

**ANALISIS SISTEM AGROINDUSTRI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
KERUPUK IKAN DI DESA MUARA GADING MAS KECAMATAN
LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
(Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)**

(Skripsi)

Oleh

Annisa Putri
2114131042



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE AGROINDUSTRY SYSTEM AND DEVELOPMENT STRATEGY OF FISH CRACKERS IN MUARA GADING MAS VILLAGE, LABUHAN MARINGGAI SUBDISTRICT, EAST LAMPUNG REGENCY (Case Study Of MSME Cek Aina Fish Cracker/KICA)

By

Annisa Putri

This study aims to analyze (1) raw material procurement, (2) profit and value added, (3) the implementation of the marketing mix (4P), (4) the role of supporting services, and (5) alternative development strategies in the Agroindustry KICA business. The research method used is a case study on Agroindustry KICA in Muara Gading Mas Village, Labuhan Maringgai District, East Lampung Regency. The research location was determined purposively. Respondents in this study were the owner of the agroindustry (to analyze the agroindustry system) and the agroindustry owner, workers, consumers, the East Lampung MSME Office, and lecturers from the Agribusiness Department (to analyze development strategies). Data collection was conducted from January to May 2025. The data were analyzed qualitatively and quantitatively in a descriptive manner. The results of the study show that: (1) raw material procurement was based on the six-right (6T) criteria with a very high level of accuracy. (2) The monthly profit was IDR 23,064,303.00, and the value added obtained was IDR 6,050.57/kg. (3) The marketing mix of Agroindustry KICA, based on the owner's perception, has fulfilled the 4P components, namely product, price, place, and promotion. However, promotion still relies on personal selling and needs to be improved through the use of social media. Based on consumer perception, the elements of product, price, and place are categorized as good, while promotion is categorized as fair. (4) Supporting services have been well utilized, except for financial institutions, which were not utilized because the agroindustry feels capable of meeting capital needs independently. (5) The alternative development strategies consist of: participating in exhibitions organized by government agencies to increase public recognition of the product, maximizing digital promotion through e-commerce and social media, and expanding production capacity.

Keywords: agroindustry system, fish crackers, development strategies

ABSTRAK

ANALISIS SISTEM AGROINDUSTRI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN KERUPUK IKAN DI DESA MUARA GADING MAS KECAMATAN LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)

Oleh

Annisa Putri

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengadaan bahan baku, (2) keuntungan dan nilai tambah, (3) penerapan bauran pemasaran (4P), (4) peran jasa layanan penunjang, dan (5) alternatif strategi pengembangan pada usaha Agroindustri KICA. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus pada Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri (untuk menganalisis sistem agroindustri) dan pemilik agroindustri, tenaga kerja, konsumen, Dinas UMKM Lampung Timur, dosen Jurusan Agribisnis (untuk menganalisis strategi pengembangan). Pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari-Mei 2025. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengadaan bahan baku berdasarkan kriteria enam tepat (6T) dengan tingkat ketepatan sangat baik. (2) keuntungan per bulan adalah sebesar Rp23.064.303,00 dan nilai tambah yang diperoleh adalah sebesar Rp6.050,57/kg. (3) Bauran pemasaran Agroindustri KICA berdasarkan persepsi pemilik telah memenuhi komponen 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Namun, promosi masih menggunakan *personal selling* dan perlu ditingkatkan dengan penggunaan media sosial. Berdasarkan persepsi konsumen, unsur produk, harga, dan tempat tergolong kategori baik, sedangkan promosi berada pada kategori cukup. (4) Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan dengan baik, kecuali lembaga keuangan yang tidak dimanfaatkan oleh agroindustri karena pihak agroindustri merasa mampu memenuhi kebutuhan modal secara mandiri. (5) Alternatif strategi pengembangan terdiri dari: Mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah agar produk dikenal masyarakat luas, memaksimalkan promosi digital melalui *e-commerce* dan media sosial, serta mengembangkan kapasitas produksi.

Kata kunci: sistem agroindustri, kerupuk ikan, strategi pengembangan

**ANALISIS SISTEM AGROINDUSTRI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
KERUPUK IKAN DI DESA MUARA GADING MAS KECAMATAN
LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
(Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)**

Oleh

Annisa Putri

Skripsi

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

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

: **ANALISIS SISTEM AGROINDUSTRI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN KERUPUK IKAN DI DESA MUARA GADING MAS KECAMATAN LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)**

Nama Mahasiswa

: **Annisa Putri**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **2114131042**

Program Studi

: **Agribisnis**

Fakultas

: **Pertanian**



1. Komisi Pembimbing

Ir. Suriaty Situmorang, M.Si
NIP 196208161987032002

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

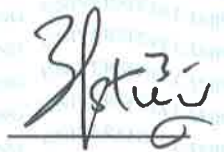
2. Ketua Jurusan Agribisnis

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

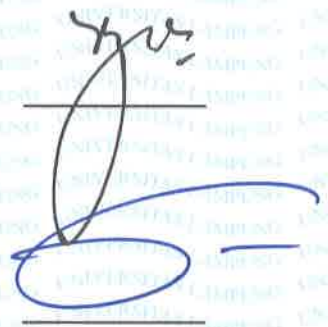
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.



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



Penguji
Bukan Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Muhammad Irfan Affandi, M.Si.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411/81989021002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juni 2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Putri

NPM : 2114131042

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

**ANALISIS SISTEM AGROINDUSTRI DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN KERUPUK IKAN DI DESA MUARA GADING MAS
KECAMATAN LABUHAN MARINGGAI KABUPATEN LAMPUNG
TIMUR** (Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)

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

Bandar Lampung, 26 Juni 2025

Yang menyatakan



Annisa Putri

NPM 2114131042

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Desa Rejomulyo, Kecamatan Pasir Sakti, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung pada tanggal 06 Januari 2003, sebagai anak ke dua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Edward dan Ibu Rusaibah. Pendidikan formal tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di TK PWP pada tahun 2007-2009, tingkat Sekolah Dasar di SD

Negeri 1 Mulyosari pada tahun 2009-2015, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Pasir Sakti pada tahun 2015-2018, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pasir Sakti pada tahun 2018-2021. Penulis diterima sebagai mahasiswi Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada tahun 2021 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Desa Purworejo, Kecamatan Pasir Sakti, Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bengkulu Raman, Kecamatan Gunung Labuhan, Kabupaten Way Kanan selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2024. Kemudian, penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum (PU) di PT Charoen Pokphand melalui program MBKM Magang selama 3 bulan kerja efektif pada bulan September-November tahun 2023.

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi dan kegiatan kemahasiswaan. Penulis menjabat sebagai Sekretaris Bidang Media Center UKMF FOSI FP Unila pada tahun 2022, sebagai Bendahara Umum UKMF FOSI FP Unila tahun 2023, Anggota LDK Birrohmah Unila pada

tahun 2021, Anggota Ikam Iamtim di bidang pengembangan sumber daya manusia pada tahun 2023. Penulis juga menerima dana hibah Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) pada tahun 2023 serta sebagai penerima beasiswa My Scholarship tahun 2022-2024.

SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala berkah, hidayah, nikmat dan karunia-Nya dan memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Sistem Agroindustri dan Strategi Pengembangan Kerupuk Ikan di Desa Muara Gading Mas Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus UMKM Kerupuk Ikan Cek Aina/KICA)”. Sholawat beserta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya kelak di Yaumul-Akhir. Penyelesaian skripsi ini melibatkan beberapa pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya dengan segala kerendahan dan ketulusan hati yang disampaikan kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si., selaku Dosen Pembimbing pertama, atas ketulusan hati dan kesabaran selama ini memberikan bimbingan, dukungan, arahan, saran, motivasi, nasihat, ilmu yang bermanfaat, perhatian, serta kebijaksanaan yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing ke dua, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, saran, motivasi, nasihat, ilmu yang bermanfaat, perhatian, serta kebijaksanaan yang telah

diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi.

5. Prof. Dr. Muhammad Irfan Affandi, M.Si., selaku Dosen Penguji, atas saran, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan untuk penyempurnaan skripsi.
6. 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.
7. Ir. Adia Nugraha, M.S., selaku Dosen pembimbing PU sekaligus sebagai responden strategi pengembangan dalam skripsi saya yang telah memberi masukan dalam pengambilan data skripsi.
8. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, atas ilmu-ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Orang tua tercinta, Bapak Edward dan Ibu Rusaibah yang selalu memberikan dukungan mental maupun finansial, semangat, kasih sayang, perhatian, nasihat, motivasi, dan do'a yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
10. Kakak tercinta, Ricky Subagya, S.Kom., yang selalu menjadi penyemangat dan pendukung sejak awal perkuliahan hingga meraih gelar sarjana. Beliau juga menjadi donatur kedua setelah orang tua, serta senantiasa memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
11. Ibu Aina dan Bapak Lukman yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian di Agroindustri KICA (KICA) dan segala tenaga, waktu, dan informasi yang diberikan untuk membantu penulis selama penelitian.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan selama masa perkuliahan Mia, Virna, Fifi, Wana, Ikal, Nabilla, Tessa, Anggun, Rizkia, Salma yang selalu memberikan bantuan, semangat, motivasi, do'a, dan kebersamaan yang diberikan kepada penulis.
13. Sahabat sepembimbing skripsi Tessa Charlene Harmony dan Yuda Dinata yang sudah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi sampai mendapatkan gelar S.P.

14. Seluruh karyawan/karyawati di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, yaitu Mbak Iin, Mbak Lucky, Mas Boim, Bapak Bukhori dan Mas iwan atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
15. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
16. Diri sendiri, yang tak pernah menyerah dan terus berjuang menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah bertahan hingga titik ini dengan semangat yang terus dijaga, air mata yang menguatkan, serta keyakinan, cita-cita, dan kemauan yang tak pernah padam. Terima kasih telah bertanggung jawab dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Bandar Lampung, 26 Juni 2025
Penulis,

Annisa Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xx
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri	9
2. Kerupuk Ikan Parang/Golok.....	12
3. Ikan Parang/Golok.....	14
4. Pengadaan Bahan Baku	16
5. Pengolahan	18
6. Pemasaran.....	23
7. Jasa Layanan Pendukung.....	27
8. Strategi Pengembangan	28
9. Analisis Lingkungan Internal	29
10. Analisis Lingkungan Eksternal	30
11. Analisis SWOT	31
12. Hasil Penelitian Terdahulu	32
B. Kerangka Pemikiran	41
III. METODE PENELITIAN	46
A. Metode Penelitian.....	46
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	46
C. Lokasi, Waktu Penelitian dan Responden Penelitian.....	57

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	58
E. Metode Analisis Data	58
1. Analisis Pengadaan Bahan Baku	58
2. Analisis Nilai Tambah	60
4. Analisis Bauran Pemasaran	63
5. Analisis Jasa Layanan Pendukung	68
6. Analisis SWOT	70
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	78
A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Timur	78
1. Sejarah Kabupaten Lampung Timur	78
2. Letak Geografis	79
3. Kondisi Iklim dan Topografi	81
4. Keadaan Demografi	81
5. Potensi Wilayah	82
B. Gambaran Umum Kecamatan Labuhan Maringgai	83
1. Sejarah Kecamatan Labuhan Maringgai	83
2. Letak Geografis	84
3. Kondisi Demografi	85
4. Keadaan Perekonomian	86
C. Gambaran Umum Agroindustri KICA	87
1. Sejarah Agroindustri KICA	87
2. Aspek Organisasi Agroindustri KICA	88
3. Aspek Sumber daya Agroindustri KICA	89
4. Aspek Permodalan Agroindustri KICA	89
5. Sarana dan Prasarana Agroindustri KICA	90
6. Tata Letak/Layout Agroindustri KICA	90
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Karakteristik Responden	92
1. Karakteristik Umum Pemilik dan Tenaga Kerja Agroindustri	92
2. Karakteristik Umum Konsumen Kerupuk ikan	94
3. Karakteristik Umum Responden Strategi Pengembangan	96
B. Pengadaan Bahan Baku Agroindustri KICA	97
1. Tepat Waktu	99
2. Tepat Tempat	100
3. Tepat Jenis	100
4. Tepat Kualitas	101
5. Tepat Kuantitas	101
6. Tepat Harga	102
C. Proses Produksi Kerupuk Ikan Golok	103
1. Pembelian Bahan Baku Kerupuk Ikan	104
2. Pembersihan Ikan	104
3. Perebusan Ikan	104
4. Pembuatan Adonan Kerupuk	105

5. Pencetakan Kerupuk	105
6. Pengukusan Kerupuk	105
7. Penjemuran Kerupuk	106
8. Penggorengan Kerupuk	106
9. Pengemasan Kerupuk	106
D. Penggunaan Sarana Produksi.	107
1. Penggunaan Bahan Baku Langsung	107
2. Penggunaan <i>Overhead</i> pabrik variabel.....	108
3. Penggunaan Tenaga Kerja	109
4. Penggunaan Peralatan.....	111
5. Penggunaan Faktor Produksi Lain.....	113
E. Keuntungan dan Nilai Tambah Agroindustri KICA	114
1. Analisis Keuntungan	114
2. Analisis Nilai Tambah.....	116
F. Analisis Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan	120
1. Bauran Pemasaran Berdasarkan Persepsi Pemilik Agroindustri ..	121
2. Bauran Pemasaran Berdasarkan Persepsi Konsumen.....	127
G. Jasa Layanan Pendukung	131
1. Lembaga Keuangan	132
2. Lembaga Penyuluhan	133
3. Pasar	133
4. Sarana Transportasi	133
5. Sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	134
6. Kebijakan Pemerintah.....	135
H. Analisis Strategi Pengembangan	135
1. Faktor Lingkungan Internal	136
2. Faktor Lingkungan Eksternal	142
3. Analisis <i>Matriks Grand Strategy</i> Agroindustri KICA.....	148
4. Alternatif Strategi Pengembangan Agroindustri KICA.....	149
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	156
A. Kesimpulan.....	156
B. Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA.....	158
LAMPIRAN.....	166
A. Tabel 47-85	167
B. Gambar 10-17.....	195

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi ikan berdasarkan jenisnya (ton) tahun 2020-2022	1
2. Agroindustri kerupuk ikan golok di Desa Muara Gading Mas	3
3. Biaya operasional	22
4. Kajian penelitian terdahulu	34
5. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan ikan golok.....	59
6. Kriteria penilaian analisis pengadaan bahan baku	60
7. Perhitungan nilai tambah Hayami	60
8. Perhitungan biaya operasional	62
9. Indikator bauran pemasaran berdasarkan persepsi produsen	63
10. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pada Agroindustri KICA, 2025	66
11. Indikator bauran pemasaran berdasarkan persepsi konsumen kerupuk ikan pada Agroindustri KICA, 2025	67
12. Penilaian responden konsumen pada Agroindustri KICA, 2025	68
13. Indeks penilaian lembaga jasa layanan pendukung Agroindustri KICA, 2025.....	69
14. Kriteria penilaian jasa layanan penunjang	70
15. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kekuatan	72
16. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kelemahan	73
17. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk peluang.....	74
18. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk ancaman	74
19. Matriks SWOT	77
20. Luas wilayah Kabupaten Lampung Timur menurut kecamatan	80
21. Karakteristik pemilik dan tenaga kerja agroindustri	93
22. Karakteristik responden konsumen kerupuk ikan pada Agroindustri	

KICA, 2025	94
23. Karakteristik responden strategi pengembangan Agroindustri KICA, 2025	97
24. Pengadaan bahan baku ikan golok dengan kriteria 6T pada Agroindustri KICA, 2025	99
25. Hasil pembobotan kriteria 6T dalam pengadaan bahan baku ikan pada Agroindustri KICA, 2025	102
26. Sebaran biaya bahan baku langsung pada Agroindustri KICA, 2025.....	108
27. Penggunaan bahan lain – lain per satu bulan Agroindustri KICA, 2025....	109
28. Penggunaan tenaga kerja Agroindustri KICA, 2025.....	110
29. Penggunaan peralatan pada Agroindustri KICA, 2025.....	112
30. Biaya penyusutan peralatan pertahun dan per bulan pada Agroindustri KICA, 2025	112
31. Penggunaan biaya lain - lain, per bulan pada Agroindustri KICA, 2025	113
32. Keuntungan produksi kerupuk per bulan pada Agroindustri KICA, 2025	115
33. Penggunaan faktor input lain kerupuk per produksi pada Agroindustri KICA, 2025	116
34. Analisis nilai tambah kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	118
35. Komponen yang berkaitan dengan unsur produk pada Agroindustri KICA, 2025	121
36. Komponen yang berkaitan dengan unsur harga pemasaran pada Agroindustri KICA, 2025	123
37. Komponen yang berkaitan dengan unsur tempat pada Agroindustri KICA, 2025	124
38. Komponen yang berkaitan dengan unsur promosi pada Agroindustri KICA, 2025	126
39. Komponen yang berkaitan dengan produk kerupuk ikan pada Agroindustri KICA, 2025	127
40. Komponen yang berkaitan dengan harga kerupuk ikan Agroindustri KICA, 2025	128
41. Komponen yang berkaitan dengan tempat kerupuk ikan Agroindustri KICA, 2025	129
42. Komponen yang berkaitan dengan promosi kerupuk ikan pada Agroindustri KICA, 2025	130
43. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung di sekitar Agroindustri KICA, 2025	131

44. Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) Agroindustri KICA, 2025	141
45. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>) Agroindustri KICA, 2025	147
46. Alternatif strategi pengembangan Agroindustri KICA, 2025	150
47. Hasil pembobotan kriteria 6T dalam pengadaan bahan baku ikan pada Agroindustri KICA, 2025	167
48. Biaya penyusutan peralatan per bulan Agroindustri KICA, 2025	167
49. Biaya bahan baku langsung Agroindustri KICA dalam satu bulan, 2025 ...	168
50. Biaya <i>overhead</i> variabel Agroindustri KICA dalam satu bulan, 2025	168
51. Penggunaan bahan baku setiap hari selama satu bulan pada Agroindustri KICA, 2025	169
52. Sumbangan faktor lain Agroindustri KICA dalam satu bulan, 2025	170
53. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung Agroindustri KICA dalam satu bulan, 2025	170
54. Biaya tenaga kerja per hari untuk 1 tenaga kerja pada Agroindustri KICA, 2025	171
55. Pendapatan kerupuk dalam satu bulan pada Agroindustri KICA, 2025	172
56. Jumlah produk yang dihasilkan per produksi pada Agroindustri KICA, 2025	172
57. HPP kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	173
58. Keuntungan Agroindustri KICA dalam satu bulan, 2025	174
59. Penggunaan faktor input lain Agroindustri KICA, 2025	175
60. Bahan baku dalam analisis nilai tambah pada Agroindustri KICA, 2025 ...	175
61. Berat kerupuk ikan per keping dan per bungkus pada Agroindustri KICA, 2025	175
62. Analisis nilai tambah kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	176
63. Hasil pembobotan pemanfaatan jasa layanan pendukung pada Agroindustri KICA, 2025	177
64. Identitas konsumen kerupuk ikan pada Agroindustri KICA, 2025	178
65. Bauran pemasaran persepsi konsumen pada Agroindustri KICA, 2025	180
66. Uji Reliabilitas menggunakan SPSS	181
67. Uji validitas menggunakan SPSS	182
68. Hasil uji validitas dan reliabilitas atribut bauran pemasaran pada Agroindustri KICA, 2025	184
69. Faktor-Faktor Strategi Internal pada Agroindustri KICA, 2025	185

70. Faktor-Faktor Strategi Eksternal pada Agroindustri KICA, 2025	185
71. Evaluasi internal responden 1 (Pemilik Agroindustri) pada Agroindustri KICA, 2025	186
72. Evaluasi internal responden 2 (Tenaga kerja) pada Agroindustri KICA, 2025	187
73. Evaluasi internal responden 3 (Dinas Koperasi), 2025.....	187
74. Evaluasi internal responden 4 (Akademisi), 2025	188
75. Evaluasi eksternal responden 1 (Pemilik Agroindustri) pada Agroindustri KICA, 2025	188
76. Evaluasi eksternal responden 2 (Tenaga Kerja) pada Agroindustri KICA, 2025	189
77. Evaluasi eksternal responden 3 (Dinas Koperasi), 2025.....	189
78. Evaluasi eksternal responden 4 (Akademisi), 2025	190
79. Rata-rata bobot faktor internal pada Agroindustri KICA, 2025	190
80. Rata-rata bobot faktor eksternal pada Agroindustri KICA, 2025	191
81. Rating faktor internal pada Agroindustri KICA, 2025.....	191
82. Rating faktor eksternal pada Agroindustri KICA, 2025	192
83. Rekapitulasi nilai total IFE pada Agroindustri KICA, 2025.....	192
84. Rekapitulasi nilai total EFE pada Agroindustri KICA, 2025.....	193
85. Alternatif strategi Agroindustri KICA, 2025	194

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Sistem agribisnis	10
2. Diagram alir pembuatan kerupuk ikan golok.....	13
3. Kerangka pemikiran	45
4. Matriks <i>grand strategy</i>	75
5. Letak wilayah dan batas wilayah Kabupaten Lampung Timur berdasarkan Kecamatan.....	79
6. Letak wilayah dan batas wilayah Kabupaten Lampung Timur berdasarkan desa.....	84
7. Struktur organisasi Agroindustri KICA, 2025	88
8. Tata letak rumah produksi Agroindustri KICA, 2025	90
9. Matriks <i>grand strategy</i> Agroindustri KICA, 2025.....	149
10. Matriks <i>grand strategy</i> Agroindustri KICA, 2025.....	193
11. Proses pencetakan kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	195
12. Proses pengukusan dan penjemuran kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	195
13. Proses penggorengan kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025.....	195
14. Proses pengemasan kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025.....	195
15. Wawancara sampel/ responden Agroindustri KICA, 2025.....	196
16. Penimbangan Kerupuk pada Agroindustri KICA, 2025	196
17. Reseller pada Agroindustri KICA, 2025	196

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara maritim dengan wilayah perairan yang luas dan sumber daya laut yang melimpah, sehingga memiliki potensi besar dalam sektor perikanan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), subsektor perikanan menempati posisi ketiga sebagai penyumbang terbesar terhadap PDB nasional di bidang pertanian, setelah subsektor tanaman perkebunan dan tanaman pangan. Kekayaan keanekaragaman hayati laut yang dimiliki Indonesia menghasilkan beragam jenis ikan. Menurut data Dinas Kelautan dan Perikanan (2024), menunjukkan produksi beberapa jenis ikan di Indonesia, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi ikan berdasarkan jenisnya (ton) tahun 2020-2022

No.	Jenis ikan	2020	2021	2022
1.	Tuna	300.803	359.132	355.351
2.	Cakalang	468.269	432.845	474.810
3.	Tongkol	581.023	594.811	660.476
4.	Bandeng	811.883	780.763	779.706
5.	Nila	1.172.633	1.300.529	1.356.654
6.	Gurame	152.669	149.170	159.572
7.	Patin	327.146	332,023	340.444
8.	Lele	993.768	1.041.574	1.101.625
9.	Ikan mas	560.669	651.238	508.724
10.	Lain-lainnya			

Sumber: Dinas Kelautan dan Perikanan, 2024

Berdasarkan Tabel 1, bahwa Indonesia memiliki beragam jenis ikan yang telah lama dikenal luas oleh masyarakat. Ikan adalah komoditi utama sektor

perikanan yang dapat dikonsumsi segar namun, ikan memiliki sifat yang mudah rusak dan busuk, sehingga perlu adanya proses pengolahan untuk memperlama masa simpan. Menurut Undang-Undang Perikanan Nomor 45 Tahun 2009, dijelaskan bahwa secara garis besar, industri pengolahan ikan laut dapat dibedakan menjadi dua kelompok utama, yaitu kelompok pengolah ikan serta kelompok penambahan nilai ikan. Kelompok pengolah ikan merupakan upaya melakukan pengawetan ikan secara tradisional dengan hasil akhir masih berupa ikan, terdiri dari pengalengan, pemindangan, pengeringan, penggaraman, pengasapan, pemanggangan dan pembekuan, sedangkan penambahan nilai ikan merupakan hasil olahan turunan dari ikan baik dari daging, kulit maupun tulang ikan. Kelompok penambahan nilai ikan terdiri dari surimi (daging ikan giling), *fillet* dan turunannya seperti bakso ikan, nugget ikan, otak-otak, kaki naga, kerupuk ikan, terasi dan olahan lainnya.

