan tipe saluran dari golongan barang konsumsi dan barang industri.

- a. Tipe saluran untuk barang konsumsi
 - Saluran tingkat 0 : Produsen-Konsumen
 - Saluran tingkat 1 : Produsen-Pedagang eceran-Konsumen
 - Saluran tingkat 2 : Produsen-Grosir-Pedagang eceran-Konsumen
 - Saluran tingkat 3 : Produsen-Agen-Grosir-Pedagang eceran-Konsumen

- b. Tipe saluran untuk barang industri
 - Saluran tingkat 0 : Produsen-Pemakai industri
 - Saluran tingkat 1 : Produsen-Distributor industri-Pemakai industri
 - Saluran tingkat 2 : Produsen-Agen-Pemakai industri
 - Saluran tingkat 3 : Produsen-Agen- Distributor industri -Pemakai industri

Efisiensi pemasaran adalah suatu kepuasan yang didapat oleh lembaga dalam pemasaran, baik dari produsen, saluran pemasaran hingga konsumen. Biaya pemasaran yang sangat tinggi dibandingkan nilai produk yang dipasarkan tidak akan mencapai keefisienan dalam pemasaran. Namun, biaya yang terlalu rendah dibandingkan nilai produk juga akan menyebabkan pasar menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, kesesuaian antara biaya pemasaran dengan nilai produk sangat diperlukan dalam hal ini. Biaya pemasaran sangat mempengaruhi margin pemasarannya, semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan maka margin pemasarannya akan semakin besar dan hal inilah yang mengakibatkan ketidakefisienan pemasaran (Asmarantaka, 2009). Efisiensi pemasaran dalam penelitian ini meliputi margin pemasaran, rasio profit margin, dan produsen *share* pemasaran.

Menurut Hanafie (2010), margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dengan harga jual dari

produsen. Semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan, maka akan semakin besar margin pemasarannya. Secara sederhana margin tataniaga adalah perbedaan harga yang harus dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Adanya selisih harga ini akan muncul saat saluran pemasaran melakukan kegiatan pemasaran.

Margin Pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Menurut Rahmawati, Sarengat, dan Marzuki (2014), untuk menganalisis pemasaran data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani (produsen) dan harga di tingkat konsumen, secara matematis dapat dirumuskan sebagai :

$$mp = Ps - Pb \dots\dots\dots(7)$$

$$Mp = Pr - Pf \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

mp	=	Margin pemasaran pada lembaga pemasaran (Rp/kg)
Ps	=	Harga jual di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)
Pb	=	Harga beli di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)
Mp	=	Margin pemasaran (Rp/kg)
Pr	=	Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)
Pf	=	Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Rasio profit margin adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tersebut dalam menangani produk. Rasio profit margin juga merupakan rasio atau perimbangan antara *gross profit* (laba kotor) yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama. Keseimbangan nilai rasio profit margin menunjukkan bahwa pemasaran tersebut tergolong efisien, berlaku sebaliknya (Azzaino, 1982).

Rasio profit margin atau dikenal dengan sebutan RPM merupakan perbandingan antara tingkat keuntungan lembaga pemasaran dengan seluruh biaya yang telah dikeluarkan oleh lembaga terkait. RPM dapat digunakan untuk menunjukkan penyebaran margin pemasaran pada

masing-masing lembaga pemasaran, yang didasarkan pada persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran Menurut Azzaino (1982) dalam (Ali, Situmorang, dan Murniati, 2017). Perhitungan rasio profit margin (RPM) secara matematis adalah :

$$\text{RPM (\%)} = \frac{\pi_i}{B_{ti}} \dots \dots \dots (9)$$

$$\pi_i = \text{MP-Biaya Lembaga Pemasaran ke-i} \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan :

- RPM = Rasio profit margin
- π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i
- B_{ti} = Biaya lembaga pemasaran ke-i

Nilai RPM yang relatif menyebar merata di berbagai tingkat lembaga pemasaran menjadi cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran mendekati nol, maka sistem pemasaran tergolong efisien, sedangkan jika selisih RPM antara lembaga pemasaran menjauhi nol, maka sistem pemasaran tidak efisien.

Produsen *share* atau dapat disebut juga sebagai pangsa produsen adalah perbandingan dari harga yang dibayarkan produsen dengan harga pada tingkat konsumen atau eceran dalam bentuk persentase. Produsen *share* dapat disebut juga dengan *farmer's share*. Secara umum, besar dari pangsa produsen memiliki besaran yang berbeda-beda tiap komoditinya. Meskipun pangsa produsen biasa digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran, namun pangsa tidak selalu dapat diandalkan. Dengan nilai pangsa produsen yang besar bukan berarti saluran pemasaran tidak efisien. Produsen *share* tidak dapat selalu diandalkan karena diperlukan juga perhitungan fungsi pemasaran yang terjadi, biaya-biaya yang dikeluarkan, lembaga pemasaran yang terlibat serta besarnya nilai tambah yang tercipta (Hanafie, 2010).

Produsen *share/farmer share* adalah persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh produsen dengan bagian harga di konsumen akhir (Sutrisno, Efendy, dan Husni, 2015) :

$$Ps = Pf / Pr \times 100\% \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

Ps = *Produsen share* (%)

Pf = Harga di tingkat Produsen (Rp)

Pr = Harga di tingkat Konsumen (Rp)

Apabila $Ps \geq 60\%$ maka pemasaran efisien, $Ps < 60\%$ maka pemasaran tidak efisien (Sutrisno, Efendy, dan Husni, 2015).

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan menawarkan, memperkenalkan, dan mempengaruhi konsumen atas produk yang dimilikinya. Tujuan dari promosi adalah konsumen membeli dan loyal terhadap produk usahanya. Terdapat beberapa indikator dalam promosi yaitu kuantitas promosi, media promosi, dan dana khusus promosi (Adhaghassani, 2016).

7. **Jasa Layanan Pendukung**

Subsistem yang dapat diandalkan untuk mendukung berjalannya subsistem lain adalah subsistem jasa layanan pendukung. Subsistem jasa layanan pendukung merupakan golongan subsistem yang menaungi subsistem hulu hingga hilir. Subsistem ini bersifat untuk memberikan dukungan untuk keberhasilan dari sistem agribisnis termasuk berjalannya agroindustri. Kelembagaan yang tergolong dalam jasa layanan pendukung adalah lembaga keuangan atau perbankan, transportasi, layanan agribisnis dan penyuluhan, asuransi, dan lainnya (Rachmina, 2015).

Dalam pelaksanaan sistem agribisnis, setiap usaha yang dilakukan tentunya mengharapkan keberhasilan dan kelancaran. Salah satu subsistem yang dapat membantu memperlancar kegiatan usaha adalah subsistem jasa layanan pendukung. Dalam Hastuti dan Rahim (2005), beberapa jasa layanan pendukung tersebut antara lain :

a. Lembaga keuangan

Lembaga keuangan menjadi badan yang menjalankan fungsi terkait keuangan, selain berguna untuk tempat menabung uang bank juga dapat memberikan kredit. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa bank berguna sebagai tempat mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali untuk masyarakat yang membutuhkannya. Peran bank khususnya bank-bank pemberi kredit usaha pertanian terhadap subsektor usaha pertanian seperti usahatani, melaut, dan beternak bertujuan untuk meningkatkan produk primer dan subsektor agroindustri.

b. Infrastruktur

Infrastruktur dapat mendukung jalannya sistem agribisnis seperti jalan, jembatan, penyediaan air, listrik, jaringan telepon, mesin pertanian, transportasi, dan sebagainya. Perkembangan dari infrastruktur harus selaras dengan usaha agroindustri yang berjalan. Keterbatasan infrastruktur akan mempengaruhi perkembangan agroindustri yang dijalankan.

c. Lembaga penyuluhan pertanian

Adanya lembaga penyuluhan pertanian harus terus diberdayakan, secara tidak langsung pendidikan non formal yang diberikan kepada petani dapat membantu mengubah cara pandang dari petani. Dari hal tersebut, dapat berpengaruh juga terhadap tujuan jangka pendek, perilaku, sikap, dan tindakan petani ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, lembaga penyuluhan pertanian berdampak luas terhadap produktivitas, efektivitas, dan efektivitas agribisnis.

d. Lembaga penelitian

Lembaga penelitian berhubungan dengan sumber daya manusia yang berguna sebagai pelaku pengembannya sistem agribisnis. Lembaga

penelitian dalam hal ini adalah lembaga pendidikan, balai-balai penelitian atau perguruan tinggi, dan lembaga penelitian. Hasil dari adanya lembaga penelitian dapat berupa informasi, teknologi, dan sumber daya manusia sebagai pelaku agribisnis yang profesional.

e. Kebijakan pemerintah

Sistem agribisnis bahkan sektor pertanian tidak dapat terlepas dari adanya peranan dari kebijakan pemerintah. Bentuk kebijakan dari pemerintah mulai dari sentralisasi hingga desentralisasi. Beberapa bentuk dari kebijakan pemerintah dapat terkait kebijakan harga, komoditas pertanian, penyediaan fasilitas, strategi pengembangan komoditas hasil, dan sebagainya.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dilakukan untuk membantu penulis dalam mendukung kegiatan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan terkait penelitian yang dilakukan. Adanya kajian penelitian terdahulu digunakan untuk bahan perbandingan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan lebih dahulu baik dari metode analisis, tujuan penelitian, hingga informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan. Perkembangan industri pengolahan atau agroindustri, menjadi alasan yang kuat dilakukannya penelitian terkait keragaan dari agroindustri.

Penelitian terdahulu yang dilakukan terkait analisis keragaan agroindustri tergolong cukup banyak. Setiap penelitian yang dilakukan memiliki persamaan dan perbedaan masing-masing. Sama halnya dengan penelitian yang akan dilakukan pada Agroindustri KKMK di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara. Setelah dilakukan kajian penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu. Penelitian tentang Analisis keragaan Agroindustri KKMK di Kecamatan Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara

terdapat persamaan dengan penelitian terdahulu terkait tujuan penelitian yaitu menganalisis keragaan agroindustri yang terdiri dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, dan peran jasa layanan penunjang.

Beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada agroindustri, metode penelitian, dan tempat penelitian.

Agroindustri kerupuk kulit merupakan jenis agroindustri yang belum terlalu berkembang di Lampung khususnya Lampung Utara. Metode penelitian yang digunakan dalam analisis pengadaan bahan baku adalah metode EOQ yang mana pada penelitian sebelumnya banyak digunakan metode 6T, selain itu perbedaan analisis dalam penelitian ini juga terletak pada analisis nilai tambah dan efisiensi pemasaran produk. Oleh karena itu, penelitian yang akan dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu. Dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan Agroindustri KKMK dalam menjalankan usahanya dengan manajemen pengadaan bahan baku yang baik, kegiatan pengolahan yang optimal sehingga produk memiliki nilai tambah dan menghasilkan keuntungan tinggi, kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara efisien dan strategi yang digunakan tepat, serta pemanfaatan jasa layanan pendukung menjadi lebih optimal. Berikut kajian penelitian terdahulu pada Tabel 5.

Tabel 5. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
1.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung (Syarief, Lestari, dan Kasymir, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi, pendapatan, nilai tambah produk agroindustri. 3. Menganalisis subsistem pemasaran. 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis manajemen pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis kinerja produksi, pendapatan dengan R/C ratio, dan analisis nilai tambah metode Hayami. 3. Analisis bauran pemasaran 4P. 4. Analisis jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri telah memenuhi sebagian kriteria tepat yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas dan jenis, tetapi belum memenuhi komponen tepat harga karena tidak sesuai dengan harapan pemilik Agroindustri. 2. Kinerja agroindustri cukup baik, karena belum memenuhi komponen fleksibilitas. Pendapatan untuk agroindustri sudah baik dan menguntungkan dengan nilai R/C>1 yang artinya layak diusahakan. Nilai tambah pada agroindustri ini memberikan nilai tambah positif. 3. Kegiatan pemasaran pada agroindustri sudah menerapkan <i>marketing mix</i> yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi Rantai pemasaran pada agroindustri ini terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. 4. Jasa layanan pendukung sudah

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
				dimanfaatkan oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan agroindustri kerupuk bawang.
2.	Analisis Keragaan Agroindustri Klanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Aidawati, Murniati, 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 manajemen pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis kinerja produksi, pendapatan dengan R/C ratio. 3. Analisis bauran pemasaran 7P. 	<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. Usaha yang menjadi tempat penelitian tersebut menguntungkan. 3. Bauran sumberdaya manusia, produk, tempat, lingkungan fisik, dan proses, namun bauran harga dan promosi belum
3.	Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara (Faviana, Lestari, dan Murniati, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku di Agroindustri El Shaddai Food. 2. Menganalisis biaya pokok produksi, keragaan pasar di Agroindustri El Shaddai Food. 3. Menganalisis pemanfaatan jasa- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis biaya pokok, saluran distribusi, dan margin pemasaran. 3. Analisis pemanfaatan jasa layanan penunjang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku pada Agroindustri El Shaddai Food sudah memenuhi komponen enam tepat. 2. Penetapan harga jual bacang medium, jumbo, dan jumbo telur asin sudah melebihi biaya pokok produksi, sehingga usaha menguntungkan. Kegiatan pemasaran dilakukan pada dua saluran, saluran I adalah pemasaran langsung ke konsumen dengan pemasaran konvensional dan pemasaran <i>online</i>.

