

**KERAGAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA JAJANAN TRADISIONAL
(Studi Kasus pada Mookies *Bakery*)**

(Skripsi)

Oleh

Ariane Jeanifer



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

TRADITIONAL SNACK HOUSEHOLD INDUSTRY (CASE STUDY ON MOOKIES BAKERY)

Oleh

Ariane Jeanifer

This study aims to analyze: (1) the production pattern of traditional snacks, (2) the cost of production of 5 traditional snacks, (3) the marketing mix of Mookies *Bakery*, and (4) the preferences of Mookies *Bakery* consumers towards Mookies *Bakery*'s traditional snacks. This study uses a case study method. Data collection was carried out from June to August 2024. The respondents of the study were divided into 2, namely respondents from Mookies *Bakery* which amounted to two people, namely the owner of Mookies *Bakery* and one workforce, and respondents from Mookies *Bakery* consumers which amounted to 30 people. The data analysis method uses quantitative and qualitative descriptive analysis. The results of the study show that Mookies *Bakery* has 33 products consisting of 19 traditional snacks and 14 non-traditional snacks, products are made to order. In the calculation of the cost of production of 5 traditional snacks, it was found that the selling price of 5 traditional snacks was greater than the cost of production. The marketing mix at the point of the place shows that the location of the pick up point is less strategic because it is in an alley. Mookies *Bakery*'s consumer preferences for 18 traditional snacks show that the top 10 traditional snacks that are preferred are nona manis, onde-onde, sosis solo, lemper ayam, martabak kentang, arem-arem, pie susu, carabikang, bugis mandi, and bugis daun.

Keywords: cost of production, home industry, traditional snack, production patterns,

ABSTRAK

KERAGAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA JAJANAN TRADISIONAL (STUDI KASUS PADA MOOKIES *BAKERY*)

Oleh

Ariane Jeanifer

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pola produksi jajanan tradisional, (2) harga pokok produksi 5 jajanan tradisional, (3) bauran pemasaran Mookies *Bakery*, dan (4) preferensi konsumen Mookies *Bakery* terhadap jajanan tradisional Mookies *Bakery*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Juni hingga Agustus 2024. Responden penelitian dibagi menjadi 2 yaitu responden dari Mookies *Bakery* yang berjumlah dua orang yaitu pemilik Mookies *Bakery* dan satu tenaga kerja, dan responden dari konsumen Mookies *Bakery* yang berjumlah 30 orang. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Mookies *Bakery* mempunyai 33 produk yang terdiri dari 19 jajanan tradisional dan 14 jajanan non tradisional, produk dibuat berdasarkan pesanan. Pada perhitungan harga pokok produksi 5 jajanan tradisional didapatkan bahwa harga jual 5 jajanan tradisional lebih besar daripada harga pokok produksi. Bauran pemasaran pada poin tempat menunjukkan bahwa lokasi *pick up point* kurang strategis karena berada di dalam gang. Preferensi konsumen Mookies *Bakery* terhadap 18 jajanan tradisional menunjukkan bahwa 10 jajanan tradisional teratas yang disukai yaitu nona manis, onde-onde, sosis solo, lempeng ayam, martabak kentang, arem-arem, pie susu, carabikang, bugis mandi, dan bugis daun.

Kata kunci: harga pokok produksi, industri rumah tangga, jajanan tradisional, pola produksi

**KERAGAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA JAJANAN TRADISIONAL
(Studi Kasus pada Mookies *Bakery*)**

Oleh

Ariane Jeanifer

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

**: KERAGAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
JAJANAN TRADISIONAL (Studi Kasus pada
Mookies Bakery)**

Nama Mahasiswa

: Ariane Jeanifer

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2014131051

Program Studi

: Agribisnis

Fakultas

: Pertanian



1. Komisi Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S
NIP 196008221986032001

Ir. Eka Kasymir, MS
NIP 196306181988031003

2. Ketua Jurusan

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

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Prof. Dr. Ir. Dwi Wuryaningsih Sayekti, M.S.



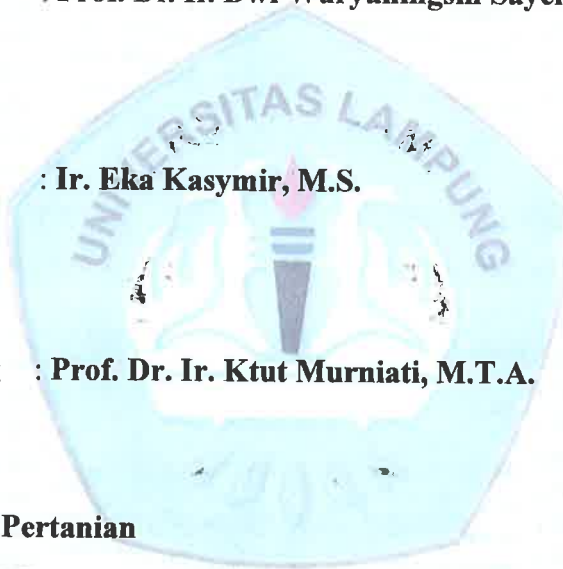
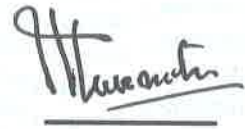
Sekretaris

: Ir. Eka Kasymir, M.S.



Penguji

Bukan Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 November 2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ariane Jeanifer
NPM : 2014131051
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

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

**“KERAGAAN INDUSTRI RUMAH TANGGA JAJANAN TRADISIONAL
(STUDI KASUS PADA MOOKIES BAKERY)”**

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

Bandar Lampung, 14 November 2025



Ariane Jeanifer
NPM 2014131051

RIWAYAT HIDUP



Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, yang dilahirkan di Jakarta pada tanggal 7 Januari 2003 dari pasangan Bapak Daniel dan Ibu Rahel (Alm). Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK. Tunas Ceria diselesaikan pada tahun 2008, pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Harapan Bunda diselesaikan pada tahun 2014, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Harapan Bunda diselesaikan pada tahun 2017, dan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Gunung Putri diselesaikan pada tahun 2020. Penulis diterima sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis FP UNILA pada tahun 2020 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Kelurahan Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor selama tujuh hari pada bulan Januari 2022. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Lemong, Kecamatan Lemong, Kabupaten Pesisir Barat selama 40 hari pada bulan Januari 2023 hingga Februari 2023. Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di Agriiku Corner Lab. MUSK Jurusan Agribisnis FP Universitas Lampung selama 46 hari kerja pada bulan Maret hingga Juni 2023. Selama masa perkuliahan, penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Kewirausahaan semester ganjil tahun ajaran 2023/2024. Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan internal kampus yaitu menjadi anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKMF) LS-MATA di Bidang III yaitu Bidang Pendidikan dan Sumber Daya Anggota pada tahun 2022.

SANWACANA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang senantiasa selalu tercurah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Keragaan Industri Rumah Tangga Jajanan Tradisional (Studi Kasus pada Mookies Bakery)**”. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, nasihat, saran-saran dan bimbingan dari pihak lain, oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.T.A., sebagai Sekretaris Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
4. Dr. Ir. Yaktiwo Indriani, M.Sc, sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
5. Prof. Dr. Ir. Wuryaningsih Dwi Sayekti, M.S, sebagai Dosen pembimbing pertama yang telah memberikan ilmu bermanfaat, saran, arahan, motivasi, dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Ir. Eka Kasymir, MS, sebagai Dosen Pembimbing yang telah menyemangati dan memberikan bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
7. Prof. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A, sebagai Dosen Penguji atau Pembahas yang telah memberikan masukan, saran, motivasi, dan ilmu yang bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

8. Teristimewa kedua orang tuaku, papa dan (alm) mama, serta terkasih (alm) opa bana dan oma oce yang selalu mendoakan penulis selama penulis menempuh pendidikan, memberi kasih sayang, perhatian, motivasi, dan nasihat kepada penulis.
9. Tersayang kakakku, Ka nanda dan Ka jo, serta tercinta Winnie, yang selalu memberi perhatian, dukungan, apresiasi disetiap langkah penulis, motivasi, dan nasehat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi penulis.
10. Keluarga Besar, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, motivasi, nasehat dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
11. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
12. Karyawan dan staff di Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Mba Lucky, Mba Desma Mas Iwan, dan Pak Bukhari, atas semua bantuan yang telah diberikan.
13. Sahabat perjuangan dari awal hingga akhir perkuliahan, Nisrina, Silva, dan Refi, yang telah memberikan bantuan, motivasi, saran, dukungan yang telah diberikan kepada penulis sejak awal perkuliahan dan telah memberikan banyak kenangan indah selama penulis perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
14. Terkasih sekaligus sahabatku, Lisa yang selalu menemani penulis selama 4 tahun kuliah, memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan kepada penulis.
15. Sahabatku, Alya, Dinda, dan Sarah yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan mau mendengarkan curhatan penulis selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi penulis.
16. Teman-teman AGB C, terkhususnya adis, destri, novira, tiara, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi penulis.
17. Teman-teman seperjuangan, Ardha, Faqilla, Bayu, dan Ale, terima kasih telah berjuang bersama hingga mendapatkan gelar bersama.
18. Teman-teman kost, Salsa, Mba Liance, Mba Lola, Mba Rara, dan Mba Inay, yang telah memberi doa, semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penulis, serta selalu menemani dan mendengarkan curhatan penulis.
19. Pemilik Mookies *Bakery*, terima kasih atas bantuannya kepada penulis.

20. Teman-teman percepatan skripsi terima kasih telah menjadi ruang berbagi pikiran, pengalaman, dan tumbuh bersama dalam organisasi
21. Teman-teman Agribisnis 2020, yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas bantuan, kebersamaan, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
22. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
23. Terakhir, Terima kasih kepada Ariane Jeanifer. Terima kasih telah mau berproses, bertahan, tidak menyerah, dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

Semoga Tuhan memberikan balasan yang tepat atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandar Lampung, 14 November 2025
Penulis,

Ariane Jeanifer

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Ketahanan Pangan	8
2. Jajanan Tradisional	10
3. Pola Produksi.....	12
4. Harga Pokok Produksi	14
5. Bauran Pemasaran	16
6. Preferensi Konsumen.....	17
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	26
III. METODE PENELITIAN	29
A. Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	29
C. Responden Penelitian	34
D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	34
E. Metode Analisis Data	35
1. Metode Analisis Tujuan Pertama	35
2. Metode Analisis Tujuan Kedua	35
3. Metode Analisis Tujuan Ketiga	37
4. Metode Analisis Tujuan Keempat	38