Kerupuk ikan merupakan salah satu produk olahan yang berasal dari *fillet* ikan, memberikan nilai tambah pada hasil perikanan. Produk ini tergolong makanan ringan yang dibuat dari campuran daging ikan, tepung, dan rempah-rempah. Kerupuk ikan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari konsumsi masyarakat Indonesia sebagai makanan pendamping, tidak hanya populer di dalam negeri, kerupuk ikan juga memiliki peluang besar di pasar internasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), ekspor kerupuk ikan dan produk sejenis, seperti keripik dan peyek, mencapai 17.540 ton dengan nilai ekspor sekitar USD 37,7 juta. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,35% dibandingkan tahun 2022, di mana nilai ekspor produk tersebut tercatat sekitar USD 37,36 juta dengan volume sebesar 15.925 ton. Negara tujuan ekspor kerupuk adalah Thailand, Belanda, Korea Selatan, Cina, Inggris, Malaysia, Taiwan, Amerika Serikat. Hal ini membuktikan bahwa kerupuk ikan memiliki potensi sebagai salah satu komoditas yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai tambah sektor perikanan dan perekonomian nasional.

Kerupuk ikan umumnya menggunakan jenis ikan yang populer di Indonesia meliputi ikan lele, patin, tenggiri, bandeng dan lain sebagainya. Tidak semua

jenis ikan memiliki nilai ekonomi tinggi, sehingga beberapa jenis ikan hasil tangkapan seringkali kurang dimanfaatkan secara optimal. Terdapat salah satu jenis ikan laut yang kurang terkenal, namun banyak digunakan sebagai bahan pencampuran kerupuk yaitu ikan golok/ikan parang.

Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu daerah yang terdapat ikan golok tepatnya di Pelabuhan Perikanan Labuhan Maringgai. Menurut Laila *et al.*, (2023) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa ikan golok menjadi salah satu ikan sampingan bukan target nelayan, alat tangkap yang digunakan nelayan Pelabuhan Perikanan Labuhan Maringgai adalah jaring play dan jaring payang. Hasil tangkap ikan golok bulan Oktober-Desember tahun 2022 dengan jaring play sebesar 1.472 kg dan jaring payang sebesar 75 kg (Laila *et al.*, 2023). Berdasarkan hasil pra survei, ikan golok adalah salah satu ikan yang kurang diminati untuk dikonsumsi segar, karena memiliki duri yang banyak, sehingga masyarakat setempat mengolahnya menjadi kerupuk ikan agar memiliki nilai jual. Berdasarkan hasil pra survei terdapat 7 agroindustri yang mengolah ikan golok menjadi kerupuk ikan. Daftar nama agroindustri tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Agroindustri kerupuk ikan golok di Desa Muara Gading Mas

No.	Agroindustri Kerupuk Ikan Golok	Produksi (Kg)
1.	Kerupuk Ikan Cek Aina(KICA)	50 – 63
2.	Mustika Cahaya Laut	50
3.	Kerupuk Ikan Jaya	25
4.	Kerupuk Ikan Putra Bungsu	25
5.	Kerupuk Ikan Cek Yani	50
6.	Kerupuk Ikan Pak Ahsan	25
7.	Kerupuk Ikan Bu Astuti	25

Sumber: Hasil pra survei, 2024

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa Agroindustri Kerupuk Ikan Cek Aina (KICA) adalah salah satu agroindustri pengolahan kerupuk ikan yang berada di Kecamatan Labuhan Maringgai tepatnya di Desa Muara Gading Mas dan termasuk ke dalam kriteria unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan skala usaha kecil, karena agroindustri kerupuk ikan ini memiliki

karyawan kurang dari 19 orang. Agroindustri KICA memberikan peluang lapangan pekerjaan dengan menyerap tenaga kerja wanita dari lingkungan sekitar. Agroindustri KICA memanfaatkan ikan golok yang kurang diminati masyarakat sebagai bahan pembuatan kerupuk, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah. Agroindustri KICA telah berdiri dari tahun 2011, namun masih bersifat tradisional, sehingga belum melakukan manajemen pada semua kegiatan agroindustri yang dilakukan. Sistem agroindustri pada Agroindustri KICA meliputi kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran. Pelaksanaan kegiatan Agroindustri KICA tidak terlepas dari peranan layanan jasa penunjang yang membantu memperlancar kegiatannya.

Bahan baku adalah faktor utama yang diperlukan dalam proses pengolahan agroindustri. Pengadaan bahan baku merupakan salah satu kegiatan krusial dalam mendukung kelangsungan proses produksi di agroindustri kerupuk ikan. Berdasarkan hasil pra survei pengadaan bahan baku Agroindustri KICA dilakukan dengan memanfaatkan pasokan ikan golok yang diperoleh langsung dari nelayan setempat. Ketersediaan ikan golok dipengaruhi oleh musim, yang dapat berdampak pada menurunnya hasil tangkapan ikan dan mengakibatkan kenaikan harga ikan. Menurut Andi (2023) dalam Laila (2023), hasil tangkapan ikan pada musim barat meningkat karena dipengaruhi oleh faktor seperti suhu, cuaca, arus, dan ketersediaan makanan begitupun sebaliknya pada musim timur hasil tangkapan nelayan menurun karena pada musim timur ikan-ikan sedang memijah atau berkembang biak. Selama ini Agroindustri KICA belum melakukan manajemen pengadaan bahan baku sehingga perlu dianalisis mengenai persediaan bahan baku untuk melihat apakah pengadaan bahan baku yang dilakukan agroindustri sudah optimal atau belum.

Pengolahan memegang peranan penting dalam meningkatkan nilai tambah suatu produk. Agroindustri KICA mengolah ikan golok menjadi kerupuk sebagai upaya untuk memperpanjang masa simpan sekaligus meningkatkan nilai ekonomis produk. Agroindustri KICA dalam satu hari produksi dapat

menghasilkan 450-500 bungkus kerupuk ikan. Pengolahan kerupuk ikan pada Agroindustri KICA masih bersifat tradisional sehingga proses produksi dipengaruhi oleh faktor cuaca, salah satunya saat penjemuran kerupuk, sehingga berdampak pada kinerja agroindustri.

Kerupuk Ikan Cek Aina (KICA) tidak hanya dijual di sekitar Kecamatan Labuhan Maringgai saja, namun juga memasok pedagang di daerah Cirebon dan Ciamis untuk dijual kembali. Permasalahan yang timbul pada Agroindustri KICA adalah kurang mempromosikan produk dan tidak memanfaatkan teknologi digital, serta terdapat banyak pesaing yang menjual produk serupa. Kegiatan pemasaran Agroindustri KICA dapat didukung dengan adanya penerapan bauran pemasaran yang melibatkan konsep 4P (*product, price, place, dan promotion*). Adanya penerapan bauran pemasaran dengan mengkombinasikan komponen 4P tersebut diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, Agroindustri KICA harus mampu mengkombinasikan komponen 4P dengan baik agar dapat memperoleh laba yang maksimal.

Seluruh kegiatan utama pada Agroindustri KICA tersebut tentu akan berjalan lebih efektif apabila didukung dengan adanya peran kelembagaan pendukung. Kelembagaan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, pasar, sarana transportasi, sarana teknologi informasi dan komunikasi, serta kebijakan pemerintah. Adanya jasa layanan pendukung dapat memperlancar atau mengembangkan kegiatan Agroindustri KICA, sehingga harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya agar menghasilkan dampak yang positif seperti kebijakan pemerintah berupa adanya sertifikat halal dan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga).

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Agroindustri KICA tentu tidak terlepas dari permasalahan yang dapat menghambat proses produksi. Agroindustri KICA masih menghadapi berbagai permasalahan yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal, sehingga Agroindustri KICA perlu melakukan analisis perumusan strategi pengembangan, disesuaikan dengan

karakteristik dan permasalahan yang dihadapi. Penetapan strategi ini didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal, sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai analisis sistem agroindustri dan strategi pengembangan untuk menganalisis proses pengadaan bahan baku yang memenuhi enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga), mengetahui proses produksi untuk menganalisis nilai tambah dan keuntungan, mengetahui kegiatan pemasaran produk untuk menganalisis bauran pemasaran, dan mengetahui peranan jasa penunjang dalam kegiatan agroindustri serta perumusan strategi pengembangan yang tepat bagi pelaku usaha untuk dapat bersaing atau mempertahankan eksistensi usaha dan mengatasi masalah yang dihadapi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengadaan bahan baku yang dilakukan Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur ?
2. Berapa nilai tambah dan keuntungan Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur ?
3. Bagaimana bauran pemasaran Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur ?

4. Bagaimana peranan jasa layanan penunjang terhadap Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur ?
5. Bagaimana alternatif strategi pengembangan terhadap Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengadaan bahan baku yang dilakukan Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur.
2. Menganalisis keuntungan dan nilai tambah Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur.
3. Menganalisis bauran pemasaran Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur.
4. Menganalisis peranan jasa layanan penunjang terhadap Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur.
5. Menyusun alternatif strategi pengembangan terhadap Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pemilik Agroindustri KICA, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan acuan untuk mengembangkan

usahanya serta dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai.

2. Bagi pemerintah atau instansi terkait, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pengembangan dan evaluasi agroindustri sejenis.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi atau rujukan untuk melakukan penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

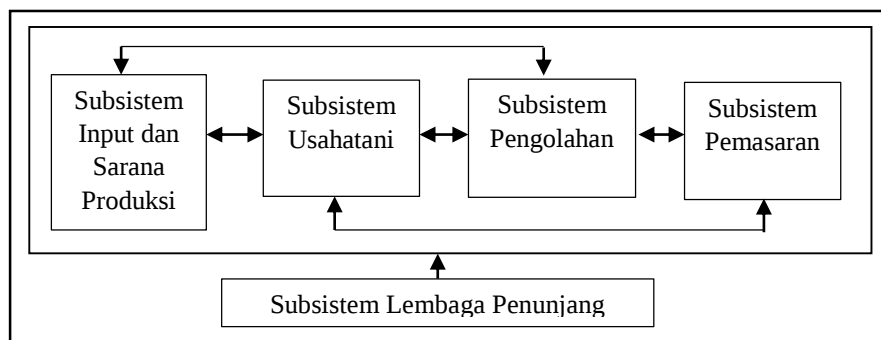
A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Agribisnis merupakan suatu model yang mencakup sistem dari kegiatan pra budidaya dan budidaya, panen, pasca panen, dan pemasaran serta sektor penunjang yang saling terintegrasi kuat antara satu dan yang lainnya serta sulit dipisahkan. Agribisnis mencakup tiga hal, yaitu agribisnis hulu, *on-farm* agribisnis dan agribisnis hilir. Agribisnis hulu yakni industri-industri yang menghasilkan sarana produksi (*input*) pertanian, seperti industri agrokimia, industri agro otomotif, dan industri pembibitan. *On farm* agribisnis yaitu pertanian tanaman pangan, tanaman hortikultura, tanaman obat-obatan, perkebunan, peternakan, perikanan laut dan air tawar serta kehutanan. Industri hilir pertanian atau disebut juga agribisnis hilir yakni kegiatan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan, baik produk perantara maupun produk akhir (Saragih, 2010).

Menurut Suparta (2005), konsep sistem agribisnis mencakup seluruh aktivitas bisnis di bidang pertanian yang saling berkaitan dan bergantung satu sama lain. Sistem ini terdiri dari beberapa subsistem, yaitu: (1) subsistem penyediaan dan distribusi sarana produksi, (2) subsistem usahatani, (3) subsistem pengolahan dan penyimpanan hasil (agroindustri), (4) subsistem pemasaran, dan (5) subsistem layanan

pendukung. Kelima subsistem tersebut memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Sistem agribisnis disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistem agribisnis
Sumber : Sutawi, 2002 dalam Lestari, 2017

Agroindustri adalah subsistem dalam agribisnis yang bertugas untuk mengolah dan mengubah bahan-bahan dari sektor pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang siap untuk dikonsumsi langsung. Menurut Saragih (2004), istilah "agroindustri" muncul dari konsep "agribisnis," yang juga merupakan sebuah sistem tersendiri dalam usaha yang menyediakan bahan baku untuk proses produksi pertanian. Agroindustri merupakan salah satu subsistem dalam sistem agribisnis yang menempati posisi dan peran strategis dalam pembangunan pertanian terutama dalam meningkatkan kualitas produk pertanian untuk menjamin ketersediaan pengadaan bahan baku industri pengolahan hasil pertanian. Agroindustri juga sangat berperan dalam meningkatkan nilai tambah produk pertanian melalui pengolahan dan penganekaragaman (diversifikasi) produk serta penyediaan lapangan kerja (Timisela *et al.*, 2023).

Menurut Budiarto (2009), salah satu karakteristik utama agroindustri adalah adanya keterkaitan yang saling bergantung antara berbagai elemen, seperti penyediaan bahan baku, proses pengolahan, dan pemasaran produk. Agroindustri harus dipandang sebagai suatu sistem yang melibatkan empat jenis keterkaitan, yaitu:

- a. Keterkaitan rantai produksi, yaitu hubungan antar tahap operasional yang mencakup aliran bahan baku pertanian, proses pengolahan, hingga mencapai konsumen.
- b. Keterkaitan kebijakan makro-mikro, yaitu pengaruh kebijakan pemerintah pada tingkat makro terhadap performa agroindustri.
- c. Keterkaitan kelembagaan, yaitu hubungan antara berbagai organisasi yang beroperasi dan saling berinteraksi dalam rantai produksi agroindustri.
- d. Keterkaitan internasional, yaitu ketergantungan antara pasar nasional dan internasional yang menjadi wilayah kerja agroindustri.

Industri pengolahan dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok usaha yaitu usaha mikro, kecil, menengah dan besar berdasarkan jumlah pekerja yang terdapat di usaha tersebut adalah:

- a. Usaha mikro atau industri rumah tangga adalah yang memiliki pekerja kurang dari lima orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.
- b. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pekerja lima sampai 19 orang.
- c. Usaha menengah adalah usaha yang memiliki pekerja 20 sampai 99 orang.
- d. Usaha besar adalah usaha yang memiliki pekerja lebih dari atau sama dengan 100 orang.

Berdasarkan lokasi pemasaran dan aset yang dimiliki, industri dapat dibedakan menjadi:

- a. Industri rumah tangga, lokasi pemasarannya masih terbatas atau berskala lokal dan memiliki nilai aset lebih dari 50 juta rupiah dan nilainya tidak kurang dari 300 juta rupiah.
- b. Industri menengah, lokasi pemasarannya relatif lebih luas atau berskala regional dan memiliki nilai aset antara 500 juta sampai dengan 10 miliar.

- c. Industri besar, lokasi pemasarannya berskala nasional atau internasional dan memiliki nilai aset lebih dari 10 miliar (Rifzan, 2015).

Agroindustri KICA adalah salah satu contoh industri yang beroperasi dalam subsistem pengolahan di dalam sistem agribisnis. Bisnis ini berfokus pada pengolahan kerupuk ikan dan termasuk dalam kategori usaha mikro kecil menengah (UMKM), tepatnya dalam skala usaha kecil. Usaha ini memiliki jumlah tenaga kerja yang terbatas, dengan 8 orang karyawan yang berasal dari lingkungan sekitar yang terlibat dalam seluruh proses mulai dari pengolahan hingga pemasaran produk ke konsumen. Modal yang digunakan dalam operasional usaha ini juga relatif terbatas, mencerminkan skala kecil dari bisnis tersebut.

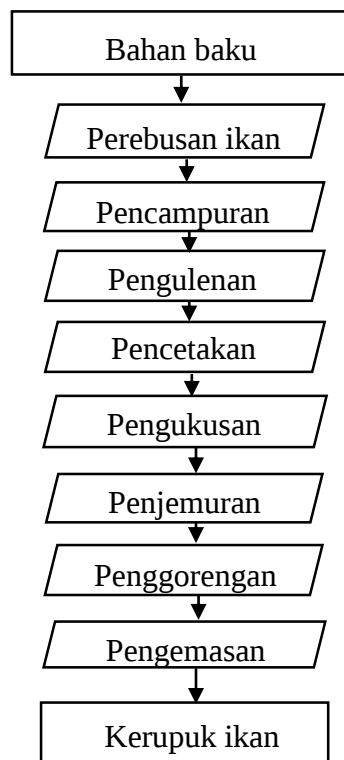
2. Kerupuk Ikan Parang/Golok

Kerupuk ikan merupakan salah satu produk perikanan yang digemari masyarakat dikarenakan rasanya yang gurih dan teksturnya yang renyah (Hendrikayanti *et al.*, 2022). Kerupuk ikan pada dasarnya dihasilkan dari pencampuran daging ikan dengan pati dan air. Adonan ini kemudian dibentuk menjadi bulat, atau lonjong lalu direbus atau dikukus. Adonan kemudian didinginkan, diiris dan dikeringkan sampai kadar air mencapai 10%. Irisan dari kerupuk yang sudah kering tersebut kemudian digoreng dengan menggunakan minyak goreng dan biasanya disajikan dalam bentuk makanan ringan atau sebagai lauk-pauk. Selama proses penggorengan, kerupuk menjadi mengembang dan berpori rendah, ini menjadi salah satu parameter kualitas penting pada kerupuk (Huda *et al.*, 2009).

Jenis ikan yang dimanfaatkan masyarakat di daerah pesisir laut dalam campuran pembuatan kerupuk adalah ikan parang. Pemilihan ikan parang didasari karena harganya yang murah dan mudah diperoleh. Agroindustri KICA melihat peluang ini untuk dijadikan kerupuk dan

meningkatkan nilai jual yang tinggi. Tahapan pengolahan kerupuk ikan parang menurut pemilik usaha adalah sebagai:

- a. Ikan parang dicuci hingga bersih, lalu belah tengah ikan menjadi 2 lalu pisahkan duri dengan daging ikan menggunakan alat pirikan ikan.
- b. Adonan kerupuk seperti tepung tapioka, ikan *fillet*, dan bumbu dicampurkan dan selanjutnya aduk hingga rata.
- c. Adonan kerupuk dicetak menggunakan pirikan hingga membentuk kerupuk bulat keriting.
- d. Kerupuk basah diletakkan di wadah berbahan bambu untuk lanjut ke proses pengukusan.
- e. Kerupuk diangkat dari kukusan lalu, didinginkan dengan cara diangin-anginkan, selanjutnya dilakukan penjemuran di bawah terik matahari
- f. Kerupuk yang telah kering lalu digoreng, penggorengan dilakukan sebanyak 2 kali, pertama dengan minyak yang tidak terlalu panas dan dilanjutkan dengan minyak yang panas. Proses pembuatan kerupuk ikan disajikan seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir pembuatan kerupuk ikan golok

3. Ikan Parang/Golok

Ikan parang dikenal dengan nama ilmiah *Chirocentrus dorab*, ikan ini termasuk ikan pesisir ditemukan di perairan laut dan payau atau muara. Ikan parang berasal dari perairan Indo-Pasifik, meliputi kepulauan Madagaskar, Fiji, Kaledonia Baru, Afrika timur/barat, Selat India dan hampir semua perairan pasifik mulai dari Jepang, Filipina, Malaya, New Guinea dan seluruh perairan Indonesia. Ikan parang di Indonesia umumnya ditemukan di seluruh wilayah penangkapan, meliputi perairan barat Sumatera (DI Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bengkulu dan Lampung), Sumatera timur (Jambi, Sumatera Selatan dan Lampung), Selat Malaka (DI Aceh, Sumatera Utara dan Riau), Perairan Selatan Jawa (Yogyakarta dan Jawa Timur), Utara Jawa (DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur), Bali dan Nusa Tenggara, Kalimantan Selatan atau Barat, Kalimantan Timur.

Ikan parang pertama kali ditemukan oleh Dane Forsskal pada tahun 1975 dan termasuk jenis ikan buas. Ciri fisik ikan parang meliputi tubuh yang memanjang seperti parang mengkilap, dengan warna tubuh yang keperak-perakan. Sisiknya sangat halus dengan bagian atas agak kelabu, bagian tengah keperak-perakan. Sirip dada lebih pendek (11% sampai 13% dari panjang standar). Panjang tubuh sekitar 3-120 cm dengan rata-rata panjang adalah 70 cm. Bertulang sirip, dengan beberapa tulang seperti gigi. Ikan parang memiliki banyak sebutan, di Indonesia adalah ikan parang-parang/golok, Blidang (umum), Balebale (Bugis), Blidah, Bureng, Dorab, Terak Teros, Trak (Jawa), dan Blideng (Aceh). Menurut Herring (2011), taksonomi dan klasifikasi ikan parang adalah :

Kingdom : Animalia

Phylum: Chordata

Kelas: Actinopterygii

Ordo: Clupeiformes

Famili: *Chirocentridae*

Genus: *Chirocentrus*

Spesies: *Chirocentrus dorab*

Ikan parang/golok termasuk kedalam jenis ikan pelagis kecil, musim tangkap jenis ikan pelagis di Indonesia dipengaruhi oleh kondisi oseanografi, terutama suhu permukaan laut, arus, dan ketersediaan makanan, yang sangat dipengaruhi oleh musim muson (angin timuran dan angin baratan). Menurut penelitian Laila *et al.*, (2023) di Pelabuhan Perikanan Labuhan Maringgai Lampung Timur hasil tangkapan nelayan dipengaruhi oleh musim:

a. Musim Timur (Mei-September)

Musim angin timur atau musim kemarau, ditandai oleh cuaca yang cerah, angin yang stabil, dan gelombang laut yang relatif tenang. Kondisi ini sangat mendukung kegiatan penangkapan ikan karena laut lebih teduh dan aman untuk dilayari. Nelayan dapat melaut lebih sering dan menjangkau wilayah tangkap yang lebih luas, sehingga produksi ikan meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, musim angin timur sering disebut sebagai musim ikan, karena merupakan periode yang paling produktif dalam sektor perikanan tangkap.

b. Musim Barat (November-Maret)

Musim angin barat biasanya ditandai dengan curah hujan tinggi, angin kencang, dan gelombang laut yang besar. Kondisi ini menyulitkan nelayan untuk melaut karena risiko kecelakaan meningkat dan operasional menjadi terbatas. Akibatnya, hasil tangkapan ikan cenderung menurun selama musim ini.

c. Musim Peralihan (Maret-Mei dan September-November):

Musim peralihan, hasil tangkapan ikan pelagis kecil biasanya menurun karena perubahan kondisi lingkungan yang kurang optimal bagi perkembangan plankton sebagai sumber makanan.