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
		jasa layanan pendukung di Agroindustri El Shaddai Food.		Saluran II adalah produsen melalui pedagang pengecer untuk menyampaikan
4.	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung (Shafira, Lestari, dan Affandi, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis kinerja produksi, pendapatan, dan nilai tambah produk. 3. Menganalisis bauran pemasaran. 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan lima elemen (kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi). 2. Analisis kinerja produksi, pendapatan dengan R/C rasio, dan nilai tambah dengan metode Hayami. 3. Analisis bauran pemasaran 4P. 4. Analisis jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku yang berdasarkan lima elemen pengadaan bahan baku yang meliputi kuantitas, kualitas, waktu, biaya, dan organisasi, sudah sesuai dengan apa yang ketiga agroindustri harapkan. 2. Kinerja pada tiga agroindustri tahu belum baik, karena belum memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas. Pendapatan per produksi untuk tiga agroindustri tahu sudah baik dan menguntungkan, karena $R/C > 1$ yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai tambah pada tiga agroindustri memberikan nilai tambah positif, sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 3. Kegiatan pemasaran tahu kulit ketiga agroindustri telah menerapkan bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi. 4. Jasa layanan pendukung sudah

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
				dimanfaatkan oleh ketiga agroindustri tersebut dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan tiga agroindustri tahu.
5.	Analisis Kinerja Produksi, Nilai Tambah, dan Keuntungan Agroindustri Keripik (Studi Kasus Agroindustri Keripik Bude di Kabupaten Lampung Utara) (Devi, Haryono, dan Saleh, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis kinerja produksi Agroindustri Keripik Bude. 2. Menganalisis nilai tambah Agroindustri Keripik Bude 3. Menganalisis keuntungan Agroindustri Keripik Bude. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis kinerja produksi dinilai dari segi produktivitas, kapasitas, kualitas, fleksibilitas, dan kecepatan proses 2. Analisis nilai tambah mengaplikasikan teknik Hayami. 3. Analisis keuntungan dengan analisis biaya bersama. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja produksi Agroindustri Keripik Bude meliputi kapasitas, fleksibilitas, produktivitas, kualitas, dan kecepatan proses secara keseluruhan cukup baik. 2. Nilai tambah yang didapatkan Agroindustri Keripik Bude dari produksi keripik singkong sebesar Rp12.477,07/kg lebih besar daripada pengolahan keripik pisang sebesar Rp8.154,87/kg. 3. Keuntungan yang diperoleh Agroindustri Keripik Bude dari keripik pisang sebesar Rp3.207.216,22 per bulan dan keripik singkong sebesar Rp1.938.408,78 per bulan, dengan total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp5.145.625,00 per bulan, sehingga usaha ini bersifat menguntungkan.
6.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan (Hastinawati, dan Rum, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui profil keragaan agroindustri kerupuk udang skala rumah tangga di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar 2. Mengetahui kelayakan finansial agroindustri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis profil usaha dengan deskriptif kualitatif. 2. Analisis kelayakan finansial dengan BEP, R/C rasio, dan ROI. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri kerupuk udang di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan merupakan usaha kecil (skala rumah tangga) yang memproduksi kerupuk dengan bahan baku utama udang dengan sumber permodalan dari pinjaman dan modal

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
		kerupuk udang skala rumah tangga di Desa Kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar.		sendiri, belum memiliki ijin usaha, proses produksinya dilakukan secara sederhana dengan menggunakan tenaga kerja manusia.
7.	Keragaan Agroindustri Beras Siger (Kasus di Agroindustri Toga Sari Kabupaten Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari Kota Metro) (Aldhariana, Lestari, dan Ismono, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku dengan 6T. 2. Menganalisis kegiatan pengolahan dalam menghasilkan pendapatan dan nilai tambah produk. 3. Mengetahui bauran pemasaran produk. 4. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan 6T. 2. Analisis pendapatan dengan R/C rasio, nilai tambah dengan metode hayami. 3. Analisis bauran pemasaran dengan 4P. 4. Analisis jasa layanan pendukung. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Secara finansial agroindustri kerupuk udang dinilai layak untuk dilaksanakan, baik dari indikator pendapatan, R/C Rasio, BEP maupun ROI. 1. Keenam komponen pengadaan bahan baku pada Agroindustri TS sudah tepat, sedangkan pada Agroindustri MS masih terdapat satu komponen yang belum tepat yaitu harga. 2. Kedua agroindustri beras siger tersebut layak dijalankan karena memiliki nilai tambah yang positif dan cukup menguntungkan dilihat dari R/C rasio. Nilai tambah pada Agroindustri MS yaitu Rp1.104,24/kg bahan baku lebih besar dibandingkan dengan nilai tambah pada Agroindustri TS yaitu Rp703,74/kg bahan baku. 3. Dilihat dari komponen produk, harga, dan tempat, Agroindustri TS lebih baik dibandingkan dengan Agroindustri MS. Terdapat kesamaan yaitu kegiatan promosi yang dilakukan masih sangat minim. 4. Seluruh jasa layanan berperan positif untuk kelancaran kegiatan produksi.

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
8.	Studi Pendapatan Keragaan Agroindustri Ikan Patin di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar (Studi Kasus Pada CV. Graha Pratama Fish) (Elida dan Vaulina, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui profil agroindustri ikan patin. 2. Mengetahui biaya produksi dan pendapatan agroindustri ikan patin. 3. Mengetahui efisiensi agroindustri ikan patin. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis biaya produksi dan pendapatan. 3. Analisis RCR. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri ikan patin pada CV. Graha Pratama Fish merupakan usaha perseorangan yang dikelompokkan ke dalam usaha kecil, yang mengandalkan bahan baku yang terdapat di daerah tersebut. 2. Secara agregat pendapatan bersih dari agroindustri per proses produksi sebesar Rp 4.972.797,21,- atau per bulan Rp 19.891.188,84,-, Pendapatan terbesar di peroleh dari pengolahan ikan patin menjadi kaki naga yaitu sebesar Rp 1.447.873,34 per proses atau per bulan sebesar Rp5.791.493,36,-. 3. Pendapatan bersih dari agroindustri per proses memiliki nilai RCR 1,65 dan pendapatan terbesar memiliki nilai RCR 3,03.
9.	Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk Berdasarkan Siklus Hidup Produk Pada Sosis Gulung Varian <i>Noodle</i> di CV Cucurutuku Ceria (Sari, Lestari, dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku langsung 2. Menganalisis pendapatan, harga pokok produksi, BEP, dan pemasaran. 3. Menganalisis posisi produk berdasarkan siklus hidup 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan 6T. 2. Analisis pendapatan, HPP dengan metode <i>variable costing</i>, analisis BEP, analisis bauran pemasaran dengan 7P. 3. Analisis posisi produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan bahan baku langsung pada sosis gulung varian <i>noodle</i> belum sesuai dengan harapan pemilik CV CC untuk kriteria tepat waktu, kualitas. 2. Usaha sosis gulung varian <i>noodle</i> CV CC menguntungkan dengan nilai R/C atas biaya total sebesar 3,23. Harga pokok produksi sosis gulung varian <i>noodle</i>

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
	Sayekti, 2021).	produk sosis gulung varian <i>noodle</i> . 4. Mengetahui peran jasa layanan pendukung pada sosis gulung varian <i>noodle</i> di CV Cucurutuku Ceria.	dengan metode <i>polli and cook</i> . 4. Analisis jasa layanan pendukung.	3. sebesar Rp1.046,53. BEP harga sebesar Rp1.113,88 per buah. Dengan harga jual sebesar Rp4.000,00 per buah, maka BEP unit telah cukup lama tercapai yaitu sebesar 42.791 dari hasil perhitungan BEP sebesar 579 buah, bauran pemasaran yang telah dilakukan oleh CV CC yaitu, produk setiap varian sosis gulung yang memiliki ciri khas, harganya terjangkau, tempat yang digunakan strategis, menggunakan media sosial sebagai media promosi, bekerja sama dengan aplikasi <i>e-commerce</i> dalam proses pemesanan, karyawan telah mengikuti pelatihan dari perusahaan, dan memiliki tampilan outlet dan kemasan yang unik. CV CC juga memanfaatkan media sosial sebagai kegiatan promosi sosis gulung varian <i>noodle</i> . 4. Posisi produk sosis gulung varian <i>noodle</i> dalam siklus hidup produk (<i>Product Life Cycle</i>) berada pada tahap penurunan. 5. Jasa layanan pendukung berupa kebijakan pemerintah tentang perlindungan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum dimaksimalkan oleh CV CC.

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
10.	Keragaan Agroindustri Keripik Singkong di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran (Utari, Prasmatiwi, dan Murniati, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pengadaan bahan baku sesuai dengan 6 tepat 2. Menganalisis produktivitas tenaga kerja, kapasitas produksi, kualitas produk, kecepatan pengiriman, fleksibilitas. 3. Menganalisis nilai tambah, dan pendapatan agroindustri sebagai bahan evaluasi terhadap peningkatan agroindustri keripik singkong. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan 6T. 2. Analisis komponen produktivitas tenaga kerja, kapasitas produksi, kualitas produk, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas. 3. Analisis nilai tambah dengan metode hayami dan pendapatan dengan R/C rasio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku keripik singkong sudah tepat (jenis dan kuantitas), sedangkan tidak tepat untuk tempat. 2. Keragaan agroindustri keripik singkong pada indikator fleksibilitas belum dapat dikatakan baik, dikarenakan fleksibilitas agroindustri keripik singkong belum optimal. 3. Nilai tambah terbesar dimiliki oleh agroindustri keripik pedas dan bernilai positif, sehingga agroindustri keripik singkong layak untuk diusahakan. Pendapatan rata-rata sebesar Rp7.613.146,29 dan R/C >1 menandakan usaha mengalami keuntungan.
11.	Pendapatan, Nilai Tambah, dan Pemasaran Agroindustri Tahu House Of Tofu di Kota Bandarlampung (Syafitri, Zakaria, dan Indriani, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis pendapatan pada Agroindustri Tahu HOT. 2. Menganalisis nilai tambah pada Agroindustri Tahu HOT. 3. Menganalisis pemasaran pada Agroindustri Tahu HOT. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pendapatan dengan R/C rasio. 2. Analisis nilai tambah dengan metode hayami. 3. Analisis saluran pemasaran dengan analisis deskriptif kualitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha Agroindustri Tahu HOT menguntungkan dan layak untuk diusahakan, untuk semua jenis tahu memiliki R/C > 1. 2. Agroindustri HOT memberikan nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. 3. Saluran pemasaran yaitu terdapat tiga saluran pemasaran.

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
12.	Keragaan Produksi dan Pendapatan Industri Kemplang Berdasarkan Skala Usaha di Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung (Yuliyanti, Apriyani, dan Zaini, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi keragaan produksi industri kemplang berdasarkan skala usaha di Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung. Menghitung pendapatan industri kemplang berdasarkan skala di Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung. Menganalisis kelayakan usaha industri kemplang di Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung. 	<ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif yang mendalam. Analisis pendapatan dengan R/C rasio. Analisis kelayakan usaha dengan R/C rasio dan B/C rasio. 	<ol style="list-style-type: none"> Keragaan produksi pada usaha kemplang di Kecamatan Bumi Waras meliputi penggunaan input produksi, proses produksi, dan output. Input produksi tersebut adalah ikan, tepung tapioka, garam, penyedap rasa (micin), dan gula. Alokasi kerja untuk kegiatan proses produksi adalah pengadonan, cetak, pengukusan, penjemuran, pemanggangan, dan packing. Penggunaan input produksi dan alokasi kerja pada usaha kemplang skala mikro dan skala kecil pun sama. Pendapatan usaha industri kemplang skala mikro di Kecamatan Bumi Waras rata-rata Rp20.600.358,33, pendapatan usaha industri kemplang skala kecil di Kecamatan Bumi Waras rata-rata Rp107.248.166,7. Rataan nilai R/C rasio produsen sebesar 3,55 dan B/C rasio 2,55 pada usaha industri kemplang skala mikro dan rata-rata nilai R/C rasio produsen 3,73 dan B/C rasio 2,73 pada usaha kemplang skala kecil. Berarti kegiatan usaha kemplang yang ada di Kecamatan Bumi Waras layak dijalankan.