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	39
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	39
1. Sejarah Kota Bandar Lampung	39
2. Letak Geografis	40
3. Kondisi Iklim dan Topografi	40
4. Kondisi Demografis	41
B. Gambaran Umum Kecamatan Sukarame	42
C. Gambaran Mookies <i>Bakery</i>	43
D. Aspek organisasi Mookies <i>Bakery</i>	44
E. Sumberdaya Manusia Mookies <i>Bakery</i>	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Karakteristik Umum Responden	46
1. Keadaan Umum Responden Mookies <i>Bakery</i>	46
2. Keadaan Umum Responden Konsumen Mookies <i>Bakery</i>	47
B. Proses Produksi Jajanan Tradisional di Mookies <i>Bakery</i>	49
C. Pola Produksi	60
D. Produksi Jajanan Tradisional	64
E. Harga Pokok Produksi	66
F. Bauran Pemasaran	91
1. <i>Product</i> (Produk)	91
2. <i>Price</i> (Harga)	93
3. <i>Place</i> (Tempat)	94
4. <i>Promotion</i> (Promosi)	96
G. Preferensi Konsumen	97
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data konsumsi pangan sumber karbohidrat di Indonesia tahun 2020-2022	2
2. Susunan pola pangan harapan nasional.....	4
3. Penelitian Terdahulu.....	20
4. Harga pokok produksi menggunakan metode <i>full costing</i>	36
5. Jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung tahun 2024.....	42
6. Karakteristik responden pemilik dan tenaga kerja Mookies <i>Bakery</i>	46
7. Karakteristik responden jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i> berdasarkan jenis kelamin dan umur	48
8. Sebaran konsumen berdasarkan tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan	48
9. Sebaran konsumen berdasarkan jumlah pendapatan.....	49
10. Jenis produk Mookies <i>Bakery</i>	60
11. Jumlah produksi 10 produk yang terbanyak diproduksi Mookies <i>Bakery</i> selama Bulan Juni 2024	62
12. Frekuensi produksi 10 produk yang sering diproduksi Mookies <i>Bakery</i> selama Bulan Juni 2024	63
13. Jumlah penggunaan dan jenis bahan baku jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i>	64
14. Penggunaan tepung terigu pada produk Mookies <i>Bakery</i>	64
15. Pendapatan satu bulan 5 jajanan tradisional di Mookies <i>Bakery</i>	66
16. Biaya tenaga kerja langsung 5 jajanan tradisional per hari pada Mookies <i>Bakery</i>	67
17. Biaya tenaga kerja tidak langsung 5 jajanan tradisional per hari.....	68
18. Biaya penyusutan 5 jajanan tradisional per produk Mookies <i>Bakery</i>	69
19. Biaya sumbangan faktor lain 5 jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i>	70
20. Penggunaan dan biaya bahan baku tepung terigu untuk nona manis dalam satu minggu.....	71

21. Biaya bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi nona manis dalam satu kali produksi pada Mookies Bakery	72
22. Analisis harga pokok produksi nona manis untuk satu kali produksi pada Mookies Bakery.....	73
23. Keuntungan nona manis dalam satu kali produksi.....	74
24. Penggunaan dan biaya bahan baku tepung ketan untuk onde-onde dalam satu minggu.....	75
25. Biaya bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi onde-onde dalam satu kali produksi pada Mookies Bakery	75
26. Analisis harga pokok produksi onde-onde untuk satu kali produksi pada Mookies Bakery.....	77
27. Keuntungan onde-onde dalam satu kali produksi	78
28. Penggunaan dan biaya bahan baku tepung terigu untuk sosis solo dalam satu minggu.....	79
29. Biaya bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi sosis solo dalam satu kali produksi pada Mookies Bakery.....	80
30. Analisis harga pokok produksi sosis solo untuk satu kali produksi pada Mookies Bakery.....	81
31. Keuntungan sosis solo dalam satu kali produksi	82
32. Penggunaan dan biaya bahan baku beras ketan untuk lemper ayam dalam satu minggu.....	83
33. Biaya bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi lemper ayam dalam satu kali produksi pada Mookies Bakery	84
34. Analisis harga pokok produksi lemper ayam untuk satu kali produksi pada Mookies Bakery.....	85
35. Keuntungan lemper ayam dalam satu kali produksi	86
36. Penggunaan dan biaya bahan baku tepung terigu untuk martabak kentang dalam satu kali produksi.....	87
37. Biaya bahan penunjang yang digunakan dalam memproduksi martabak kentang dalam satu kali produksi pada Mookies Bakery	88
38. Analisis harga pokok produksi martabak kentang untuk satu kali produksi pada Mookies Bakery	89
39. Keuntungan martabak kentang dalam satu kali produksi	90
40. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk jajanan tradisional berdasarkan perspektif pemilik Mookies Bakery	92
41. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga jajanan tradisional berdasarkan perspektif pemilik Mookies Bakery	93
42. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat jajanan tradisional berdasarkan perspektif pemilik Mookies Bakery	95

43. Preferensi responden terhadap jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i>	98
44. Identitas Responden Mookies <i>Bakery</i>	108
45. Identitas responden konsumen Mookies <i>Bakery</i>	108
46. Pola produksi Mookies <i>Bakery</i>	110
47. Biaya penyusutan semua alat	112
48. Biaya penyusutan alat nona manis	114
49. Biaya penyusutan alat onde-onde.....	115
50. Biaya penyusutan alat sosis solo	116
51. Biaya penyusutan alat lempur ayam.....	117
52. Biaya penyusutan alat martabak kentang.....	118
53. Alokasi biaya bersama untuk blender	119
54. Alokasi biaya bersama untuk botol saos	119
55. Alokasi biaya bersama untuk box kue.....	119
56. Alokasi biaya bersama untuk centong.....	120
57. Alokasi biaya bersama untuk cetakan 4x3	121
58. Alokasi biaya bersama untuk chopper.....	121
59. Alokasi biaya bersama untuk garpu	121
60. Alokasi biaya bersama untuk gas	122
61. Alokasi biaya bersama untuk gelas takar	123
62. Alokasi biaya bersama untuk kain serbet	124
63. Alokasi biaya bersama untuk kompor	124
64. Alokasi biaya bersama untuk kuas	125
65. Alokasi biaya bersama untuk kukusan	125
66. Alokasi biaya bersama untuk loyang 20x20.....	126
67. Alokasi biaya bersama untuk mangkok.....	126
68. Alokasi biaya bersama untuk nampan.....	126
69. Alokasi biaya bersama untuk panci.....	126
70. Alokasi biaya bersama untuk piring.....	127
71. Alokasi biaya bersama untuk saringan	127
72. Alokasi biaya bersama untuk sendok	128
73. Alokasi biaya bersama untuk spatula	129
74. Alokasi biaya bersama untuk sutil.....	129

75. Alokasi biaya bersama untuk talenan	130
76. Alokasi biaya bersama untuk teflon uk 18	130
77. Alokasi biaya bersama untuk timbangan.....	131
78. Alokasi biaya bersama untuk wadah	132
79. Alokasi biaya bersama untuk wajan	133
80. Alokasi biaya bersama untuk whisker.....	133
81. Alokasi biaya bersama tenaga kerja dan overhead pabrik	134
82. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja langsung untuk nona manis.....	134
83. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja tidak langsung untuk nona manis	135
84. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja langsung untuk onde-onde	135
85. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja tidak langsung untuk onde-onde	135
86. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja langsung untuk sosis solo	136
87. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja tidak langsung untuk sosis solo .	136
88. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja langsung untuk lemper ayam	136
89. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja tidak langsung untuk lemper ayam	137
90. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja langsung untuk martabak kentang	137
91. Alokasi biaya bersama biaya tenaga kerja tidak langsung untuk martabak kentang	137
92. Biaya sumbangan input lain Mookies <i>Bakery</i>	138
93. Biaya sarana produksi untuk nona manis	140
94. Biaya sarana produksi untuk onde-onde	141
95. Biaya sarana produksi untuk sosis solo.....	142
96. Biaya sarana produksi untuk lemper ayam	143
97. Biaya sarana produksi untuk martabak kentang.....	144
98. Preferensi konsumen terhadap jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i>	145
99. Penggunaan tepung terigu pada jajanan tradisional Mookies <i>Bakery</i>	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Variabel 4P dalam bauran pemasaran.....	17
2. Kerangka pemikiran keragaan industri rumah tangga jajanan tradisional	28
3. Peta administrasi Kota Bandar Lampung.....	40
4. Struktur organisasi Mookies <i>Bakery</i>	45
5. Diagram alir proses pengolahan Nona Manis Mookies <i>Bakery</i>	51
6. Diagram alir proses pengolahan onde-onde Mookies <i>Bakery</i>	53
7. Diagram alir proses pengolahan sosis solo	55
8. Diagram alir proses pengolahan lempeng ayam Mookies <i>Bakery</i>	57
9. Diagram alir proses pengolahan martabak kentang Mookies <i>Bakery</i>	59
10. Foto produk di instagram dan pemberitahuan menu yang tersedia.....	97
11. Nona Manis Mookies <i>Bakery</i>	150
12. Onde-onde Mookies <i>Bakery</i>	150
13. Sosis solo Mookies <i>Bakery</i>	150
14. Lemper ayam Mookies <i>Bakery</i>	151
15. Martabak Kentang Mookies <i>Bakery</i>	151
16. Kemasan Snack Box	151
17. Tempat masak di pick up point	152
18. Tempat administrasi di pick up point	152
19. Foto wawancara bersama pemilik Mookies <i>Bakery</i>	153
20. Foto bersama salah satu tenaga kerja Mookies <i>Bakery</i>	153

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh manusia untuk mempertahankan kehidupannya. Hal ini dikarenakan pangan merupakan sumber gizi yang dibutuhkan oleh manusia untuk mencapai kesehatan dan kesejahteraan, sehingga kebutuhan pangan menjadi prioritas yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Pangan berperan penting dalam mensejahterakan kehidupan manusia sehingga ketahanan pangan sangat diperlukan guna mencapai ketahanan ekonomi nasional.

Menurut Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan, menyebutkan bahwa ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan. Ketahanan pangan merupakan salah satu agenda penting dalam pembangunan nasional. Pembangunan ketahanan pangan ditujukan untuk mencapai kemandirian pangan agar Indonesia mampu mencukupkan ketersediaan dan keberagaman pangan secara berkelanjutan (Sayekti, Lestari, dan Ismono, 2020).

Saat ini konsumsi pangan di Indonesia didominasi oleh beras, sebagian besar masyarakat menganggap beras merupakan satu-satunya sumber karbohidrat, maka dari itu untuk mengatasi ketergantungan masyarakat terhadap konsumsi beras pemerintah mengeluarkan program diversifikasi pangan. Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat, program diversifikasi pangan

melibatkan penggunaan berbagai jenis pangan. Program ini pada dasarnya memberikan masyarakat lebih banyak pilihan dalam hal konsumsi makanan sesuai dengan selera, menghindari kebosanan, keanekaragaman makanan dan gizi untuk hidup sehat dan aktif.

Program diversifikasi pangan bertujuan agar potensi pangan wilayah dimanfaatkan dengan baik sehingga negara tidak perlu impor, selain itu juga untuk meningkatkan kesadaran, peran dan keikutsertaan masyarakat dalam mewujudkan pola konsumsi pangan yang beragam, bergizi seimbang dan aman serta mengurangi ketergantungan terhadap pangan tertentu. Gubernur Sumatera Barat mengatakan dengan program diversifikasi, masyarakat dapat mengurangi konsumsi beras dan beralih ke pangan lokal. Program diversifikasi pangan didukung oleh Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 tahun 2015 tentang Ketahanan Pangan dan Gizi (Dinas Pangan Provinsi Sumatera Barat, 2015).

Pangan di Indonesia sangat beragam, akan tetapi sebagian besar masyarakat Indonesia menjadikan beras sebagai sumber karbohidrat utama. Konsumsi pangan sumber karbohidrat di Indonesia, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data konsumsi pangan sumber karbohidrat di Indonesia tahun 2020-2022

Pangan	Satuan	Tahun		
		2020	2021	2022
Beras	kg	94,020	94,382	93,949
Jagung	kg	1,790	1,540	1,370
Ubi kayu	kg	4,872	6,183	5,525
Kentang	kg	2,547	2,820	3,167
Pisang	kg	6,598	8,837	8,804

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sumber karbohidrat yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah beras sebesar 93,949/kg/kap/tahun, kedua yaitu pisang sebesar 8,804 kg/kap/tahun, sedangkan untuk pangan yang paling sedikit yaitu jagung sebesar 1,370

kg/kap/tahun. Berdasarkan Tabel 1 konsumsi pangan lokal selain beras masih sedikit. Terlaksananya program diversifikasi konsumsi pangan dapat meningkatkan konsumsi pangan lokal di Provinsi Lampung.

Pangan lokal yang diproduksi oleh Provinsi Lampung yaitu jagung, ubi kayu, dan kacang-kacangan. Jagung dan kacang-kacangan tidak diproduksi sebanyak ubi kayu. Pada tahun 2022 Provinsi Lampung memproduksi ubi kayu sebanyak 5.941.823 ton oleh sebab itu, ubi kayu menjadi pangan lokal potensial di Provinsi Lampung (Direktorat Jenderal Tanaman Pangan, 2023).