Berdasarkan hasil pra-survei bersama pihak gudang lelang Labuhan Maringgai, ikan golok/parang dikategorikan sebagai ikan bernilai

ekonomi rendah, sehingga diperlukan pengolahan lebih lanjut untuk meningkatkan harga jual. Masyarakat Desa Muara Gading Mas memanfaatkan ikan golok sebagai bahan campuran dalam pembuatan kerupuk karena rasanya yang gurih serta kemudahan dalam memisahkan daging dari durinya. Pemanfaatan ikan parang sebagai bahan campuran kerupuk juga berperan dalam mengurangi limbah ikan yang tidak terjual sekaligus meningkatkan nilai tambah produk perikanan lokal.

4. Pengadaan Bahan Baku

Persediaan bahan baku adalah stok barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi. Barang-barang ini dapat diperoleh dari sumber alam atau dibeli dari pemasok, termasuk perusahaan yang memproduksi bahan baku untuk pabrik yang memerlukannya (Assauri, 1999). Bahan baku adalah faktor yang berpengaruh dalam pelaksanaan proses produksi kerupuk ikan. Pengadaan bahan baku menjadi kegiatan penting yang mendukung kelancaran proses produksi dalam suatu agroindustri. Pengadaan bahan baku memiliki peran krusial bagi keberhasilan kegiatan agroindustri (Kusnadi dan Affandi, 2022). Menurut Budiman dan Hakimi (2004) yang dikutip oleh Arifin (2016), bahan baku adalah komponen yang membentuk bagian dari produk akhir dan menjadi salah satu pengeluaran terbesar dalam produksi. Bahan-bahan ini digunakan dalam proses produksi, antara lain:

- a. Bahan langsung (*direct materials*) adalah bahan yang menjadi bagian dari barang-barang jadi dan merupakan bagian pengeluaran terbesar dalam memproduksi sesuatu.
- b. Bahan tidak langsung (*indirect materials*) merupakan bagian dari produk jadi yang digunakan dalam jumlah kecil sehingga biaya bahan tidak besar jika dibandingkan dengan biaya langsung.
- c. Perlengkapan (*supplies*) merupakan bahan yang digunakan dalam proses produksi, tetapi tidak mengambil bagian dari barang jadi.

Indrajit dan Djokopranoto (2003) mengartikan manajemen persediaan sebagai serangkaian kegiatan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk menentukan kebutuhan material. Melalui manajemen ini, kebutuhan operasional dapat dipenuhi secara tepat waktu, sekaligus memastikan bahwa investasi pada material berada pada tingkat optimal. Manajemen persediaan berfokus pada koordinasi dan integrasi kegiatan pengendalian agar dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif bersama dengan orang lain, baik untuk jangka pendek maupun panjang. Menurut Assauri dalam Ruauw (2011), pengendalian persediaan bertujuan:

- a. Mencegah kekurangan persediaan yang dapat mengganggu proses produksi.
- b. Mengendalikan jumlah persediaan agar tidak berlebihan sehingga biaya persediaan dapat ditekan.
- c. Menghindari pembelian bahan baku dalam jumlah kecil secara berulang.

Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku terdapat enam faktor penting yang perlu diperhatikan agar kegiatan pengolahan berjalan dengan lancar yaitu:

- a. Tepat waktu, saat bahan baku dibutuhkan atau ketika jumlah bahan baku menipis, maka bahan baku dapat tersedia dengan cepat agar tidak terjadi penundaan proses produksi.
- b. Tepat tempat, tempat yang menjual bahan baku merupakan tempat yang memberikan pelayanan yang memuaskan, mudah dijangkau, dan letaknya strategis bagi pihak usaha agroindustri.
- c. Tepat jenis, jenis bahan baku yang digunakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pihak usaha agroindustri.
- d. Tepat kuantitas, jumlah bahan baku yang tersedia cukup untuk diproduksi sesuai dengan target produksi.
- e. Tepat kualitas, kualitas dari bahan baku yang akan digunakan berupa kualitas terbaik.

- f. Tepat harga, harga yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku terjangkau sehingga pihak usaha agroindustri dapat memperoleh keuntungan yang telah diperkirakan.

5. Pengolahan

Pengolahan pada agroindustri merupakan kegiatan untuk mengubah *input* menjadi *output* (hasil produksi). Agroindustri membutuhkan bahan baku yang berasal dari sumber tumbuhan, hewan, dan ikan untuk mendukung lancarnya proses pengolahan hasil pertanian. Proses pengolahannya meliputi transformasi bahan melalui perubahan fisik atau kimia, serta melibatkan tahapan pengawetan, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi produk. Teknologi yang digunakan untuk mengolah produk pertanian saat ini sangat beragam, mulai dari teknik tradisional pada industri skala kecil (rumahan) hingga teknologi modern yang lebih canggih untuk industri berskala besar (Timiselia *et al.*, 2023). Menurut Suprpto (2010), pengolahan hasil pertanian dalam agroindustri memiliki beberapa karakteristik utama:

- a. Meningkatkan nilai tambah.
- b. Menghasilkan produk yang dapat dipasarkan, dikonsumsi, atau dimanfaatkan.
- c. Memperkuat daya saing.
- d. Meningkatkan pendapatan serta keuntungan bagi produsen.

Kegiatan pengolahan memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja, memperbaiki distribusi pendapatan, dan secara signifikan mendorong pembangunan di sektor pertanian. Menurut Sudiyono (2004) yang dikutip oleh Imran (2021), terdapat dua kategori faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan nilai dalam pengolahan, yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis meliputi kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan, serta tenaga kerja, sedangkan faktor

pasar meliputi harga *output*, upah tenaga kerja, harga bahan baku, serta nilai *input* lainnya selain bahan bakar dan tenaga kerja.

a. Teori Nilai Tambah

Nilai tambah adalah peningkatan nilai suatu produk melalui proses produksi, seperti pengolahan, pengemasan, dan modifikasi lainnya. Nilai tambah diperoleh dari selisih antara komoditas yang mendapat perlakuan tertentu dengan nilai pengorbanan yang diberikan selama proses pengolahan berlangsung (Kusuma *et al.*, 2020). Semakin tinggi nilai tambah yang dihasilkan dari suatu produk, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat diperoleh. Salah satu metode analisis nilai tambah yang umum digunakan adalah metode Hayami.

Analisis nilai tambah Hayami dilakukan dengan mengidentifikasi komponen utama yang terdiri dari *input* yang digunakan, *output* yang dihasilkan, harga bahan baku, harga jual produk, biaya tenaga kerja, dan sumbangan *input* lain. Metode nilai tambah Hayami memiliki beberapa keunggulan, yaitu dapat mengetahui nilai *output* dan besarnya nilai tambah serta mengetahui nilai balas jasa pemilik faktor – faktor produksi (Artika dan Marini, 2016). Analisis nilai tambah berfungsi sebagai salah satu indikator dalam keberhasilan sektor agribisnis. Kegunaan dari menganalisis nilai tambah menurut Soekartawi (2000) adalah untuk mengetahui:

- (1) Besar nilai tambah yang akan terjadi akibat perlakuan tertentu yang diberikan pada komoditas pertanian.
- (2) Distribusi imbalan yang diterima pemilik dan tenaga kerja.
- (3) Besarnya kesempatan kerja yang diciptakan dari kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.
- (4) Besar peluang serta potensi yang dapat diperoleh dari suatu sistem komoditas di suatu wilayah tertentu dari penerapan teknologi pada satu atau beberapa subsistem di dalam sistem komoditas.

b. Teori Keuntungan

Keuntungan dalam ilmu akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dengan biaya produksi (Baene, 2020). Menurut Kartadinata (2000), terdapat beberapa pengertian yang harus dipahami dalam menganalisis keuntungan, antara lain:

- (1) Pendapatan merupakan jumlah produksi yang dihasilkan dalam kegiatan usaha dikalikan dengan harga jual yang berlaku di pasar.
- (2) Beban produksi merupakan semua pengeluaran dalam usaha yang dinyatakan dalam uang untuk menghasilkan produksi.
- (3) Keuntungan bersih merupakan pendapatan yang dikurangi dengan total beban produksi atau pendapatan kotor dikurangi dengan beban variabel dan beban tetap.

Pendapatan agroindustri merupakan hasil kali dari jumlah total barang yang dihasilkan dengan harga jual barang persatuan. Istilah pendapatan dalam agroindustri sama dengan pengertian pendapatan dalam usahatani. Pengertian pendapatan menurut Soekartawi (2016) menyatakan bahwa, total pendapatan dalam usaha tani diperoleh dari produksi fisik dikalikan dengan harga produksi. Istilah pendapatan dalam agroindustri menurut Kartadinata (2000) adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha atau produksi dikalikan dengan harga jual yang berlaku dipasar. Secara matematis, pendapatan total dapat ditulis sebagai :

$$\text{Pendapatan} = P_y \cdot Y \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

Pendapatan = Hasil kali antara *output* dan harga (Rp)

P_y = Harga (Rp)

Y = Produksi (hasil *output*) (Kg)

Menurut Kartadinata (2000) biaya dinyatakan sebagai harga penukaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh suatu manfaat. Keuntungan dalam agroindustri merupakan selisih antara

pendapatan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Dalam agroindustri, pengertian istilah keuntungan sama dengan pengertian pendapatan dalam usaha tani. Menurut Soekartawi (2016) pendapatan usahatani adalah selisih antara pendapatan kotor dan semua biaya produksi selama melakukan produksi. Menurut Kartadinata (2000), keuntungan bersih adalah pendapatan yang dikurangi oleh total biaya produksi atau pendapatan kotor dikurangi dengan biaya tetap dan biaya variabel. Secara matematis, besarnya keuntungan agroindustri dapat dirumuskan sebagai :

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya operasional} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Pendapatan = Jumlah produksi dikalikan harga jual produk (Rp).

Biaya operasional = Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya) (Rp).

Biaya operasional merupakan faktor yang mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Menurut Setiawan (2021), biaya operasional terdiri dari biaya produksi langsung dan tidak langsung. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung meliputi biaya *overhead* pabrik (BOP).

Berikut merupakan uraian terkait unsur – unsur biaya operasional:

1. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli input utama atau bahan baku dalam proses produksi untuk diolah menjadi output atau hasil produksi.
2. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya dalam bentuk upah atau gaji yang dikeluarkan sebagai bentuk bayaran atas jasa tenaga kerja yang langsung terlibat dalam kegiatan produksi.

3. Biaya overhead pabrik merupakan biaya penunjang dalam kegiatan produksi. Beberapa biaya yang termasuk ke dalam BOP, antara lain biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan, biaya listrik, biaya asuransi, biaya telepon, dll. Biaya operasional disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Biaya operasional

No.	Biaya Operasional
1.	Biaya bahan baku
2.	Biaya tenaga kerja langsung
3.	Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel -biaya bahan pendukung -biaya tenaga kerja tidak langsung -biaya proses produksi lainnya (transportasi, listrik, dll)
4.	Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap -Penyusutan alat -Pajak

Sumber: Kartadinata, 2000

Secara matematis besarnya keuntungan atau pendapatan bersih dalam usahatani menurut Soekartawi (2016) dirumuskan sebagai:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(3)$$

$$\pi = (Y \cdot P_y) - (TVC + TFC) \dots\dots\dots(4)$$

$$\pi = (Y \cdot P_y) - (X_i \cdot P_{xi}) - BTT \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

π = Keuntungan/pendapatan bersih (Rp)

TR = Total penerimaan/pendapatan kotor (Rp)

TC = Total biaya (Rp)

TFC = Total biaya tetap

TVC = Total biaya variabel

Y = Hasil produksi (kg)

P_y = Harga hasil produksi (Rp)

X_i = Faktor produksi variabel ($i = 1, 2, 3, \dots, n$)

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

BTT = Biaya tetap total (Rp)

Soekartawi (2016) menyatakan bahwa biaya usahatani umumnya dibagi menjadi dua kategori, yaitu (a) biaya tetap dan (b) biaya variabel. Biaya tetap didefinisikan sebagai biaya yang jumlahnya relatif stabil dan tetap dikeluarkan terlepas dari banyak sedikitnya volume produksi yang dihasilkan. Biaya tetap tidak dipengaruhi oleh tingkat produksi yang diperoleh, contohnya seperti pajak bumi dan bangunan, penyusutan peralatan. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi yang akan dihasilkan seperti, biaya tenaga kerja, biaya bahan baku serta biaya sarana produksi lainnya.

6. Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), pemasaran mencakup segala kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien, dengan tujuan menciptakan permintaan efektif. Permintaan efektif adalah keinginan untuk membeli yang disertai dengan kemampuan membayar. Aspek pemasaran akan memberikan keuntungan bagi semua pihak apabila mekanismenya berjalan dengan lancar. Pelaksanaan kegiatan pemasaran harus didukung oleh strategi pemasaran agar produk yang dikenalkan kepada konsumen tepat sasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2009), bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai 4P dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Dilihat dari sudut pandang penjual, 4P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Akan tetapi, dilihat dari sudut pandang pembeli 4P merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Komponen-komponen dari bauran

pemasaran yang sering disebut 4P tersebut antara lain adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Pengertian dari masing-masing variabel bauran pemasaran tersebut adalah :

a. Produk (*Product*)

Seperti yang dinyatakan oleh Kotler dalam Daryanto (2019), produk adalah sesuatu yang ditawarkan untuk dijual kepada masyarakat agar dapat digunakan, dimiliki, dikonsumsi, atau dipuaskan guna memenuhi suatu kebutuhan atau keperluan. Intensitas perdagangan di pasar memaksa bisnis untuk mengembangkan kustomisasi produk tingkat tinggi guna memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaing, karena kustomisasi produk dapat didasarkan pada kondisi pasar lokal dan disesuaikan dengan preferensi lokal tertentu. Konsumen menjadi lebih cermat dan berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian, mempertimbangkan faktor-faktor seperti spesifikasi produk, biaya, ketersediaan, dan perbandingan harga sebelum melakukan pembelian (Tjiptono, 2008) yang dikutip oleh Selang (2013).

b. Harga (*Price*)

Kotler dan Armstrong (2018) dalam Sofiah (2023), harga adalah jumlah uang yang diminta untuk menukar barang atau jasa, atau jumlah uang yang diberikan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap murah atau mahal suatu produk, dimana produk dengan harga yang terjangkau memiliki peran parsial terhadap niat beli konsumen. Akibat harga terlalu tinggi, perusahaan mungkin akan menghadapi penurunan pembeli dan volume penjualan, sehingga biaya yang telah dikeluarkan tidak tertutupi dan berujung pada kerugian. Prinsip penting dalam penetapan harga adalah mempertimbangkan kesediaan pembeli untuk menerima

harga yang ditetapkan, dengan memastikan harga tersebut cukup untuk menutupi biaya dan memberikan laba yang diharapkan (Fuad, 2006).

c. Promosi (*promotion*)

Menurut Tjiptono (2015) yang dikutip oleh Sofiah (2023), promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen dan produk perusahaan. Strategi *promotion* adalah serangkaian rencana kegiatan untuk memilih dan menerapkan metode *promotion* yang tepat untuk bisnis atau usaha dalam meningkatkan jumlah barang yang dibeli oleh pelanggan (Nur *et al.*, 2023). Indikator promosi menurut Kotler dan Armstrong (2019) dalam Seran (2023) yaitu :

- (1) Periklanan, merupakan bentuk saluran promosi non pribadi dengan menggunakan berbagai media untuk merangsang pembelian.
- (2) Promosi penjualan, merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mendorong pembelian atau penjualan produk salah satunya dengan cara memberi potongan harga.
- (3) Hubungan masyarakat, merupakan upaya perusahaan untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk dengan berbagai program yang telah dirancang oleh perusahaan.
- (4) *Personal selling*, proses mengidentifikasi serta memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dengan komunikasi antar perorangan, guna menciptakan keuntungan jangka panjang bagi kedua belah pihak.

d. Saluran Distribusi (*Place*)

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Menurut Tjiptono (2008) dalam Nurrohmah (2022), *place* merupakan gabungan dari keputusan lokasi dan

distribution. Proses distribusi ini mencakup berbagai metode dan jalur yang dipilih untuk mengirimkan produk ke pasar. Pentingnya strategi distribusi terletak pada kemampuannya untuk memastikan barang tiba tepat waktu dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta menghindari kerugian akibat keterlambatan atau kualitas yang menurun, yang dapat dimanfaatkan oleh pesaing. Indikator tempat atau saluran distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2019) dalam Seran (2023) adalah:

- (1) Saluran adalah perantara dimana produsen dapat menjual produk kepada konsumen.
- (2) Persediaan adalah jumlah produk yang tersedia untuk dibeli.
- (3) Cakupan pasar adalah jangkauan pasar untuk mencukupi kebutuhan konsumen oleh perusahaan.

Bauran pemasaran dilihat dari persepsi konsumen erat kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen. Terdapat enam indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012) yaitu:

a. Pemilihan produk (*Product Choice*)

Konsumen menentukan produk mana yang akan dibeli, konsumen akan membeli produk yang memiliki nilai baginya. Perusahaan harus mengetahui produk seperti apa yang diinginkan konsumen.

b. Pemilihan Merek (*Brand Choice*)

Konsumen harus menentukan merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

c. Pemilihan saluran pembelian (*Dealer Choice*)

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, dapat dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, dan keleluasaan tempat.

d. Penentuan waktu pembelian (*Purchase Timing*)

Keputusan Pembelian dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda.

e. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu jenis produk. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli

f. Metode pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan Keputusan Pembelian menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek budaya, lingkungan, dan keluarga, keputusan pembelian

7. Jasa Layanan Pendukung

Subsistem layanan pendukung adalah kelembagaan yang bertujuan untuk mendukung dan memberikan pelayanan guna mengembangkan aktivitas dari subsistem hulu hingga hilir dalam suatu usaha tani, termasuk kegiatan pengolahan atau agroindustri. Lembaga-lembaga yang berperan dalam subsistem ini meliputi lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, pasar, sarana transportasi, sarana teknologi informasi dan komunikasi, serta kebijakan pemerintah (Maulidah, 2012).

Lembaga keuangan adalah lembaga yang menyediakan layanan dalam bentuk keuangan, seperti perbankan. Lembaga ini memberikan layanan berupa pinjaman atau kredit yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal dalam kegiatan produksi. Kegiatan penyuluhan dilakukan oleh penyuluh yang berperan sebagai komunikator, pembimbing, guru, penyampai informasi, atau mitra. Pasar adalah tempat terjadinya

transaksi jual beli. Sarana transportasi menyediakan akses transportasi untuk mendukung kegiatan dari tahap pengadaan hingga pemasaran. Lembaga teknologi informasi dan komunikasi memberikan dukungan dalam bentuk teknologi atau media yang memudahkan berbagai kegiatan. kebijakan pemerintah memiliki tanggung jawab dan kewenangan dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan (Hulopi *et al.*, 2018).

8. Strategi Pengembangan

Menurut Hunger dan Wheelen (2003), manajemen strategis adalah rangkaian keputusan serta tindakan yang dibuat oleh manajemen untuk menentukan kinerja jangka panjang perusahaan. Menurut David (2002), tahap-tahap dalam manajemen strategi terdiri dari tiga tahap yaitu

- a. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu untuk dijalankan.
- b. Implementasi strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga perumusan strategi dapat dilaksanakan.
- c. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Dalam tahap ini akan mengevaluasi hasil pelaksanaan dan strategi yang telah dirumuskan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Strategi pengembangan adalah rencana yang dirancang untuk menentukan tindakan-tindakan di masa depan, bertujuan meningkatkan kualitas kinerja dan kemampuan teknis guna mencapai tujuan secara optimal. Menurut David (2002), strategi pengembangan mencakup tiga komponen utama yaitu:

- a. Pengembangan internal: Berfokus pada penguatan kompetensi yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. Akuisisi: Memungkinkan perusahaan untuk memperluas cakupan atau memasuki aktivitas baru melalui akuisisi perusahaan lain.
- c. Pengembangan bersama (*joint development*) dan aliansi strategis (*strategic alliance*).

9. Analisis Lingkungan Internal

Menurut Kotler (2009), analisis lingkungan internal memungkinkan perusahaan untuk memahami kondisi internalnya, termasuk faktor kekuatan dan kelemahan. Kekuatan internal digunakan perusahaan untuk menghadapi ancaman dari faktor eksternal, sedangkan kelemahan internal dapat dikurangi dengan memanfaatkan peluang dari faktor eksternal. Menurut David (2002), pengkategorian analisis lingkungan internal sering diarahkan pada lima aspek. Aspek- aspek tersebut meliputi produksi, keuangan, sumber daya manusia, lokasi usaha, dan pemasaran.

a. Produksi

Fungsi produksi operasi dari suatu usaha terdiri dari semua aktivitas yang mengubah *input* menjadi barang atau jasa. Aktivitas produksi merupakan bagian terbesar dari sumber daya manusia dan modal. Kekuatan dan kelemahan dari fungsi produksi yaitu proses, kapasitas, sediaan, tenaga kerja dan mutu adalah kunci kegagalan dan kesuksesan dari suatu usaha.

b. Keuangan

Kondisi keuangan perusahaan menjadikan ukuran dalam melihat posisi bersaing dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Menentukan kekuatan dan kelemahan keuangan dalam suatu organisasi sangat penting, agar dapat merumuskan strategi secara efektif.

c. Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan sumber daya terpenting bagi perusahaan, oleh karena itu, manajer perlu berupaya agar terwujud perilaku positif di kalangan karyawan perusahaan. Faktor yang perlu diperhatikan adalah: langkah-langkah yang jelas mengenai manajemen sumber daya manusia, keterampilan dan motivasi kerja, produktivitas dan sistem imbalan.

d. Lokasi Usaha

Letak lokasi usaha yang strategis dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan kebutuhannya. Lokasi usaha yang berada dekat dengan sumber tersedianya bahan baku sehingga memberikan kemudahan untuk memperoleh bahan baku secara cepat. Tingkat persaingan usaha cukup tinggi, karena banyak pengusaha pula yang menawarkan produk sejenis.

e. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa. Aspek pemasaran dikaji melalui pendekatan bauran pemasaran yang meliputi analisis terhadap produk, harga, distribusi dan promosi.

10. Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah kondisi diluar kendali perusahaan yang dapat mempengaruhi perencanaan strategi dan operasionalnya (Kolit, 2023). Lingkungan eksternal mencakup berbagai pengaruh dari luar organisasi, baik yang dekat maupun jauh, serta yang berdampak langsung atau tidak langsung terhadap keseluruhan aktivitas perusahaan (Wiliana, 2018). Lingkungan eksternal menurut David (2002), meliputi ekonomi, sosial dan budaya, keadaan alam, aspek teknologi, pesaing, dan kebijakan pemerintah.

a. Ekonomi, Sosial, dan Budaya

Faktor ekonomi memiliki dampak langsung pada daya tarik strategi bisnis; misalnya, kenaikan suku bunga meningkatkan biaya modal, sehingga dapat menurunkan permintaan konsumen karena daya beli yang menurun. Perubahan sosial dan budaya juga berpengaruh besar terhadap berbagai produk, layanan, pasar, dan perilaku konsumen secara keseluruhan.

b. Kondisi Alam

Ketidakpastian kondisi alam mempengaruhi ketersediaan bahan baku dan harga pembelian, yang berdampak langsung pada biaya produksi perusahaan.

c. Teknologi

Kemajuan teknologi yang pesat berdampak pada produk, layanan, pasar, pemasok, distributor, pesaing, dan pelanggan. Teknologi menciptakan peluang pasar baru, produk inovatif, dan dapat mengurangi hambatan biaya serta memperpendek proses produksi.

d. Pesaing

Pesaing adalah pihak yang menawarkan produk serupa atau pengganti di pasar yang sama, yang berdampak pada daya saing perusahaan.

e. Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah adalah lembaga yang mengawasi perusahaan seperti badan pemerintah, kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi ruang gerak organisasi dan individu dalam masyarakat.

11. Analisis SWOT

Pendekatan ini berfokus pada upaya untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sekaligus mengurangi kelemahan dan ancaman yang dihadapi (Rangkuti, 2006). Menurut Rangkuti (2006), terdapat empat macam strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT, yaitu:

- a. Strategi SO, yaitu strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST, yaitu strategi yang dilakukan untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO, yaitu strategi yang dilaksanakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- d. Strategi WT, yaitu strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

Menurut Galavan (2014) dalam puspitasari (2021), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT, yaitu suatu metode untuk menggambarkan dan membandingkan bagaimana kondisi dan cara untuk mengevaluasi suatu masalah bisnis dan proyek berdasarkan faktor eksternal dan internal sehingga dapat diketahui sampai dimana posisi suatu agroindustri.

12. Hasil Penelitian Terdahulu

Kajian peneliti terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan pembanding antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Kajian penelitian terdahulu juga digunakan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan pada kajian yang berjudul “ Analisis Sistem Agroindustri dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kerupuk Ikan di Desa Muara Gading Mas Kecamatan Labuhan

Maringgai Kabupaten Lampung Timur”. Pada penelitian terdahulu belum ada yang memadukan dua analisis yang berbeda antara analisis sistem agroindustri dengan strategi pengembangan.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara kajian penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu dari produk dengan jenis ikan yang digunakan dan lokasi yang ditelitinya. Produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah kerupuk ikan dengan jenis ikan golok/parang. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu di Desa Muara Gading Mas tepatnya pada UMKM KICA.

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan metode analisis. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pengadaan bahan baku, bauran pemasaran, peran jasa layanan pendukung dan perumusan strategi pengembangan. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menghitung pengendalian nilai tambah, keuntungan. Penelitian terdahulu secara lengkap akan dikaji pada Tabel 4.

Tabel 4.Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul/peneliti/tahun	Tujuan penelitian	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Ikan di Kecamatan Kota Agung Pusat Kabupaten Tanggamus (Fitriyani, N., Prasmatiwi, F.E., dan Kasymir, E, 2023)	1. Menganalisis proses pengadaan bahan baku pada agroindustri kerupuk ikan. 2. Menganalisis keuntungan dan nilai tambah agroindustri kerupuk ikan. 3. Menganalisis bauran pemasaran produk kerupuk pada agroindustri kerupuk ikan 4. Menganalisis peranan jasa layanan pendukung agroindustri kerupuk ikan	1. Analisis 6T 2. Analisis Keuntungan menurut Soekartawi dan analisis nilai tambah dengan metode hayami. 3. Bauran pemasaran dianalisis dengan 4P 4. Analisis deskriptif kualitatif berdasarkan ketersediaan, pemanfaatan jasa layanan pendukung.	1. Proses pengadaan bahan baku pada ketiga agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung Pusat sebagian sudah memenuhi komponen enam tepat. 2. Agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung sudah menguntungkan atas biaya tunai dan total per produksi dan perbulan. Adapun nilai tambah agroindustri kerupuk ikan menghasilkan NT > 0 dan memberikan nilai tambah positif. 3. Bauran pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung sudah memenuhi komponen 4P, namun kegiatan promosi masih menggunakan <i>personal selling</i> sehingga perlu ditingkatkan dengan melakukan pemasaran secara <i>online</i>. 4. Jasa layanan penunjang yang tersedia di sekitar agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung Pusat sebagian besar sudah dimanfaatkan oleh ketiga agroindustri dengan baik.
2.	Analisis Usaha Agroindustri Kerupuk Singkong (Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu) (Raharja,	1. Menganalisis nilai tambah agroindustri kerupuk singkong 2. Menganalisis keuntungan agroindustri kerupuk singkong,	1. Analisis nilai tambah dengan metode hayami. 2. Analisis usaha menggunakan analisis biaya,	1. Perhitungan nilai tambah yang diperoleh produsen kerupuk singkong sebesar Rp4,478.98 per proses produksi, maka diperoleh rata-rata nilai tambah sebesar Rp 2,180 atau dengan rasio nilai tambah sebesar

Tabel 4. Lanjutan

A., Setiawan, B., dan Isaskar, R. 2014).	3. Menganalisis tingkat efisiensi usaha agroindustri kerupuk singkong.	perhitungan penerimaan, dan perhitungan keuntungan	48.67%. Imbalan tenaga kerja dari setiap kilogram ubi kayu menjadi kerupuk
		3. Analisis R/C rasio	2. Singkong sebesar Rp95.50 atau sebesar 4.48% dari nilai tambahnya. 3. Usaha agroindustri kerupuk singkong per proses produksi dengan rata-rata kapasitas bahan baku yang digunakan sebanyak 311 kg, membutuhkan rata-rata total biaya sebesar Rp906,000 dan memperoleh penerimaan sebesar Rp1,385,400.00 dengan total keuntungan yang diperoleh per satu kali proses produksi sebesar Rp479,300.00. 4. Nilai R/C rasio sebesar 1.495, artinya agroindustri kerupuk singkong ini telah efisien dan menguntungkan serta mempunyai prospek pengembangan usaha yang cukup baik karena nilai R/C rasio adalah > 1 .
3. Analisis Usaha dan Nilai Tambah Produk Kerupuk Berbahan Baku Ikan dan Udang (Berlia, M., Gumilar, I., Yuliadi, L. P., dan Nurhayati, A, 2017).	1. Menganalisis keragaan usaha pengolahan kerupuk ikan 2. Menganalisis besarnya nilai tambah dari produk kerupuk ikan dan udang.	1. Analisis pendapatan, <i>BCR</i> , <i>BEP</i> dan <i>Pay Back Period</i> 2. Analisis nilai tambah dengan metode Hayami.	1. Usaha pengolahan kerupuk ikan dan kerupuk udang layak dilaksanakan dilihat dari keuntungan yang diperoleh dalam satu kali proses produksi kerupuk ikan dan kerupuk udang sebesar Rp2.281.163 dan Rp 2.257.163. <i>Benefit Cost Rasio</i> (BCR) dari usaha pengolahan kerupuk ikan dan kerupuk udang sebesar 1,09 dan 1,11. <i>Benefit Cost Rasio</i> (BCR) dari usaha pengolahan. <i>Break Even Point</i> (BEP) produksi kerupuk ikan 42.215 kg dan BEP harga sebesar Rp. 77.871/kg. <i>Break Even Point</i> (BEP) produksi kerupuk udang 41.436 kg dan BEP harga

Tabel 4. Lanjutan

				sebesar Rp. 62.946/kg. <i>Pay Back Period</i> (PBP) usaha kerupuk ikan dan kerupuk udang yaitu 1,09 tahun dan 1,21 tahun setelah usaha kerupuk udang dijalankan 2. Nilai tambah produk kerupuk ikan sebesar Rp 38.287,-/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 55,20%, sedangkan nilai tambah pada produk kerupuk udang yaitu sebesar Rp 148.347,-/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 75,52%
4.	Struktur Biaya dan Pendapatan Usaha Pembuatan Kerupuk Ikan Pipih (<i>Chitala Lopis</i>) di Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala (Tari, L., Suslinawati., Ni'mah, G.K, 2020)	1. Mengetahui proses pengolahan kerupuk ikan pipih. 2. Menganalisis struktur biaya usaha pengolahan kerupuk ikan pipih. 3. Menganalisis Pendapatan usaha pengolahan kerupuk ikan pipih.	1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis struktur biaya 3. Analisis pendapatan dan R/C rasio.	1. Teknik pembuatan kerupuk ikan pipih (<i>Chitala lopis</i>) di Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala masih tergolong tradisional. 2. Struktur biaya meliputi biaya pembelian daging ikan pipih sebesar 64,23%, tepung tapioka 10,94%, tenaga kerja 10,79%, bahan pelengkap 6,78%, sewa bangunan 4,73%, biaya listrik, biaya penyusutan alat, dan bahan bakar, yang masing - masing kurang dari 2%. 3. Pendapatan usaha pengolahan kerupuk ikan pipih (<i>Chitala lopis</i>) di Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala adalah sebesar Rp. 2.102.924,17 per bulan, dengan total penerimaan adalah sebesar Rp7.239.285,71 per bulan, dan total biaya sebesar Rp5.136.361,55 per bulan. Perhitungan R/C rasio sebesar 1,41

Tabel 4. Lanjutan

				menunjukkan bahwa kegiatan usaha pengolahan kerupuk ikan pipih dijalankan.
5.	Analisis Pengadaan Bahan Baku Dan Pendapatan Agroindustri Ikan Asin Teri Di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. (Kartika, E., Prasmatiw, F. E., dan Kasymir, E, 2022).	1. Menganalisis sistem pengadaan bahan baku ikan asin teri di Kecamatan Kalianda. 2. Menganalisis pendapatan agroindustri ikan asin teri di Kecamatan Kalianda.	1. Analisis 6T. 2. Analisis pendapatan menurut Soekartawi dan R/C rasio.	1. Pada musim angin barat, pengadaan bahan baku belum tepat waktu dan tidak tepat kuantitas, karena rendahnya produksi ikan asin teri. Pada saat musim angin timur dan angin normal, pengadaan bahan baku sudah sesuai komponen 6 tepat yang sesuai harapan pemilik agroindustri. 2. Analisis pendapatan ikan asin teri per produksi dan per musim saat angin barat kurang menguntungkan, karena mengalami kerugian atas biaya total sebesar Rp112.114 dengan nilai R/C sebesar 1,20 atas biaya tunai dan 0,99 atas biaya total, sedangkan di musim angin timur dan normal sudah menguntungkan dengan nilai R/C atas biaya total dan tunai sebesar 1,29 dan 1,25 dan saat musim angin normal atas biaya tunai dan total sebesar 1,20 dan 1,18.. Keuntungan tertinggi terjadi saat musim angin timur, karena bahan baku melimpah.
6.	Analisis Nilai Tambah, Strategi Pengembangan Agroindustri Pengeringan Ikan Di Kecamatan Ambunten. (Wahyudi, D., Santosa, R., dan Juhari, I, 2012).	1. Menganalisis nilai tambah Agroindustri Pengeringan Ikan di Kecamatan Ambunten. 2. Menganalisis efisiensi biaya Pengeringan Ikan Di Kecamatan Ambunten	1. Analisis nilai tambah menggunakan formulasi: $VA = NP - IC$ 2. Analisis R/C rasio	1. Agroindustri pengeringan ikan di Kecamatan Ambunten mampu memberikan nilai tambah positif yaitu sebesar Rp 1.595,29/ Kg. 2. Penggunaan biaya produksi pada agroindustri pengeringan ikan adalah efisien dengan nilai R/C rasio sebesar 1,22.

Tabel 4. Lanjutan

		3. Menyusun rancangan strategi pengembangan agroindustri pengeringan ikan	3. Analisis SWOT	3. Analisis SWOT menunjukkan nilai EFAS sebesar 2,94 dan IFAS mempunyai nilai sebesar 1,94 artinya agroindustri pengeringan ikan berada pada posisi Grey Area (Bidang Lemah Berpeluang).
7.	Strategi Pengembangan Pemasaran Kerupuk “UD Agung” dengan Metode Analisis Swot. (Sholeh, I. I., dan Hartono, B, 2022).	1. Menganalisis strategi pengembangan pada UD Agung.	1. Analisis SWOT dan Matriks IFE-EFE	1. Analisis SWOT menunjukkan nilai IFAS dengan bobot 3,1 Sedangkan hasil matrik EFAS dengan bobot 2,583. Strategi yang harus diterapkan usaha kerupuk UD Agung adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi kedepan, ke belakang dan horizontal).
8.	Keragaan Agroindustri Kerupuk Firdaus Pratama (Kfp) di Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. (Rienjani, A. S., Prasmatiwi, F.E., Nugraha, A, 2022).	1. Mengetahui pengadaan bahan baku kerupuk. 2. Menganalisis kinerja agroindustri. 3. Menganalisis bauran pemasaran kerupuk.	1. Analisis 6T 2. Analisis kinerja produksi dilihat dari aspek produktivitas, harga pokok produk, harga pokok penjualan, dan keuntungan. 3. Bauran pemasaran dianalisis dengan 4P	1. Agroindustri KFP sudah baik dan memenuhi kriteria pengadaan bahan baku, yang terdiri dari tepat waktu, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat lokasi, dan tepat harga. 2. Produktivitas produksi dan produktivitas tenaga kerja yang baik, serta sudah menghasilkan keuntungan dengan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan kerupuk lebih besar dibandingkan harga jual kerupuk yang ditetapkan oleh agroindustri. 3. Bauran pemasaran pada Agroindustri KFP sudah cukup baik dilihat dari empat aspek, yaitu <i>product</i> , <i>price</i> , <i>place</i> , dan <i>promotion</i> . Akan tetapi, aspek promosi masih perlu diperbaiki lagi karena masih kurang baik.

Tabel 4. Lanjutan

9. Analisis Sistem Agroindustri Tempe di Kota Metro (Lestari, A.S., Lestari, D.A.H., Marlina, L, 2022)	1. Menganalisis subsistem pengadaan bahan baku agroindustri tempe di Kota Metro. 2. Menganalisis kinerja dan nilai tambah agroindustri tempe di Kota Metro. 3. Menganalisis subsistem saluran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk agroindustri tempe di Kota Metro. 4. Menganalisis subsistem jasa layanan pendukung agroindustri tempe di Kota Metro.	1. Analisis 6T. 2. Analisis kinerja dilihat dari Aspek produktivitas Tenaga Kerja, Kapasitas , Kualitas, Kecepatan Pengiriman, Fleksibilitas dan analisis nilai tambah metode Hayami. 3. Analisis deskriptif kualitatif. 4. Analisis deskriptif kualitatif.	1. Agroindustri tempe di Kota Metro dalam pengadaan bahan baku sudah memenuhi unsur lima tepat yaitu tepat waktu, tepat jenis, tepat tempat, tepat kualitas, dan tepat kuantitas, karena komponen tersebut sudah sesuai harapan. 2. Kinerja produksi pada agroindustri tempe sudah baik karena empat dari enam indikator dalam kinerja produksi yaitu produktivitas, kualitas, kecepatan pengiriman, fleksibilitas dan kecepatan proses sudah sesuai, sedangkan indikator Kapasitas pada produk tempe tidak sesuai dengan kriteria. Agroindustri tempe di Kota Metro memberikan nilai tambah terhadap kedelai yang positif, sehingga agroindustri tempe menguntungkan untuk diusahakan. 3. Saluran pemasaran agroindustri tempe terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu dari produsen langsung ke konsumen dan dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen. 4. Jasa layanan pendukung yang telah membantu proses kegiatan agroindustri tempe adalah kebijakan pemerintah dan koperasi.
10. Strategi Pengembangan Pada Agroindustri Kerupuk Di Desa Plalangan Kecamatan	1. Menghitung keuntungan agroindustri Kerupuk. 2. Menganalisis efisiensi agroindustri kerupuk .	1. Analisis keuntungan 2. Analisis R/C Rasio	1. Agroindustri kerupuk di Desa Plalangan Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember menunjukkan bahwa usaha ini

Tabel 4. Lanjutan

Kalisat Kabupaten Jember. (Widjayanti, F. N., dan Setyowati, T. 2024).	3. Menganalisis strategi pengembangannya agroindustri Kerupuk.	3. Analisis SWOT	menguntungkan dengan total keuntungan sebesar Rp. 19.182.401/ bulan. 2. Nilai R/C sebesar 1,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa agroindustri kerupuk di Desa Plalangan Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember layak untuk diusahakan. 3. Matriks IE berada pada kuadran V yaitu <i>Growth and Stability</i>, sedangkan untuk strategi berdasarkan hasil diagram SWOT adalah Strategi SO yaitu (1) Meningkatkan loyalitas konsumen dengan mempertahankan serta lebih meningkatkan kualitas produk (2) Memperluas jaringan distribusi dan menjalin kerjasama dalam penyediaan bahan baku serta alat produksi.
--	--	------------------	--

B. Kerangka Pemikiran

Komoditas perikanan memiliki sifat yang mudah rusak, sehingga perlu dilakukan pengolahan atau pengawetan agar memiliki daya simpan yang lebih lama. Menurut Udayana (2011), agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari agribisnis yang memproses dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang dapat langsung dikonsumsi atau dapat langsung digunakan dalam proses produksi. Agroindustri KICA adalah salah satu industri yang memanfaatkan hasil perikanan. Kerupuk merupakan salah satu makanan pendamping nasi. Terdapat tiga komponen dasar agroindustri, yaitu pengadaan bahan baku, pengolahan dan pemasaran.

Pengadaan bahan baku merupakan kegiatan awal yang dilakukan dalam sebuah agroindustri. Bahan baku merupakan *input* utama dalam keberlangsungan agroindustri, namun terdapat *input* lainnya yang terdiri dari bahan baku tidak langsung, bahan tambahan, dan bahan penolong dalam kegiatan agroindustri antara lain minyak goreng, tepung tapioka, penyedap rasa, kemasan, kayu bakar dan tenaga kerja, dll. *Input – input* tersebut menghasilkan harga *input* yang selanjutnya akan menimbulkan adanya biaya produksi atau biaya *input* pada suatu agroindustri. Pelaksanaan pengadaan bahan baku perlu dilakukan sebuah analisis untuk mengetahui apakah proses pengadaan yang dilakukan sesuai dengan faktor enam tepat yang terdiri dari tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat jenis, tepat kualitas, dan tepat kuantitas.

Kegiatan yang dilakukan setelah pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengolahan. Tahap pengolahan akan mengubah bentuk ikan segar menjadi kerupuk ikan. Proses produksi kerupuk ikan melalui beberapa tahapan antara lain, pemfilletan ikan, pencampuran dengan bahan tambahan, pencetakan, pengukusan, penjemuran, penggorengan lalu pengemasan. Melalui proses pengolahan ikan golok menjadi kerupuk ikan, maka akan menghasilkan nilai

tambah. Kerupuk yang dihasilkan Agroindustri KICA yaitu kerupuk siap konsumsi.

Tahapan yang dilakukan setelah proses pengolahan adalah kegiatan pemasaran. Pemasaran di dalam agroindustri kerupuk ikan merupakan suatu cara dalam menawarkan produk kepada konsumen. Produsen dapat memperluas pangsa pasar dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan kombinasi antara empat unsur pemasaran, yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Proses pemasaran juga menimbulkan adanya harga jual *output* yang digunakan sebagai penentu pendapatan yang diperoleh, yaitu dengan mengalikan harga jual dengan produk. Selanjutnya akan diperoleh keuntungan agroindustri dari hasil pengurangan pendapatan dengan total biaya *input* atau biaya produksi yang dikeluarkan. Perhitungan keuntungan menggunakan teori kartadinata (2002), dimana keuntungan merupakan hasil pengurangan pendapatan dengan Biaya operasional. Biaya operasional merupakan faktor yang mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Menurut Setiawan (2021), biaya operasional terdiri dari biaya produksi langsung dan tidak langsung. Biaya produksi langsung meliputi biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung meliputi biaya overhead pabrik (BOP).