Tabel 5. Lanjutan

No	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
13.	Keragaan Usaha dan Nilai Tambah Pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu) (Djuwendah, Trimo, dan Sonjanawati, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis keragaan usaha agroindustri keripik tike. 2. Menganalisis nilai tambah agroindustri tike. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis keragaan agroindustri dengan analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis nilai tambah dengan metode hayami. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku umbi tike diperoleh dari Kecamatan Karang Wetan dan Kampung Laut di Kabupaten Cilacap serta Pantai Harapan Jaya Kabupaten Bekasi. Terjadi keterbatasan bahan baku tike terjadi saat peralihan dari musim kemarau ke musim penghujan. Sumber modal penyedia bahan baku berupa modal pribadi dan modal pinjaman. Terdapat tujuh tahap pengolahan keripik tike. Pemasaran keripik tike dilakukan oleh pedagang perantara yaitu penyalur dan pengecer. Wilayah pemasaran keripik tike sebagian besar terdapat di wilayah Kabupaten Indramayu dan Cirebon. 2. Kapasitas produksi agroindustri keripik tike rata-rata 50 kg umbi tike per proses produksi dengan tingkat konversi produk akhir mencapai 0,96. Nilai tambah per kilogram bahan baku adalah Rp35.320 dan rasio nilai tambah sebesar 45,99%. Margin balas jasa terhadap faktor produksi

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
				paling besar dimiliki oleh keuntungan pengrajin yaitu 57,16%, pendapatan tenaga kerja sebesar 29,41% dan sisanya 13,43% merupakan balas jasa terhadap sumbangan faktor produksi lain.
14.	Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Diversifikasi Pangan (Sinaga, Lestari, dan Situmorang, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan. 2. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk. 3. Menganalisis kegiatan pemasaran 4. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap Agroindustri MBMS 99 5. Mengetahui perilaku konsumen tepung terigu. 6. Mengetahui perilaku konsumen mi basah dan makanan olahan mi basah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku 6T. 2. Analisis R/C rasio dan analisis nilai tambah dengan metode hayami. 3. Analisis kegiatan pemasaran dengan deskriptif kualitatif . 4. Analisis layanan jasa pendukung dengan deskriptif kualitatif . 5. Analisis perilaku konsumen dengan deskriptif kualitatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku sudah sesuai dengan konsep 6T. 2. Jumlah pendapatan atas biaya total dari ketiga grade mi basah yang diproduksi oleh Agroindustri MBMS 99 adalah Rp2.009.349,54 per 100 kg bahan baku. Seluruh produk mi basah menguntungkan untuk diusahakan, karena memperoleh hasil R/C > 1 dan memberikan nilai tambah yang positif 3. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri MBMS 99 adalah konsumen mengambil sendiri mi basah yang telah dipesan langsung ke agroindustri. 4. Jasa layanan pendukung yang berada di sekitar agroindustri MBMS 99 cukup banyak, tetapi yang dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan produksi pada mi basah adalah pasar, sarana transportasi, dan teknologi informasi dan komunikasi. 5. Konsumen tepung terigu kurang mengetahui tentang program diversifikasi

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
15.	Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran (Anggraeni, Lestari, dan Indriani, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui proses pengadaan bahan baku. 2. Menganalisis pendapatan dan nilai tambah produk 3. Menganalisis bauran pemasaran, rantai pemasaran dan margin pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk tempe 4. mengetahui peranan jasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pengadaan bahan baku dengan 6T. 2. Analisis pendapatan dengan R/C rasio dan nilai tambah dengan metode hayami. 3. Analisis bauran pemasaran dan margin pemasaran. 4. Analisis jasa layanan 	<p>pangan dan biasa membeli tepung terigu setiap dua kali dalam satu bulan. Konsumen mengetahui bahwa bahan baku pembuatan tepung terigu adalah gandum yang diimpor, akan tetapi konsumen masih akan terus memakai tepung terigu sebagai bahan baku pembuatan mi basah untuk menjaga mutu mi basah yang diproduksinya.</p> <p>6. Konsumen mi basah dan makanan olahan mi basah sebagian besar mengetahui tentang program diversifikasi pangan dan mengetahui bahwa bahan baku pembuatan mi basah adalah tepung terigu yang diimpor, akan tetapi mereka masih akan terus mengonsumsi mi basah. Konsumen mendapat informasi mengenai mi basah dari teman/kenalan dan keluarga mereka.</p> <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

Tabel 5. Lanjutan

No.	Judul Penelitian, Peneliti, Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan Penelitian
		layanan pendukung.	pendukung.	<p>dikembangkan.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1433 470 2004 1141">7. Strategi pemasaran agroindustri tempe sudah menggunakan komponen marketing mix. Tempe merupakan produk yang sangat diminati oleh masyarakat, namun tempe belum memiliki keawetan yang cukup lama. Harga tempe yang ditawarkan kepada konsumen relatif murah. Lokasi agroindustri tempe dan pasar sudah strategis. Promosi yang dilakukan oleh agroindustri tempe masih sangat sederhana yaitu dari mulut ke mulut (personal selling). Rantai pemasaran pada agroindustri tempe terdiri produsen langsung ke konsumen dan produsen ke pedagang lalu langsung ke konsumen. Sistem pemasaran 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). <li data-bbox="1433 1149 2004 1278">8. Jasa layanan pendukung yang menunjang agroindustri tempe yaitu teknologi informasi dan komunikasi, sarana transportasi, dan pasar.

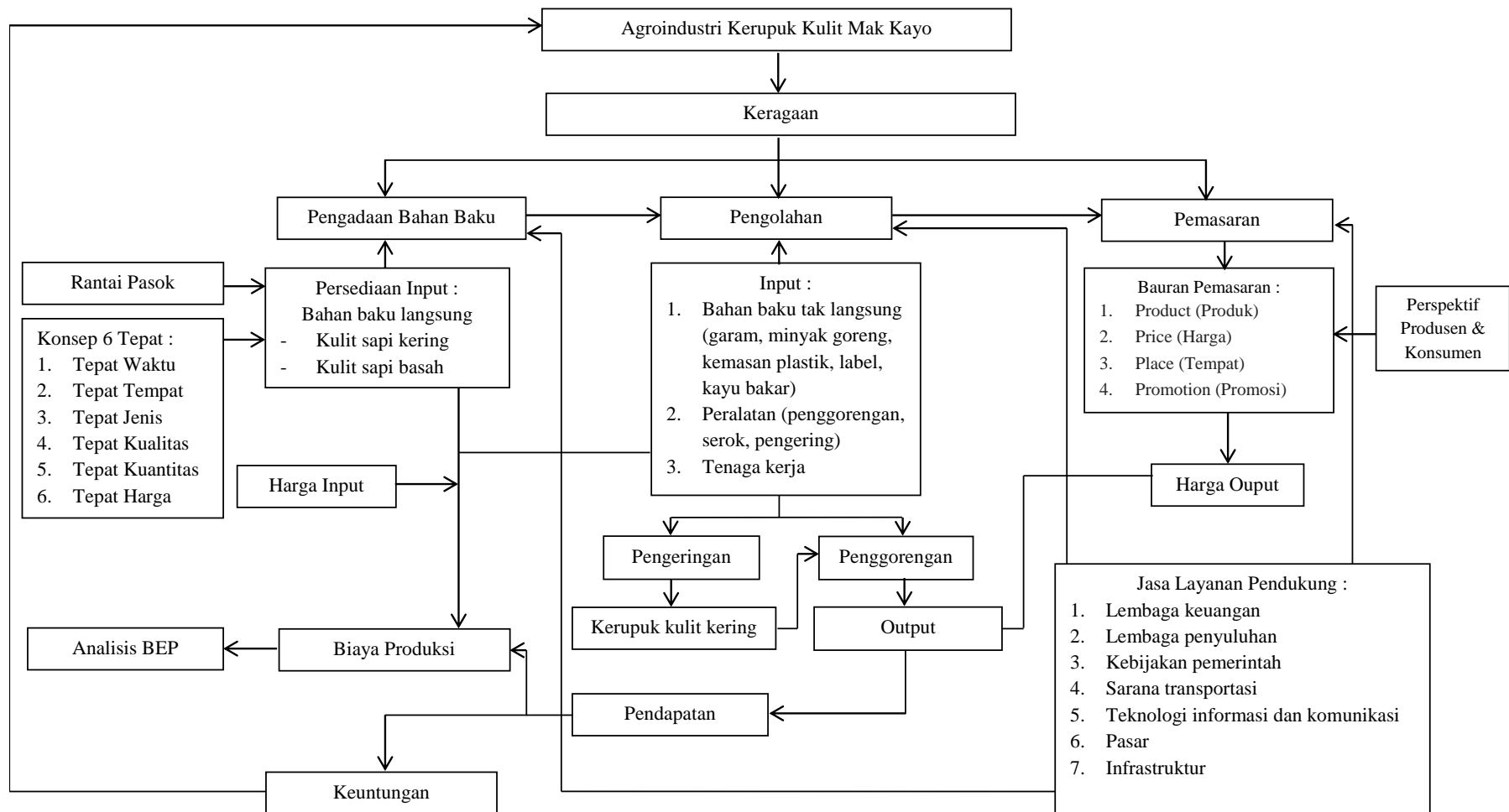
C. Kerangka Pemikiran

Sistem agribisnis sangat erat kaitannya dengan agroindustri yang merupakan bagian dari agribisnis. Agroindustri adalah suatu kegiatan mengubah bahan mentah yang berasal dari hasil pertanian menjadi produk jadi ataupun setengah jadi. Kegiatan agroindustri atau disebut juga industri pengolahan menciptakan suatu nilai tambah, yaitu perubahan nilai dari bahan baku menjadi produk jadi yang siap jual. Salah satu agroindustri yang banyak berkembang dengan produk yang cukup digemari masyarakat adalah agroindustri kerupuk. Kerupuk merupakan salah satu makanan ringan yang banyak diminati oleh masyarakat bahkan sebagian besar menjadikannya sebagai lauk makan. Banyaknya agroindustri kerupuk yang ada menjadi tantangan bagi para pemilik usaha untuk dapat bersaing dengan keunikan produk yang dimilikinya, salah satu produk kerupuk yang tergolong cukup unik adalah kerupuk kulit dengan bahan dasar kulit sapi. Salah satu agroindustri kerupuk kulit tersebut berada di Lampung Utara yaitu Agroindustri KKMK.

Agroindustri KKMK didirikan oleh Pak Kayo sejak tahun 2012. Dengan menghadapi berbagai rintangan dan hambatan sehingga agroindustri ini dapat bertahan sampai saat ini. Agroindustri yang tergolong dalam skala kecil ini melakukan kegiatan-kegiatan yang terdiri dari tiga kegiatan utama yaitu pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan kulit menjadi kerupuk, dan kegiatan pemasaran. Kegiatan-kegiatan utama tersebut dapat berjalan dengan baik tentu tidak terlepas dari adanya peran jasa layanan pendukung atau lembaga penunjang terkait sehingga usaha agroindustri dapat berjalan hingga saat ini. Penelitian yang dilakukan ini mengarah pada seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Agroindustri KKMK, dimulai dari analisis pengadaan bahan baku yang meliputi bahan baku berupa kulit sapi atau kerbau. Penggunaan bahan pendukung seperti garam, minyak goreng, kemasan plastik, dan label, peralatan yang dibutuhkan, tenaga kerja, serta modal. Dari berbagai *input* yang tersedia, kegiatan pengolahan dapat dijalankan. Kegiatan pengolahan atau proses produksi dari kulit akan menghasilkan produk kerupuk kulit yang

siap konsumsi dan menciptakan nilai tambah produk. Supaya kegiatan produksi dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan, maka diperlukan adanya analisis *Break Even Point* (BEP) atau analisis titik impas yang terdiri dari analisis BEP unit dan BEP rupiah. Dari kegiatan pengolahan yang menghasilkan produk maka akan membentuk harga jual produk yang siap untuk dipasarkan. Kegiatan pemasaran dilakukan agar produk dapat sampai ke tangan konsumen. Agroindustri KKMK memasarkan produknya melalui beberapa saluran pemasaran, panjang saluran pemasaran mempengaruhi harga jual dari produk kerupuk. Efisiensi pemasaran dari produk dapat ditunjukkan dari besarnya nilai margin pemasaran, rasio profit margin, dan *produsen share*.

Kegiatan dari Agroindustri KKMK didukung oleh adanya peran jasa layanan pendukung. Jasa layanan pendukung tidak hanya berperan pada satu kegiatan tetapi seluruh kegiatan yang dilakukan oleh agroindustri. Oleh karena itu, adanya peran jasa layanan pendukung harus dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga memberikan dampak positif bagi agroindustri agar dapat terus berkembang. Dari uraian tersebut, dapat digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian analisis keragaan Agroindustri KKMK di Kecamatan Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram alir penelitian analisis keragaan Agroindustri KKMK di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus pada Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi. Metode studi kasus (*case study*) adalah salah satu penelitian yang dapat digunakan untuk menjawab beberapa kasus dalam suatu objek. Studi kasus menjadi suatu metode dalam penelitian akan fenomena yang terjadi dengan berfokus pada pengalaman seseorang saat terdapat kesenjangan antara fenomena dengan konteks yang ada (Yona, 2006). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data terkait keragaan agroindustri kerupuk kulit sapi dari pengadaan bahan baku, pengolahan, pemasaran, hingga jasa layanan pendukung. Beberapa data tersebut merupakan subsistem dalam agroindustri yang saling berkaitan satu dengan yang lain.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dan ketentuan mengenai variabel yang akan diteliti untuk mendapatkan dan menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian yang di antaranya adalah :

Agribisnis adalah suatu sistem yang di dalamnya terdapat subsistem-subsistem agribisnis, dimana antara satu subsistem dengan subsistem lainnya saling terkait dan terpadu dari hulu ke hilir. Subsistem dalam agribisnis terdiri dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian, usahatani, pengolahan hasil pertanian (agroindustri), pemasaran dan lembaga pendukung.

Agroindustri merupakan kegiatan pemanfaatan hasil pertanian menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi, Agroindustri menjadi subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada pengolahan sumber daya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah komoditas.

Agroindustri kerupuk kulit (jangek) adalah usaha industri pengolahan hasil pertanian yang mengolah makanan menjadi makanan siap konsumsi, bahan baku berupa kulit sapi.

Keragaan agroindustri kerupuk kulit dapat menunjukkan pemanfaatan agroindustri tersebut. Keragaan agroindustri kerupuk kulit sapi terdiri dari beberapa kegiatan yang mencakup kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, kegiatan pemasaran dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri didukung dengan adanya jasa layanan pendukung.

Pengadaan bahan baku adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan kulit sapi sebagai bahan baku utama agroindustri kerupuk kulit. Penggunaan bahan baku perlu diperhatikan karena berhubungan dengan kegiatan produksi dan hasilnya.

Enam tepat (6T) dalam pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengadaan bahan baku yang sesuai dengan 6T yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat harga. Enam tepat ini diterapkan untuk memperlancar kegiatan pengadaan bahan baku dan memberikan keuntungan yang maksimal bagi Agroindustri KKMK.

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

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku kulit sapi yang dapat dilihat dari lokasinya yang strategis, mudah dijangkau dan dapat memuaskan

konsumen. Tepat tempat dalam penelitian ini diukur dari ketersediaan bahan baku yang didapatkan serta kondisi tempat pengadaan bahan baku yang strategis (dekat dengan agroindustri).