Provinsi Lampung menjadi sentra ubi kayu, akan tetapi konsumsi ubi kayu masih rendah. Berdasarkan data konsumsi pangan sumber karbohidrat di Indonesia pada tahun 2020 – 2022 pada pusat data dan sistem informasi pertanian diketahui bahwa pada tahun 2022 konsumsi ubi kayu di Provinsi Lampung sebanyak 4,363 kg/kap/tahun. Menurut Dewi dan Ariani dalam Widowati dan Nurfitriani (2023) konsumsi umbi-umbian masih rendah dibandingkan standar Pola Pangan Harapan (PPH), konsumsi umbi-umbian hanya 48 kalori/kapita/hari atau baru 38 persen dari yang seharusnya yaitu 126 kalori/kapita/hari atau dapat dilihat pada Tabel 2.

Pengenalan dan pengolahan pangan lokal sangat diperlukan melalui program diversifikasi pangan, peran pemerintah dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dibutuhkan agar dapat mencapai ketahanan pangan. Usaha mikro kecil menengah merupakan usaha yang didirikan dan dijalankan oleh individu (rumah tangga) atau kelompok usaha kecil yang diukur berdasarkan omset yang dihasilkan. Menurut Badan Pusat Statistik (2016) pembagian kriteria UMKM didasarkan pada jumlah tenaga kerja yaitu (1) Industri rumah tangga terdiri dari 1-4 tenaga kerja, (2) Industri kecil terdiri dari 5-19 tenaga kerja, (3) Industri sedang atau menengah terdiri dari 20-99 tenaga kerja, (4) dan Industri besar ≥ 99 tenaga kerja. Peluang untuk mendirikan UMKM sangat terbuka luas, karena hal ini hanya diperlukan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan, kemauan yang tinggi dalam pengelolaan dan pandangan secara luas tentang dunia perindustrian.

Usaha mikro kecil menengah yang berperan dalam program diversifikasi pangan yaitu UMKM yang menjual produk olahan pangan lokal seperti jajanan tradisional, keripik/kerupuk, minuman herbal, dan produk olahan kopi (Syafitri, Prasetyo dan Astika, 2021).

Tabel 2. Susunan pola pangan harapan nasional

No.	Kelompok Pangan	Pola Pangan Harapan Nasional				
		Gram	Energi (kkal)	% AKG	Bobot	Skor PPH Maks
1.	Padi-padian	289	1050	50,0	0,5	25,0
2.	Umbi-umbian	105	126	6,0	0,5	2,5
3.	Pangan hewani	157	252	12,0	2,0	24,0
4.	Minyak dan lemak	21	210	10,0	0,5	5,0
5.	Buah/biji berminyak	11	63	3,0	0,5	1,0
6.	Kacang-kacangan	37	105	5,0	2,0	10,00
7.	Gula	31	105	5,0	0,5	2,5
8.	Sayur dan buah	262	126	6,0	5,0	30,00
9.	Aneka bumbu dan bahan minuman	-	63	3,0	0,0	0,0
Jumlah				2100	100,0	100,00

Sumber: Badan Ketahanan Pangan, 2019.

Salah satu produk pangan lokal yaitu jajanan tradisional. Dengan adanya jajanan tradisional diharapkan dapat membantu program diversifikasi pangan. Peran UMKM jajanan tradisional yaitu mengolah, menyediakan dan memasarkan jajanan tradisional, agar kebutuhan pangan umbi-umbian masyarakat dapat terpenuhi.

Menurut Gardjito (2017) jajanan tradisional merupakan jenis kuliner yang produksinya dilakukan secara turun-temurun oleh masyarakat, dengan cara pengolahan yang dikuasai masyarakat. Jajanan diproses menggunakan bahan-bahan lokal serta cara pembuatannya terbatas dengan cara dikukus, direbus, digoreng, dan dipanggang. Sebagian besar bahan baku yang digunakan untuk membuat jajanan tradisional adalah bahan lokal seperti

tepung beras, tepung ketan, ubi kayu dan lain sebagainya (Andriani, Mulyanto, dan Widowati, 2021).

Pangan lokal di setiap daerah biasanya memiliki ciri khas dalam rasa hal ini dipengaruhi oleh pangan yang tersedia dan resep yang turun temurun (Nugraheni, 2017). Jajanan tradisional yang sering ditemui di Kota Bandar Lampung yaitu arem-arem, onde-onde, martabak kentang, lumpur kentang, nona manis, lempur dan jajanan tradisional lainnya. Biasanya jajanan tradisional dijual satuan atau dalam jumlah banyak yang dihiasi dan disusun rapi di tampah atau yang dikenal kue tampah. Jajanan tradisional memiliki peluang bisnis karena bagi sebagian masyarakat pada umumnya makanan jajanan tradisional dibutuhkan untuk dikonsumsi sebagai makanan selingan, ada juga yang mengkonsumsi jajanan pasar sebagai pengganjal perut sebelum waktu makan tiba, ada juga yang menggunakan jajanan pasar sebagai pelengkap untuk acara-acara khusus (Andriani, Mulyanto, dan Widowati, 2021). Dapat dikatakan bahwa jajanan tradisional adalah salah satu makanan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari.

Salah satu UMKM yang memproduksi jajanan tradisional adalah Mookies *Bakery*. Berdasarkan kriteria UMKM menurut BPS Mookies *Bakery* termasuk ke dalam kriteria industri rumah tangga. Mookies *Bakery* dijadikan lokasi penelitian karena memproduksi jajanan tradisional sehingga relevan dengan fokus penelitian serta keterbukaan pemilik dalam memberikan informasi terkait proses produksi, biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, strategi pemasaran yang diterapkan sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi dan wawancara. Pada penelitian ini difokuskan pada jajanan tradisional di Mookies *Bakery*. Usaha mikro kecil dan menengah Mookies *Bakery* memiliki tempat produksi dan *pick up point* yang berbeda. Toko Mookies *Bakery* berada di Jl. Pulau Damar, Gang Teratai II, Way Dadi, sedangkan tempat produksi berada di Sukarame.

Jumlah UMKM terus bertambah sehingga persaingan semakin ketat. Oleh karena itu mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas produknya agar

usahnya dapat bertahan dan bersaing dengan UMKM lainnya. Untuk menjamin keberlanjutan usaha hal yang harus diperhatikan yaitu kegiatan produksi dan pemasaran. Pada kegiatan produksi perlu diperhatikan penyediaan barang atau produk untuk memenuhi permintaan pasar, dengan cara menentukan pola produksi. Sebelum produsen melaksanakan proses produksi pada suatu periode dan rencana pola produksi dapat tepat, maka produsen harus dapat memperkirakan penjualan produknya untuk satu periode agar mempunyai gambaran mengenai berapa banyak produksi yang tepat merupakan usaha yang dilakukan para produsen agar dapat mendatangkan laba. Pada penelitian ini dalam penentuan pola produksi UMKM ini memperhatikan jenis – jenis produk yang dihasilkan, jumlah produksi selama satu periode sebelumnya, frekuensi produksi, dan jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi jajanan tradisional, hal ini menjadi perhatian karena Mookies *Bakery* memiliki banyak produk. Pada kegiatan produksi akan diketahui proses produksi, penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, tenaga kerja dan peralatan yang digunakan, sehingga akan diketahui biaya yang digunakan dan akan dihitung harga pokok produksi. Harga pokok produksi penting diketahui untuk menentukan harga jual produk. Jajanan tradisional yang dihitung harga pokok produksinya sebanyak 5 dari 18 jenis jajanan tradisional yaitu nona manis, onde-onde, sosis solo, lempeng ayam, dan martabak kentang. Pemilihan 5 jajanan tradisional ini didasarkan pada frekuensi produksinya yang tinggi.

Faktor keberhasilan usaha juga ditentukan oleh kegiatan pemasaran. Pada penelitian ini diteliti bauran pemasaran menggunakan 4P (*product, price, place, promotion*). Dari bauran pemasaran 4P tersebut akan berdampak terhadap konsumen, maka dilihat bagaimana preferensi konsumen terhadap jajanan tradisional di Mookies *Bakery*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola produksi jajanan tradisional di Mookies *Bakery*?
2. Berapakah besaran harga pokok produksi (HPP) jajanan tradisional di Mookies *Bakery*?
3. Bagaimana bauran pemasaran jajanan tradisional di Mookies *Bakery*?
4. Bagaimana preferensi konsumen terhadap jajanan tradisional di Mookies *Bakery*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pola produksi jajanan tradisional di Mookies *Bakery*
2. Menganalisis harga pokok produksi jajanan tradisional di Mookies *Bakery*
3. Menganalisis bauran pemasaran jajanan tradisional di Mookies *Bakery*
4. Menganalisis preferensi konsumen terhadap jajanan tradisional di Mookies *Bakery*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian dapat digunakan:

1. Mookies *Bakery*. Hasil penelitian ini dapat memberikan berbagai masukan dan membantu dalam pengambilan kebijakan dalam penentuan harga jual produk dan strategi pemasaran.
2. Pemerintah. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi dan bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan pangan lokal.
3. Peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi dan referensi serta masukan bagi penelitian yang sejenis selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Ketahanan Pangan

Menurut undang-undang No. 18 Tahun 2012 tentang pangan, ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan. Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization, WHO*) mengemukakan tiga pilar ketahanan pangan, yaitu ketersediaan pangan, aksesibilitas pangan, dan pemanfaatan pangan (utilitas). Sistem ketahanan pangan di Indonesia secara komprehensif meliputi empat subsistem, yaitu: 1) ketersediaan pangan dalam jumlah dan jenis yang cukup untuk seluruh penduduk, 2) distribusi pangan yang lancar dan merata, 3) konsumsi pangan setiap individu yang memenuhi kecukupan gizi seimbang, 4) status gizi masyarakat. Hanani (2009) mengemukakan bahwa subsistem ketahanan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Ketersediaan pangan (*food availability*)

Subsistem ketersediaan pangan merupakan keadaan pangan dalam jumlah yang cukup, aman dan juga memiliki nilai gizi yang berguna bagi kesehatan manusia dapat berasal dari dalam negeri atau hasil produksi Indonesia, impor dari negara lain, cadangan pangan maupun

bantuan pangan dari berbagai pihak. Ketersediaan pangan harus memenuhi kebutuhan kalori sehari-hari manusia.

b. Akses pangan (*food access*)

Akses pangan merupakan kemampuan rumah tangga dan juga individu dengan segala sumber daya yang dimilikinya untuk mendapatkan pangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan gizinya. Pangan dapat diperoleh dari hasil pertanian, hasil pembelian atau bantuan pangan. Akses rumah tangga dan juga individu terdiri dari akses ekonomi yang tergantung dari pendapatan, kesempatan kerja dan juga harga bahan pangan.

c. Penyerapan pangan (*food utilization*)

Penyerapan pangan merupakan penggunaan pangan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehat bagi manusia yang meliputi kebutuhan energi dan gizi, air dan kesehatan lingkungan. Penyerapan pangan dipengaruhi oleh pengetahuan rumah tangga maupun individu, sanitasi dan ketersediaan air, fasilitas dan layanan kesehatan, serta penyuluhan gizi dan pemeliharaan balita.

d. Stabilitas (*stability*)

Stabilitas merupakan dimensi waktu ketahanan pangan yang dapat dibagi dalam kerawanan pangan yang kronis (*chronic food security*) dan kerawanan pangan yang bersifat sementara (*transitory food security*). Kerawanan pangan kronis merupakan suatu keadaan yang menunjukkan ketidakmampuan untuk memperoleh kebutuhan pangan setiap saat sedangkan kerawanan pangan sementara kerawanan pangan yang terjadi pada saat tertentu dan tidak terus menerus dan merupakan akibat terjadinya bencana maupun konflik sosial.

e. Status gizi (*nutrition status*)

Status gizi merupakan cerminan kualitas hidup seseorang dalam mencapai ketahanan pangan. Status gizi dapat diukur dengan angka harapan hidup, tingkat gizi balita dan kematian bayi.