Tiga kegiatan utama yang dilakukan oleh agroindustri didukung oleh lembaga jasa layanan pendukung. Adanya jasa lembaga pendukung akan memberikan dampak positif karena mampu mendukung kegiatan agroindustri. Peranan jasa layanan pendukung akan dianalisis untuk mengetahui apakah jasa layanan. Akan tetapi, tidak semua jenis jasa layanan pendukung telah dimanfaatkan dengan baik. Agroindustri KICA dihadapi dengan permasalahan yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal, sehingga diperlukan strategi pengembangan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Lingkungan internal mencakup aspek produksi, manajemen keuangan, sumber daya manusia, lokasi agroindustri, dan pemasaran:

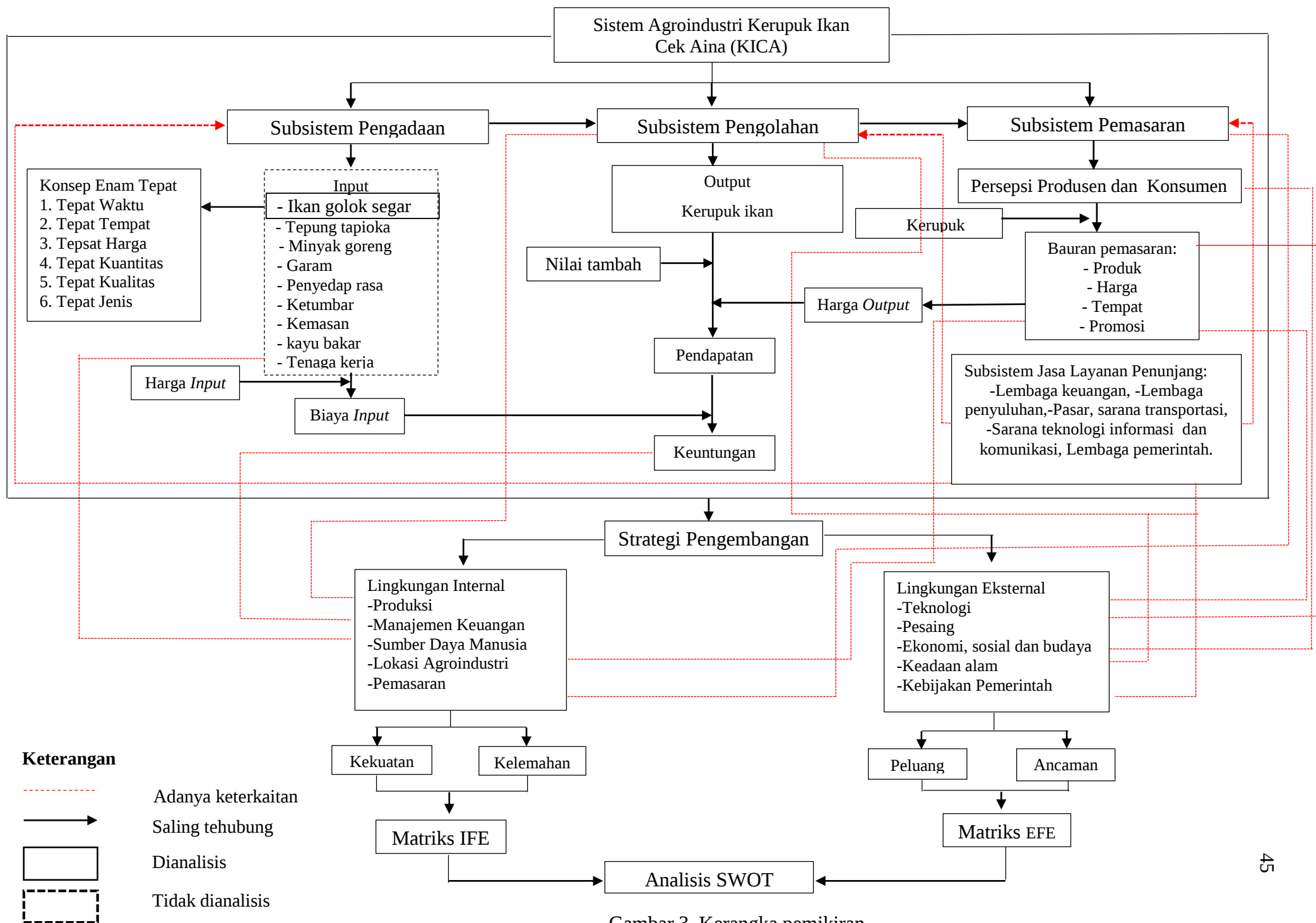
- a. Produksi: Ditinjau dari subsistem pengolahan yang masih menggunakan metode tradisional, sehingga perlu ditingkatkan efisiensinya untuk mendukung produktivitas.
- b. Manajemen Keuangan: Berkaitan dengan pencatatan keuangan dan dihubungkan pada keuntungan.
- c. Sumber daya manusia (SDM): Ditinjau berdasarkan tenaga kerja agroindustri dengan asumsi apakah tenaga kerja yang ada memiliki kompetensi yang memadai atau tidak. Sumber daya manusia juga berkaitan dengan pemilik agroindustri.
- d. Lokasi: Ditinjau berdasarkan bauran pemasaran untuk menilai apakah lokasi Agroindustri KICA strategis dan mudah diakses oleh konsumen.
- e. Pemasaran: Ditinjau berdasarkan analisis subsistem pemasaran

Lingkungan eksternal mencakup teknologi, aspek ekonomi, sosial, budaya, pesaing, keadaan alam, dan kebijakan pemerintah:

- a. Teknologi: Ditinjau dari adopsi teknologi pada subsistem pemasaran, seperti penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan pasar.
- b. Aspek ekonomi: Aspek ekonomi memiliki peran penting dalam menentukan daya beli konsumen. Konsumen dengan pendapatan tinggi biasanya lebih memilih kerupuk berkualitas premium, sedangkan konsumen berpendapatan rendah cenderung lebih memperhatikan faktor harga dalam pengambilan keputusan. Aspek sosial dan budaya mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pembelian kerupuk, seringkali dipengaruhi oleh saran atau rekomendasi dari keluarga dan teman. Kebiasaan budaya, seperti menjadikan kerupuk sebagai pelengkap hidangan utama atau camilan.
- c. Pesaing: Ditinjau dari bauran pemasaran, karena keberadaan pesaing mendorong Agroindustri KICA untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
- d. Keadaan Alam: Cuaca mempengaruhi proses pengolahan yang masih bersifat tradisional, misalnya dalam pengeringan kerupuk ikan.

- e. Kebijakan Pemerintah: Standar mutu seperti sertifikasi halal dan PIRT menjadi syarat penting untuk menjamin keamanan dan kualitas produk bagi konsumen.

Identifikasi kondisi lingkungan internal akan mempermudah suatu agroindustri untuk mengetahui kelemahan dan kekuatannya sedangkan dengan identifikasi kondisi lingkungan eksternal akan diketahui peluang dan ancaman. Variabel internal dan eksternal tersebut akan diringkas dan dijabarkan dalam matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) untuk mengidentifikasi faktor internal dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) untuk mengidentifikasi faktor eksternal. Hasil analisis keduanya akan dimasukkan ke dalam diagram SWOT, setelah itu didapatkan strategi pengembangan yang tepat untuk Agroindustri KICA. Secara skematis kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kerangka pemikiran

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis sistem agroindustri dan strategi pengembangan Agroindustri KICA adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama kurun waktu tertentu (Arikunto, 2004). Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada Agroindustri KICA mengenai sistem agroindustri yang dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku hingga kegiatan pemasaran yang ditunjang dengan jasa layanan pendukung dan strategi pengembangan untuk industri kerupuk ikan.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pemahaman yang diberikan terhadap variabel-variabel yang berfungsi sebagai panduan dalam memperoleh dan menganalisis data, sehingga memudahkan serta relevan dengan penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

Agroindustri adalah suatu kegiatan yang memanfaatkan dan mengolah hasil pertanian sebagai bahan baku yang akan ditransformasikan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Kerupuk ikan adalah jenis kerupuk yang dibuat dari campuran daging ikan, tepung tapioka, dan bumbu. Salah satu jenis ikan yang digunakan dalam pembuatan kerupuk adalah ikan parang/golok.

Bahan baku langsung adalah bahan mentah yang digunakan untuk diolah dan dijadikan barang jadi atau produk akhir. Bahan baku atau bahan utama yang digunakan dalam agroindustri kerupuk ikan ini adalah tepung tapioka dan ikan golok.

Tepung tapioka adalah bahan baku utama dalam pembuatan kerupuk ikan supaya menjadi adonan yang mudah dibentuk. Tepung tapioka yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Kg).

Ikan golok adalah jenis ikan yang digunakan sebagai bahan campuran pembuatan kerupuk ikan, ikan yang digunakan telah melalui proses *fillet*, yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Pengadaan bahan baku adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh ikan golok digunakan untuk diolah menjadi barang jadi (kerupuk ikan) yang persediaannya tergantung pada cuaca/ musiman. Pengadaan bahan baku dianalisis dengan menggunakan analisis enam tepat. Analisis dilakukan terhadap pengadaan bahan baku langsung.

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

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.

Tepat tempat adalah tempat yang menjual bahan baku merupakan tempat yang memberikan pelayanan yang memuaskan, mudah dijangkau, dan letaknya strategis bagi pihak agroindustri.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk kerupuk ikan merupakan jenis ikan yang sesuai, sehingga rasa sesuai dengan yang diharapkan oleh produsen.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang akan digunakan untuk membuat kerupuk ikan merupakan kualitas yang baik. Kualitas ikan yang baik adalah ikan yang tidak rusak, tidak busuk, dan masih segar.

Input adalah bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan untuk menghasilkan produksi berupa kerupuk ikan. *Input* pada agroindustri kerupuk ikan dalam proses produksi berupa bahan baku, bahan penunjang, tenaga kerja, dan peralatan.

Bahan baku tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk ikan tetapi tidak secara langsung menjadi bagian dari kerupuk jadi. Bahan baku tidak langsung yang digunakan adalah minyak goreng.

Minyak goreng adalah bahan pangan yang berasal dari bahan nabati seperti kelapa sawit yang digunakan dalam proses penggorengan kerupuk, diukur dalam satuan liter.

Bahan tambahan atau bahan baku penunjang adalah bahan yang sengaja ditambahkan ke dalam proses pengolahan kerupuk ikan dengan jumlah sedikit. Bahan baku penunjang yang digunakan dalam agroindustri kerupuk ikan adalah penyedap rasa, garam, ketumbar

Penyedap rasa adalah bahan tambahan makanan pada kerupuk ikan yang memberikan rasa pada kerupuk ikan, sehingga kerupuk ikan akan terasa gurih dan renyah. Penyedap rasa dihitung dalam satuan kilogram (Kg).

Garam adalah bahan tambahan pada kerupuk yang memberikan cita rasa asin. Garam dihitung dalam satuan kilogram (Kg).

Ketumbar adalah bumbu masakan yang digunakan untuk meningkatkan rasa dan aroma makanan serta dapat menghilangkan bau amis. Ketumbar dihitung dalam satuan ons (Ons).

Bahan penolong adalah bahan yang digunakan untuk menunjang proses produksi, namun tidak sampai di produk akhir. Bahan penolong yang digunakan terdiri dari kemasan, label, kayu bakar.

Kemasan plastik adalah wadah yang berbentuk kantong plastik dan digunakan untuk membungkus kerupuk ikan yang telah jadi atau siap dijual, yang dihitung dalam satuan pack (Pack).

Label kemasan adalah bagian dari produk yang berisi informasi tentang produk dan penjualan produk kerupuk ikan, yang dihitung dalam satuan rupiah lembar (Lembar).

Kayu bakar adalah bahan bakar yang digunakan dalam proses pengukusan dan penggorengan kerupuk ikan, yang dihitung dalam satuan rupiah kubik (Kubik).

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi kerupuk ikan. Alat yang digunakan pada Agroindustri KICA berupa pirikan, baskom, wajan goreng, kukusan, serok goreng, spatula, ancak bambu, dan tungku.

Pirikan ikan adalah alat yang digunakan untuk mengempukan daging ikan dan pemisah dengan tulang ikan yang terbuat dari bahan kuningan. Penyusutan pirikan dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Baskom adalah wadah yang digunakan untuk mencampurkan bahan baku kerupuk ikan dengan bahan penunjang lainnya dalam proses produksi.

Penyusutan baskom dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per bulan (Rp/bulan).

Wajan adalah alat yang berbentuk cekung dan digunakan untuk menggoreng dalam proses produksi kerupuk. Penyusutan wajan dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Kukusan adalah alat masak yang digunakan untuk mengolah makanan dengan uap panas. Penyusutan kukusan dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Serok goreng adalah alat dapur berupa saringan berbentuk cekung biasanya terbuat dari bahan logam seperti stainless steel atau kawat baja. Alat ini digunakan untuk mengangkat makanan dari minyak panas. Penyusutan serok goreng dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Spatula adalah alat dapur berbentuk pipih dengan gagang, digunakan untuk mengaduk, membalik, dalam proses penggorengan. Penyusutan spatula dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Ancak bambu adalah alat tradisional yang terbuat dari anyaman bambu berbentuk persegi atau persegi panjang, biasanya digunakan untuk menjemur, mengukus, atau menyajikan makanan. Penyusutan ancak bambu dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Tungku adalah alat tradisional untuk memasak yang menggunakan bahan bakar seperti kayu, arang, tungku umumnya terbuat dari tanah liat. Penyusutan tungku dihitung berdasarkan umur ekonomis dan dikonversi berdasarkan penyusutan per tahun (Rp/tahun).

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi. Tenaga kerja langsung dihitung dalam satuan (Rp/Kg).

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat secara langsung. Tenaga kerja tidak langsung dihitung dalam satuan (Rp/HOK).

Upah tenaga kerja adalah imbalan yang diberikan oleh pemilik agroindustri untuk tenaga kerja atas jasanya dalam proses produksi. Upah yang diberikan dihitung dalam satuan (Rp/jam kerja).

Harga *input* adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan *input* – *input*, baik bahan baku, bahan baku tidak langsung, bahan tambahan, bahan penolong, maupun *input* lainnya.

Biaya *input* adalah keseluruhan biaya yang digunakan dalam kegiatan produksi kerupuk ikan. Biaya *input* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya *input* dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli tepung tapioka sebagai bahan baku pembuatan kerupuk ikan. Biaya bahan baku dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) adalah biaya penunjang yang terdiri dari biaya – biaya tidak langsung, seperti biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya. Biaya *Overhead* Pabrik dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Harga *output* adalah harga jual kerupuk ikan. Harga jual kerupuk diukur menggunakan satuan (Rp/bungkus).

Keuntungan bersih adalah pendapatan kotor dikurangi dengan biaya tetap dan biaya variabel. Keuntungan industri kerupuk ikan dihitung dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan adalah jumlah produksi dikalikan dengan harga jual. Pendapatan agroindustri kerupuk ikan dihitung dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Pengolahan adalah kegiatan yang mengubah bahan baku ikan menjadi kerupuk ikan. Pada kegiatan pengolahan akan dianalisis nilai tambah dan keuntungan.

Nilai tambah dalam agroindustri kerupuk ikan merupakan selisih antara harga kerupuk ikan dengan bahan baku (ikan) dan sumbangan *input* lainnya. Perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami. Nilai tambah diukur menggunakan satuan rupiah (Rp).

Faktor konversi adalah pembagian *output* dengan *input* dalam satu kali proses produksi. Faktor konversi agroindustri kerupuk ikan merupakan perbandingan antara kerupuk ikan yang dihasilkan dengan penggunaan *input* dalam perhitungan nilai tambah untuk satu kali proses produksi. Pemasaran agroindustri kerupuk ikan meliputi kegiatan menyalurkan hasil produksi kepada konsumen dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen. Pada kegiatan pemasaran akan dianalisis bauran pemasaran berdasarkan persepsi produsen.

Bauran pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan dapat diidentifikasi melalui empat atribut, antara lain produk, harga, tempat, dan promosi. Keempat atribut tersebut biasa dikenal dengan istilah 4P (*product*, *price*, *place*, dan *promotion*).

Produk adalah hasil akhir berupa kerupuk ikan dari proses pengolahan yang ditawarkan melalui kegiatan pemasaran. Produk dianalisis berdasarkan kondisi fisik dan non fisik dari kerupuk ikan, seperti jumlah produksi, tampilan warna, kerenyahan, dan keawetan kerupuk ikan.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan kerupuk ikan yang diinginkan. Harga dianalisis dengan melihat harga yang ditetapkan (harga grosir maupun harga eceran),

pemberian potongan harga untuk pembelian jumlah tertentu, dan metode pembayaran. Harga diukur menggunakan satuan rupiah (Rp).

Lokasi produksi adalah tempat berlangsungnya kegiatan untuk memproduksi kerupuk ikan. Lokasi produksi akan dianalisis dengan melihat kondisinya dan jarak dari lokasi bahan baku serta lokasi pemasaran.

Lokasi penjualan adalah tempat untuk menyalurkan hasil kerupuk ikan dari produsen kepada konsumen. Lokasi penjualan dianalisis dengan melihat apakah lokasi penjualan strategis, bagaimana ketersediaan lokasi untuk pendistribusian kerupuk ikan ke konsumen, dan saluran distribusi yang terlibat dalam pemasaran kerupuk ikan.

Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi mengenai produk kerupuk ikan dari penjual kepada pembeli dengan tujuan agar pembeli menjadi tertarik atau mengingat produk tersebut. Promosi dianalisis dengan melihat bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan dan media apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi.

Jasa layanan pendukung adalah kegiatan – kegiatan dari lembaga yang mendukung dan membantu berjalannya agroindustri kerupuk ikan. Jasa layanan pendukung terdiri dari lembaga keuangan, pasar dan pengembangan, lembaga transportasi, kebijakan pemerintah, dan layanan teknologi informasi komunikasi dan kebijakan pemerintah. Jasa layanan pendukung diukur dengan menggunakan skor.

Lembaga keuangan adalah lembaga yang memberikan fasilitas di bidang keuangan kepada pihak agroindustri.

Lembaga penyuluhan Lembaga atau organisasi yang berperan dalam memberikan edukasi, arahan, dan pendampingan kepada masyarakat untuk meningkatkan wawasan dan kemampuan, khususnya di bidang pertanian, perikanan, atau pemberdayaan komunitas.

Pasar adalah tempat berlangsungnya kegiatan penawaran dan permintaan antara produsen dengan konsumen.

Sarana transportasi adalah sarana yang menyediakan alat perhubungan bagi kegiatan agroindustri mulai dari kegiatan pengadaan bahan baku hingga kegiatan pemasaran.

Sarana teknologi informasi dan komunikasi adalah berbagai perangkat, sistem, dan infrastruktur yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi antara penjual dan konsumen, serta antara pemilik agroindustri dan pemasok bahan baku.

Lembaga pemerintah adalah lembaga yang bertugas dalam melaksanakan tugas pemerintahan sesuai peraturan perundang – undangan yang dalam hal ini berkaitan dengan pengembangan agroindustri.

Analisis lingkungan internal adalah proses untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis dalam UMKM KICA yang mempengaruhi keberhasilannya. Meliputi faktor-faktor yang dapat menghasilkan keuntungan (kekuatan) dan faktor-faktor yang dapat menyebabkan kerugian (kelemahan) dalam kelompok usaha tersebut.

Kekuatan adalah faktor menguntungkan yang mempengaruhi keberhasilan usaha pengolahan KICA meliputi sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi dan manajemen keuangan. Diukur dalam satuan skor.

Kelemahan adalah faktor merugikan yang mempengaruhi keberhasilan usaha pengolahan KICA meliputi keterbatasan atau kekurangan sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi dan manajemen keuangan yang secara serius menghambat kinerja efektif usaha pengolahan KICA. Diukur dalam satuan skor.

Sumber daya manusia (SDM) adalah tenaga kerja yang membantu memperlancar proses produksi sampai dengan pemasaran produk yang dilakukan oleh Agroindustri KICA.

Lokasi usaha adalah tempat yang digunakan untuk melakukan seluruh kegiatan pengolahan sampai pemasaran produk.

Produksi adalah jumlah produk yang dihasilkan dari pengolahan ikan menjadi kerupuk ikan.

Manajemen keuangan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengatur sumber daya keuangan perusahaan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengendalian pada Agroindustri KICA.

Pemasaran adalah kegiatan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk kerupuk ikan dengan mempromosikan agar produk kerupuk ikan pada Agroindustri KICA terjual.

Analisis lingkungan eksternal adalah proses menganalisis faktor-faktor strategis yang mempengaruhi usaha pengolahan ikan golok, baik faktor dari luar (eksternal) yang berhubungan dengan misi, tujuan, dan kebijakan usaha.

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan usaha Agroindustri KICA. Meliputi aspek teknologi, pesaing, kebijakan pemerintah, keadaan alam, ekonomi, sosial dan budaya. Diukur dalam satuan skor.

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan Agroindustri KICA. Meliputi aspek teknologi, pesaing, kebijakan pemerintah, keadaan alam, ekonomi, sosial dan budaya. Diukur dalam satuan skor.

Teknologi adalah alat dan perangkat yang digunakan dalam mendukung kegiatan operasional dalam Agroindustri KICA.

Pesaing adalah pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis maupun substitusi dan memasarkan produknya selain Agroindustri KICA.

Kondisi alam adalah keadaan alam pada jangka waktu tertentu yang dapat mempengaruhi kegiatan operasional produksi dan ketersediaan bahan baku ikan golok dan operasional agroindustri.

Ekonomi, sosial dan budaya adalah suatu keadaan yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Diukur dengan melihat kondisi ekonomi terhadap permintaan produk olahan ikan dan dampak dari kenaikan harga bahan bakar minyak dan lainnya, tingkat pertumbuhan penduduk dan perilaku konsumsi masyarakat terhadap Agroindustri KICA.

Kebijakan pemerintah adalah keputusan yang dibuat secara sistematis oleh pemerintah dengan maksud dan tujuan tertentu yang menyangkut kepentingan umum khususnya agroindustri, diukur dengan melihat berbagai kebijakan pemerintah yang berpengaruh baik secara langsung dan tidak langsung terhadap kegiatan operasional pada agroindustri.

Matriks IFE (*Internal factors evaluation*) adalah matriks yang terdiri dari faktor-faktor strategis internal yang berupa kekuatan dan kelemahan pada Agroindustri KICA.

Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dengan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

Strategi pengembangan adalah suatu rencana yang akan menentukan tindakan-tindakan pada masa yang akan datang dengan maksud untuk meningkatkan kualitas kerja dan kemampuan teknis, sehingga akan tercapai tujuan dari Agroindustri KICA yang optimal dengan menganalisis faktor-faktor strategis dalam usaha pengolahan ikan.

C. Lokasi, Waktu Penelitian, dan Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi perikanan dan kelautan karena wilayah ini terletak di pesisir pantai Timur Sumatera dengan produksi perikanan tangkap laut terbanyak di Provinsi Lampung berdasarkan data Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung Tahun 2023. Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan (2010) Kecamatan Labuhan Maringgai merupakan kawasan minapolitan, artinya sektor perikanan sebagai penggerak ekonomi. Desa Muara Gading Mas merupakan desa yang memiliki potensi pengolahan hasil ikan, sehingga banyak masyarakatnya mengelola hasil laut menjadi olahan kerupuk. Menurut data Badan Pusat Statistik Lampung Timur (2022), jumlah industri pengolahan makanan dan minuman paling banyak terdapat di Desa Muara Gading Mas, dengan total 189 industri.

UMKM KICA dipilih dengan pertimbangan bahwa usaha ini merupakan salah satu usaha pengolahan kerupuk yang memiliki produksi cukup besar, kapasitas produksi setiap harinya sebesar 50 kg tepung tapioka dan 15 kg ikan golok. Usaha pengolahan KICA sudah berdiri sejak tahun 2011 melanjutkan usaha keluarga yang berdiri tahun 1970 dan masih aktif melakukan usahanya sampai saat ini. Pengumpulan data penelitian dilakukan pada bulan Januari – Mei 2025.

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 3 kelompok, yaitu pemilik agroindustri yang berperan dalam memberikan informasi terkait analisis sistem agroindustri, 30 konsumen kerupuk ikan untuk menganalisis bauran pemasaran dari persepsi konsumen serta responden strategi pengembangan meliputi pemilik agroindustri, satu tenaga kerja agroindustri, satu pihak Dinas Koperasi Kabupaten Lampung Timur, satu dosen agribisnis Universitas Lampung yaitu Bapak Ir. Adia Nugraha, M.S. Responden dipilih

menggunakan teknik *non probability sampling*, yang artinya tidak setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018).

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung atau observasi di lokasi untuk mengetahui serangkaian proses dari pengolahan kerupuk ikan. Selain itu, dilakukan wawancara kepada pemilik Agroindustri KICA, tenaga kerja, Dinas Koperasi Lampung Timur, dosen agribisnis Universitas Lampung, konsumen. Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan alat berupa kuesioner yang berisi pertanyaan untuk mempermudah pengumpulan data. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari BPS dan berbagai literatur artikel atau jurnal yang relevan dengan penelitian.