Tepat jenis adalah jenis bahan baku kulit sapi yang digunakan merupakan jenis kulit sapi yang sesuai untuk pengolahan produk, sehingga produk kerupuk kulit yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang digunakan pada agroindustri kerupuk kulit Mak Kayo merupakan kualitas terbaik yang diperoleh. Kualitas kulit sapi yang baik yaitu tidak ada luka fisik, tidak mengeluarkan aroma menyengat, dalam bentuk lembaran

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

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

Input agroindustri kerupuk kulit (jangek) adalah bahan-bahan dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan produk kerupuk kulit. Jenis *input* yang digunakan pada agroindustri kerupuk kulit (jangek) dalam melakukan proses produksi adalah bahan baku kulit sapi atau kerbau, bahan pendukung, modal, peralatan, dan tenaga kerja.

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

Bahan baku langsung merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi dan bagian barang jadi yang dihasilkan. Bahan baku yang digunakan dalam agroindustri kerupuk kulit (jangek) ini adalah kulit sapi yang terdiri dari dua jenis yaitu kulit sapi basah dan kulit sapi kering yang diukur dalam satuan kilogram (kg/produksi).

Bahan baku tidak langsung adalah seluruh bahan yang digunakan untuk melengkapi atau mendukung bahan baku utama dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung terlihat pada barang jadi yang dihasilkan. Bahan pendukung yang digunakan dalam agroindustri kerupuk kulit (jangek) adalah garam, minyak goreng, plastik pembungkus, dan label.

Peralatan adalah bahan baku tidak langsung yang digunakan untuk mempermudah proses produksi yang dilakukan di agroindustri kerupuk kulit (jangek) terdiri dari penggorengan, spatula, bahan bakar kayu, dan lainnya.

Kulit sapi atau kerbau adalah bahan baku langsung yang digunakan untuk proses produksi di agroindustri kerupuk kulit (jangek), dihitung dengan satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Garam adalah bahan baku tidak langsung dalam proses produksi yang dilakukan di agroindustri kerupuk kulit (jangek) untuk memberikan rasa gurih untuk hasil produksi dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Minyak goreng adalah bahan baku tidak langsung yang digunakan untuk menghasilkan kerupuk (*output*), dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Kemasan plastik adalah wadah yang terbuat dari plastik yang berbentuk kantong plastik dan digunakan untuk membungkus kerupuk kulit yang telah jadi atau siap dijual, yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Label adalah selembar kertas dan lain-lain yang melekat pada kemasan produk kerupuk kulit Mak Kayo dan memberikan informasi tentang produk kerupuk kulit Mak Kayo, yang diukur dalam satuan rupiah per lembar (Rp/lembar).

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang melakukan tahap-tahap pembuatan kerupuk kulit (jangek) pada agroindustri kerupuk kulit (jangek), yang diukur dalam satuan jam manusia.

Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi, yang diperoleh dari perkalian antara jumlah orang dengan upah tenaga kerja yang dihitung dengan satuan rupiah (Rp/produksi).

Output adalah hasil produksi dari proses produksi dalam satu kali produksi. Hasil produksi diukur dalam satuan kilogram (kg).

Harga *output* adalah harga jual produk kerupuk kulit (jangek). Dalam penelitian ini harga *output* diukur dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).

Pendapatan adalah jumlah dalam satuan rupiah yang dihasilkan dari penjualan produk (*output*) dari proses produksi yang dilakukan di agroindustri kerupuk kulit (jangek) dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan kulit sapi atau kerbau sebagai bahan baku utama dalam proses produksi kerupuk kulit (jangek). Harga bahan baku ini diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya *Overhead* tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri kerupuk kulit (jangek) dalam jumlah tetap tanpa bergantung pada tingkat perubahan kegiatan yang dilakukan dalam agroindustri. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh agroindustri kerupuk kulit adalah biaya penyusutan alat dihitung dalam satuan (Rp).

Biaya *Overhead* variabel adalah Biaya variabel ialah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang besarnya berubah-ubah secara proporsional terhadap jumlah kuantitas produksi yang dihasilkan. Biaya *Overhead* variabel meliputi biaya bahan baku (kulit sapi basah), biaya tenaga kerja, biaya bahan pendukung (minyak goreng, garam, kemasan, dan label), biaya bahan bakar, dan biaya transportasi yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya operasional adalah Biaya total adalah semua biaya yang dikeluarkan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya penyusutan alat adalah berkurangnya nilai suatu alat yang telah digunakan dalam suatu kegiatan produksi dalam satuan rupiah (Rp/bulan).

Keuntungan adalah selisih dari total pendapatan dari hasil penjualan produk dengan biaya total yang telah dikeluarkan selama proses produksi dihitung dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).

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

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

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

Nilai tambah adalah selisih antara harga bahan baku kulit hingga menjadi produk kerupuk dan sumbangan dari *input* lain yang pada akhirnya akan diperoleh hasil berupa nilai *output*, nilai tambah, balas jasa tenaga kerja dan keuntungan pengolahan yang dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Pemasaran adalah proses pertukaran barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan permintaan yang efektif dan memperoleh keuntungan dari semua pihak yang terlibat.

Saluran pemasaran adalah lembaga yang dimanfaatkan untuk menyalurkan produk kerupuk dari produsen hingga sampai ke konsumen dengan kegiatan-kegiatan seperti pembelian, pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan yang dapat terdiri dari saluran tingkat 0 (tanpa perantara), saluran tingkat 1 (dengan satu perantara), saluran tingkat 2 (dengan dua perantara), dan saluran tingkat 3 (dengan tiga perantara).

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir kerupuk kulit dengan harga yang diterima oleh produsen kerupuk kulit diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Rasio profit margin adalah perbandingan dari keuntungan lembaga pemasaran dengan biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran terkait yang dapat digunakan untuk melihat penyebaran margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran diukur dengan satuan persen (%).

Produsen *share* adalah bagian yang diterima oleh produsen, salah satu indikator efisiensi pemasaran dengan membandingkan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dihitung dengan satuan persen (%).

Efisiensi pemasaran adalah kelayakan pendapatan yang diterima oleh produksi dan harga yang dibayarkan oleh konsumen, dapat diketahui melalui analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, rasio profit margin, dan produsen *share*. Semakin panjang saluran pemasaran akan semakin besar margin yang

terjadi dan sebaliknya. Semakin kecil nilai margin pemasaran maka semakin efisien suatu pemasaran dan sebaliknya. Nilai rasio profit margin mendekati 0 (nol), maka pemasaran efisien dan sebaliknya. Nilai produsen *share* dengan indikator $P_s \geq 60\%$, maka pemasaran efisien, dan $P_s < 60\%$ maka pemasaran tidak efisien.

Jasa layanan pendukung adalah subsistem akhir yang menunjang subsistem lainnya dari pengadaan bahan baku, pengolahan, hingga pemasaran. Jasa layanan pendukung adalah seluruh lembaga atau kegiatan yang mendukung kelancaran Agroindustri KKMK dan memberikan manfaat bagi agroindustri tersebut. Jasa layanan pendukung, antara lain lembaga keuangan, kebijakan pemerintah, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, pasar, dan infrastruktur.

C. Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Agroindustri KKMK yang berada di Kota Gapura, Kecamatan Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Agroindustri KKMK menjadi salah satu agroindustri kerupuk kulit yang terkenal luas di Kabupaten Lampung Utara, agroindustri ini juga telah berdiri cukup lama yaitu sekitar 10 tahun dan masih aktif memproduksi serta memasarkan produknya. Agroindustri KKMK telah memiliki sertifikat izin usaha dalam bentuk P.IRT nomor 201180604032225 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Lampung Utara.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dari Agroindustri KKMK dengan alasan bahwa pemilik mengetahui secara rinci terkait keadaan agroindustri tersebut, sedangkan teknik penarikan sampel untuk konsumen pada analisis bauran pemasaran adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013), *accidental sampling* atau sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, jika

dipandang orang dalam hal ini konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2013), ukuran sampel yang layak dalam penelitian berkisar antara 30 sampai dengan 500, sehingga pada penelitian ini banyaknya sampel yang digunakan adalah 40 orang konsumen yang mengonsumsi kerupuk kulit Mak Kayo. Responden pedagang untuk saluran pemasaran diambil secara *purposive sampling*. Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari 2023 hingga Februari 2023.

D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) terstruktur, dan data sekunder yaitu data yang dipublikasikan melalui studi pustaka dan literatur dari berbagai lembaga terkait, seperti Badan Pusat Statistika (BPS), Dinas Pertanian, laporan-laporan, penelitian terdahulu, dan pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan, sehingga metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara menggunakan kuesioner dengan mengajukan beberapa pertanyaan terbuka dan tertutup kepada responden.

Dalam pengumpulan data primer pada analisis bauran pemasaran perspektif konsumen menggunakan kuesioner tertutup yang diukur berdasarkan skala likert. Menurut Sugiyono (2013), skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau sosial. Fenomena sosial tersebut telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Penilaian dalam skala likert pada kuesioner penelitian ini terdiri dari lima kriteria skor yaitu “1” untuk tidak setuju, “2” untuk tidak setuju, “3” untuk cukup, “4” untuk setuju, dan “5” untuk sangat setuju. Kuesioner tersebut dapat menjadi alat ukur yang baik dalam penelitian bila dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu

dilakukan dalam penelitian agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut dilakukan terhadap 30 responden konsumen Agroindustri KKMK.

a. Uji Validitas

Uji 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, 2013). Langkah-langkah uji validitas instrumen yang dilakukan sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional konsep peubah yang akan diukur berdasarkan referensi literatur dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
2. Melakukan uji coba instrumen pada sebagian responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan program SPSS.
5. Membandingkan angka korelasi dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r pada taraf tertentu. Apabila angka korelasi yang dihasilkan lebih besar daripada angka korelasi pada tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Angka korelasi pada tabel untuk masing-masing indikator adalah 0,361.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian terhadap kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut *reliable* atau tidak (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \dots\dots\dots(12)$$

Keterangan:

r = koefisien *reliability instrument*

k = banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma\sigma^2$ = total varians butir

σ^2 = total varians

Untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach's alpha* dan kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > r tabel (0,60). Hasil uji validitas dan reliabilitas atribut bauran pemasaran pada Agroindustri KKMK dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Tabel hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada Agroindustri KKMK, 2023

No.	Atribut	Uji Validitas		Uji Reliabilitas	
		Nilai	Hasil	Nilai	Hasil
Product (Produk)					
1	Kualitas	0,686	Valid	0,893	Reliabel
2	Kuantitas	0,496	Valid		
3	Pengemasan	0,671	Valid		
4	Cap (Label)	0,531	Valid		
5	Rasa	0,609	Valid		
6	Keawetan	0,524	Valid		
Price (Harga)					
1	Harga Terjangkau	0,666	Valid		
2	Kualitas sesuai harga	0,623	Valid		
3	Kuantitas sesuai harga	0,454	Valid		
4	Sistem Pembayaran	0,639	Valid		
Place (Tempat)					
1	Strategis	0,517	Valid		
2	Keterjangkauan	0,483	Valid		
3	Jasa Pesan Antar	0,472	Valid		
4	Distribusi Produk	0,439	Valid		
Promotion (Promo)					
1	Kegencaran Promosi	0,438	Valid		
2	Membantu Konsumen	0,479	Valid		
3	Menarik	0,398	Valid		
4	Sesuai Kenyataan	0,507	Valid		

E. Metode Analisis Data

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

Metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan penelitian, adalah :

1. Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Pola Alir Rantai Pasok

Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan bahan baku pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pengadaan bahan baku pada Agroindustri KKMK yaitu menggunakan penerapan 6T, yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga dan menganalisis aliran rantai pasok bahan baku dalam Agroindustri KKMK. Penerapan 6T ini juga digunakan untuk menganalisis permasalahan atau kendala dalam pengadaan bahan baku serta langkah yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Analisis pada penerapan enam tepat dilakukan pada kedua jenis bahan baku. Kriteria penilaian 6T dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kriteria penilaian 6T dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KKMK

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
a. Kulit sapi kering	• Pengadaan bahan baku kulit sapi dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok kulit sapi yang terjangkau dengan lokasi agroindustri berkisar 10-50 km.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Jenis kulit sapi yang digunakan adalah jenis kulit sapi lokal berkualitas.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Kulit sapi yang digunakan memenuhi kriteria kulit yang baik (tidak ada luka fisik, tidak mengeluarkan aroma menyengat, dalam bentuk lembaran)	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Kulit sapi tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
Ya, tepat		2	
• Harga kulit sapi relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp80.000,00 – Rp100.000,00 /kg.	Tidak	0	
	Ya, belum tepat	1	
	Ya, tepat	2	
b. Kulit sapi basah	• Pengadaan bahan baku kulit sapi dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok kulit sapi yang terjangkau dengan lokasi agroindustri, berkisar 10-50 km	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Jenis kulit sapi yang digunakan adalah jenis kulit sapi lokal berkualitas.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Kulit sapi yang digunakan memenuhi kriteria kulit yang baik (tidak ada luka fisik, tidak mengeluarkan aroma menyengat, dalam bentuk lembaran)	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Kulit sapi tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
Ya, tepat		2	
• Harga kulit sapi relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp12.000,00 – Rp100.000,00 /kg.	Tidak	0	
	Ya, belum tepat	1	
	Ya, tepat	2	

Tabel 7. Lanjutan

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
c. Garam	• Pengadaan bahan tak langsung garam dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok garam yang terjangkau dengan lokasi agroindustri berkisar 5-25 km.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Semua jenis garam dapat digunakan sebagai bahan tak langsung.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	• Garam yang digunakan berkualitas baik dengan syarat berwarna putih, tingkat kelembaban rendah, dan tidak terkontaminasi oleh bahan-bahan lain.	Ya, tepat	2
		Tidak	0
	• Garam tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Harga garam relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp5.000,00 – Rp15.000,00 /kg.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	Ya, tepat	2	
c. Minyak goreng	• Pengadaan bahan tak langsung minyak goreng dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok minyak goreng yang terjangkau dengan lokasi agroindustri, berkisar 5-25 km	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Jenis minyak goreng yang digunakan adalah minyak goreng kemasan yang berkualitas.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	• Minyak goreng yang digunakan memenuhi kriteria minyak goreng berkualitas seperti jernih, aroma khas, dan menyerupai air.	Ya, tepat	2
		Tidak	0
	• Minyak goreng tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Harga minyak goreng relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp14.000,00 – Rp20.000,00 /liter.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	Ya, tepat	2	