Pangan lokal merupakan produk pangan yang telah lama diproduksi, berkembang dan dikonsumsi di suatu daerah atau suatu kelompok

masyarakat lokal tertentu. Umumnya produk pangan lokal diolah dari bahan baku lokal, teknologi lokal, dan pengetahuan lokal pula. Di samping itu, produk pangan lokal biasanya dikembangkan sesuai dengan preferensi konsumen lokal pula. Sehingga produk pangan lokal ini berkaitan erat dengan budaya lokal setempat (Hariyadi, 2010). Sedangkan ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan pangan bagi rumah tangga yang cukup, aman, bermutu, bergizi, beragam, dan harganya terjangkau oleh daya beli masyarakat. Dari pengertian tersebut, sebagai hak asasi manusia, pangan harus terpenuhi tidak hanya dari aspek kuantitatif (cukup), namun juga mencakup aspek kualitatif yang meliputi aman, bermutu, dan bergizi.

Pangan lokal atau pangan tradisional dapat berperan sebagai survival strategi bagi masyarakat golongan ekonomi lemah dalam sistem ketahanan pangan. Pola pangan tradisional dapat menjadi pelengkap makanan pokok selain beras. Adanya penggunaan bahan lokal yang biasanya lebih terjamin ketersediaannya sebagai makanan pokok yang murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat setempat, berdampak pada penambahan pendapatan riil rumah tangga (Lestari, Maksum, dan Widodo, 2007)

2. Jajanan Tradisional

Jajanan tradisional merupakan makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan citarasa khas, dan olahan asli masyarakat daerah tersebut. Menurut Nuraida dan Hariyadi (2011) jajanan tradisional adalah makanan yang berupa kudapan atau makanan ringan yang bukan menu makanan utama telah lama berkembang secara spesifik di daerah atau masyarakat Indonesia. Jajanan tradisional merupakan salah satu makanan tradisional yang ada (Priyatnomo dkk, 2017).

Ada beraneka ragam jajanan di Indonesia yang termasuk ke dalam jajanan tradisional. Jajanan tradisional umumnya terbuat dari bahan dasar tepung-tepungan, seperti tepung ketan, tepung beras, dan tepung tapioka. Cara

pengolahan jajanan ini umumnya bersifat turun temurun, resep dan cita rasa sama, dan sedikit sekali adanya modifikasi untuk meningkatkan kualitasnya. Sampai saat ini jajanan tradisional masih diminati oleh masyarakat karena jajanan tradisional harganya terjangkau, rasanya enak dan beragam jenis serta mudah didapatkan seperti dapat ditemui di toko *Bakery*, mall, hotel, dan minimarket (Sora, 2015).

Cara pengolahan jajanan tradisional menurut Putri dan Syarif (2019), antara lain:

- a. Pengolahan jajanan tradisional dengan cara dikukus
Pengolahan bahan dengan cara memasukkan bahan tersebut ke dalam wadah yang bawahnya berisi air yang mendidih, lalu terdapat tempat atau alas besi yang berlubang-lubang untuk menaruh bahan makanan tersebut lalu ditutup rapat. Contohnya putu ayu, bolu kukus, dan kue lapis. Pada penelitian ini contoh jajanan tradisional yang diolah dengan cara dikukus yaitu lambang sari, bugis mandi, bugis daun, nona manis, pisang buncit, arem-arem, dan talam ebi.
- b. Pengolahan jajanan tradisional dengan cara digoreng
Memasak bahan makanan pada wadah yang berisikan minyak panas, dimana minyak tersebut bisa menampung bahan makanan sampai tenggelam pada minyak, tujuannya agar bahan makanan tersebut benar-benar matang luar dalam. Contohnya yaitu kue cucur, getuk goreng, dan pastel. Pada penelitian ini contoh jajanan tradisional yang diolah dengan cara digoreng yaitu onde-onde, martabak kentang, dan sosis solo.
- c. Pengolahan jajanan tradisional dengan cara dipanggang
Pengolahan bahan makanan dipanggang atau dibakar dengan bahan bakar arang atau minyak dengan tempat besi panjang atau bentuk lainnya untuk menaruh makanan atau sebagai alas pada makanan yang dipanggang dengan menghasilkan efek coklat pada permukaan bahan makanan tersebut. Contohnya yaitu pukis, kue cubit, dan serabi. Pada penelitian ini contoh jajanan tradisional yang diolah dengan cara dipanggang yaitu kue lumpur kentang, bika ambon, dan lempur ayam.

3. Pola Produksi

Pola produksi merupakan distribusi jumlah produk tahunan ke dalam periode yang lebih pendek dari satu tahun seperti caturwulan, triwulan, bulan atau minggu (Ningtias dkk, 2018).

Terdapat beberapa jenis pola produksi (Reksohadiprojo, 1997) yaitu:

- a. Pola produksi Konstan merupakan pola produksi yang memproduksi produk dengan jumlah yang selalu sama setiap hari/minggu/ bulan.
- b. Pola produksi bergelombang merupakan pola produksi yang memproduksi produk dengan jumlah yang tidak selalu sama setiap hari/minggu/bulan.
- c. Pola produksi moderat merupakan pola produksi yang bergelombang namun diusahakan agar gelombang produksi itu tidak terlalu tajam sehingga dapat mendekati konstan

Menurut Yamit (2003), pola produksi sebagai distribusi dari produksi tahunan ke dalam periode-periode yang lebih kecil, seperti bulanan atau triwulan untuk mengantisipasi rencana penjualan. Menurut Ahyari (2003), pola produksi adalah sebagai distribusi atau pembagi dari produksi tahunan ke dalam periode yang lebih kecil misalnya : bulan, minggu, atau unit waktu yang lain.

Pola Produksi Jajanan Tradisional

1) Pengertian Pola Produksi

Pengertian pola produksi mengacu pada pengertian pola konsumsi. Pola konsumsi adalah jenis, jumlah, dan frekuensi yang dikonsumsi. Dalam hal ini pola produksi adalah jumlah, jenis jajanan tradisional dan frekuensi memproduksi jajanan tradisional.

2) Jenis-jenis jajanan tradisional

Jenis-jenis jajanan tradisional dapat dilihat dari cara mengolahnya, yaitu:

- Jajanan tradisional basah

Jajanan tradisional basah memiliki tekstur empuk, lembut dan basah. Dengan tekstur tersebut bisa dikatakan cepat basi, dikarenakan kue basah terbuat dari tepung beras, gula, santan dan hanya bisa bertahan beberapa hari saja. Pengolahan kue basah bisa dengan proses kukus maupun rebus. Kue basah biasanya untuk wadah ada yang dibungkus menggunakan daun pisang atau daun kelapa ataupun plastik/mika. Contohnya: lemper lambang sari arem-arem, kue bugis, dan lain-lain.

- Jajanan tradisional kering

Jajanan tradisional kering memiliki tekstur kering, renyah, dan kadar air rendah, kue ini dapat bertahan lama saat penyimpanan. Cara pengolahannya bisa digoreng maupun dibakar. Wadah penyajian kue kering ini ada yang dialasi daun pisang ataupun hanya berwadah plastik atau mika saja. Contohnya: kue kembang goyang, keripik pisang, dan lain-lain (Melita, Yulastri, dan Syarif, 2017).

3) Jumlah produksi adalah banyaknya jajanan tradisional yang diproduksi oleh produsen dalam waktu sehari.

4) Frekuensi produksi jajanan tradisional adalah jumlah kegiatan produksi jajanan tradisional dalam waktu sebulan.

5) Jenis bahan baku dalam produksi jajanan tradisional

Penggunaan bahan baku pada jajanan tradisional beragam seperti tepung ketan, beras ketan, kentang, tepung tapioka, pisang dan tepung terigu. Dalam pembuatan jajanan pasar juga diperlukan bahan tambahan pangan. Bahan tambahan pangan yang dicampurkan ke dalam pangan yang bisa mengubah fisik Pangan dan jika bahan tambahan pangan digunakan secara berlebihan, akan dapat menimbulkan gangguan pada kesehatan tubuh manusia yang sifatnya tidak baik (BPOM, 2019). Kegunaan dari bahan tambahan pangan untuk pengawetan, menjadikan tekstur renyah dan kenyal, membuat warna pada makanan lebih mencolok sehingga dapat meningkatkan

kualitas pangan dengan biaya yang tidak terlalu banyak (Juleha et al, 2017).

E. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah jumlah yang dapat diukur oleh satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, nilai aktiva lainnya yang diserahkan/dikorbankan, atau hutang yang timbul, atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang dan jasa yang diperlukan Perusahaan, baik pada masa lalu (harga perolehan yang telah terjadi) maupun pada masa yang akan datang (harga perolehan yang akan terjadi) (Supriyono, 2013). Harga pokok produksi juga merupakan dasar untuk menentukan harga jual, karena harga pokok memberikan tingkat prestasi yang diusahakan untuk diperoleh bagi pengorbanan yang telah dilakukan.

Menurut Sujarweni (2016) unsur-unsur harga pokok produksi digolongkan menjadi tiga yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik :

a. Biaya Bahan Baku

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

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja adalah semua biaya balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja. Biaya tenaga kerja dalam pertanian terdiri dari biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya tenaga kerja di luar keluarga. *Direct labor cost* adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat pada proses pengolahan barang dagangan. Besarnya upah yang dibayarkan tergantung pada jumlah keluaran produk yang dihasilkan. Kelompok tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan upah satuan atau upah harian per jam (Supriyono, 2002).

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Menurut Mulyadi (2015) biaya *overhead* pabrik terdiri dari:

1) Biaya *Overhead* Pabrik Variabel

Biaya variabel bergantung pada volume produk yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel akan lebih tinggi, dan sebaliknya, seperti biaya bahan penunjang, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya transportasi, dan biaya listrik.

2) Biaya *Overhead* Pabrik Tetap

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

Perhitungan harga pokok produksi dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing* (Mulyadi, 2014).

Full Costing adalah metode penentuan harga pokok produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Biaya <i>overhead</i> Pabrik variabel	xxx+
<hr/>	
Harga pokok produksi	xxx

F. Bauran Pemasaran

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2008) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai 4P dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Ada empat variabel dalam bauran pemasaran, yaitu:

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Produk merupakan semua yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk.

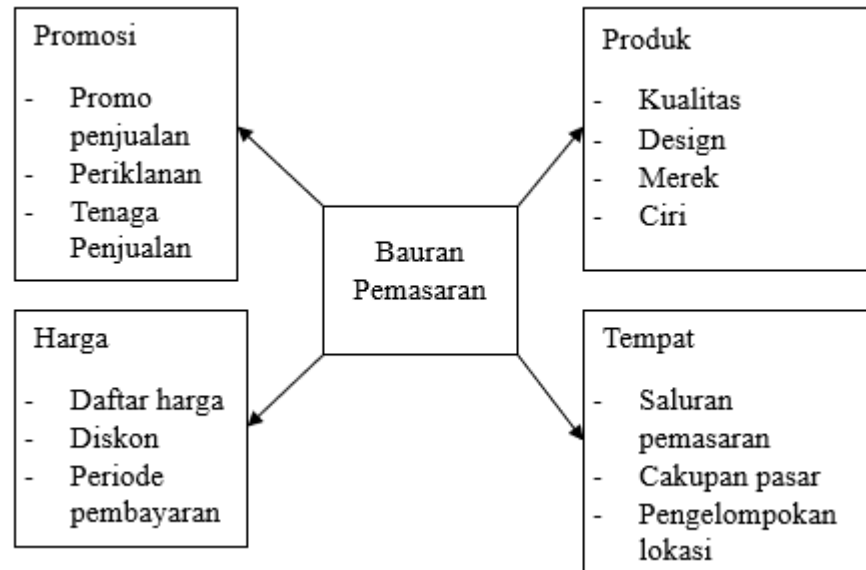
c. Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjualan dan pembelian. Mempengaruhi konsumen, serta mengingatkan pasar sasaran yang bertujuan mengubah sikap dan tingkah laku pembelian, yang tadinya

tidak mengenal, sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.