E. Metode Analisis Data

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

1. Analisis Pengadaan Bahan Baku

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri KICA adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Pengadaan bahan baku ini dilihat dari enam elemen, yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat jenis, dan tepat harga (Kartika, 2022). Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis kendala atau permasalahan dalam pengadaan bahan

baku serta langkah apa yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Berikut pengadaan bahan baku melalui enam elemen disajikan seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Indikator penilaian 6 tepat pengadaan ikan golok

Kriteria 6 Tepat	Indikator	Terpenuhi atau tidak		
		1	2	3
Tepat waktu	Pengadaan bahan baku dilakukan 2 hari sekali.			
Tepat tempat	Adanya pemasok tetap dan selalu siap saat dibutuhkan dan dekat dengan agroindustri.			
Tepat kualitas	Bahan baku ikan harus mengikuti standar agroindustri, seperti ikan yang masih segar.			
Tepat kuantitas	Mampu mencukupi target ketersediaan bahan baku pada agroindustri kerupuk ikan.			
Tepat jenis	Bahan baku ikan yang digunakan pada agroindustri kerupuk ikan yaitu ikan golok yang masih segar.			
Tepat harga	Harga bahan baku ikan stabil berkisar Rp10.000/kg			

Keterangan:

1 = Tidak terpenuhi

2 = Kurang terpenuhi

3 = Terpenuhi

Tingkat ketepatan dalam pengadaan bahan baku pada Agroindustri KICA berdasarkan kriteria 6 tepat dapat dihitung menggunakan rumus sebagai:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \dots\dots\dots (6)$$

Kriteria penilaian pada analisis pengadaan bahan baku Agroindustri KICA disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Kriteria penilaian analisis pengadaan bahan baku

Nilai	Kriteria
76 % - 100%	Sangat baik
51% - 75%	Baik
26% - 50%	Cukup baik
1% - 25%	Kurang baik

Sumber: Riduwan, 2004

2. Analisis Nilai Tambah

Metode analisis untuk menghitung nilai tambah adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan analisis nilai tambah Hayami. Nilai tambah merupakan selisih antara komoditas yang memperoleh perlakuan tertentu dengan nilai pengorbanan dalam proses produksi. Perhitungan nilai tambah Hayami disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Perhitungan nilai tambah Hayami

No.	Variabel	Nilai
A. Input, Output, Harga:		
1.	Output (kg/produksi)	A
2.	Input (kg/produksi)	B
3.	Tenaga kerja (jam/produksi)	C
4.	Faktor konversi	$D = A/B$
5.	Koefisien tenaga kerja	$C = C/B$
6.	Harga output	F
7.	Upah rata – rata tenaga kerja (Rp/produksi)	G
B. Nilai Tambah dan Keuntungan:		
8.	Harga bahan baku (Rp/kg)	H
9.	Nilai input lain (Rp/kg)	I
10.	Nilai output (Rp/kg)	$J = D \times F$
11.	(a) Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$
	(b) Ratio nilai tambah (%)	$L\% = (K/J) \times 100$
12.	(a) Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$
	(b) Bagian tenaga kerja (%)	$N\% = (M/K) \times 100\%$
13.	(a) Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$
	(b) Tingkat keuntungan (%)	$P\% = (O/K) \times 100\%$
C. Balas Jasa Faktor Produksi:		
14.	Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$
	a. Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$
	b. Tenaga Kerja (%)	$S = (M/Q) \times 100\%$
	c. Input Lain (%)	$T = (I/Q) \times 100\%$

Sumber: Hayami, 1987

A = *Output*/total produksi kerupuk ikan yang dihasilkan Agroindustri KICA.

B = *Input*/bahan baku Ikan pada Agroindustri KICA.

C = Tenaga kerja yang digunakan dalam produksi Agroindustri KICA
Aina dihitung dalam satuan jam.

F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis.

G = Jumlah upah rata-rata tenaga kerja dalam satu periode produksi,
yang dihitung berdasarkan upah per jam.

H = Harga *input* bahan baku utama Agroindustri KICA per
kilogram pada saat periode analisis.

I = Sumbangan/biaya *input* lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku
pendukung, biaya penyusutan, dan biaya pengemasan.

Kriteria Nilai Tambah adalah :

- (a) Jika $NT > 0$, berarti pengembangan agroindustri kerupuk ikan memberikan nilai tambah (positif).
- (b) Jika $NT < 0$, berarti pengembangan agroindustri kerupuk ikan tidak memberikan nilai tambah (negatif).

3. Analisis Keuntungan

Metode analisis yang digunakan untuk menghitung keuntungan Agroindustri KICA adalah metode deskriptif kuantitatif. Perhitungan keuntungan dilakukan menggunakan analisis keuntungan menurut Kartadinata (2000) dengan menggunakan rumus:

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya operasional} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

Pendapatan = Jumlah produksi dikalikan harga jual produk (Rp)

Biaya operasional = Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung,
dan biaya *overhead* pabrik (Rp).

Analisis keuntungan dilakukan dengan menghitung besarnya keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri KICA. Keuntungan pada agroindustri ini merupakan pendapatan bersih atau hasil dari pengurangan pendapatan total dengan biaya operasional yang dikeluarkan selama produksi kerupuk ikan. Biaya operasional terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. 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 operasional disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Perhitungan biaya operasional

Keterangan	Total biaya
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	
-biaya bahan pendukung	xxx
-biaya tenaga kerja tidak langsung	xxx
-biaya proses produksi lainnya (transportasi, listrik, dll)	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	
-Penyusutan alat	xxx
-Pajak	xxx
Total biaya-biaya operasional	Xxx

Sumber: Kartadinata, 2000

4. Analisis Bauran Pemasaran

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan keempat mengenai bauran pemasaran Agroindustri KICA adalah analisis deskriptif kualitatif dengan penerapan bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4 atribut yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Analisis bauran pemasaran dianalisis berdasarkan persepsi produsen dan konsumen.

a. Bauran Pemasaran Berdasarkan Persepsi Pemilik Agroindustri

Analisis bauran pemasaran dianalisis berdasarkan persepsi produsen. Bauran pemasaran akan dideskripsikan berdasarkan kenyataan yang terjadi pada Agroindustri KICA dengan melihat beberapa indikator dari setiap atribut. Indikator bauran pemasaran yang akan dianalisis disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Indikator bauran pemasaran berdasarkan persepsi produsen

No.	Komponen	Persepsi pemilik agroindustri
A. Product (Produk)		
1.	Kualitas, jumlah, tampilan	
2.	Merek	
3.	Kemasan produk	
4.	Masa Keawetan	
B. Price (Harga)		
5.	Penetapan Harga	
6.	Harga kerupuk ikan	
7.	Cara pembayaran	
C. Place (Tempat)		
8.	Penjualan kerupuk ikan	
9.	Sasaran Pemasaran	
10.	Tempat Pemasaran	
11.	Lokasi Agroindustri	
D. Promotion (Promosi)		
12.	Kegiatan promosi	
13.	Media promosi	

Sumber: Fitriyani, 2023

b. Bauran Pemasaran Berdasarkan Persepsi Konsumen

Bauran pemasaran berdasarkan persepsi konsumen pada Agroindustri KICA di Desa Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur dilakukan kepada 30 konsumen yang diukur menggunakan skala likert. Menurut Djaali (2008), skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena pendidikan. Penilaian dalam skala likert pada kuesioner penelitian ini terdiri dari lima kriteria skor yaitu “1” untuk tidak setuju, “2” untuk tidak setuju, “3” untuk cukup, “4” untuk setuju, dan “5” untuk sangat setuju. Kuesioner tersebut dapat menjadi alat ukur yang baik dalam penelitian bila dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan dalam penelitian agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut dilakukan terhadap 30 responden konsumen Agroindustri KICA.

(1) Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang ditujukan pada isi dan kegunaan suatu instrumen penelitian. 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 adalah:

- a. Mendefinisikan secara operasional konsep peubah yang akan diukur berdasarkan referensi literatur dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
- b. Melakukan uji coba instrumen pada sebagian responden.
- c. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

- d. Menghitung korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total, menggunakan teknik korelasi product moment dengan bantuan program SPSS.
- e. Membandingkan angka korelasi dengan angka kritis pada tabel korelasi nilai r pada taraf tertentu. 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.

(2) 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 sebagai :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

r = Koefisien *reliability instrument*

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Total varian butir

σt^2 = Total varian

Pengukuran 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 KICA disajikan seperti pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap atribut bauran pemasaran pada Agroindustri KICA, 2025

No.	Atribut	Uji validitas		Uji reliabilitas	
		Nilai	Hasil	Nilai	Hasil
Product (Produk)					
1.	Kualitas	0.792	Valid	0.921	Reliabel
2.	Kuantitas	0.590	Valid		
3.	Tampilan produk	0.763	Valid		
4.	Pengemasan	0.583	Valid		
5.	Rasa	0.671	Valid		
6.	Merek	0.541	Valid		
7.	Masa keawetan	0.763	Valid		
Price (Harga)					
8.	Terjangkau	0.765	Valid		
9.	Sesuai harapan	0.731	Valid		
10.	Relatif murah	0.425	Valid		
11.	Potongan harga	0.505	Valid		
12.	Cara pembayaran	0.671	Valid		
Place (Tempat)					
13.	Strategis	0.591	Valid		
14.	Berdekatan toko sejenis	0.495	Valid		
15.	Jangkauan transportasi	0.463	Valid		
16.	Kenyamanan	0.511	Valid		
17.	Jasa pesan antar	0.651	Valid		
18.	Distribusi produk	0.830	Valid		
Promotion (Promosi)					
19.	Kegencaran promosi	0.430	Valid		
20.	Membantu konsumen	0.620	Valid		
21.	Menarik	0.426	Valid		
22.	Sesuai kenyataan	0.515	Valid		
23.	Media bervariasi	0.515	Valid		

Sumber: Data diolah, 2025

Indikator bauran pemasaran berdasarkan persepsi konsumen dianalisis dengan pemberian skor pada setiap pertanyaan yang telah tersedia berdasarkan komponen 4P. Setiap pertanyaan disesuaikan berdasarkan penelitian terdahulu dan teori menurut Kotler dan Keller (2012) berdasarkan sikap konsumen dalam pembelian suatu produk dan disesuaikan dengan keadaan dilapangan. Indikator bauran pemasaran yang akan dianalisis disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Indikator bauran pemasaran berdasarkan persepsi konsumen kerupuk ikan Agroindustri KICA, 2025

No.	Komponen	Skor				
A. Product (Produk)		5	4	3	2	1
1.	Kualitas					
2.	Kuantitas					
3.	Tampilan produk					
4.	Pengemasan					
5.	Rasa					
6.	Merek					
7.	Masa keawetan					
B. Price (Harga)						
8.	Terjangkau					
9.	Sesuai harapan					
10.	Relatif murah					
11.	Potongan harga					
12.	Cara pembayaran					
C. Place (Tempat)						
13.	Strategis					
14.	Berdekatan toko sejenis					
15.	Jangkauan transportasi					
16.	Kenyamanan					
17.	Jasa pesan antar					
18.	Distribusi produk					
D. Promotion (Promosi)						
19.	Kegencaran promosi					
20.	Membantu konsumen					
21.	Menarik					
22.	Sesuai kenyataan					
23.	Media bervariasi					

Sumber: Fitriyani, 2023

Keterangan:

5 = Sangat Baik

4 = Baik

3 = Netral

2 = Cukup Baik

1 = Kurang Baik

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

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \dots \dots \dots (9)$$

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

Tabel 12. Penilaian responden konsumen pada Agroindustri KICA, 2025

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

5. Analisis Jasa Layanan Pendukung

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui tujuan mengenai peran jasa layanan pendukung pada Agroindustri KICA adalah analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan skor atau penilaian terhadap setiap komponen lembaga jasa layanan pendukung yang berperan dalam mendukung aktivitas agroindustri. Analisis tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan lembaga jasa layanan pendukung serta mengevaluasi sejauh mana lembaga-lembaga tersebut dimanfaatkan dalam proses operasional agroindustri. Komponen jasa layanan yang dianalisis meliputi lembaga keuangan, lembaga penyuluhan, pasar, sarana transportasi, sarana teknologi informasi dan komunikasi, serta kebijakan pemerintah. Penilaian terhadap setiap lembaga jasa layanan pendukung disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Indeks penilaian lembaga jasa layanan pendukung pada Agroindustri KICA, 2025

No.	Indikator	Penilaian	Pemanfaatan		
			1	2	3
1.	Lembaga keuangan	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			
2.	Lembaga penyuluhan	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			
3.	Pasar	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			
4.	Sarana transportasi	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			
5.	Sarana teknologi informasi dan komunikasi	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			
6.	kebijakan pemerintah	0 = tidak ada 1 = ada, tidak dimanfaatkan 2 = ada, sedikit dimanfaatkan 3 = ada, banyak dimanfaatkan			

Sumber: Abriani, 2022

Penilaian lembaga jasa layanan pendukung dilakukan dengan memberikan skor 0 – 3 yang terdiri dari 4 keterangan penilaian:

- (a) Skor 0 = Tidak terdapat lembaga jasa layanan pendukung.
- (b) Skor 1 = Terdapat lembaga jasa layanan pendukung, namun tidak dimanfaatkan.
- (c) Skor 2 = Terdapat jasa layanan pendukung, namun sedikit dimanfaatkan.
- (d) Skor 3 = Terdapat jasa layanan pendukung dan banyak dimanfaatkan.

Jumlah nilai maksimum dari penilaian lembaga jasa layanan pendukung adalah 18. Persentase untuk menentukan kriteria penilaian peran jasa layanan pendukung dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\% \dots \dots \dots (10)$$

Kriteria penilaian pada analisis peran jasa layanan pendukung disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Kriteria penilaian jasa layanan penunjang

Nilai	Kriteria
76 % - 100%	Sangat baik
51% - 75%	Baik
26% - 50%	Cukup baik
1% - 25%	Kurang baik

Sumber: Riduwan, 2004

6. Analisis SWOT

Metode analisis yang digunakan dalam proses penyusunan strategi pengembangan adalah metode SWOT. Tahapan penentuan strategi dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap masukan, tahap analisis atau pencocokan, dan tahap keputusan (David, 2002). Tahap masukan meliputi evaluasi faktor eksternal (EFE) dan evaluasi faktor internal (IFE).

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada pengembangan usaha pengolahan ikan golok pada Agroindustri KICA seperti sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi, manajemen keuangan. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi yang mampu menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pengolahan ikan golok pada Agroindustri KICA. Faktor eksternal yang dianalisis yaitu teknologi, pasar, pesaing, kondisi alam, ekonomi sosial dan budaya.

Menurut David (2002), tahapan dalam menganalisis tabel matriks untuk menganalisis strategi lingkungan internal dan eksternal adalah sebagai:

- (a) Menentukan komponen-komponen yang paling penting dari faktor strategis internal (IFE) dan dari faktor strategis eksternal (EFE) kemudian masukkan dalam kolom faktor strategis.
- (b) Menentukan derajat kepentingan relatif setiap faktor internal (bobot) dengan menggunakan tabel catur. Penentuan bobot faktor internal dan eksternal dilakukan dengan memberikan penilaian atau pembobotan angka pada masing-masing faktor. Penilaian angka pembobotan adalah sebagai berikut, 2 jika faktor vertikal lebih penting daripada faktor horizontal, 1 jika faktor vertikal sama pentingnya dengan faktor horizontal dan 0 jika faktor vertikal kurang penting daripada faktor horizontal. Untuk mendapatkan bobot nilai, tiap faktor dibagi dengan total nilai dari analisis internal dan eksternal. Jumlah seluruh bobot adalah 1. Pembobotan angka pada masing-masing faktor dilakukan setiap responden dengan menggunakan kuesioner SWOT yang telah disiapkan. Selanjutnya hasil pembobotan angka dari seluruh responden tersebut direkapitulasi kemudian jumlah total pembobotan dirata-rata untuk masing-masing faktor. Nilai bobot hasil rekapitulasi dimasukkan dalam matriks faktor internal (Matriks IFE) dan matriks faktor eksternal (Matriks EFE).
- (c) Memberikan skala rating (peringkat) 1 sampai 4 untuk setiap faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut mewakili kelemahan utama (peringkat=1), kelemahan kecil (peringkat=2), kekuatan kecil (peringkat=3), dan kekuatan utama (peringkat=4). Pemberian peringkat pada masing-masing faktor dilakukan oleh responden melalui kuesioner yang telah disiapkan, kemudian hasil peringkat dari seluruh responden tersebut direkapitulasi dan diambil nilai modus (nilai peringkat terbanyak) yang dipilih responden untuk menentukan nilai peringkat masing-masing faktor. Nilai peringkat

- hasil rekapitulasi dimasukkan dalam matriks faktor internal (Matriks IFE) dan matriks faktor eksternal (Matriks EFE).
- (d) Mengalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor tertimbang. Perkalian bobot dengan peringkat (rating) untuk masing-masing faktor menggunakan nilai bobot dan peringkat (rating) hasil rekapitulasi dari seluruh responden.
 - (e) Menjumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total. Nilai 1 menunjukkan bahwa kondisi internal yang sangat buruk dan nilai 4 menunjukkan kondisi internal yang sangat baik, rata-rata nilai yang dibobotkan adalah 2,5. Nilai lebih kecil dari 2,5 menunjukkan bahwa kondisi internal selama ini masih lemah, sedangkan nilai lebih besar dari 2,5 menunjukkan kondisi internal kuat.

Matriks strategi analisis faktor internal dan eksternal pada penelitian ini adalah sebagai:

- (a) Komponen internal yang digunakan untuk memperoleh kekuatan usaha pengolahan ikan golok menjadi kerupuk ikan adalah sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi dan manajemen keuangan. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kekuatan disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kekuatan

Komponen	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Produksi				
Manajemen				
keuangan				
SDM				
Lokasi usaha				
Pemasaran				

Sumber: David, 2002

Keterangan pemberian rating:

4 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat kuat

3 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri kuat

2 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri rendah

1 = Kekuatan yang dimiliki agroindustri sangat rendah

- (b) Komponen internal yang digunakan untuk memperoleh kelemahan usaha pengolahan ikan golok pada Agroindustri KICA adalah sumber daya manusia, lokasi usaha, pemasaran, produksi dan manajemen keuangan. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kelemahan disajikan seperti pada Tabel 16.

Tabel 16. Kerangka matriks faktor strategi internal untuk kelemahan

Komponen	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Produksi				
Manajemen keuangan				
SDM				
Lokasi usaha				
Pemasaran				

Sumber: David, 2002

Keterangan pemberian rating :

4 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat mudah dipecahkan

3 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri mudah dipecahkan

2 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sulit dipecahkan

1 = Kelemahan yang dimiliki agroindustri sangat sulit dipecahkan

- (c) Komponen eksternal yang digunakan untuk memperoleh peluang usaha pengolahan ikan golok pada Agroindustri KICA adalah teknologi, pesaing, kondisi alam, ekonomi, sosial dan budaya serta kebijakan pemerintah. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk peluang disajikan pada Tabel 17.

Keterangan pemberian rating :

4 = Peluang yang dimiliki usaha pengolahan paling mudah diraih

3 = Peluang yang dimiliki usaha pengolahan mudah diraih

2 = Peluang yang dimiliki usaha pengolahan sulit diraih

1 = Peluang yang dimiliki usaha pengolahan sangat sulit diraih

Tabel 17. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk peluang

Komponen	Peluang	Bobot	Rating	Skor
Teknologi				
Pesaing				
Ekonomi, sosial dan budaya				
Kondisi alam				
Kebijakan pemerintah				

Sumber: David, 2002

- (d) Komponen eksternal yang digunakan untuk memperoleh ancaman usaha pengolahan ikan golok pada Agroindustri KICA adalah teknologi, pesaing, kondisi alam, ekonomi, sosial dan budaya serta kebijakan pemerintah. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk ancaman disajikan pada Tabel 18.

Tabel 18. Kerangka matriks faktor strategi eksternal untuk ancaman

Komponen	Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Teknologi				
Pesaing				
Ekonomi, sosial dan budaya				
Kondisi alam				
Kebijakan pemerintah				

Sumber: David, 2002

Keterangan pemberian rating :

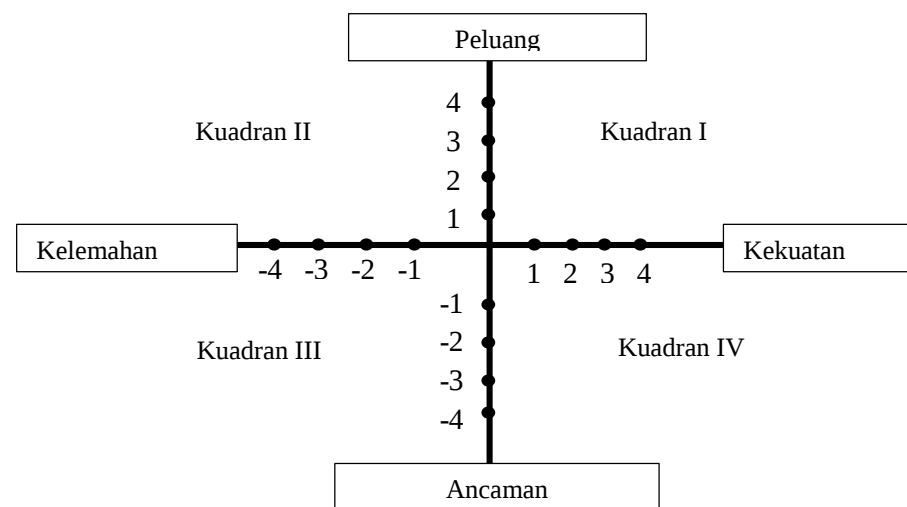
4 = Ancaman yang dimiliki usaha pengolahan paling mudah diatasi

3 = Ancaman yang dimiliki usaha pengolahan mudah diatasi

2 = Ancaman yang dimiliki usaha pengolahan sulit diatasi

1 = Ancaman yang dimiliki usaha pengolahan sangat sulit diatasi.