Tabel 7. Lanjutan

Aspek	Kriteria	Perlakuan	Nilai
e. Kayu bakar	• Pengadaan bahan tak langsung kayu bakar dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok kayu bakar yang terjangkau dengan lokasi agroindustri berkisar 5-25 km.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Jenis kayu yang digunakan adalah jenis kayu bakar yang keras dan padat.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	• Kayu bakar yang digunakan memenuhi kriteria kulit yang baik seperti tahan busuk dan lembab, serta tidak menimbulkan asap berlebih.	Ya, tepat	2
		Tidak	0
	• Kayu bakar tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Harga kayu bakar relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp5.000,00 – Rp10.000,00 /ikat.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
Ya, tepat		2	
f. Kemasan plastik	• Pengadaan bahan tak langsung kemasan plastik dilakukan 1-2 kali dalam satu minggu.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Tempat pemasok kemasan plastik yang terjangkau dengan lokasi agroindustri, berkisar 5-25 km	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
	• Jenis kemasan plastik yang digunakan adalah jenis kulit plastik kemasan khusus makanan ringan.	Tidak	0
		Ya, belum tepat	1
	• Kemasan plastik yang digunakan memenuhi kriteria kulit yang baik seperti agak kaku, tidak mudah robek, dan transparan.	Ya, tepat	2
		Tidak	0
	• Kemasan plastik tersedia dalam jumlah yang banyak dan tidak terbatas sesuai dengan skala produksi.	Ya, belum tepat	1
		Ya, tepat	2
		Tidak	0
	• Harga kemasan plastik relatif terjangkau dan diharapkan tidak ada kenaikan harga yaitu berkisar Rp5.000,00 – Rp15.000,00 /pack.	Ya, belum tepat	1
Ya, tepat		2	
Tidak		0	

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku agroindustri kerupuk kult Mak Kayo berdasarkan 6T dihitung dengan rumus :

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

Selanjutnya, tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku Agroindustri KKMK berdasarkan 6T digolongkan menjadi empat yang mengacu pada kriteria ketepatan yang tersaji pada Tabel 8.

Tabel 8. Kriteria ketepatan

No.	Persentase	Kriteria
1	75% - 100%	Sangat baik
2	50% - 75%	Baik
3	25% - 50%	Cukup baik
4	0% - 25%	Kurang baik

Sumber : Riduwan, 2004

2. Analisis Keuntungan, Titik Impas (*Break Even Point*), dan Nilai Tambah Agroindustri

Keuntungan adalah selisih antara pendapatan dengan semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan usaha. Pendapatan adalah nilai dari produksi yang dihasilkan berupa kerupuk dikalikan dengan harga produk tersebut. Analisis keuntungan yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara menghitung keuntungan pada Agroindustri KKMK dalam hitungan satu kali produksi, tetapi pada dua jenis bahan baku yang digunakan yaitu kulit sapi basah dan kulit sapi kering. Keuntungan dari Agroindustri KKMK dapat diketahui dengan melakukan analisis keuntungan suatu usaha yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai (Kartadinata, 2000) :

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

Keterangan :

Π = Keuntungan (Rp)

Biaya Operasional = Biaya yang digunakan untuk produksi (Rp)

Biaya operasional yang dihitung dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung biaya total yaitu dari total seluruh biaya tetap dan biaya variabel dalam satu periode tertentu. Peralatan-peralatan yang digunakan oleh Agroindustri KKMK juga menyumbangkan biaya yaitu biaya penyusutan alat karena peralatan tersebut mengalami penyusutan. Dalam penelitian Sinaga, Lestari, dan Situmorang (2019), biaya penyusutan dapat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line*). Perhitungan metode ini dilakukan dengan mengurangi nilai perolehan peralatan dengan nilai sisa yang kemudian dibagi dengan umur ekonomis. Metode garis lurus digunakan pada penelitian ini karena dianggap cukup sederhana untuk menghubungkan alokasi biaya dengan berlalunya waktu dan mengakui pembebanan periodik yang sama panjang unsur aset. Perhitungan penyusutan alat dengan menggunakan metode garis lurus, secara matematis dapat dirumuskan sebagai :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Nilai Perolehan} - \text{Estimasi Nilai Sisa}}{\text{Estimasi Nilai Ekonomis}} \dots\dots\dots(15)$$

Suatu usaha dikatakan impas, jika jumlah pendapatan (*revenue*) sama dengan jumlah biaya. Menurut Herjanto (2007), analisis BEP meliputi BEP dalam rupiah dan BEP dalam unit dengan rumus sebagai berikut:

a. BEP dalam Unit

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

$$\text{BEP (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}} \dots\dots\dots(16)$$

b. BEP dalam Rupiah

Tingkat BEP dalam rupiah perlu diketahui agar usaha dapat menentukan berapa jumlah penjualan dalam rupiah agar usaha

mencapai titik impas. Tingkat *break even point* dalam rupiah dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel per unit}}{\text{Harga jual per unit}}} \dots\dots\dots(17)$$

Nilai tambah merupakan penambahan nilai pada suatu komoditas karena telah mengalami proses pengolahan atau pengangkutan maupun penyimpanan dalam produksi. Prosedur perhitungan nilai tambah menurut metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Perhitungan nilai tambah kerupuk kulit Mak Kayo menurut metode Hayami

Variabel	Nilai
I. Ouput, Input, dan Harga	
1. Ouput (kg/bulan)	(1)
2. Input (kg/bulan)	(2)
3. Tenaga Kerja (orang x jam/produksi)	(3)
4. Faktor Konversi	(4) = (1)/(2)
5. Koef. Tenaga Kerja	(5) = (3) / (2)
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/hari)	(7)
II. Penerimaan dan Keuntungan	
8. Harga Bahan Baku (Rp/kg)	(8)
9. Input Faktor Lain (Rp/kg bahan baku)	(9)
10. Nilai Output (Rp/kg)	(10) = (4) x (6)
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg)	(11a) = (10) – (9) – (8)
b. Rasio Nilai Tambah (%)	(11b) = (11a/10) x 100%
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	(12a) = (5) x (7)
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	(12b) = (12a/11a) x 100%
13. a. Keuntungan (Rp/kg)	(13a) = 11a – 12a
b. Tingkat Keuntungan (%)	(13b) = (13a/11a) x 100%
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Margin (Rp/kg)	(14) = (10) – (8)
d. Pendapatan Tenaga Kerja (%)	(14a) = (12a/14) x 100%
e. Sumbangan Input Lain (%)	(14b) = (9/14) x 100%
f. Keuntungan Pengusaha (%)	(14c) = (13a/14) x 100%

Sumber : Hayami, dkk., 1987

Dengan kriteria penilaian yaitu :

- a. Jika $NT > 0$, berarti Agroindustri KKMK memberikan nilai tambah (positif)

- b. Jika $NT < 0$, berarti Agroindustri KKMK tidak memberikan nilai tambah (negatif)

Perhitungan nilai tambah pada Agroindustri KKMK dilakukan dengan membandingkan antara jenis bahan baku yang berbeda. Jenis bahan baku yang digunakan terdiri dari kulit sapi basah dan kulit sapi kering, sehingga dilakukan perhitungan nilai tambah untuk kedua bahan baku tersebut.

3. Analisis Pemasaran

Metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran berdasarkan dua perspektif yaitu pemilik dan konsumen Agroindustri KKMK. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, yang dilakukan oleh agroindustri kerupuk kulit dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif pemilik agroindustri. Analisis deskriptif kualitatif juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran kerupuk kulit dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan variabel-variabel yang dikenal dengan 4P, yaitu :

1. *Product* (Produk)

Hasil *output* yang diperoleh dari kegiatan produksi, berupa kerupuk. Produk yang akan dianalisis berdasarkan kualitas, kuantitas produk, kemasan produk, label yang jelas, rasa renyah kerupuk dan keawetan.

2. *Price* (Harga)

Harga akan dianalisis dari harga kerupuk kulit yang terjangkau, kesesuaian harga dengan kemampuan pembelian, kesesuaian harga dengan jumlah produk yang dijual, dan pembayaran yang mudah dan cepat, serta metode penetapan harga. Dalam hal ini digunakan juga analisis deskriptif kuantitatif terkait penetapan harga dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) yang

pada Agroindustri KKMK berdasarkan pada satu kali produksi dengan membagi total biaya dengan total produksi yang dihasilkan. Metode yang digunakan adalah metode *variable costing* dan *full costing*.

3. *Place* (Tempat)

Saluran distribusi dan tempat berjualan dari produk kerupuk. Tempat yang akan dianalisis berdasarkan pada lokasi penjualan strategis, kemudahan menjangkau lokasi penjualan, memberikan jasa pesan antar, dan pola saluran distribusi yang terlibat. Pola saluran pemasaran dilakukan dengan mengikuti saluran pemasaran yaitu dimulai dari produsen sampai ke konsumen akhir dan didasarkan pada alur pemasaran di lokasi penelitian. Kemudian, dilakukan analisis terkait margin pemasaran, rasio profit margin, dan *produsen share*.

Menurut Rahmawati, Sarengat, dan Marzuki (2014), untuk menganalisis pemasaran data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani (produsen) dan harga di tingkat konsumen, secara matematis dapat dituliskan sebagai :

$$mp = Ps - Pb \dots\dots\dots(18)$$

$$Mp = Pr - Pf \dots\dots\dots(19)$$

Keterangan :

- mp = Margin pemasaran pada lembaga pemasaran (Rp/kg)
- Ps = Harga jual di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)
- Pb = Harga beli di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)
- Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)
- Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)
- Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Menurut Azzaino (1982), perhitungan rasio profit margin (RPM) secara matematis dapat dituliskan sebagai :

$$RPM (\%) = \frac{\pi_i}{B_{ti}} \dots\dots\dots(20)$$

$$\pi_i = MP\text{-Biaya Lembaga Pemasaran ke-}i \dots\dots\dots(21)$$

Keterangan :

RPM = Rasio profit margin
 π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i
 B_{ti} = Biaya lembaga pemasaran ke-i

Nilai RPM yang relatif menyebar merata di berbagai tingkat lembaga pemasaran menjadi cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antara lembaga pemasaran mendekati nol, maka sistem pemasaran tergolong efisien, sedangkan jika selisih RPM antara lembaga pemasaran menjauhi nol, maka sistem pemasaran tidak efisien (Ali, Situmorang, dan Murniati, 2017).

Produsen *share/farmer share* adalah persentase perbandingan antara bagian harga yang diterima oleh produsen dengan bagian harga di konsumen akhir (Sutrisno, Efendy, dan Husni, 2015), secara matematis dapat dituliskan sebagai :

$$P_s = P_f / P_r \times 100\% \dots\dots\dots(22)$$

Keterangan:

P_s = *Produsen share* (%)
 P_f = Harga di tingkat Produsen (Rp)
 P_r = Harga di tingkat Konsumen (Rp)

Apabila $P_s \geq 60\%$ maka pemasaran efisien, $P_s < 60\%$ maka pemasaran tidak efisien (Sutrisno, Efendy, dan Husni, 2015).

4. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan menawarkan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk kerupuk. Kegiatan promosi dianalisis dengan kegiatan promosi yang gencar dilakukan, promosi memudahkan konsumen, promosi yang menarik, dan promosi sesuai kenyataan.

Analisis deskriptif kuantitatif juga digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran yaitu elemen *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang dilakukan oleh Agroindustri KKMK dalam memasarkan produknya berdasarkan perspektif konsumen. Penilaian

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

$$\text{Persentase jumlah skor} = \frac{\text{Jumlah skor}}{\text{Skor maksimal}} \times 100 \dots \dots \dots (23)$$

Menurut Narimawati 2010, hasil penilaian atribut pertanyaan menggunakan alat ukur skala *likert* dengan rentang skor penilaian 1-5, dapat diperoleh total penilaian responden per atribut yang dapat dikategorikan seperti pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10. 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 yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini menganalisis peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi dan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung serta dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan salah satu atau lebih jenis jasa layanan pendukung tersebut. Data keberadaan lembaga pendukung di lokasi penelitian dan bagaimana pemanfaatannya yang dilakukan oleh agroindustri disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Jasa layanan pendukung Agroindustri KKMK Agroindustri KKMK

Indikator	Penilaian Indikator dan Nilai	Waktu Pemanfaatan	Manfaat yang diberikan
Lembaga	Tidak ada		
Keuangan	Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Kebijakan pemerintahan	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Lembaga penyuluhan	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Sarana Transportasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Koperasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Teknologi Informasi dan Komunikasi	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Pasar	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		
Infrastruktur	Tidak ada Ada, tidak dimanfaatkan Ada, dimanfaatkan		

Petunjuk pemberian bobot nilai :

Tidak ada : 0

Ada, tidak dimanfaatkan : 1

Ada, dimanfaatkan : 2

Tingkat pemanfaatan jasa layanan pendukung yang ada pada Agroindustri

KKMK dihitung dengan rumus :

$$\text{Tingkat pemanfaatan} = \frac{\text{Bobot nilai yang diperoleh}}{\text{Bobot nilai maksimum}} \times 100\% \dots \dots \dots (24)$$

Selanjutnya, tingkat pemanfaatan jasa layanan pendukung dalam agroindustri kerupuk kulit Mak digolongkan menjadi empat yang mengacu pada kriteria ketepatan yang tersaji pada Tabel 12.