Gambar 1. Variabel 4P dalam bauran pemasaran
Sumber: Kotler, 2008

G. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan proses memberikan peringkat seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa. Kata preferensi berasal dari bahasa Inggris yaitu “*preference*” yang artinya sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Penilaian preferensi merupakan teknik penelitian dengan menyajikan dua objek atau lebih yang harus dipilih subjek yang diukur lewat tes lisan (nufus, 2022).

Preferensi konsumen muncul pada tahap ketiga dalam proses keputusan pembelian yaitu pada tahap evaluasi alternatif, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk barang maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *preference* merupakan suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan produk barang

maupun jasa yang tersedia. Tahap *preference* yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk, adalah awal dari tahap *consumer loyalty* terhadap produk tersebut, sehingga perusahaan sebagai produsen produk barang maupun jasa harus memahami dan mempelajari cara menimbulkan rasa preferensi tersebut di dalam diri konsumen (Putri dan Iskandar, 2014).

Menurut Nicholson (1994) terdapat tiga sifat dasar dalam hubungan preferensi:

a. Kelengkapan (*completeness*)

Jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka tiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah:

- 1) A lebih disukai daripada B,
- 2) B lebih disukai daripada A, atau
- 3) A dan B sama-sama disukai.

Dari pernyataan diatas dapat diasumsikan seseorang mampu menentukan produk dari kedua alternatif yang dimilikinya tanpa keraguan sebab mereka tahu mana yang lebih baik dan mana yang buruk.

b. Transitivitas (*transitivity*)

Seseorang tidak akan bisa mengartikulasi preferensinya yang saling bertentangan. Hal ini digambarkan seperti “jika seorang menyukai A daripada B dan lebih menyukai B daripada C, maka ia harus menyukai A daripada C”.

c. Kontinuitas (*continuity*)

Jika seseorang lebih menyukai A daripada B, maka segala kondisi dibawah A akan disukai daripada B.

Dapat disimpulkan bahwa setiap orang mampu memilih produk yang disukai dari alternatif dan pilihan yang tersedia. Seseorang mampu mengevaluasi setiap produk dari hasil informasi-informasi yang telah didapat sebelumnya dari orang lain, sehingga mampu meranking produk. Dalam penelitian ini pengukuran preferensi dilakukan dengan menghadapkan berbagai jenis jajanan tradisional kepada konsumen. Selanjutnya konsumen akan meranking jajanan tradisional tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Peneliti harus mengetahui penelitian sejenis sebagai bahan referensi dan gambaran dari penelitian yang sudah dilakukan untuk menghindari penelitian ganda antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan karena memiliki kesamaan judul, tempat dan sebagainya. Berdasarkan uraian tentang kajian penelitian terdahulu dapat dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu pada penelitian Saputri, Ismono, Sayekti (2019) menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis pola produksi. Pada penelitian Thenu, Manossoh, Runtu (2021) dan Soleha, Lestari, Saleh (2022) menggunakan alat analisis yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu menggunakan analisis *full costing* untuk menganalisis harga pokok penjualan. Pada penelitian Syafani, Lestari, Sayekti (2015), Muhandri, Hasanah, Amanah (2020) dan Nufus, Sayekti, Adawiyah (2022) menggunakan alat analisis yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dalam menganalisis preferensi konsumen. Sedangkan pada penelitian Lukyta, Sayekti, Situmorang (2020) dan Rahmah, Hasyim, dan Murniati (2020) menggunakan deskriptif kualitatif untuk meneliti bauran pemasaran.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu yang pertama lokasi penelitian dilakukan di Mookies *Bakery* yang sampai pada saat ini belum ada penelitian terkait keragaan industri rumah tangga jajanan tradisional. Kedua, belum ada penelitian mengenai pola produksi pada komoditas jajanan tradisional. Kajian terhadap penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 3..

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil
1.	Saputri, Ismono, Sayekti (2019)	Pola Produksi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Sapi Oleh Produsen Bakso di Kota Bandar Lampung	1. Analisis deskriptif 2. Metode Ordinary Least Square (OLS) Regression	1. Produksi dilakukan sebanyak tujuh kali dalam seminggu atau dilakukan setiap hari. Produksi yang dilakukan mengelola bahan baku menjadi produk yang dikonsumsi oleh konsumen. 2. Pola pembelian meliputi frekuensi pembelian sebanyak tujuh kali perminggu, rata-rata pembelian sebanyak 69 kg dalam satu minggu, para produsen membeli daging sapi di pasar tradisional, jenis daging sapi yang dibeli adalah daging, tulang lemak serta beberapa produsen membeli tambahan urat atau sengkak. 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian yaitu harga daging sapi, harga tepung, keuntungan, jumlah pelanggan dan jumlah produksi
2.	Ernawati dan Gupta (2019)	Analisis Penentuan Pola Produksi Untuk Meminimalisasi Biaya Produksi Pada PT Satyaloka Tirta Amerta Bangli	Metode Incremental Cost	Pola produksi yang selama ini perusahaan terapkan adalah pola produksi moderat. Akan tetapi penerapan pola produksi moderat tidak efisien karena biaya produksi yang dikeluarkan lebih tinggi diantara pola produksi lainnya. Pola yang efisien bagi perusahaan yaitu pola konstan.

3.	Thenu, Manossoh, Runtu (2021)	Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu	Metode Full Costing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dari hasil perhitungan harga pokok produksi antara metode perusahaan dengan metode full costing mempunyai hasil yang berbeda. Adapun selisih perhitungan harga pokok produksi antara kedua metode tersebut adalah Rp 819 per bungkus. 2. Perbedaan disebabkan oleh metode yang digunakan oleh perusahaan hanya menggolongkan beberapa biaya overhead saja. Sedangkan metode <i>full costing</i> memasukkan seluruh unsur biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi sehingga perusahaan bisa lebih kompetitif dalam menentukan harga jual produknya
4.	Soleha, Lestari, Saleh (2022)	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP) dan Harga Pokok Produksi (HPP) Produk Frozen Food di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis BEP 2. Metode <i>full costing</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri <i>frozen food</i> dapat dikatakan layak untuk dilanjutkan karena penerimaan, produksi, dan harga setiap varian produk <i>frozen food</i> di CV Lezatku Food sudah lebih besar dari hasil perhitungan BEP penerimaan, produksi, dan harga yang dihasilkan. 2. Hasil perhitungan HPP setiap varian produk <i>frozen food</i> di CV Lezatku Food dibawah harga jual yang berlaku, artinya penetapan harga jual yang dilakukan agroindustry sudah baik, karena sudah berdasarkan HPP dan ditambahkan dengan margin keuntungan. Rata-rata margin keuntungan

				yang diambil oleh agroindustry sebesar 53,12 persen.
5.	Sugiartono, Subagiyo, Herfiana (2021)	Penerapan Metode <i>Activity Based Costing</i> dalam Penentuan Harga Pokok Produk pada UD. Elza Putra Jember	Metode konvensional dan metode <i>Activity Based Costing</i>	Harga pokok produk lima dari enam jenis produk yaitu opak gulung, bagiak, lidah kucing, pia dan suwar suwir menggunakan metode <i>Activity Based Costing</i> lebih tinggi dibanding dengan metode konvensional, dan hanya satu produk yang memiliki nilai yang lebih rendah yaitu bolu.
6.	Syafani, Lestari, Sayekti (2015)	Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, Dan Permintaan Tiwul Oleh Konsumen Rumah Makan Di Provinsi Lampung	1. Deskriptif kuantitatif 2. Analisis verifikasi	<p>1. Preferensi tiwul oleh konsumen di warung makan di Provinsi Lampung berada pada kategori sedang. Atribut tiwul yang diinginkan konsumen di warung makan adalah harga murah (\leq Rp5.000), warna coklat kehitaman, tekstur kenyal, aroma tidak kuat, rasa sedikit, dan jarak tempuh yang dekat.</p> <p>2. Pola konsumsi tiwul adalah sebagai berikut: frekuensi konsumsi sekali hingga dua kali per bulan, biasanya konsumsi tiwul murni dengan jumlah konsumsi rata-rata 932,52 gram, dan alasan makan tiwul adalah karena preferensi.</p> <p>3. Faktor yang secara signifikan mempengaruhi permintaan tiwul oleh konsumen di warung makan di Provinsi Lampung adalah harga ampela ayam, harga tempe, dan etnis. Lauk ayam ampela adalah</p>

				sebagai pelengkap baik dan tempe adalah sebagai substitusi yang baik.
7.	Muhandri, Hasanah, Amanah (2020)	Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan	Deskriptif kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayoritas konsumen membeli jajanan tradisional di pasar, pedagang kaki lima, dan warung makan. Sebanyak 49% konsumen sering mengonsumsi jajanan tradisional dengan frekuensi 1-7 kali dalam seminggu. 2. Sebanyak 79% konsumen dari berbagai kelompok umur lebih menyukai jajanan tradisional karena rasanya yang lezat dan unik, harga terjangkau, bahan-bahan alami, tanpa pengawet, dan budaya yang lestari. Sebanyak 29,51% konsumen muda (≤ 25 tahun) lebih menyukai camilan modern karena kesederhanaan, variasi, kemudahan didapat, daya tarik, dan higienis.
8.	Nufus, Sayekti, Adawiyah (2022)	Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen <i>Banana Crispy</i> Pada Dua Di Kecamatan Gedong Tataan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskriptif Kuantitatif 2. Customer Satisfaction Index (CSI) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen lebih menyukai <i>Banana Melted</i> Lampung daripada <i>banana crispy</i> di Banana Monalisa. 2. Tingkat <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dalam mengonsumsi pisang crispy di Banana Melted Lampung berada pada kriteria sangat puas, sedangkan di Banana Monalisa berada pada kriteria puas. Dalam keputusan pembelian, setelah konsumen mengevaluasi produk, 11 orang masih mengonsumsi Pisang Melted Lampung, kemudian 10 konsumen hanya

				mengonsumsi Banana Monalisa, dan sisanya masih mengonsumsi keduanya.
9.	Lukyta, Sayekti, Situmorang (2020)	Bauran Pemasaran Dan Kinerja Usaha Industri Kecil Roti di Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskriptif Kualitatif 2. ROI 3. Profit margin 4. Rasio operasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bauran produk, bauran harga, dan bauran promosi termasuk dalam kategori penting, sedangkan bauran tempat termasuk dalam kategori cukup penting. 2. Dilihat dari ROI (Return on Investment), profit margin, dan rasio operasi, maka kinerja usaha industri kecil roti di Bandar Lampung sudah termasuk dalam kategori sangat baik. 3. Unsur bauran pemasaran yang nyata berpengaruh terhadap kinerja usaha industri kecil roti di Bandar Lampung adalah bauran harga, sedangkan bauran lainnya tidak nyata berpengaruh.
10.	Rahmah, Hasyim, dan Murniati (2020)	Bauran Pemasaran dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu di Kota Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Deskriptif Kualitatif 2. Matriks IFAS dan EFAS 3. Analisis SWOT 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh agroindustri tahu skala rumah tangga dan menengah meliputi bauran produk, harga, tempat, dan promosi yang berbeda-beda. 2. Lingkungan internal agroindustri tahu terdiri dari produk, manajemen dan pendanaan, sumber daya manusia, lokasi usaha, dan pemasaran, sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, pesaing, kebijakan pemerintah, dan konsumen.