Hasil skor yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE digunakan untuk menentukan posisi dari agroindustri. Matriks strategi besar *atau grand strategy matriks* (GS) merupakan alat analisis dalam merumuskan berbagai alternatif strategi dimana unit bisnis strategis diposisikan pada salah satu dari keempat kuadran strategis yang didasarkan atas dua dimensi yaitu posisi persaingan dan pertumbuhan pasar. *Matriks grand strategy* disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Matriks *grand strategy*
Sumber: David, 2017

Menurut David (2017), terdapat 4 kuadran dalam *matriks grand strategy* dengan penjelasan sebagai:

1. Kuadran I: Posisi perusahaan dengan kekuatan internal yang kuat dan peluang eksternal yang besar, sehingga berada dalam posisi strategis yang sangat baik. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang secara maksimal melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.
2. Kuadran 2: Menunjukkan perusahaan dengan peluang besar tetapi memiliki kelemahan internal yang menghambat daya saing. Strategi yang disarankan meliputi evaluasi pendekatan saat ini, fokus pada strategi intensif seperti penetrasi atau pengembangan pasar dan

- produk, serta mempertimbangkan integrasi horizontal jika kelemahan terlalu besar.
3. Kuadran 3: Menggambarkan perusahaan berada pada posisi sulit dengan kelemahan internal dan ancaman eksternal, beroperasi di industri dengan pertumbuhan lambat. Langkah drastis seperti pengurangan biaya dan aset diperlukan untuk meningkatkan efisiensi, strategi yang relevan adalah divestasi atau likuidasi.
 4. Kuadran 4: Menunjukkan perusahaan dengan kekuatan internal yang baik tetapi menghadapi ancaman eksternal di industri yang pertumbuhannya lambat. Strategi yang relevan adalah diversifikasi.

Perumusan alternatif strategi pengembangan usaha pengolahan ikan golok dilakukan dengan analisis SWOT, menggunakan data hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang digambarkan pada matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada Agroindustri KICA, sehingga dapat diperoleh susunan strategis yang mampu menambah kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada (David, 2002). Matriks analisis SWOT dibentuk melalui tahapan menyilangkan masing-masing faktor sehingga didapat strategi SO, ST, WO dan WT dan selanjutnya faktor yang sudah disilangkan disesuaikan dengan kuadran I, II, III dan IV seperti matriks SWOT yang disajikan pada Tabel 19.

Tabel 19. Matriks SWOT

Faktor internal Faktor Eksternal	Strengths (S) Tentukan 5-10 Faktor yang menjadi kekuatan.	Weakness (W) Tentukan 5-10 Faktor yang menjadi kelemahan.
	Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi peluang.	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor yang menjadi ancaman.	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Sumber: David, 2010

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Timur

1. Sejarah Kabupaten Lampung Timur

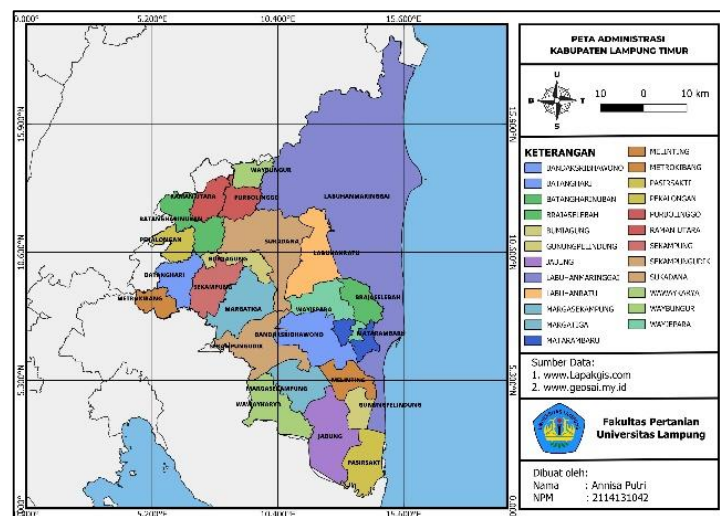
Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Timur dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1999 dan secara resmi berdiri pada tanggal 27 April 1999, dengan pusat pemerintahan berada di Kecamatan Sukadana. Awalnya, wilayah administrasi Kabupaten Lampung Timur terdiri atas 10 kecamatan definitif, 13 kecamatan pembantu, dan 232 desa. Kemudian, melalui Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 1999, dua kecamatan pembantu, yaitu Margatiga dan Sekampung Udik, ditingkatkan statusnya menjadi kecamatan definitif. Hal ini menjadikan jumlah kecamatan definitif menjadi 12, dengan 11 kecamatan pembantu dan tetap 232 desa (BPS Kabupaten Lampung Timur, 2024).

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 01 Tahun 2001 dan Keputusan Bupati Lampung Timur Nomor 13 Tahun 2001, dibentuk 11 kecamatan tambahan di wilayah kabupaten tersebut. Dengan demikian, jumlah kecamatan definitif di Kabupaten Lampung Timur meningkat menjadi 24, sementara jumlah desa masih tetap 232, termasuk desa persiapan. Keputusan Bupati Lampung Timur Nomor 19 Tahun 2001 dan Nomor 06 Tahun 2002, ditetapkan bahwa jumlah desa di Kabupaten Lampung Timur adalah 232 desa definitif serta sejumlah desa persiapan. Kemudian, Keputusan Bupati Lampung Timur Nomor 13 Tahun 2003 tanggal 10 Desember 2003 mengubah status lima desa di Kecamatan Sukadana

menjadi kelurahan, yakni Pasar Sukadana, Sukadana Ilir, Negara Nabung, Sukadana, dan Mataram Marga.

Kecamatan di Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2006, jumlahnya bertambah menjadi 24 setelah diberlakukannya Peraturan Daerah Nomor 05 Tahun 2005 tentang Pembentukan Kecamatan Marga Sekampung. Pada tahun 2007, jumlah desa meningkat menjadi 257 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2007 tentang Pembentukan 19 Desa dan Peraturan Bupati Nomor 23 Tahun 2007 yang mencabut Keputusan Bupati Nomor 13 Tahun 2003. Selanjutnya, melalui Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pembentukan 7 Desa, jumlah desa bertambah menjadi 264. Hingga 9 Desember 2016, Kabupaten Lampung Timur memiliki 24 kecamatan dan 264 desa.

2. Letak Geografis



Gambar 5. Letak wilayah dan batas wilayah Kabupaten Lampung Timur berdasarkan Kecamatan.

Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu dari 15 Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. Secara geografis, wilayah ini berada di antara 105015' hingga 106020' Bujur Timur dan 4°37' hingga 5037' Lintang Selatan. Kabupaten Lampung Timur memiliki luas wilayah sekitar 5.325,03 km²

atau 15% dari total wilayah Provinsi Lampung (35.376,50 Km²).

Kabupaten Lampung Timur merupakan dataran rendah dengan ketinggian rata rata 50 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah Kabupaten Lampung Timur menurut kecamatan dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Luas wilayah Kabupaten Lampung Timur menurut kecamatan tahun 2023

No.	Kecamatan	Luas wilayah dan persentase	
		Luas wilayah (km ²)	Persentase (%)
1.	Metro Kibang	76,78	1,44
2.	Batanghari	148,88	2,80
3.	Sekampung	148,34	2,79
4.	Marga Tiga	250,73	4,71
5.	Sekampung Udik	339,12	6,37
6.	Jabung	267,85	5,03
7.	Pasir Sakti	193,94	3,64
8.	Waway Karya	211,07	3,96
9.	Marga Sekampung	177,32	3,33
10.	Labuhan Maringgai	194,99	3,66
11.	Mataram Baru	79,56	1,49
12.	Bandar Sribhawono	185,71	3,49
13.	Melinting	139,30	2,62
14.	Gunung Pelindung	78,52	1,47
15.	Way Jepara	229,27	4,31
16.	Braja Selebah	247,61	4,65
17.	Labuhan Ratu	485,51	9,12
18.	Sukadana	756,76	14,21
19.	Bumi Agung	73,17	1,37
20.	Batanghari Nuban	180,69	3,39
21.	Pekalongan	100,13	1,88
22.	Raman Utara	161,37	3,03
23.	Purbolinggo	222,03	4,17
24.	Way Bungur	376,38	7,07
Total		5.325,03	100

Sumber: BPS Kabupaten Lampung Timur, 2023

Berdasarkan letak geografisnya Kabupaten Lampung Timur memiliki batas wilayah:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Rumbia, Seputih Surabaya, dan Seputih Banyak Kabupaten Lampung Tengah, serta Kecamatan Menggala Kabupaten Tulang Bawang.

2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang, Ketibung, Palas, dan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Jawa (wilayah laut Provinsi Banten dan DKI Jakarta).
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bantul dan Metro Raya Kota Metro, serta Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah.

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Kabupaten Lampung Timur memiliki iklim yang sama dengan daerah lain di Indonesia yaitu iklim tropis dengan dua musim yang berganti sepanjang tahun yaitu kemarau dan hujan. Iklim Kabupaten Lampung Timur berdasarkan Smith dan Ferguson termasuk dalam kategori iklim B yaitu basah, yang dicirikan oleh bulan basah selama 6 bulan yaitu pada bulan Desember-Juni dengan temperatur rata-rata 24-34°C. Curah hujan merata tahunan sebesar 2000-2500 mm. Wilayah Kabupaten Lampung Timur merupakan daerah yang datar dengan sebagian besar wilayahnya berada pada ketinggian 25-55 meter di atas permukaan laut (mdpl), kecuali Kecamatan Pasir Sakti, Braja Selehah, dan Bumi Agung yang hanya berada pada ketinggian 0-25 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan sebaran tingkat kemiringan lahan, wilayah Kabupaten Lampung Timur terdiri dari kelas lereng datar (kemiringan 1-3%) yaitu seluas 96.627 hektar, kelas lereng landai (3- 8%) yaitu seluas 198.248 hektar, kelas lereng bergelombang (8-15%) yaitu seluas 213.911 hektar, dan kelas lereng berbukit (15–40%) yaitu seluas 16.039 hektar.

4. Keadaan Demografi

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Lampung Timur (2024), hasil proyeksi penduduk Kabupaten Lampung Timur tahun 2023 berjumlah 1.114.016 jiwa. Hasil proyeksi penduduk ini terdiri atas 566.648 jiwa penduduk laki-

laki dan 547.368 jiwa penduduk perempuan. Menurut data dari dinas kependudukan dan pencatatan sipil penduduk Lampung Timur mengalami pertumbuhan sebesar 0,01% pada tahun 2023. Sementara itu, besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2023 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 104%. Kepadatan penduduk di Kabupaten Lampung Timur tahun 2023 mencapai 20 jiwa/km². Kepadatan penduduk di 24 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Pekalongan dengan kepadatan sebesar 532 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Way Bungur sebesar 70 jiwa/km². Sebagian besar penduduk di Kabupaten Lampung Timur menganut ajaran islam, yaitu sebesar 1.063.074 jiwa. Meskipun demikian, terdapat pula penduduk yang menganut agama lain seperti Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur, 2023).

5. Potensi Wilayah

Kabupaten Lampung Timur memiliki potensi yang cukup menguntungkan dari segi topografinya terutama bagi keberlangsungan perekonomian penduduk. Terdapat banyak ruang pada kawasan atau wilayah Kabupaten Lampung Timur. Struktur ekonomi Kabupaten Lampung Timur didominasi oleh beragam sektor pertanian, kehutanan, peternakan, dan perikanan. Kabupaten Lampung Timur ini dikenal sebagai wilayah agraris dengan komoditas utama seperti ubi kayu, padi, dan jagung. Produksi ubi kayu mencapai 917.167 ton dengan produktivitas sebesar 232,5 Kuintal/Ha, sedangkan produksi padi sebesar 539.556 ton dengan produktivitas 53,76 Kuintal/Ha dan jagung mencapai 1.009.908 ton dengan produktivitas 56,05 Kuintal/Ha. Kecamatan produsen padi, jagung, dan ubi kayu terbesar di Kabupaten Lampung Timur selama tahun 2022 yaitu Sribhawono, Marga Tiga dan juga Jabung (Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Kabupaten Lampung Timur, 2003).

Sektor perkebunan pada Kabupaten Lampung Timur seperti kakao bersentra di Kecamatan Sekampung Udik, Gunung Pelindung, Way Jepara Dan Marga Tiga, sedangkan komoditas karet berkembang di kecamatan Way Jepara dan Sekampung Udik. Kabupaten Lampung Timur penyumbang lebih dari 30% produksi perikanan tangkap Provinsi Lampung karena memiliki garis pantai sepanjang lebih dari 110 km menjadikan. Daerah ini juga menjadi sentra pengolahan ikan, termasuk rajungan, yang dikelola UMKM dan mini plant.

Sektor pariwisata memiliki potensi besar melalui Taman Nasional Way Kambas sebagai pusat konservasi gajah Sumatera, serta pantai-pantai seperti Kerang Mas dan Kuala Penet yang berdaya tarik tinggi. Potensi energi terbarukan berasal dari limbah ternak sapi yang diolah menjadi biogas, seperti di Desa Rama Puja, Kecamatan Raman Utara, yang menghasilkan hingga 554.677,73 SLM. Sektor pertambangan juga menjanjikan, dengan ketersediaan pasir kwarsa, pasir bangunan, batu basalt, dan lempung yang tersebar di kecamatan seperti Labuhan Maringgai dan Pasir Sakti. Selain itu, UMKM terus berkembang melalui pengolahan hasil pertanian dan perikanan, seperti keripik singkong, ikan asin, kerupuk ikan, terasi dan rajungan. Optimalisasi potensi-potensi ini melalui pembangunan infrastruktur, peningkatan kualitas SDM, dan promosi investasi dapat mendorong peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Lampung Timur.

B. Gambaran Umum Kecamatan Labuhan Maringgai

1. Sejarah Kecamatan Labuhan Maringgai

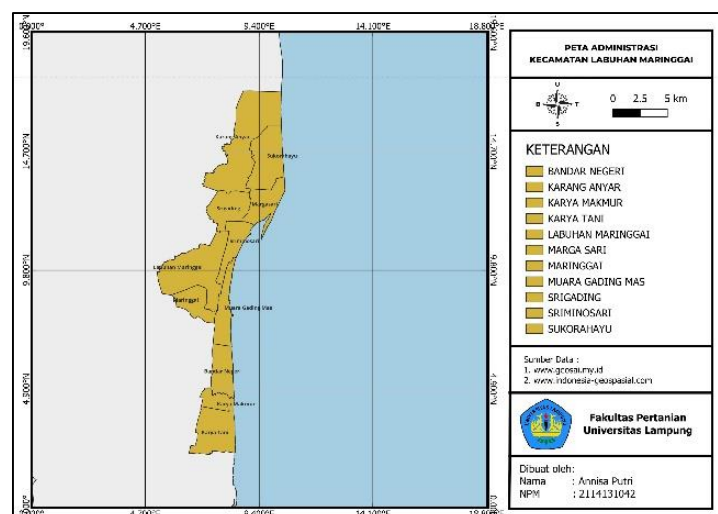
Kecamatan Labuhan Maringgai bermula sekitar tahun 1898 ketika Juragan Dul Siman dari Banten membuka hutan di daerah Munjuk untuk mencari rotan, yang kemudian dibawa ke Pulau Jawa dengan perahu layar. Beberapa anak buahnya menetap di Munjuk, di pesisir Kuala, para pedagang dari Bugis, Palembang, Banten, dan Lampung datang,

membangun gubuk, dan berdagang secara barter. Perahu mereka berlabuh di Sungai Mahampari, yang dikenal karena banyaknya ikan pari.

Kampung yang telah ada saat itu adalah Kampung Maringgai, seiring berkembangnya permukiman dan interaksi antar pedagang, wilayah baru ini dinamai Kampung Labuhan Maringgai, yang berdiri mandiri dan bukan bagian dari Kampung Maringgai. Wilayahnya semula sangat luas, mencakup Wako, Sekapuk, dan Way Kambas, namun kemudian dimekarkan menjadi Desa Tulung Pasik (1972), Karya Makmur dan Karya Tani (1982), serta Muara Gading Mas (1984), dan pada 1983 terjadi pemindahan penduduk ke Margasari dan Kuala Labuhan Maringgai.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kecamatan Labuhan Maringgai dalam angka (2024), Kecamatan Labuhan Maringgai saat ini terdiri atas 11 desa, yaitu Karya Tani, Karya Makmur, Bandar Negeri, Maringgai, Muara Gading Mas, Labuhan Maringgai, Sri Gading, Sri Minosari, Margasari, Sukorahayu, dan Karang Anyar. Desa dengan wilayah terluas adalah Karya Makmur, yang memiliki luas 81,70 km² atau sekitar 5,68% dari total wilayah Kecamatan Labuhan Maringgai. Sebaliknya, desa dengan wilayah terkecil adalah Sri Minosari, dengan luas 3,50 km² atau sekitar 0,24% dari keseluruhan wilayah kecamatan tersebut.

2. Letak Geografis



Gambar 6. Letak wilayah dan batas wilayah Kabupaten Lampung Timur berdasarkan Desa.

Kecamatan Labuhan Maringgai terletak di dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 7 meter di atas permukaan laut dan memiliki luas wilayah sebesar 226,77 km². Berdasarkan letak geografisnya kecamatan Labuhan Maringgai memiliki batas wilayah:

1. Sebelah utara : Hutan Suaka Way Kambas
2. Sebelah selatan : Kecamatan Pasir Sakti
3. Sebelah timur : Laut Jawa
4. Sebelah barat : Kecamatan Braja Selebah, Mataram Baru, Bandar Sribhawono, Melinting, dan Gunung Pelindung.

Berdasarkan data BPS Kecamatan Labuhan Maringgai dalam Angka 2024, wilayah administrasi Kecamatan Labuhan Maringgai terdiri atas 11 desa dengan luas daratan masing-masing sebesar, Karya Tani (18,70 km²), Karya Makmur (81,70 km²), Bandar Negeri (26,62 km²), Maringgai (15,91 km²), Muara Gading Mas (12,50 km²), Labuhan Maringgai (5,30 km²), Srigading (7,24 km²), Sriminosari (3,50 km²), Margasari (13,30 km²), Sukorahayu (25,00 km²), Karang Anyar (17,00 km²). Kecamatan Labuhan Maringgai terdapat juga enam buah sungai utama, yaitu Sungai PU, Sungai Nibung, Sungai Perigi, Sungai Way Curup, Sungai Flod Way Jepara dan Sungai Alam.

3. Kondisi Demografi

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika Kecamatan Labuhan Maringgai dalam Angka tahun (2024), jumlah penduduk Kecamatan Labuhan Maringgai pada tahun 2023 mencapai 78.503 jiwa, terdiri atas 40.150 laki-laki dan 38.353 perempuan. Kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Labuhan Maringgai, yaitu 11.913 jiwa (15,18% dari total penduduk). Karya Makmur menjadi kelurahan dengan jumlah penduduk paling sedikit, yakni 3.065 jiwa (3,90%). Kepadatan penduduk Kecamatan Labuhan Maringgai tahun 2023 tercatat sebesar 346,18

jiwa/km². Kelurahan Labuhan Maringgai memiliki kepadatan tertinggi, yaitu 2.247,74 jiwa/km², sedangkan Karya Makmur terendah dengan 37,52 jiwa/km². Rasio jenis kelamin di wilayah ini adalah 104,69, yang berarti terdapat sekitar 105 laki-laki untuk setiap 100 perempuan. Kelurahan Maringgai memiliki rasio jenis kelamin terendah (98,59), sedangkan Muara Gading Mas tertinggi (108,13).

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 masyarakat. Kecamatan Labuhan Maringgai merupakan salah satu pusat perekonomian Kabupaten Lampung Timur khususnya pada sektor perikanan. Labuhan Maringgai resmi ditetapkan sebagai kawasan Minapolitan melalui Surat Keputusan Bupati Lampung Timur Nomor B.324/04/SK/2010. Penetapan ini bertujuan mengembangkan kawasan berbasis perikanan secara terintegrasi, dengan sektor perikanan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi lokal. Aktivitas utama meliputi perikanan tangkap dan budidaya, khususnya budidaya udang dan bandeng di tambak-tambak sepanjang pesisir. Sebagian besar masyarakat Labuhan Maringgai bekerja di sektor perikanan, terutama sebagai nelayan dan petani tambak udang dan bandeng. Melimpahnya hasil laut turut mendorong tumbuhnya berbagai UMKM yang mengolah produk perikanan menjadi aneka makanan seperti kerupuk ikan, pempek, dan terasi. Hal ini menjadikan sektor perikanan tidak hanya sebagai sumber mata pencaharian utama, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kreatif dan industri rumah tangga di daerah tersebut.

C. Gambaran Umum Agroindustri KICA

1. Sejarah Agroindustri KICA

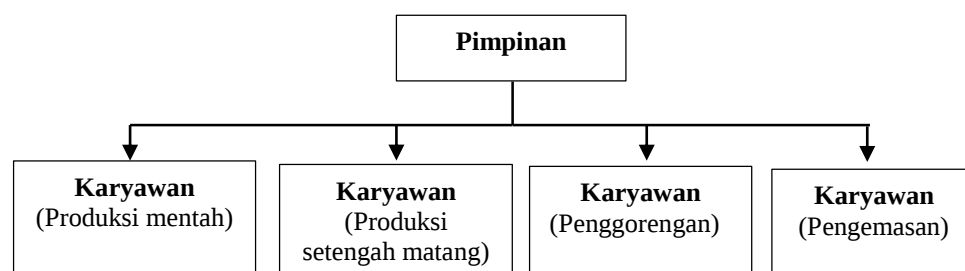
Informasi terkait sejarah dan profil agroindustri diperoleh langsung dari pemilik agroindustri. Agroindustri KICA didirikan pada tahun 2011 oleh Ibu Aina Andaluna yang kini berusia 57 tahun. Usaha ini memproduksi kerupuk ikan berbahan dasar ikan golok, yang banyak ditemukan di Desa Muara Gading Mas. Awalnya, orang tua Ibu Aina telah merintis usaha kerupuk ikan pada tahun 1970 sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Namun, setelah orang tuanya meninggal dunia, usaha tersebut berhenti beroperasi. Pada tahun 2000, Ibu Aina mencoba melanjutkan usaha keluarga tersebut dengan mulai memproduksi kerupuk, meskipun belum dilakukan secara rutin. Kemudian, pada tahun 2011, Ibu Aina memantapkan niatnya untuk mendirikan usaha kerupuk yang diberi nama Kerupuk Cek Aina. Usaha ini berawal dari kebiasaan para ibu di Desa Muara Gading Mas yang sering berkumpul dan berbincang di depan rumah Ibu Aina setiap sore. Melihat potensi tersebut, para ibu menyarankan agar Ibu Aina membuka usaha kerupuk, agar kegiatan berkumpul dapat sekaligus menjadi sarana menghasilkan pendapatan. Karena mayoritas ibu-ibu di desa tersebut memiliki keterampilan membuat kerupuk, Ibu Aina pun memberdayakan mereka sebagai tenaga kerja dalam usahanya.

Agroindustri KICA berlokasi di Jl. Pahlawan, Muara Gading Mas, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Tahun 2011 Agroindustri KICA mengalami kemajuan hingga saat ini dan sudah memiliki 10 reseller di Kecamatan Labuhan Maringgai dengan produksi mencapai 50-63 kg per hari atau dapat menghasilkan 500-625 bungkus kerupuk ikan dalam sekali produksi. Agroindustri ini telah memiliki perizinan berusaha berbasis risiko dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) 1102220008178 dan tergolong dalam skala usaha mikro, yang diterbitkan pada tanggal 11 Februari 2022. Selanjutnya, pada

tanggal 13 Desember 2022, Agroindustri KICA memperoleh sertifikat halal dengan nomor ID18110000849741022 yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Selain itu, agroindustri ini juga telah mengantongi izin edar Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan nomor 2021807010714-30 yang diterbitkan pada tanggal 2 Juni 2025.