Tabel 12. Kriteria pemanfaatan

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

Sumber : Riduwan, 2004

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Utara

1. Sejarah Kabupaten Lampung Utara

Kabupaten Lampung Utara menjadi bagian dari Provinsi Lampung berdasarkan pada UU RI Nomor 14 Tahun 1964 dengan terbentuknya Provinsi Lampung. Sebelumnya Kabupaten Lampung Utara merupakan bagian dari Provinsi Sumatera Selatan berdasarkan pada UU RI Nomor 4 (Darurat) Tahun 1965, juncto UU RI Nomor 28 Tahun 1959, tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten-kabupaten dalam Lingkungan Sumatera Selatan. Pada akhirnya disepakati bahwa hari lahir Kabupaten Lampung Utara jatuh tanggal 15 Juni 1946 dan ini disahkan dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2002 (Pemerintahan Kabupaten Lampung Utara, 2021).

Kabupaten Lampung Utara telah mengalami tiga kali pemekaran. Pemekaran pertama terjadi dengan terbentuknya Kabupaten Lampung Barat dan berkurangnya 6 kecamatan. Pemekaran kedua ditandai dengan adanya Kabupaten Tulang Bawang dan berkurangnya 4 kecamatan. Pemekaran ketiga terjadi dengan terbentuknya Kabupaten Way Kanan dan berkurangnya 6 kecamatan hingga tersisa 8 kecamatan. Kemudian, berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2000 jumlah kecamatan dimekarkan menjadi 16 kecamatan dan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2006 tanggal 15 Agustus 2006 telah dimekarkan kembali 7 kecamatan yang baru. Oleh karena itu, saat ini Kabupaten Lampung Utara terdiri dari 23 kecamatan dan 247 desa/kelurahan (Pemerintahan Kabupaten Lampung Utara, 2021).

2. Letak Geografis

Kabupaten Lampung Utara adalah salah satu dari 15 Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. Secara geografis, Kabupaten Lampung Utara terletak di antara 4,34° - 5,06° Lintang Selatan dan 104,30° – 105,08° Bujur Timur. Kabupaten Lampung Utara kini memiliki luas wilayah 2.725,63 (2.726) km² atau 7,72 % dari luas wilayah Provinsi Lampung (35.288,35 Km²). Kabupaten Lampung Utara sebagian besar merupakan dataran rendah dengan ketinggian antara 15 hingga 339 meter di atas permukaan laut (Bappeda Lampung Utara, 2023). Luas wilayah Kabupaten Lampung Utara menurut kecamatan di dapat dilihat pada Tabel 13.

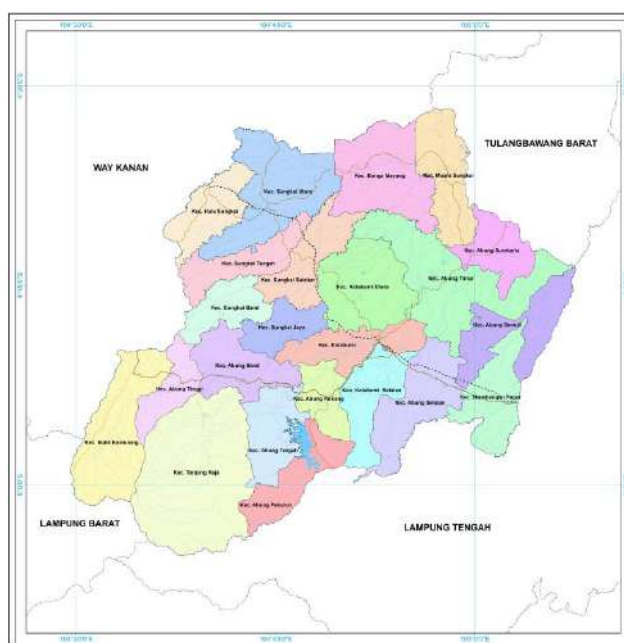
Tabel 13. Luas wilayah Kabupaten Lampung Utara menurut kecamatan tahun 2022

Kecamatan	Luas Wilayah dan Persentase	
	Luas Wilayah (Km ²)	Persentase (%)
Bukit Kemuning	114,98	4,22
Abung Tinggi	133,06	4,88
Tanjung Raja	331,70	12,17
Abung Barat	60,08	2,20
Abung Tengah	91,93	3,37
Abung Kunang	40,20	1,47
Abung Pekurun	183,47	6,73
Kotabumi	59,11	2,17
Kotabumi Utara	175,19	6,43
Kotabumi Selatan	104,22	3,82
Abung Selatan	141,36	5,19
Abung Semuli	96,88	3,55
Blambangan Pagar	191,39	7,02
Abung Timur	104,47	3,83
Abung Surakarta	110,51	4,05
Sungkai Selatan	89,65	3,29
Muara Sungkai	118,69	4,35
Bunga Mayang	125,76	4,61
Sungkai Barat	68,96	2,53
Sungkai Jaya	52,20	1,92
Sungkai Utara	127,59	4,68
Hulu Sungkai	92,63	3,40
Sungkai Tengah	111,60	4,09
Total	2.726	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara, 2023

Kabupaten Lampung Utara awalnya memiliki luas sekitar 19.368,50 km², tetapi saat ini hanya sekitar 2.725,63 km² atau 2.726 km². Dengan kecamatan terluas yaitu Kecamatan Tanjung Raja dengan luas 331,70 km² dan kecamatan tersempit yaitu Kecamatan Abung Kunang yang hanya memiliki luas sebesar 40,20 km². Batas wilayah Kabupaten Lampung Utara adalah di (Bappeda Lampung Utara, 2023) :

1. sebelah Utara dengan Kabupaten Way Kanan.
2. sebelah Selatan dengan Kabupaten Lampung Tengah.
3. sebelah Timur dengan Kabupaten Tulang Bawang Barat.
4. sebelah Barat dengan Kabupaten Lampung Barat



Gambar 5. Pembagian dan batas wilayah Kabupaten Lampung Utara menurut kecamatan

Sumber : Bappeda Lampung Utara, 2023

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Kabupaten Lampung Utara memiliki iklim yang sama dengan daerah lain di Indonesia yaitu iklim tropis dengan dua musim yang berganti sepanjang tahun yaitu kemarau dan hujan. Rata-rata suhu udara di Kabupaten Lampung Utara berkisar antara 20,6°C-34,8°C. Curah hujan rata-rata di Kabupaten Lampung Utara berkisar antara 100 – 500 mm³. Secara

topografi, Kabupaten Lampung Utara bagian barat merupakan daerah perbukitan dan bagian timur merupakan dataran rendah, akan tetapi secara umum Kabupaten Lampung Utara tergolong dalam dataran dengan. Dengan ketinggian bervariasi antara 15-339 Mdpl. Wilayah Kabupaten Lampung Utara merupakan daerah agraris dengan mata pencaharian pokok penduduknya di sektor pertanian, khususnya pertanian tanaman keras seperti kopi, lada, karet dan kelapa sawit. Kabupaten Lampung Utara dilalui 15 sungai, yang terpanjang adalah Way Talang Mas dengan panjang 57 km dan daerah alir 134 km² (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara, 2023).

4. Kondisi Demografi

Berdasarkan sensus penduduk tahun 2022, penduduk Kabupaten Lampung Utara berjumlah 635.129 jiwa yang terdiri dari 323.561 jiwa penduduk laki-laki dan sebanyak 311.568 jiwa penduduk perempuan. Besar angka rasio jenis kelamin sebesar 1,038. Kepadatan penduduk di Kabupaten Lampung Utara tahun 2022 mencapai 233 jiwa/km². Kepadatan jumlah penduduk cukup beragam di tiap kecamatan. Dengan kepadatan tertinggi berada di Kecamatan Kotabumi yaitu sebesar 930 jiwa/km² dan kepadatan terendah ada pada Kecamatan Abung Pekurun sebesar 67 jiwa/km². Kabupaten Lampung Utara memiliki jumlah angkatan kerja sebesar 296.355 dan 166.989 bukan angkatan kerja. Sebagian besar penduduk di Kabupaten Lampung Utara menganut ajaran islam, yaitu sebesar 656.572 jiwa. Meskipun demikian, terdapat pula penduduk yang menganut agama lain seperti Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara, 2023).

5. Potensi Wilayah

Kabupaten Lampung Utara memiliki potensi yang cukup menguntungkan dari segi topografinya terutama bagi keberlangsungan perekonomian penduduk. Terdapat banyak ruang pada kawasan atau wilayah Kabupaten

Lampung Utara. Struktur ekonomi Kabupaten Lampung Utara didominasi oleh beragam sektor pertanian, seperti kehutanan, perikanan, peternakan, hortikultura, dan perkebunan hingga lebih dari 36,90%. Selain itu, terdapat pula potensi hilirisasi dari hasil pertanian untuk meningkatkan nilai tambah dan manfaat ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan kawasan untuk pemanfaatan ruang dari potensi wilayah diperlukan untuk menjaga kualitas daya dukung Kabupaten Lampung Utara, lingkungan wilayah perencanaan, menciptakan lapangan kerja, terciptanya keserasian dengan rencana struktur ruang yang dikembangkan. Dari pengembangan kawasan untuk hutan produksi, dimana pemanfaatan hutan produksi dapat berupa pemanfaatan kawasan, pemanfaatan jasa lingkungan, pemanfaatan hasil hutan kayu dan bukan kayu, serta pemungutan hasil hutan kayu dan bukan kayu. Kabupaten Lampung Utara sendiri memiliki totalitas hutan produksi seluas 177 Hektar.

Pengembangan kawasan pertanian untuk budidaya tanaman pangan memiliki luas sekitar 64.915 ha, hortikultura yang memiliki luas sekitar 974.087 Ha, perkebunan 128.563 ha. Kegiatan pertanian berkelanjutan juga sedang diupayakan oleh pemerintah dan dijalankan sesuai dengan peraturan yang ada. Kegiatan peternakan memiliki potensi yang cukup besar dimana kegiatan peternakan di Kabupaten Lampung Utara cukup beragam dari ternak besar seperti ternak sapi dan kerbau, ternak kecil seperti ternak kambing dan domba, dan ternak unggas ternak ayam ras, ayam buras, bebek dan itik. Kabupaten Lampung Utara juga menyediakan fasilitas Rumah Potong Hewan (RPH) dengan sebagian besar komoditas sapi dan Pusat Pelayanan Kesehatan Hewan (Puskeswan) untuk mendukung operasional kawasan budidaya Peternakan disediakan. Setiap kegiatan atau pengembangan kawasan yang dilakukan tersebar hampir di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Lampung Utara.

Kabupaten Lampung Utara memiliki kawasan perikanan budidaya dengan beberapa komoditas unggulan seperti ikan mas, nila, gurami, patin dan ikan lele, minapolitan dengan komoditas yang hampir sama, dan prasarana perikanan berupa Balai Benih Ikan (BBI) dengan benih ikan mas, ikan nila, ikan patin dan ikan lele. Kegiatan pertambangan juga dijalankan di Kabupaten Lampung Utara seperti batu bara, pasir, dan batuan. Kegiatan lain yang dikembangkan adalah kegiatan hilirisasi seperti terdapat beberapa agroindustri yang dikembangkan dan industri kecil berskala rumah tangga dengan produk seperti tempe, tahu, kerupuk, dan lainnya. Sektor pariwisata juga memberikan peran bagi kegiatan perekonomian, berbagai jenis wisata ada di Kabupaten Lampung Utara seperti wisata alam, wisata budaya, dan wisata batuan buatan yang memiliki nilai estetika (Bappeda Kabupaten Lampung Utara, 2023).

B. Gambaran Umum Kecamatan Kotabumi

1. Sejarah Kecamatan Kotabumi

Kecamatan Kotabumi merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Lampung Utara. Kecamatan Kotabumi menjadi ibu kota kabupaten dan pusat pemerintahan Kabupaten Lampung Utara. Kecamatan Kotabumi adalah salah satu kecamatan dari 8 kecamatan yang tersisa setelah terjadinya tiga kali pemekaran wilayah Kabupaten Lampung Utara. Dengan kata lain, Kecamatan Kotabumi merupakan kecamatan yang ada sejak munculnya Kabupaten Lampung Utara. Suku asli dari Kecamatan Kotabumi adalah Lampung Abung Nyunyai (Abung Siwo Migo). Dengan simbol Tugu Payan Emas yang artinya tombak emas. Tidak hanya sebagai pusat pemerintahan Kecamatan Kotabumi menjadi pusat perekonomian dari Kabupaten Lampung Utara. Kecamatan Kotabumi sampai saat ini telah mengalami tiga kali pemekaran dengan terbentuknya Kecamatan Kotabumi Selatan, Kecamatan Kotabumi Utara, dan Kecamatan Kotabumi sebagai kecamatan induk.

2. Letak Geografis

Kecamatan Kotabumi saat ini memiliki luas sekitar 59,11 km² atau 2,17 persen dari luas Kabupaten Lampung Utara, dan ibu kota kecamatan berada di Kelurahan Kotabumi Ilir. Kecamatan ini memiliki 9 kelurahan dan 4 desa. Kecamatan Kotabumi Kota secara geografis memiliki batas-batas wilayah di (Anonim, 2023):

- b. sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kotabumi Utara dan Kecamatan Sungkai Jaya.
- c. sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Abung Timur dan Kecamatan Abung Semuli.
- d. sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kotabumi Selatan.
- e. sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Abung Barat.

3. Kondisi Demografi

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara (2023), jumlah penduduk Kecamatan Kotabumi yaitu sebesar 54.929 jiwa, yang terdiri dari penduduk laki-laki berjumlah 28.082 jiwa dan penduduk perempuan berjumlah 26.847 jiwa. Distribusi penduduk Kecamatan Kotabumi terhadap Kabupaten Lampung Utara yaitu sebesar 9%. Dengan rasio jenis kelamin di Kecamatan Kotabumi sebesar 1,046. Penduduk Kecamatan Kotabumi mayoritas menganut agama Islam, selain itu terdapat juga penduduk yang menganut agama lain seperti Kristen, Katolik, Buddha, dan Hindu.