-
3. Strategi pengembangan agroindustri tahu skala rumah tangga dan menengah adalah pengembangan produksi tahu ke skala yang lebih besar, karena tahu diminati berbagai kalangan masyarakat, pemberdayaan TK dengan pelatihan teknologi modern, dan mempertahankan pemasaran yang sudah cukup luas
-

C. Kerangka Pemikiran

Pentingnya ketahanan pangan menjadi perhatian setiap orang mengingat pangan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia. Beras masih menjadi pangan pokok utama dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Di Indonesia beras didapatkan melalui impor, sedangkan Indonesia mempunyai potensi dalam sumber daya alam. Indonesia khususnya Lampung memiliki pangan lokal yang potensial seperti ubi kayu, pisang, dan jagung. Pangan lokal tersebut dapat menjadi alternatif sumber karbohidrat. Program pengolahan pangan lokal yang bervariasi merupakan salah satu program pemerintah yang disebut program diversifikasi konsumsi pangan, hal ini bertujuan untuk mencapai standar pola pangan harapan.

Program diversifikasi konsumsi pangan dapat berhasil dengan bantuan . Usaha mikro kecil menengah berperan dalam menyediakan, mengolah, dan memasarkan produk pangan lokal. Produk pangan lokal seperti keripik/kerupuk, jajanan tradisional, minuman herbal, dan makanan tradisional (lauk pauk).

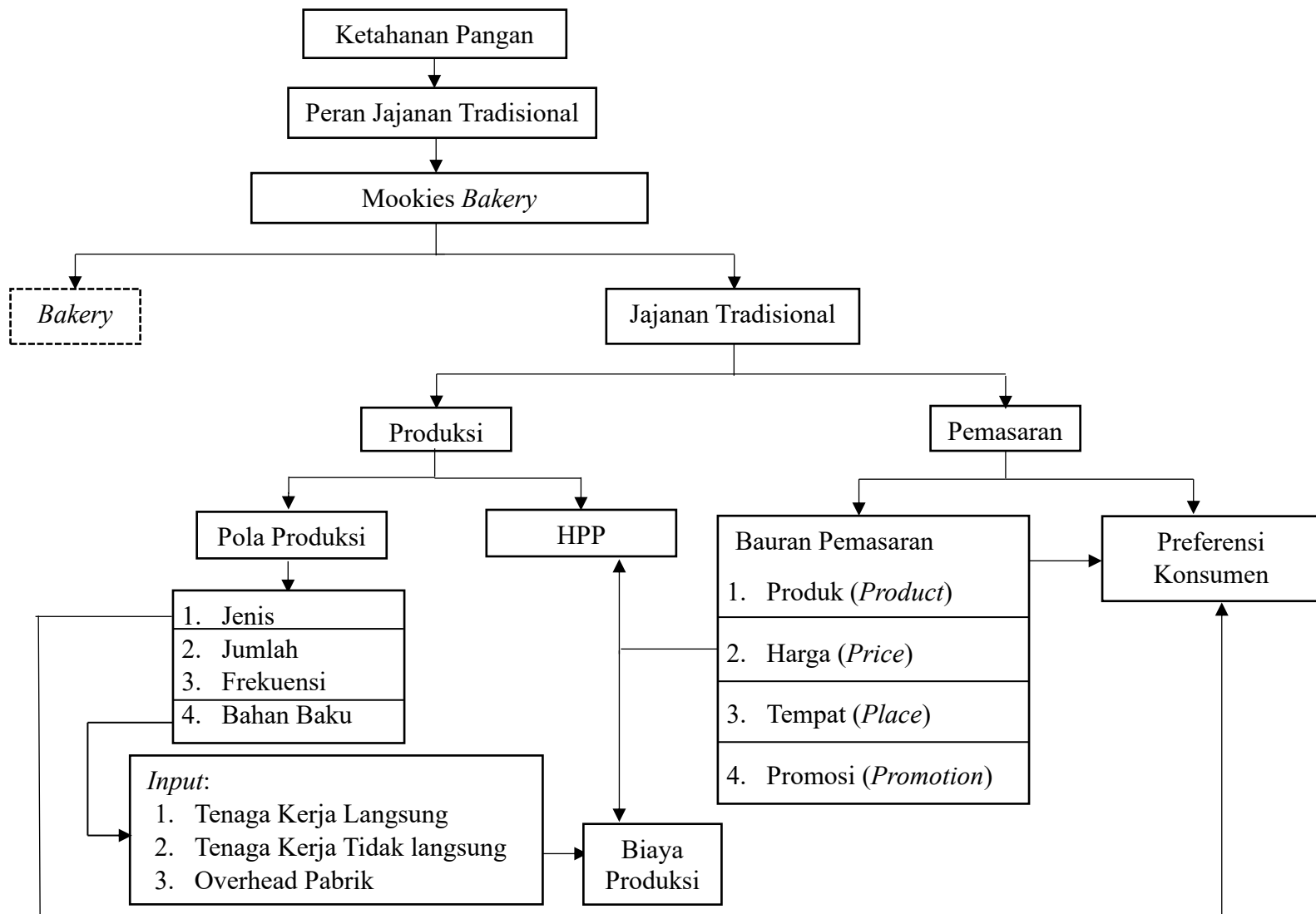
Salah satu produk pangan lokal yaitu jajanan tradisional memiliki peran dalam menunjang keberhasilan ketahanan pangan. Jajanan tradisional merupakan produk pangan yang dibuat berdasarkan resep turun temurun dengan metode tradisional. Jajanan tradisional juga sangat beragam dan bervariasi dari segi rasa dan bentuk. Salah satu UMKM yang menjual jajanan tradisional adalah *Mookies Bakery*

Penelitian ini dilakukan di *Mookies Bakery* di Way Dadi. Pada *Mookies Bakery* memproduksi *Bakery* dan jajanan tradisional, namun peneliti hanya meneliti jajanan tradisional. Dalam penelitian ini akan meneliti kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran.

Pada kegiatan produksi akan diteliti pola produksi dan harga pokok produksi. Pola produksi akan mencakup jenis jajanan tradisional, jumlah produksi jajanan tradisional, frekuensi produksi, dan jumlah bahan baku yang

digunakan. Bahan baku masuk ke dalam komponen *input*, sedangkan komponen lainnya yaitu tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan *overhead* pabrik. Berdasarkan komponen *input* maka akan didapatkan biaya. Setelah mendapatkan biaya, maka dapat dihitung harga pokok produksi. Penetapan harga pokok produksi mempengaruhi harga jual produk di Mookies Bakery.

Kegiatan pemasaran berperan penting dalam keberlanjutan usaha Mookies Bakery. Pada penelitian ini akan dilihat bauran pemasaran dan preferensi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2008) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Strategi pemasaran menggunakan 4P (*product, price, place, dan promotion*). Jenis produk jajanan tradisional Mookies Bakery akan mempengaruhi preferensi konsumen. Preferensi konsumen jajanan tradisional akan dinilai berdasarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap produk jajanan tradisional tersebut, sehingga konsumen akan meranking produk jajanan tradisional yang disediakan. Kerangka pemikiran keragaan industri rumah tangga jajanan tradisional dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran keragaan industri rumah tangga jajanan tradisional

III. METODE PENELITIAN

A. Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Arikunto (2004) metode studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dilakukan secara menyeluruh, terperinci dan mendalam terhadap suatu individu, lembaga tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit selama periode tertentu. Metode studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai tuntas (Irianto dan Mardikanto, 2011). Metode ini digunakan untuk memperoleh data secara lengkap dan rinci pada industri jajanan tradisional mengenai keragaan industri yang mencakup pola produksi, harga pokok produksi, bauran pemasaran dan preferensi konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada industri rumah tangga jajanan tradisional Mookies *Bakery* yang terletak di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarama, Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa industri rumah tangga ini sudah berdiri cukup lama serta aktif dalam memasarkan produknya. Pengumpulan data penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2024.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional merupakan pengertian dari variabel yang digunakan untuk mendapatkan data yang kemudian dilakukan analisis

sesuai dengan tujuan penelitian. Konsep dasar dan definisi operasional dalam penelitian ini meliputi dibawah ini.

Jajanan tradisional adalah olahan produk pangan lokal yang dibuat dengan cara tradisional dan memiliki banyak jenis dan rasa.

Pola produksi adalah cara atau kebiasaan yang dilakukan oleh produsen dalam memproduksi jajanan tradisional. Pola produksi jajanan tradisional mencakup jenis yang diproduksi, jumlah produksi, frekuensi produksi, jenis bahan baku, dan jumlah bahan baku.

Jenis produk adalah produk yang diproduksi oleh Mookies *Bakery*. Produk meliputi jajanan tradisional, roti, dan pempek.

Jumlah produksi adalah banyaknya jajanan tradisional yang diproduksi dalam satu kali produksi. Jumlah diukur dalam satuan buah.

Frekuensi produksi adalah jumlah kegiatan produksi jajanan tradisional dalam satu bulan.

Jenis bahan baku adalah bahan baku yang dibutuhkan dalam memproduksi jajanan tradisional.

Jumlah bahan baku adalah banyaknya bahan baku yang dibutuhkan dalam satu kali produksi. Jumlah bahan baku diukur dalam satuan kilogram (kg).

Input adalah bahan-bahan dan alat-alat serta tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan jajanan tradisional. *Input* yang digunakan untuk proses produksi pada Mookies *Bakery* adalah bahan baku, tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung dan overhead pabrik

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk produk jadi yang dapat diidentifikasi secara langsung pada produk jajanan tradisional. Bahan baku diukur dalam satuan kilogram (kg).

Bahan tambahan adalah bahan yang ditambahkan ke dalam bahan makanan yang berfungsi untuk meningkatkan mutu makanan.

Bahan penunjang merupakan bahan pelengkap selain dari bahan baku utama yang digunakan dalam kegiatan produksi yang bertujuan untuk membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut.

Harga bahan baku adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku utama dalam proses produksi jajanan tradisional. Harga bahan baku diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)

Tenaga kerja adalah sejumlah orang yang terlibat dalam tahapan-tahapan proses produksi jajanan tradisional. Pada industri rumah tangga jajanan tradisional ini tenaga kerja yang digunakan yaitu tenaga kerja langsung dan tidak langsung.

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

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan produksi dan terlibat dalam kegiatan lain seperti kegiatan pemasaran dan lain-lain. Tenaga kerja tidak langsung diukur dalam satuan jam kerja manusia.

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

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

Biaya *overhead* variabel adalah biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produk yang dihasilkan. Semakin banyak produk yang ingin dihasilkan, biaya variabel semakin tinggi dan sebaliknya, contohnya biaya bahan penunjang yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

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

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi jajanan tradisional, berupa timbangan, saringan, alat pengaduk, wajan, wadah, plastik, dll.

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

Biaya adalah jumlah dari seluruh pengeluaran modal yang digunakan dalam proses produksi jajanan tradisional diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah aktiva atau jasa yang dikorbankan atau diserahkan dalam proses produksi, yang digunakan sebagai penentu harga jual. Total biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi dibagi dengan jumlah produksi jajanan tradisional yang dihasilkan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Harga jajanan tradisional adalah harga jual jajanan tradisional per satuan, yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Konsumen adalah orang yang membeli dan mengkonsumsi produk jajanan tradisional di *Mookies Bakery*.

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

komponen-komponen tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam pemasaran. Bauran pemasaran dilihat dari perspektif .

Produk (*product*) adalah *output* yang dihasilkan dari proses kegiatan industri rumah tangga yaitu jajanan tradisional. Strategi produk dideskripsikan menurut persepsi pemilik UMKM meliputi kualitas produk, merek dan kemasan jajanan tradisional.

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan. Strategi harga dideskripsikan menurut persepsi pemilik UMKM meliputi metode penetapan harga, daftar harga, potongan harga, dan bagaimana cara pembayaran yang dilakukan.