2. Aspek Organisasi Agroindustri KICA

Struktur organisasi pada Agroindustri KICA berfungsi untuk mempermudah melakukan pekerjaan karena adanya pembagian kerja dan wewenang setiap bagian. Penyusunan struktur organisasi disesuaikan dengan kebutuhan agroindustri. Struktur organisasi pada Agroindustri KICA terdiri dari, pemilik dan karyawan bagian produksi yang terbagi menjadi 4. Struktur organisasi Agroindustri KICA seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Struktur organisasi Agroindustri KICA
Sumber: Data primer, 2025

Struktur organisasi Agroindustri KICA bersifat sederhana dan fungsional, di mana pemilik usaha, Ibu Aina, memegang kendali penuh atas operasional, administrasi, dan pemasaran. Kemudian karyawan dibagi berdasarkan tahapan proses produksi, yaitu: produksi mentah (pengadaan bahan baku, perebusan, pengadonan, dan pencetakan) terdiri dari 4 orang, produksi setengah matang (pengukusan dan penjemuran) terdiri dari satu orang, penggorengan (dilakukan dua kali) terdiri dari satu orang, serta pengemasan (produk siap jual) terdiri dari 4 orang.

Pembagian ini memungkinkan proses kerja yang lebih terfokus dan efisien meskipun masih berskala kecil dan dikelola secara langsung oleh pemilik.

3. Aspek Sumber daya Agroindustri KICA

Setiap agroindustri memerlukan sumber daya manusia sebagai penggerak utama dalam menjalankan kegiatannya, dengan kemampuan yang disesuaikan berdasarkan tugas masing-masing. Agroindustri KICA, memanfaatkan kemampuan ibu-ibu disekitar lingkungan sebagai tenaga kerja dalam pengolahan kerupuk, terdapat 11 orang tenaga kerja yang bertugas sesuai dengan tahapan produksi yang ada. Jam kerja tenaga kerja pengolahan dimulai pukul 07.30 hingga 13.30 WIB. Sementara itu, tenaga kerja pengukusan dan penjemuran bekerja selama dua jam mulai pukul 10.00 WIB. Proses penggorengan dimulai pukul 12.00 hingga 16.00 WIB, dan pada pukul 15.00 WIB, tenaga kerja bagian lainnya mulai melakukan pengemasan kerupuk (Data Primer, 2025).

4. Aspek Permodalan Agroindustri KICA

Permodalan merupakan aspek krusial dalam agroindustri dan bidang usaha lainnya. Pengelolaan modal yang baik sangat penting untuk mendukung operasional dan keberlanjutan usaha. Saat pertama kali didirikan, Agroindustri KICA memiliki modal awal sebesar Rp2.000.000 yang bersumber dari dana pribadi. Modal tersebut dimanfaatkan secara optimal untuk membeli bahan baku, bahan pendukung, peralatan produksi, serta tungku bakar. Keuntungan yang diperoleh kemudian digunakan kembali sebagai modal untuk produksi berikutnya (Data Primer, 2025).

5. Sarana dan Prasarana Agroindustri KICA

Sarana dan prasarana merupakan elemen penting yang menunjang kelancaran aktivitas kerja. Fasilitas yang memadai akan mendukung setiap proses dan kegiatan secara optimal. Sarana dan prasarana disediakan oleh pihak usaha untuk digunakan oleh para pekerja. Agroindustri KICA, fasilitas terbagi menjadi dua kategori: fasilitas produksi dan fasilitas penunjang (Data Primer, 2025).

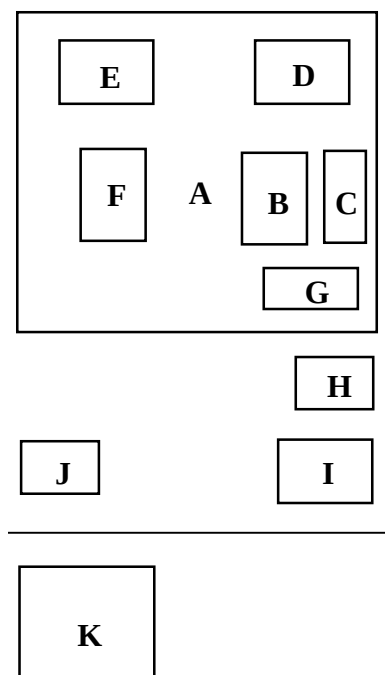
1. Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi mencakup seluruh peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk. Fasilitas yang terdapat pada Agroindustri KICA meliputi pirikan, baskom, wajan, kukusan, serok goreng, ancak bambu, spatula, tungku bakar, dan *freezer box*.

2. Fasilitas Penunjang

Fasilitas penunjang mencakup alat bantu operasional, seperti sepeda motor yang digunakan untuk pembelian bahan baku.

6. Tata Letak/Layout Agroindustri KICA



Gambar 8. Tata letak rumah produksi Agroindustri KICA

Tempat yang digunakan untuk memproduksi kerupuk ikan golok adalah bangunan pribadi dari pemilik agroindustri. Letak bangunan terpisah dengan rumah tempat tinggal Ibu Aina namun masih dalam satu area. Tata letak (*layout*) bangunan produksi Agroindustri KICA disajikan seperti pada Gambar 8.

Keterangan gambar:

A : Rumah produksi KICA

B : Tempat pengolahan

C : Tempat meletakkan peralatan

D : Tempat penggorengan

E : Tempat pengukusan

F : Tempat pengemasan

G : Tempat penyimpanan kerupuk kering

H : Tempat meletakkan kayu bakar

I : Tempat penjemuran kerupuk

J : Tempat pembersihan ikan

K : Rumah pemilik/tempat penyimpanan kerupuk jadi

Berdasarkan Gambar 8 dapat dilihat tata letak bangunan rumah produksi KICA. Bagian A adalah Rumah Produksi yang terpisah dengan rumah pemilik agroindustri. Bagian B merupakan tempat pengolahan. Bagian C adalah tempat meletakkan peralatan yang digunakan untuk proses produksi. Bagian D adalah tempat penggorengan. Bagian E adalah Tempat pengukusan kerupuk, Bagian F adalah tempat pengemasan dan bagian G merupakan tempat penyimpanan kerupuk yang sudah kering atau sebagai stok. Bagian H merupakan tempat meletakkan stok kayu bakar yang digunakan dalam proses pengukusan dan penggorengan. Bagian I merupakan tempat penjemuran kerupuk ikan setelah melalui proses pengukusan. Bagian J tempat pembersihan ikan dan bagian K merupakan rumah pemilik yang digunakan sebagai tempat penyimpanan kerupuk yang sudah dikemas dan sebagai tempat transaksi penjualan kerupuk.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses pengadaan bahan baku pada Agroindustri KICA telah memenuhi kriteria enam tepat, namun pada musim angin Barat, komponen tepat harga dan tepat jenis belum optimal, sedangkan pada musim angin Timur dan musim normal, semua komponen 6 tepat terpenuhi. Pengadaan bahan baku 6 tepat agroindustri mencapai 88,89 persen, termasuk dalam kriteria sangat baik.
2. Agroindustri KICA dinilai menguntungkan dengan rata-rata keuntungan per bulan sebesar Rp23.064.303 dan nilai tambah yang diperoleh Agroindustri KICA bernilai positif atau $NT > 0$ yaitu sebesar Rp6.050,57/kg, yang berarti bahwa agroindustri tergolong usaha yang menguntungkan.
3. Bauran pemasaran Agroindustri KICA berdasarkan persepsi pemilik telah memenuhi komponen 4P, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Produk yang dipasarkan memiliki kualitas baik dengan harga terjangkau, didistribusikan melalui konsumen langsung dan reseller di lokasi strategis. Akan tetapi, promosi masih menggunakan *personal selling*, sehingga perlu ditingkatkan dengan memaksimalkan penggunaan media sosial. Berdasarkan persepsi konsumen, unsur produk 76,10 persen, harga 76,00 persen, dan tempat 75,78 persen tergolong kategori baik, sedangkan promosi 67,73 persen berada pada kategori cukup.

4. Jasa layanan penunjang secara umum telah dimanfaatkan dengan baik oleh Agroindustri KICA, kecuali layanan dari lembaga keuangan karena kebutuhan modal mampu dipenuhi secara mandiri. Peran jasa layanan penunjang terhadap Agroindustri KICA mencapai 83,33 persen, termasuk kategori sangat baik
5. Hasil analisis SWOT menunjukkan nilai IFE sebesar 2,997 dan nilai EFE sebesar 2,642, menempatkan Agroindustri KICA pada posisi *Strength-Opportunity* (S-O) dengan alternatif strategi pengembangan meliputi: Mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah agar produk dikenal masyarakat luas, memaksimalkan promosi digital melalui *e-commerce* dan media sosial, serta mengembangkan kapasitas produksi

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Agroindustri KICA diharapkan untuk memperbaiki pencatatan biaya produksi, perhitungan harga pokok produksi, untuk pengambilan keputusan yang lebih akurat dalam pengelolaan usaha. Selain itu, promosi produk perlu ditingkatkan melalui media sosial secara aktif dan kreatif guna memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing di era digital.
2. Pemerintah Kabupaten Lampung Timur dan Dinas Koperasi UKM Kabupaten Lampung Timur diharapkan lebih memprioritaskan usaha kecil melalui pelatihan, seperti pencatatan keuangan agar pemilik agroindustri lebih mampu dan berani mengembangkan usahanya.
3. Peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian lanjutan seperti strategi pemasaran, manajemen risiko usaha atau analisis kinerja Agroindustri KICA.

DAFTAR PUSTAKA

- Abriani, D. M., Lestari, D. A. H., dan Rosanti, N. (2022). Keberhasilan Sistem Agribisnis pada Korporasi Petani di Desa Marga Catur Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 6(2): 463-477.
- Aidawati, G. A. K. T., Murniati, K., dan Riantini, M. (2021). Analisis Keragaan Agroindustri Klanting Di Desa Gantimulyo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal Of Agribusiness Science*. 9(2): 265-270.
- Anissa, P. U. (2023). *Analisis Keragaan Agroindustri Kerupuk Kulit Di Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara (Studi Kasus: Agroindustri Kerupuk Kulit Mak Kayo)*. Skripsi. Universitas Lampung.
- 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*. 9(1): 177-182.
- Arifin. (2016). *Pengantar Agroindustri*. Mujahid Press. Bandung.
- Arikunto, S. (2004). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Agribisnis*. Mujahid Press. Bandung.
- Artika, I.B.E. dan Marini, I.A.K. (2016). Analisis Nilai Tambah (*Value Added*) Buah Pisang Menjadi Keripik Pisang di Kelurahan Babakan Kota Mataram. *Jurnal Ganac Swara*. 10(1), 94 – 98.
- Assauri, S. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta.
- Asriani. (2011). *Modul Pengolahan Ikan Bandeng*. Pusat Penyuluhan Kelautan dan Perikanan. Jakarta.

- Aulia, N., St Aisyah, R., dan Hiola, S. K. Y. (2021). Sikap Konsumen Terhadap Produk Kerupuk Dangke Melona dan Tanpa Merek di Kecamatan Cendana, Enrekang. *Jurnal Sains dan Teknologi Peternakan*, 2(2), 56-63.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. (2022). *Industri Pengolahan Makanan dan Minuman Kabupaten Lampung Timur*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur (2023). *Kabupaten Lampung Timur Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Ekspor Kerupuk Ikan Dan Produk Sejenis*. Pusat Data, Statistik dan Informasi. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur (2024). *Kabupaten Lampung Timur Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Labuhan Maringgai. (2024). *Kecamatan Labuhan Maringgai Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. Lampung.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kelautan dan Perikanan dalam Angka Tahun 2024*. Pusat Data, Statistik dan Informasi. Jakarta.
- Baene, E. (2020). Analisis Penerimaan Laba Bersih terhadap Biaya Produksi pada PLKT Gunungsitoli. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen PEMBNAS (JAM PEMBNAS)*. 7(1): 1-11.
- Berlia, M., Gumilar, I., Yuliadi, L. P., dan Nurhayati, A. (2017). Analisis Usaha dan Nilai Tambah Produk Kerupuk Berbahan Baku Ikan dan Udang. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 8 (2), 118- 125.
- Budiarto, B. (2009). Pemilihan Teknologi Dalam Pengembangan Agroindustri Pedesaan. *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Berbasis Bahan Baku Lokal*. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Universitas Gadjah Mada.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Setiabudi Pak Man Semarang. *Journal of Management*, 5(5).
- David, F. (2002). *Manajemen Strategis :Konsep. Edisi Ketujuh*. PT. Prenhallindo. Jakarta.

- David, F. (2017). *Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach. Sixtennth Edition*. Pearson Education Limited. England.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2009). *Sistem Kesehatan Nasional*. Jakarta.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung. (2023). *Produksi Perikanan Tangkap Laut*. Provinsi Lampung. Lampung.
- Dinas Kelautan dan Perikanan. (2024). *Kelautan dan perikanan dalam angka tahun 2024*. Pusat Data Statistik dan Informasi. Jakarta.
- Djaali. (2008). *Skala Likert*. Pustaka Utama. Jakarta.
- Efendi, S., D. Pratiknyo, Dan E. Sugiono. (2019). *Manajemen Operasional*. Lpuunas. Jakarta.
- Fitriyani, N., Prasmatiwi, F. E., dan Kasymir, E. (2023). Keragaan Agroindustri Kerupuk Ikan di Kecamatan Kotaagung Kabupaten Tanggamus. *Agroinfo Galuh*, 10 (2), 1090-1102.
- Fuad, M. (2006). *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiyanti, T.W. (2019). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Konsumsi*. Skripsi. Sumatera Utara.
- Hasyim, A. I. (2012). *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Lampung. Bandar Lampung.
- Hayami, Y., Kawagoe, T., Morooka, Y., dan Siregar, M. (1987). *Agricultural marketing and processing in upland Java: A perspective from Sinda Village*. Coarse Grains Pulses Roots and Tuber Center (CGPRTC). Bogor.
- Heizer, J. dan Render, B. (2015). *Manajemen Operasi (Edisi Sebelas)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hendrikayantia, R. H., Fahmia, A. S., dan Retno, A. K. (2022). Optimasi Waktu Pengukusan dan Suhu Penggorengan Kerupuk Ikan Patin Menggunakan Response Surface Methodology. *JFMR-Journal of Fisheries and Marine Research*, 6 (1).
- Huda N, Boni, I., dan Noryati, I. (2009). Pengaruh Perbandingan Ikan Dory Dan Tepung Tapioka Terhadap Pengembangan Linier, Penyerapan Minyak,

Warna Dan Kekerasan Kerupuk Ikan. *Jurnal Penelitian Pangan Internasional*, 16 (2), 159-165.

Hulopi, I., Murtisari, A., dan Boekoesoe, Y. (2018). Pengaruh Kegiatan Penunjang Agribisnis terhadap Produksi Padi Sawah di Kelurahan Dembe Jaya Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 2 (3), 219-231.

Hunger, J. D., dan Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis*. Andi. Yogyakarta.

Imran, S. (2021). *Kajian Nilai Tambah Produk dan Skema Peluang Pasar Program Reads*, 4(1).

Indrajit, R. E., dan Djokopranoto, R. (2003). *Manajemen Persediaan, Barang Umum dan Suku Cadang Untuk Pemeliharaan dan Operasi*. Grasindo. Jakarta.

Intyas, C. A. (2020). Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi Di Desa Weru, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *JFMR-Journal of Fisheries and Marine Research*, 4(2), 214–221.

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

Kartika, E., Prasmatiwi, F. E., dan Kasymir, E. (2022). Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Pendapatan Agroindustri Ikan Asin Teri di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), 69-77.

Kolit, Y. A. D. D., Wahidahwati, W., dan Mildawati, T. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah yang Dimoderasi Lingkungan Eksternal. *Owner, Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2072–2082.

Kotler, P. dan Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P dan Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke 12. Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga. Jakarta.

Kusnadi, S. A., dan Affandi, M. I. (2022). Pengadaan Bahan Baku Agroindustri Kopi Bubuk Di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3).

- Kusuma, E. W., Widjaya, S., dan Situmorang, S. (2020). Analisis Pengadaan Bahan Baku dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Ubi Kayu di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis*. 8(1): 70 –77.
- Laila, A. N., Ningrum, C. P., dan Qulubi, M. H. (2023). Perbandingan Jenis dan Jumlah Tangkapan Ikan Pada Alat Tangkap Jaring Play dan Jaring Payang di Pelabuhan Perikanan Labuhan Maringgai Lampung Timur. *Jurnal TROFISH*, 2(2): 56-62.
- Lestari, A. S. (2022). *Analisis Sistem Agroindustri Tempe di Kota Metro*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Lestari, E.K, Komariyah, S., dan Nurafiah, S. (2019). Analisis Struktur Ekonomi Berbasis Pendekatan *Shift Share* di Provinsi Jawa Timur (Studi di Kawasan Minapolitan). *Jurnal Internasional Penelitian Ilmiah dan Teknologi*, 8 (12), 1447-1452.
- Lestari, Y. A. (2017). *Analisis Pendapatan, Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Ikan Bandeng Pada Usaha Dagang Sabily Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Malik, S. R., Antara, M., dan Sulaeman, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Bawang Goreng Di Kota Palu. Agroland. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*. 24(1): 36-48.
- Maulidah, S. (2012). *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Wardhana, A., dan Ismail, R. S. (2021). *Manajemen Strategik*. Media Sains Indonesia. Jakarta.
- Menteri Kelautan dan Perikanan (2010). *Penetapan Kawasan Minapolitan Kabupaten Lampung Timur*. Menteri Kelautan dan Perikanan. Lampung.
- Musfar, T. F. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia. Bandung.
- Narimawati, U. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Penerbit Genesis. Jakarta.
- Nur, A., dan Lusya, A. (2023). Pengaruh Strategi *Marketing Mix* (4P) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo). *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(2), 102-115.

- Nurrohmah, A., Witjaksono, dan Hartoto, El. (2022). Mengungkap Keberhasilan Uld. Makmur Abadi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 342–353.
- Priambodo, L. H., dan Najib, M. (2014). Analisis kesediaan membayar (*willingness to pay*) sayuran organik dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1), 1–14.
- Puspitasari, D. A. K., dan Zulmy, A. I. (2021). Analisis SWOT Sebagai Landasan Untuk Membangun BumDes yang Berdaya Saing. *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara*, 3 (1), 21-26.
- Raharja, A., Setiawan, B., dan Isaskar, R. (2014). Analisis Usaha Agroindustri Kerupuk Singkong (Studi Kasus di Desa Mojorejo, Kecamatan Junrejo, Kota Wisata Batu). *Habitat*, 24(3), 223-229.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Renate, D., dan Anggraini, D. (2021). Teknologi Pengolahan Produk Olahan Ikan di Desa Pondok Meja Kecamatan Mestong Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5 (3) : 86-90.
- Riduwan. 2004. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta. Bandung.
- Rienjani, A. S. (2022). *Keragaan Agroindustri Kerupuk Firdaus Pratama (Kfp) di Kecamatan Pekalongan Lampung Timur*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Rifzan. (2015). *Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah dan Besar*. <http://cara.invertasibisnis.wordpress.com/kriteria-usaha-mikro-kecilmenengah-dan-besar>. Diakses pada 5 februari 2025.
- Ruauw, E. (2011). Pengendalian Persediaan Bahan Baku (Contoh Pengendalian Pada Usaha Grenda Bakery Lianli, Manado). *Jurnal ASE*, 7, (1), 1 -11.
- Saragih, B. (2004). *Membangun Pertanian Perspektif Agribisnis dalam Pertanian Mandiri*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Saragih, B. (2010). *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. IPB Press. Bogor.
- Selang, C. A. (2013) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1 (3).

Seran, R. B., Sundari, El., dan Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.

Setiawan, T. (2021). *Mahir Akuntansi: Belajar Cepat Akuntansi Biaya & Akuntansi Manajemen*. Bhuana Ilmu Populer. Jakarta

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

Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.

Sofiah, M., Ramadhani, S., dan Bi Rahmani, N. A. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Product, Price, Promotion, And Place*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkkm). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122.

Sholeh, I. I., dan Hartono, B. (2022). Strategi Pengembangan Pemasaran Kerupuk Ud Agung” dengan Metode Analisis Swot. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 84-89.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

Suparta, N. (2005). *Pendekatan Holistik Membangun Agribisnis*. Bali Media Adhikarsa. Denpasar.

Suprpti. W. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press. Bali.

Suprpto. (2010). *Karakteristik, Penerapan, dan Pengembangan Agroindustri Hasil Pertanian di Indonesia*. Staf Pengajar Fak. Manajemen Agribisnis Universitas Mercu Buana.

Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gajah Mada University. Yogyakarta.

Susanti, S., Lestari, D. A. H., dan Kasymir, E. (2017). Sistem Agribisnis Ikan Patin (*Pangasius Sp*) Kelompok Budidaya Ikan Sekar Mina Di Kawasan Minapolitan Patin Kecamatan Kota Gajah Lampung Tengah. *Jiia (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*, 5(2):: 116-123.

Syarief, A.N.L., Lestari, D.A.H., dan Kasymir, E. (2019). Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol 7(3): 298-305.

- Tari, L. (2020). *Struktur Biaya dan Pendapatan Usaha Pembuatan Kerupuk Ikan Pipih (Chitala Lopis) di Kecamatan Bakumpai Kabupaten Barito Kuala*. Skripsi. Universitas Islam Kalimantan.
- Timisela, N., Wibaningwati, D. B., Yulianti, M., Fathoni, Z., Suciati, L. P., Yurisinthae, E., dan Senjayani, A. (2023). *Pengantar Agroindustri*. Cv Hei Publishing Indonesia. Sumatera Barat.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Udayana, I. G. B. U. (2011). *Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian. Singhadwala*. Bali.
- Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kecil Kota Palopo. *Journal of Islamic Education Management*. Vol 2, No 2, Hal: 187-198.
- Wahyudi, D., Santosa, R., dan Juhari, I. (2012). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Pengeringan Ikan di Kecamatan Ambunten. *Jurnal Pertanian Cemara*, 9(1), 13-27.
- Widjayanti, F. N., dan Setyowati, T. (2024). Strategi Pengembangan pada Agroindustri Kerupuk di Desa Plalangan Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. *Jurnal Agribest*, 8(1), 38-45.
- Wiliana, E. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Jurnal JKFT*, 3(1), 71.
- Yuliyanto, D., Widiatmi, S., dan Mawardi, N. K. (2023). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kedelai Menjadi Susu Kedelai pada Industri Rumah Tangga Sari Kedelai “Bu Ade” di Caturtunggal Kec. Depok Kabupaten Sleman Diy. *Jurnal Ilmiah Agritas*, 7(1), 13-24.