4. Keadaan Perekonomian

Kondisi perekonomian dapat dicerminkan dari berbagai hal yang ada di suatu wilayah. Mulai dari potensi wilayah, kondisi infrastruktur, sarana prasarana, jenis pekerjaan yang ada, dan tingkat pendapatan masyarakatnya. Kecamatan Kotabumi yang merupakan ibu kota dari Kabupaten Lampung Utara, sehingga menjadikan kecamatan tersebut

sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian di Kabupaten Lampung Utara. Terdapat beberapa potensi alam yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan penduduknya. Beberapa sektor yang dapat dimanfaatkan antara lain sektor pertanian. Berdasarkan data dari Sistem Informasi Manajemen Penyuluhan Pertanian (2023), jumlah penduduk di Kecamatan Kotabumi yang menjadi anggota kelompok tani mencapai 1.867 orang, tidak sedikit penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani dan menjadi salah satu sektor yang mendukung perekonomian Kecamatan Kotabumi.

Kondisi infrastruktur Kecamatan Kotabumi seperti jalan tergolong baik. Sarana prasarana yang ada di Kecamatan Kotabumi tergolong cukup lengkap seperti fasilitas kesehatan, keamanan, pendidikan, pasar, industri, transportasi, dan fasilitas lain yang mendukung. Sarana prasarana lain yang berkontribusi besar dalam mencerminkan kondisi perekonomian Kecamatan Kotabumi seperti keberadaan sekolah berakreditasi, pasar swalayan, angkutan umum, hingga kegiatan pemerintahan yang berpusat di kecamatan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah industri yang ada di Kecamatan Kotabumi Kota, yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian Kecamatan Kotabumi Kota. Beberapa jenis industri yang ada di Kecamatan Kotabumi dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Jenis industri di Kecamatan Kotabumi tahun 2020

No.	Jenis industri	Jumlah
1	Tobong bata/genteng	16
2	Tahu dan tempe	58
3	Industri kerajinan	53
4	Industri kerupuk	4
Total		131

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara, 2021

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui terdapat empat jenis industri di Kecamatan Kotabumi. Dengan jumlah jenis industri terbanyak adalah industri tahu dan tempe sebanyak 58 industri, sedangkan jenis industri dengan jumlah paling sedikit adalah industri kerupuk yaitu sebanyak 4 industri yang salah satunya adalah Agroindustri KKMK.

Lembaga keuangan menjadi salah satu sarana prasarana yang mendukung kegiatan perekonomian di Kecamatan Kotabumi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara (2022), lembaga keuangan yang ada di Kecamatan Kotabumi terdiri dari bank umum pemerintahan sebanyak 6 (enam) unit, bank umum swasta sebanyak 5 (lima) unit dan bank perkreditan rakyat sebanyak 1 (satu) unit. Sarana prasana yang juga mendukung kegiatan perekonomian adalah pasar. Pasar yang berada di Kecamatan Kotabumi adalah Pasar Pagi Kotabumi yang menjadi pasar induk di kecamatan tersebut.

C. Gambaran Umum Agroindustri KKMK

1. Sejarah Agroindustri KKMK

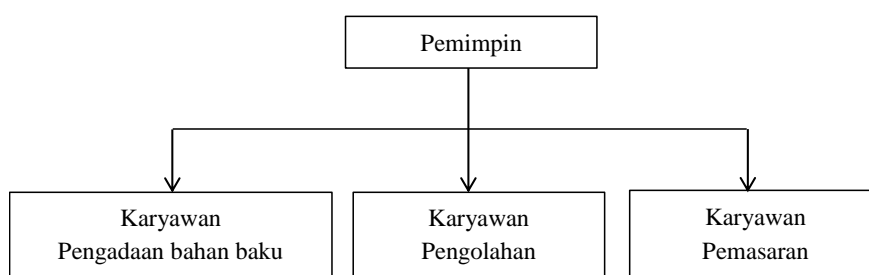
Agroindustri KKMK didirikan oleh Bapak Kayo yang memiliki nama lengkap Agustar Suttan Kayo yang berusia 70 tahun. Agroindustri ini didirikan pertama kali pada tahun 2012 dengan produksi utama adalah kerupuk kulit. Agroindustri KKMK tergolong dalam usaha skala rumah tangga. Agroindustri ini memiliki izin usaha dalam bentuk PIRT dengan nomor 201180604032225 (Data primer, 2023).

Pada awalnya Agroindustri KKMK didirikan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Bapak Kayo berasal dari keluarga yang bersuku padang, yang mana dari keluarganya tersebut Bapak Kayo mendapatkan kemampuan untuk mengolah kulit menjadi kerupuk. Keahliannya ini menjadi suatu peluang dimana belum terdapat industri pengolahan kerupuk kulit di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung

Utara. Dengan modal yang dimiliki Bapak Kayo memulai usaha agroindustri kerupuk kulit dengan bantuan tenaga kerja yang ada pada waktu itu sekitar 2 orang. Saat itu masih tergolong jarang peminat dari kerupuk kulit sapi. Bapak Kayo mencoba untuk menjual ke rumah makan padang dan warung-warung untuk menitipkan produknya. Dari upaya yang dilakukan itu, saat ini Bapak Kayo menjadi *supplier* di rumah makan padang, restoran, dan warung yang ada di Kecamatan Kotabumi (Data Primer, 2023)

2. Aspek Organisasi Agroindustri KKMK

Struktur organisasi Agroindustri KKMK dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Struktur organisasi Agroindustri KKMK
Sumber : Data primer, 2023

Agroindustri KKMK menjalankan usahanya dipimpin oleh pemilik usaha sendiri yaitu Bapak Kayo yang didampingi oleh istrinya Ibu Minem. Kemudian, kegiatan produksi terbagi menjadi 3 (tiga) yaitu bagian. Pertama, bagian pengadaan bahan baku yang bertugas menerima bahan baku dari RPH. Kedua, bagian pengolahan yang bertugas dalam proses produksi mulai dari pencucian bahan baku, perebusan 1, pembersihan bulu dan daging, perebusan 2, pemotongan, penjemuran, penggorengan 1, penggorengan 2, dan pengemasan. Ketiga, bagian pemasaran yang bertugas memasarkan produk baik diantarkan ke pedagang pengecer ataupun langsung ke konsumen. Untuk kegiatan pada bagian pertama dan ketiga biasanya dipegang langsung oleh pemilik agroindustri yaitu Bapak Kayo dan Ibu Minem, sedangkan, bagian kedua atau pengolahan dilakukan oleh tenaga kerja yang ada.

3. Aspek Sumberdaya Agroindustri KKMK

Setiap agroindustri atau usaha lain memerlukan penggerak untuk menjalankan kegiatannya. Sumber daya manusia adalah penggerak utama dalam agroindustri yang memiliki kemampuan yang sesuai dengan dimana ia ditempatkan. Tenaga kerja di Agroindustri KKMK berjumlah 5 orang yang menjalankan kegiatan sesuai dengan penempatannya atau mengerjakan kegiatan yang ada di agroindustri tersebut. Dalam melaksanakan tugasnya, tenaga kerja saling membagi pekerjaan yang ada kecuali kegiatan membersihkan rambut kulit sapi karena memerlukan keahlian khusus. Jam kerja di Agroindustri KKMK setiap harinya dimulai pada pukul 08.00–16.00 WIB (Data Primer, 2023).

4. Aspek Permodalan Agroindustri KKMK

Permodalan menjadi salah satu aspek penting dalam agroindustri atau usaha lain. Modal harus dikelola dengan baik agar dapat mendukung kegiatan dan keberlanjutan dari agroindustri. Awal pendiriannya, Agroindustri KKMK memiliki modal sebesar Rp10.000.000,00 – Rp12.000.000,00 yang berasal dari pribadi. Dari keterangan yang ada, modal tersebut dimanfaatkan dengan baik, mulai dari pembelian bahan baku dan bahan pendukung, pembelian peralatan produksi, pembuatan tungku bahan bakar, dan membuat tempat untuk menjemur kerupuk. Setiap hasil keuntungan akan menjadi modal untuk kegiatan produksi selanjutnya (Data Primer, 2023).

5. Sarana dan Prasarana Agroindustri KKMK

Sarana dan prasarana atau fasilitas menjadi penunjang yang sangat diperlukan untuk mendukung berjalannya kegiatan pekerja. Fasilitas yang layak dan memadai akan memperlancar setiap kegiatan dan proses yang ada. Sarana dan prasarana yang ada merupakan suatu hal yang disediakan oleh usaha untuk digunakan oleh pekerjanya. Fasilitas yang ada di

Agroindustri KKMK terdiri dari fasilitas produksi dan fasilitas penunjang (Data Primer, 2023).

1. Fasilitas Produksi

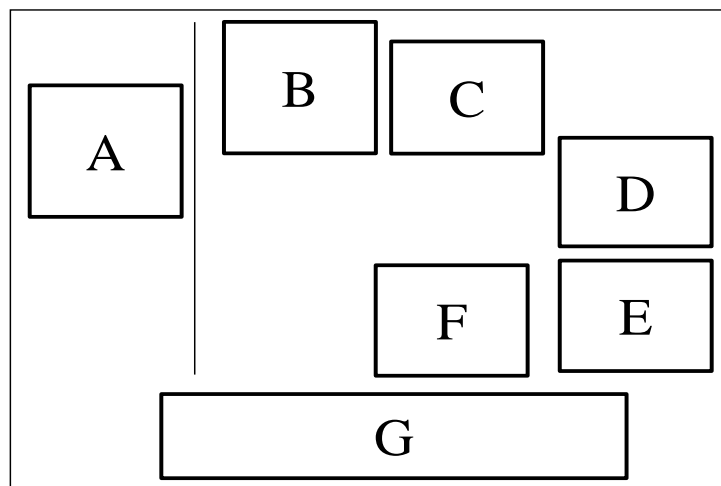
Fasilitas produksi adalah seluruh fasilitas yang mendukung proses produksi. Fasilitas produk yang ada di Agroindustri KKMK terdiri dari berbagai peralatan produksi yaitu pengeruk, pisau, baskom, alat pengering, wajan, sutil, serokan, tungku pembakar.

2. Fasilitas Penunjang

Fasilitas penunjang yang ada di Agroindustri KKMK terdiri dari transportasi yaitu motor untuk kegiatan operasional untuk kebutuhan pemasaran dari produk agroindustri.

6. Tata Letak/Layout Agroindustri KKMK

Tempat yang digunakan untuk memproduksi kerupuk kulit adalah bangunan pribadi dari pemilik agroindustri. Letak bangunan terhubung dengan rumah tempat tinggal Bapak Kayo. Tata letak (*layout*) bangunan produksi Agroindustri KKMK dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Tata letak rumah produksi kerupuk kulit Mak Kayo
Sumber : Data primer, 2023

Keterangan gambar:

- A : Tempat pembuangan bulu kulit sapi
- B : Tempat peralatan
- C : Tempat perebusan kulit sapi
- D : Tempat perendaman kerupuk kulit sapi mentah
- E : Tempat penggorengan
- F : Tempat penggorengan kerupuk
- G : Tempat penjemuran kulit

Gambar 7 dapat dilihat tata letak bangunan rumah produksi kerupuk kulit Mak Kayo. Bagian A adalah tempat pembuangan bulu kulit dengan cara pengerukan sebelum berlanjut ke proses pengeringan. Bagian B merupakan tempat meletakkan peralatan yang digunakan untuk proses produksi. Bagian C adalah tempat perebusan kulit sapi sebelum pembuangan bulu kulit sapi. Bagian D adalah tempat perendaman kerupuk kulit sapi yang mentah sebelum proses penggorengan. Bagian E dan F merupakan tempat penggorengan kerupuk kulit. Bagian G merupakan bagian penjemuran kulit sapi. Selanjutnya, kegiatan *packing* dilakukan di rumah tempat tinggal pemilik.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Kegiatan pengadaan bahan baku pada Agroindustri KKMK terdiri dari tiga aliran rantai pasok, yaitu aliran produk (bergerak dari pemasok kulit sapi ke Agroindustri KKMK), aliran finansial (bergerak dari agroindustri kepada pemasok melalui pembayaran bahan baku secara tunai), dan aliran informasi (bergerak dua arah yaitu dari pemasok ke agroindustri lalu sebaliknya). Pengadaan bahan baku secara umum, baik bahan baku kulit basah maupun kulit kering, tidak terdapat masalah dari kriteria 6T dengan tingkat ketepatan sangat baik.
2. Agroindustri KKMK akan mencapai titik impas saat produksi mencapai 0,48 kg untuk bahan baku kering dan 0,23 kg untuk bahan baku basah. Keuntungan Agroindustri KKMK dalam satu kali produksi sebesar Rp550.061,31 untuk bahan baku kulit kering dan Rp1.566.311,31 untuk bahan baku kulit basah, dan nilai tambah pada Agroindustri KKMK bernilai positif, yaitu sebesar Rp36.048,79/kg untuk bahan baku kering dan Rp16.976,48/kg, yang berarti bahwa agroindustri ini padat modal dan tergolong usaha yang menguntungkan.
3. Bauran pemasaran pada Agroindustri KKMK yang terdiri dari komponen produk yang hanya satu jenis belum ada varian produk, harga jual yang ditetapkan berada di atas harga pokok produksi dan harga pokok penjualan dengan nilai produsen share sebesar 80 persen, tempat untuk memasarkan produksi sudah tergolong strategis, dan promosi masih tergolong

konvensional. Penilaian konsumen terhadap komponen bauran pemasaran tergolong baik.