Tempat (*place*) adalah lokasi di mana produsen menyalurkan produk yang tersedia bagi konsumen. Strategi tempat dideskripsikan menurut persepsi pemilik UMKM meliputi lokasi penjualan mudah dijangkau dengan transportasi, lokasi produksi dekat dengan toko penyediaan bahan baku, kebersihan tempat dan sasaran pemasaran.

Promosi (*promotion*) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dirancang untuk menarik konsumen dalam menawarkan produknya. Strategi promosi dideskripsikan menurut persepsi pemilik UMKM meliputi kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh UMKM, media apa saja yang digunakan untuk menarik konsumen, serta bagaimana cara mempertahankan konsumen.

Preferensi konsumen adalah tingkat kesukaan konsumen terhadap jajanan tradisional yang dilihat dari total skor. Konsumen meranking produk jajanan tradisional berdasarkan tingkat kesukaan konsumen.

C. Responden Penelitian

Responden dari penelitian ini berasal dari Mookies *Bakery* dan konsumen jajanan tradisional. Responden yang berasal dari Mookies *Bakery* merupakan pemilik dan satu tenaga kerja. Pemilik dijadikan responden karena mengetahui secara rinci keadaan Mookies *Bakery* serta ikut dalam proses produksi hingga pemasaran, sedangkan tenaga kerja yang dipilih merupakan tenaga kerja yang berpartisipasi dalam kegiatan produksi.

Untuk mengetahui preferensi konsumen jajanan tradisional maka diperlukan sampel konsumen. Teknik penarikan sampel untuk konsumen adalah *purposive sampling*. Pemilihan responden berdasarkan kriteria yaitu responden pernah membeli dan atau mengonsumsi produk jajanan tradisional dari Mookies *Bakery* dan minimal berusia 17 tahun. Jumlah responden konsumen dalam penelitian ini adalah 30 orang, dengan pertimbangan bahwa UMKM ini masih kecil dan konsumennya masih sedikit. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam Mahmud (2011) bahwa untuk penelitian yang menggunakan data statistik, ukuran sampel minimum adalah 30.

D. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari proses wawancara dengan pihak Mookies *Bakery* menggunakan kuesioner meliputi, gambaran umum Mookies *Bakery*, aspek organisasi Mookies *Bakery*, proses produksi 5 jajanan tradisional, jenis produk, jumlah produksi, frekuensi produksi, jenis dan jumlah bahan baku, biaya-biaya yang digunakan, dan bauran pemasaran. Data primer dari konsumen diperoleh dengan menyebarkan kuesioner berupa *google form* ke konsumen Mookies *Bakery* melalui sosial media Mookies *Bakery*. Data primer yang diperoleh mengenai tingakt kesukaan konsumen Mookies *Bakery* terhadap jajanan tradisional yang diproduksi oleh Mookies *Bakery*. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan data dari instansi-instansi

terkait seperti Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, Badan Ketahanan Pangan, Dinas Ketahanan Pangan Sumatera Barat, serta sumber bacaan dari buku dan jurnal penelitian yang dapat mendukung penelitian ini.

E. Metode Analisis Data

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

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Tujuan pertama yaitu menganalisis pola produksi jajanan tradisional pada Mookies Bakery. Metode analisis yang digunakan pada tujuan pertama dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif berupa penjumlahan, rata-rata (*mean*), dan nilai yang sering muncul (*modus*). Pola produksi jajanan tradisional oleh Mookies Bakery dideskripsikan berdasarkan jenis produk, jumlah produksi, frekuensi produksi, dan jenis bahan baku yang digunakan.

2. Metode Analisis Tujuan Kedua

Tujuan kedua mengenai analisis harga pokok produksi (HPP) jajanan tradisional pada Mookies Bakery. Perhitungan HPP menganalisis 5 dari 18 jajanan tradisional yang diproduksi Mookies Bakery. Jenis jajanan tradisional yang dipilih berdasarkan jenis yang sering diproduksi. Metode analisis yang digunakan pada tujuan kedua dalam penelitian ini adalah *full costing*.

Analisis harga pokok produksi terlebih dahulu mengumpulkan biaya-biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang digunakan untuk menghasilkan jajanan tradisional. Pada biaya produksi dibagi menjadi dua yaitu biaya produksi yang digunakan sendiri dan digunakan bersama-sama. Biaya produksi yang digunakan bersama harus dipisahkan menggunakan alokasi biaya bersama dengan rumus :

$$\frac{\text{Total Penerimaan Produk A}}{\text{Total penerimaan seluruh produk}} \times \text{Total Biaya Produksi}$$

Analisis harga pokok produksi dihitung menggunakan metode *full costing*. Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi dari semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap (Mulyadi, 2015). Dalam metode ini perhitungan biaya tetap terdiri dari aset-aset yang bersifat tetap dan mempunyai nilai penyusutan. Hasil perhitungan jumlah nilai penyusutan peralatan dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi sebagai biaya tetap. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* disajikan pada Tabel. 4.

Tabel 4. Harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*

Jumlah produksi per bulan		xxx (A)
a.	Biaya bahan baku per bulan	xxx (B)
b.	Biaya tenaga kerja per bulan	xxx (C)
c.	BOP variabel	
	- Biaya pendukung	xxx (D)
	- Biaya listrik per bulan	xxx (E)
	- Biaya proses produksi lainnya (telepon, asuransi, insentif tenaga kerja, perlengkapan dan pemeliharaan per bulan)	xxx (F)
	Jumlah BOP variabel (D+E+F)	xxx (G)
d.	BOP tetap	
	- Biaya penyusutan per bulan	xxx (H)
	Jumlah BOP tetap	xxx (I)
	Total harga pokok produksi (B+C+G+I)	xxx (J)
	Harga pokok produksi per satuan (J/A)	xxx (K)

Sumber: Mulyadi, 2015

3. Metode Analisis Tujuan Ketiga

Tujuan ketiga dilakukan analisis bauran pemasaran jajanan tradisional pada Mookies Bakery. Metode analisis data yang digunakan pada tujuan ketiga dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *marketing mix* atau bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*)

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan oleh Mookies Bakery untuk mencapai tujuan pemasarannya dengan menggunakan klasifikasi alat-alat analisis yaitu 4P.

a. Produk (*Product*)

Dalam analisis produk dianalisis keunikan dari setiap jajanan tradisional. Produk akan dideskripsikan berdasarkan perspektif dengan melihat rasa, kuantitas, kualitas, dan kemasan jajanan tradisional.

b. Harga (*Price*)

Sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga dideskripsikan berdasarkan perspektif UMKM dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta bagaimana cara pembayaran yang dilakukan.

c. Tempat (*Place*)

Lokasi di mana menjual produk jajanan tradisional. Tempat dideskripsikan berdasarkan perspektif UMKM dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjualan, dilihat dari alat transportasi yang ada dan melihat bagaimana penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dan sasaran pemasaran.

d. Promosi (*Promotion*)

Pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam

menawarkan produk. Promosi dideskripsikan berdasarkan perspektif UMKM dengan melihat kegiatan promosi apa saja yang telah dilakukan oleh UMKM serta media apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

4. Metode Analisis Tujuan Keempat

Tujuan keempat yaitu menganalisis preferensi konsumen jajanan tradisional pada Mookies *Bakery*. Metode analisis yang digunakan pada tujuan keempat dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif berupa penjumlahan, dan nilai yang sering muncul (*modus*). Preferensi konsumen terhadap jajanan tradisional Mookies *Bakery* dideskripsikan berdasarkan urutan jenis jajanan tradisional yang paling disukai hingga kurang disukai konsumen.

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

1. Sejarah Kota Bandar Lampung

Ibu Kota Provinsi Lampung adalah Bandar Lampung. Oleh karena itu, semua kegiatan pemerintah, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan hingga perekonomian dilaksanakan di Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung juga merupakan daerah transit perekonomian antar pulau Sumatera dengan Pulau Jawa sehingga menguntungkan pertumbuhan dan perdagangan Kota Bandar Lampung.

Sebelum tahun 1983 Ibukota Provinsi Lampung adalah Tanjungkarang-Telukbetung hingga pada tanggal 17 Juni 1983 berubah menjadi Kotamecarimadya Daerah Tingkat II Bandar Lampung dan sejak tahun 1999 menjadi Kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung beberapa kali mengalami pemekaran. Pada tahun 2012 melalui Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 4 Tahun 2012 tentang penataan dan pembentukan kelurahan dan kecamatan yang diubah dengan Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 12 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung No. 4 Tahun 2012 kembali dilakukan pemekaran kecamatan yang semula berjumlah 13 kecamatan menjadi 20 kecamatan dan pemekaran kelurahan yang semula 98 kelurahan menjadi 126 kelurahan. Saat ini Walikota Bandar Lampung dijabat oleh Hj. Eva Dwiana, S.E, M.Si. Peta wilayah Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Peta administrasi Kota Bandar Lampung
Sumber: BPS Kota Bandar Lampung, 2021

2. Letak Geografis

Kota Bandar Lampung seluas 197,22 Km². Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 5°20' sampai dengan 5°30' lintang selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' bujur timur. Batas wilayah administrasi Kota Bandar Lampung:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan
- b. Sebelah Selatan : Teluk Lampung
- c. Sebelah Barat : Kecamatan Gedong Tataan dan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran
- d. Sebelah Timur : Kecamatan Tanjung Bintang, Kabupaten Lampung Selatan

3. Kondisi Iklim dan Topografi

Kota Bandar Lampung memiliki iklim tropis sama seperti iklim di daerah Lampung lainnya. Kota Bandar Lampung memiliki curah hujan rata-rata 109 mm/bulan. Suhu udara rata-rata sebesar 27,6°C dengan kelembaban

udara rata-rata harian sebesar 85 persen. Ketersediaan air tanah di Bandar Lampung dalam kondisi cukup.

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter diatas permukaan laut. Topografi Kota Bandar Lampung terdiri dari daerah pantai berada di bagian selatan teluk betung dan panjang, daerah perbukitan berada di bagian utara teluk betung, dan daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang berada di bagian barat Tanjung Karang serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan, dan Teluk lampung dan pulau-pulau kecil bagian selatan. Lokasi Kota Bandar Lampung yang strategis secara geografis, akses yang mudah, transportasi yang mendukung, dan kelengkapan fasilitas, menjadikan Kota Bandar Lampung sebagai pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, serta perekonomian daerah.

4. **Kondisi Demografis**

Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung pada tahun 2023 sebanyak 1.100.109 jiwa dengan kepadatan penduduk 5.986 jiwa/km².

Perkembangan jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa Kecamatan Kemiling merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk tertinggi yaitu 86.300 jiwa dengan kepadatan penduduk 4.046 jiwa/km². Kecamatan Enggal merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terendah yaitu 25.752 jiwa dengan kepadatan penduduk 9.263 jiwa/km². Kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Tanjung Karang Timur yaitu 18.619 jiwa/km² sedangkan kepadatan penduduk terendah berada di Kecamatan Teluk Betung Barat yaitu 2.110 jiwa/km².

Tabel 5. Jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Bandar Lampung tahun 2024

No.	Kecamatan	Penduduk (jiwa)	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)
1.	Teluk Betung Barat	38.527	2.110
2.	Teluk Betung Timur	49.926	4.805
3.	Teluk Betung Selatan	39.359	11.278
4.	Bumi Waras	58.169	12.869
5.	Panjang	74.858	5.488
6.	Tanjung Karang Timur	38.542	18.619
7.	Kedamaian	53.457	6.410
8.	Teluk Betung Utara	50.587	11.550
9.	Tanjung Karang Pusat	50.326	14.379
10.	Enggal	25.752	9.263
11.	Tanjung Karang Barat	63.194	5.476
12.	Kemiling	86.300	4.046
13.	Langkapura	43.372	8.183
14.	Kedaton	52.388	13.896
15.	Rajabasa	55.958	4.328
16.	Tanjung Senang	62.402	6.753
17.	Labuhan Ratu	48.208	7.903
18.	Sukarame	67.138	6.148
19.	Sukabumi	73.178	2.922
20.	Way Halim	68.468	10.955
Bandar lampung		1.100.109	5.986

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2024.