4. Jasa layanan pendukung secara umum sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri KKMK dengan baik, kecuali lembaga penyuluhan yang belum dimanfaatkan oleh agroindustri karena dirasa belum diperlukan dalam menjalankan usaha.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian, sebagai berikut :

1. Bagi pemilik Agroindustri KKMK agar dapat menjalin kemitraan dengan lebih banyak pemasok kulit sapi, meningkatkan kegiatan promosi dengan mengikuti kegiatan seperti festival kuliner agar lebih banyak orang yang mengenal produksi kerupuk kulit dan memperluas jangkauan pasar dari produk kerupuk kulit, diharapkan dapat bersikap proaktif seperti mengikuti pelatihan yang diadakan oleh lembaga terkait untuk menambah wawasan dalam mengembangkan usaha .
2. Bagi pemerintah dan dinas terkait agar dapat lebih mendukung kegiatan usaha kecil dengan memberikan beberapa pelatihan kepada pemilik agroindustri sehingga mampu dan lebih berani dalam mengembangkan usahanya, seperti pelatihan pembuatan catatan keuangan.
3. Bagi peneliti lain sebaiknya melengkapi penelitian ini dengan melakukan penelitian mengenai analisis strategi pemasaran ataupun analisis strategi pengembangan Agroindustri KKMK.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, S. F. 2016. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P di Cherryka Bakery*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- 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: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(2): 265-270.
- 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: Journal of Agribusiness Science*. Vol 8(1): 78-85.
- Aldhariana, S.F., D.A.H. Lestari, dan H. Ismono. 2016. Keragaan Agroindustri Beras Siger (Kasus di Agroindustri Toga Sari Kabupaten Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari Kota Metro). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 4(3): 317-325.
- Ali, M.F., Situmorang S., dan Murniati K. 2017. Analisis efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 5(3): 258–266.
- Alma, B., dan R. Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Amertaningtyas, D. 2011. Mini Review: Pengolahan Kerupuk “Rambak” Kulit di Indonesia. *Jurnal Ilmu-ilmu Peternakan*. Vol 21(3): 18-29.
- Amertaningtyas, D., M.Ch. Padaga, M.E. Sawitri, dan K.U.A. Awwaly. 2010. Kualitas Organoleptik (Kerenyahan dan Rasa) Kerupuk Rambak Kulit Kelinci Pada Teknik Buang Bulu yang Berbeda. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak*. Vol 5(1): 18-23.
- Anatan, L., dan Lena, E. 2008. *Supply Chain Management Teori dan Aplikasi*. CV Alfabeta. Bandung.

- Anggraeni, T.S., D.A.H. Lestari, dan Y. Indriani. 2017. Keragaan Agroindustri Tempe Anggota Primkopti Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 5(3): 275-282.
- Anonim. 2023. Wikipedia : Ensiklopedia Bebas. https://id.wikipedia.org/wiki/Kotabumi,_Lampung_Utara. Diakses pada tanggal 7 Februari 2023.
- Aprilia, N., I. Affandi, dan E. Kasymir. 2021. Analisis Rantai Pasok dan Nilai Tambah Agroindustri Kelanting di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(1): 177-182.
- 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: Journal of Agribusiness Science*. Vol 8(4): 571-578.
- Ariska, T., D. Haryono, dan L. Marlina. 2022. Analisis Kinerja Produksi dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Singkong di Kelurahan Ganjar Asri Kecamatan Metro Barat Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 10(4): 388-395.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi*. LPFE-UI. Jakarta.
- _____. 2002. *Pemasaran, Prinsip, dan Kasus*. BPFE. Yogyakarta.
- Asmarantaka, R. W. 2009. *Pemasaran Produk Pertanian di Dalam Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Asir, A.I., N. Widaningsih, Hikmah, S. Anggarawati, dkk. 2022. *Paradigma Agribisnis*. Widina Bhakti Persada Bandung. Bandung. Arifin. 2016. *Pengantar Agroindustri*. Mujahid Press. Bandung.
- Azzaino, Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Buku Ajar Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Distribusi Persentase Tenaga Kerja Informal Sektor Pertanian (Persen), 2019-2021*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2022. *Distribusi Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2022. *Industri Besar dan Sedang*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

- Badan Pusat Statistik Lampung. 2022. *Distribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha*. Badan Pusat Statistik Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara. 2021. *Kecamatan Kotabumui dalam angka 2021*. Badan Pusat Statistik Lampung Utara. Lampung Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara. 2022. *Kecamatan Kotabumui dalam angka 2022*. Badan Pusat Statistik Lampung Utara. Lampung Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara. 2023. *Distribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha*. Badan Pusat Statistik Lampung Utara. Lampung Utara.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Utara. 2023. *Kabupaten Lampung Utara dalam angka 2023*. Badan Pusat Statistik Lampung Utara. Lampung Utara.
- Bappeda Kabupaten Lampung Utara. 2023. Profil Daerah. https://bappeda.lampungutarakab.go.id/profil_daerah.php. Diakses pada tanggal 5 Februari 2023.
- Buchori, A. 2010. *Pengantar Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Departemen Kesehatan RI. 2009. *Kategori Usia*. <http://kategori-umur-menurut-Depkes.html>. Diakses pada 29 Mei 2023.
- Devi, N., D. Haryono, dan Y. Saleh. 2022. Analisis Kinerja Produksi, Nilai Tambah, dan Keuntungan Agroindustri Keripik (Studi Kasus Agroindustri Keripik Bude di Kabupaten Lampung Utara). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 10(2): 195-201.
- Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kabupaten Lampung Utara. 2022. *Daftar Agroindustri Kerupuk di Kabupaten Lampung Utara tahun 2022*. Pemerintah Kabupaten Lampung Utara. Lampung Utara.
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Lampung. 2021. *Jumlah Populasi Sapi Potong di Lampung*. Pemerintah Provinsi Lampung. Lampung.
- Djuwendah, E., L. Trimo, dan Sonjanawati. 2018. Keragaan Usaha dan Nilai Tambah Pada Agroindustri Keripik Tike (Studi Kasus di Desa Jumbleng Kecamatan Losarang Indramayu). *Jurnal Rekayasa Hijau*. Vol 1(2): 1-10.
- Efendi, S., D. Pratiknyo, dan E. Sugiono. 2019. *Manajemen Operasional*. LPU-UNAS. Jakarta.

- Elida, S., dan S. Vaulina. 2015. Studi Pendapatan Keragaan Agroindustri Ikan Patin di Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar (Studi Kasus Pada CV. Graha Pratama Fish). *Jurnal Ekonomi*. Vol 23(3): 108-126.
- Fahmi, I. 2014. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Alfabeta. Bandung.
- Faviana, E., D.A.H. Lestari, dan K. Murniati. 2021. Keragaan Agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food Melalui Pemasaran Konvensional dan Online di Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(3): 410-417.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Harahap, S.S. 2011. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Hastang, dan A. Asnawi. 2014. Analisis Keuntungan Peternak Sapi Potong Berbasis Peternakan Rakyat di Kabupaten Bone. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*. 1(1): 240-252.
- Hastinawati, I., dan M. Rum. 2012. Keragaan Agroindustri Kerupuk Udang di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan. *Agriekonomika*. Vol 1(1): 15-24.
- Hastuti, D.R.D. 2017. *Ekonomika Agribisnis (Teori dan Kasus)*. Carabaca. Makassar.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Lampung. Bandar Lampung.
- Hayami, Y., T. Kawagoe, Y. Morooka, dan M. Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java*. CGPRT Centre. Bogor.
- Herjanto, E. 2007. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Gransindo. Jakarta.
- Rahim, A. dan D.R.D. Hastuti. 2005. *Sistem Manajemen Agribisnis*. State University of Makassar Press. Makassar.
- Hikmatul, F., dan Agus S.A. 2015. Peranan Pemerintah Desa dalam Pemberdayaan Petani Agribisnis Desa Medang, Kabupaten Lamongan. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*. Vol. 3(3): 1210–1227.
- Kartadinata A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

- Kotler, P dan G. Amstronng. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga. Jakarta.
- Krisnamurthi, B. 2020. *Pengertian Agribisnis*. Puspa Swara. Depok.
- Kusuma, E.W., S. Widjaya, dan S. Situmorang. 2020. Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 8(1): 70-77.
- Maharani, C.N.D., D.A.H. Lestari, dan E. Kasymir. 2013. Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Skala Kecil dan Skala Menengah Pengolahan Limbah Padat Ubi Kayu (Onggok) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 1(4): 284-290.
- Marsudi, H. 2013. Kajian Agroindustri Berbasis Masyarakat Kabupaten Karanganyar. *Riset Manajemen dan Akuntansi*. Vol 4(7): 21-44.
- Masiyal, K. 2013. *Akuntansi Biaya Edisi Empat*. BPF. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Salemba. Jakarta.
- _____. 2014. *Akuntansi Biaya Edisi kelima*. Unit Penerbit dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN. Yogyakarta.
- Musfar, T. F. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia. Bandung.
- Narimawati, U. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.
- Pasigai, M.A. 2009. Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Balance : Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*. Vol. 1(1): 51-56.
- Pemerintah Kabupaten Lampung Utara. 2021. *Sejarah Lampung Utara*. <https://lampungutarakab.go.id/sejarah-lampung-utara/>. Diakses pada tanggal 3 Februari 2023.

- Prasetya, H. 2012. *Prospek Cerah Beternak Sapi Perah*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Rachmina, D. 2015. *Evolusi Pendidikan Tinggi Agribisnis Indonesia*. Departemen Agribisnis. Bogor.
- Rahim, A dan Hastuti, D.R.D. 2008. *Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahmawati, Y., Sarengat, dan Marzuki. 2014. Analisis Pola Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Usaha Ternak Ayam Broiler Pola Kemitraan di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Animal Agriculture Journal*. 3(3): 443-445.
- Rangkuti, F. 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ratih, H. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta. Jakarta.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta. Bandung.
- Ruauw, E., T.M. Katiandagho, dan P.A.P. Suwardi. 2012. Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri Manisan Pala UD Putri di Kota Bitung. *ASE*. Vol. 8(1): 31-44.
- Saragih, B. 2004. *Membangun Pertanian Dalam Perspektif Agrobisnis Dalam Ruang*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sari, M.I., D.A.H. Lestari, dan W.D. Sayekti. 2021. Keragaan Agroindustri dan Posisi Produk Berdasarkan Siklus Hidup Produk Pada Sosis Gulung Varian Noodle di CV Cucurutuku Ceria. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(4): 561-568.
- Selang, C. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bau Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1(3): 71-80.
- 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: Journal of Agribusiness Science*. Vol 6(3): 279-287.
- Sinaga, Y.J., D.A.H. Lestari, dan S. Situmorang. 2019. Keragaan Agroindustri Mi Basah di Kota Bandar Lampung dan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Diversifikasi Pangan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 7(3): 338-345.

- Singgih, W., 2010. *Manajemen Produksi Edisi Empat*. BPFE. Yogyakarta.
- Sistem Informasi Manajemen Penyuluhan Pertanian (Simluhtan). 2023. Rekap Kelompok Tani Berdasarkan Jumlah Anggota.
https://app2.pertanian.go.id/simluh2014/viewreport/rekapdesa_poktan_agt.php?id_prop=18&prop_utuh=1806&kc=1806040. Diakses pada tanggal 29 Mei 2023.
- Skousen, F., E.K. Stice, dan J.D. Stice. 2011. *Akuntansi Keuangan Menengah, Edisi 16, Buku 2. Edisi Bahasa Indonesia. Terjemahan Oleh Ali akbar*. Salemba Empat. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Stanton, W.J. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Subagyo, P. 2000. *Manajemen Operasi Edisi Pertama*. BPFE. Yogyakarta.
- Sucahyowati, H. 2011. Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management). *Gema Maritim*. Vol. 13(1): 20-28.
- Sudarsono, H. 2020. *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. Jawa Timur.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Supriyati, dan E. Suryani. 2006. Peranan Peluang dan Kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 24(2): 92-106.
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suratiyah, K. 2015. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sutrisno, A., Efendy, dan Husni, S. (2015). Analisis Ekonomi dan Pemasaran Agroindustri Telur Asin di Kota Mataram. *Agrimansion*, 16(1), 16–31.
- Syafitri, A.H., W.A. Zakaria, dan Y. Indriani. 2021. Pendapatan, Nilai Tambah, dan Pemasaran Agroindustri Tahu House Of Tofu di Kota Bandarlampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(3): 394-401.
- Syamsuddin, L. 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru*. Gramedia Pustaka Uama. Jakarta.

- _____. 2011. *Perusahaan Manajemen Keuangan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Monitoring dan Pengambilan Keputusan Edisi baru*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Syarief, A.N.L., D.A.H. Lestari, E. Kasymir. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 7(3): 298-305.
- Tjiptono, F. 2014. Strategi Pemasaran. ANDI. Sleman.
- Utari, L.A., F.E. Prasmatiwi, dan K. Murniati. 2021. Keragaan Agroindustri Keripik Singkong di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 9(3): 432-439.
- Haryono, S. 2015. *Manajemen Produksi dan Operasi*. PT. Intermedia Personalia Utama. Bekasi.
- Warella, S. Y., A. Hasibuan. H. S. Yudha. Sisca. M. A. Kuswandi. M. Tumpu. 2021. *Manajemen Rantai Pasok*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Wibowo, D., E. Maharani, dan Eliza. 2020. Analisis Keuntungan Agroindustri Gula Kelapa di Kecamatan Tempuling Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol 16(2): 172- 176.
- Yona, S. 2006. Penyusunan Studi Kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. Vol.10(2): 76-80.
- Yuliyanti, M. Apriyani, dan Zaini, 2021. Keragaan Produksi dan Pendapatan Industri Kemplang Berdasarkan Skala Usaha di Kecamatan Bumi Waras, Bandar Lampung. *Manajemen ikm*. Vol 16(1): 53-61.
- Zaini, A., N.P. Palupi, P. Pujowati, dan A. Emmawati. 2018. *Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Unggulan di Kutai Barat*. Deepublish Publisher. Yogyakarta.