B. Gambaran Umum Kecamatan Sukarame

Kecamatan Sukarame memiliki luas wilayah sebesar 10,69 Km². Kecamatan Sukarame terdiri dari 6 kelurahan yaitu Sukarame, Way Dadi, Korpri Jaya, Way Dadi Baru, Korpri Raya, dan Sukarame Baru. Jumlah penduduk Kecamatan Sukarame pada saat ini berjumlah 66.703 jiwa dengan kepadatan penduduk 6.241 jiwa/Km². Letak Kecamatan Sukarame menurut batas wilayah adalah berbatas dengan:

- Sebelah Utara : Kabupaten Lampung Selatan
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sukabumi
- Sebelah Barat : Kecamatan Way Halim dan Kecamatan Kedamaian
- Sebelah Timur : Kabupaten Lampung Selatan

C. Gambaran Mookies *Bakery*

Mookies *Bakery* merupakan salah satu UMKM di Bandar Lampung yang memproduksi jajanan tradisional dan *Bakery*. Asal usul nama Mookies *Bakery* berasal dari kata pertama nama pemilik yaitu Moki Valentine Lee. Mookies *Bakery* berdiri sejak 2015, pada tahun tersebut Mookies *Bakery* belum mempunyai toko sehingga penjualan dan promosi dilakukan melalui sosial media dan melalui promosi dari mulut ke mulut seiring berjalannya waktu pada tahun 2020 pemilik membuka toko. Mookies *Bakery* mempunyai tempat produksi dan toko atau *pick up point* yang berbeda tempat. Tempat produksi berada di Perumahan Graha Indah 1 Blok C5, Sukarame Baru sedangkan toko atau tempat *pick up* pesanan berada di Jl. Pulau Damar, Gang Teratai II, Way Dadi.

Awal mulanya pemilik memiliki keterampilan dalam membuat roti, hal tersebut pemilik memanfaatkan untuk membuka usaha dengan menjual produk ke teman-teman pemilik, seiring berjalannya waktu pemilik mendapatkan *feedback* yang baik dari teman-temannya dan mendapatkan tawaran pesanan kue dari teman-temannya, sehingga pemilik menjadi yakin untuk menekuni usahanya. Pemilik juga mempunyai usaha keluarga dalam bidang makanan sehingga tidak terlalu sulit bagi pemilik untuk membuka usaha baru. Mookies *Bakery* didirikan saat pemilik sedang kuliah. Awal mulanya Mookies *Bakery* hanya menjual roti dan *cake custom*, pemesanan *cake custom* dijual berdasarkan pesanan sedangkan untuk roti pemilik tiap hari menjualnya.

Saat pandemi penjualan Mookies *Bakery* menurun, sehingga pemilik mencari ide untuk mempertahankan usahanya dengan cara pemilik beradaptasi dengan perkembangan jaman dan *trend* di sosial media. Saat pandemi banyak makanan viral terutama *dessert*. Hal tersebut sangat membuka peluang usaha, sehingga pemilik mencoba membuat dan menjual salah satu kue viral yaitu bomboloni. Saat Mookies *Bakery* menjual bomboloni penjualan meningkat pesat karena saat itu Mookies *Bakery* menjadi usaha mikro kecil menengah pertama yang menjual bomboloni di Bandar Lampung. Resep

makanan viral mudah didapatkan dan mudah dibuat. Hal itu menyebabkan banyaknya pesaing sehingga penjualan bomboloni mulai menurun sehingga pemilik harus mengembangkan ide baru, pemilik menambahkan jajanan tradisional sebagai produk barunya.

Jajanan tradisional yang ditawarkan kurang lebih ada 30 jenis jajanan tradisional. Jajanan tradisional yang dijual berupa *snack box*, kue nampan, dan kue tampah. Jenis jajanan yang ditawarkan yaitu dadar gulung, bugis mandi, bugis daun, bika ambon, carabikang, nona manis, pisang garing, pisang buncit, lambang sari, onde-onde, pie susu, pie buah, soes buah, soes vanilla, bolu gulung, brownies potong, kue lumpur, kue khu, martabak kentang, risoles mayo, risoles, rogut, risoles sayur ayam, sosis solo, pastel, kroket kentang, arem-arem, talam ebi, semar mendem, lemper ayam, donat, pempek, roti, dan cheese brownies. Saat ini penjualan terbesar berasal dari jajanan tradisional. Ketersediaan produk sesuai dengan pemesanan sehingga setiap hari dapat berbeda-beda produk serta informasi ketersediaan produk dapat dilihat pada *story* instagram atau *story* whatsapp.

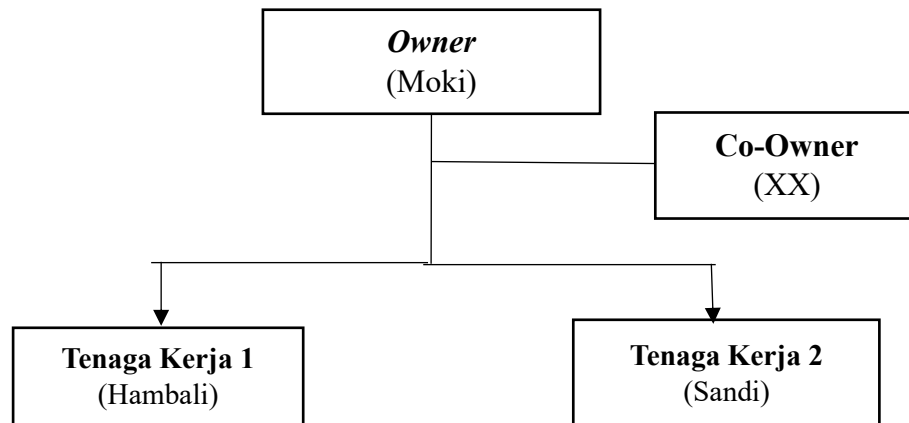
D. Aspek organisasi Mookies Bakery

Mookies Bakery dalam menjalankan usahanya memiliki struktur organisasi yang bertujuan untuk mengkoordinasi pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi Mookies Bakery meliputi pemilik dan tenaga kerja. Struktur organisasi dapat dilihat pada Gambar 4.

Berdasarkan Gambar 4 terlihat struktur organisasi Mookies Bakery tergolong sederhana, karena Mookies Bakery tergolong kedalam UMKM kecil.

Kepemimpinan dipegang oleh Owner, yang memiliki kewenangan tertinggi dan dibantu oleh seorang Co-Owner, yang posisinya tampak setara atau berkolaborasi langsung dengan Owner. Di bawah kepemimpinan tersebut, terdapat dua karyawan pelaksana atau Tenaga Kerja, yaitu Tenaga Kerja 1 dan Tenaga Kerja 2, yang bertindak sebagai pelaksana operasional harian. Struktur ini menunjukkan jalur komando yang pendek dan jelas,

memfasilitasi komunikasi dan pengambilan keputusan yang cepat dalam operasional harian produksi kue.



Gambar 4. Struktur organisasi Mookies Bakery

E. Sumberdaya Manusia Mookies Bakery

Ibu Moki merupakan pemilik Mookies Bakery, ia mengelola usahanya bersama suami. Keduanya terlibat langsung dalam seluruh proses produksi, mulai dari persiapan bahan baku hingga pengemasan. Selain itu, Ibu Moki juga menangani administrasi yang meliputi pencatatan pesanan dan pengadaan bahan baku serta pemasaran produk. Dalam operasionalnya, Mookies Bakery dibantu oleh dua tenaga kerja. Tenaga kerja pertama terlibat dalam seluruh proses produksi hingga pengemasan, sedangkan tenaga kerja kedua fokus membantu dalam pencetakan adonan, penggorengan, pengukusan, pengemasan produk, dan pengantaran produk dari rumah produksi ke *pick up point*. Jam kerja untuk ibu moki serta suami dimulai pada pukul 01.00 WIB hingga selesai, sedangkan jam kerja tenaga kerja dimulai pada pukul 03.00 – 11.00 WIB.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Mookies *Bakery* memproduksi 33 jenis produk yang terdiri dari 19 jajanan tradisional dan 14 jajanan non tradisional dengan rata-rata memproduksi sebanyak 258 buah/ hari. Frekuensi produksi berbagai jenis produk berbeda-beda, produk yang diproduksi setiap hari ada 10 produk yaitu nona manis, onde-onde, pie buah, soes buah, martabak kentang, risoles sayur ayam, sosis solo, pastel, arem-arem, dan lempeng ayam. Jenis bahan baku yang paling sering digunakan yaitu tepung terigu.
2. HPP produk yang sering yang diproduksi yaitu nona manis sebesar Rp 837,04, one-onde sebesar Rp 676,32, sosis solo sebesar Rp 1.363,86, lempeng ayam sebesar Rp 1.525,83, dan martabak kentang sebesar Rp 1.397,05.
3. Mookies *Bakery* memperhatikan kualitas produk dengan menjaga kualitas dan kebersihan bahan yang digunakan, setiap produksi akan dilebihkan sebanyak 40-50% dari jumlah resep, kemasan yang digunakan bervariasi tergantung dengan produk, serta Mookies *Bakery* sudah memiliki merek dagang. Harga jual ditetapkan berdasarkan HPP + 40% dan menyesuaikan dengan harga pasar. Mookies memiliki 2 tempat yaitu tempat produksi dan *pick up point*, 2 tempat tersebut mudah diakses akan tetapi *pick up point* kurang strategis karena berada di dalam gang.

Promosi yang digunakan oleh Mookies *Bakery* yaitu media sosial dan *personal selling*.

4. Berdasarkan preferensi konsumen Mookies *Bakery*, 10 jajanan tradisional teratas yang disukai yaitu nona manis, onde-onde, sosis solo, lempeng ayam, martabak kentang, arem-arem, pie susu, carabikang, bugis mandi, bugis daun.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. P-IRT merupakan sertifikasi izin edar bagi industri rumah tangga produk makanan atau minuman, sehingga penting dimiliki oleh UMKM, namun P-IRT dari Mookies *Bakery* sudah kadaluwarsa, maka dari itu Mookies *Bakery* disarankan untuk memperbarui P-IRT. Lokasi *pick up point* Mookies *Bakery* sulit ditemukan oleh konsumen karena berada di dalam gang, maka dari itu Mookies *Bakery* perlu memasang papan nama usaha di lokasi *pick up point* tersebut.
2. Sebagian besar bahan baku jajanan tradisional adalah tepung terigu, tepung terigu didapatkan secara import. Dinas Ketahanan Pangan Lampung diharapkan dapat memberikan sosialisasi mengenai penggunaan tepung mocaf sebagai pengganti tepung terigu.
3. Pada penelitian bauran pemasaran didapatkan bahwa lokasi *pick up point* kurang strategis, maka bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran Mookies *Bakery* dapat menganalisis mengenai strategi penentuan tempat dalam meningkatkan penjualan produk Mookies *Bakery*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adetama, D., S. 2011. Analisis Permintaan Kedelai Di Indonesia Periode 1978-2008. *Tesis*. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Ahyari, A. 2003. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi. Edisi Keempat*. BPFE. Yogyakarta
- Andriani, N, D., Mulyanto, E., Widowati, S, Y. 2021. Strategi Penjualan Aneka Jajanan Tradisional. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 19 (4): 253-266.
- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aristi, R., Prasmatiwati, F., E., dan Sayekti, W., D. 2025. Analisis Keuntungan Risiko pada Agroindustri jahe Instan (Studi Kasus pada Gendis Ayu Jahe). *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis*. 13(2): 161-168.
- Badan Ketahanan Pangan. 2020. *Roadmap Diversifikasi Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras (2020-2024)*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Badan Pangan Nasional. 2022. *Statistik Ketahanan Pangan 2021*. Pusat Data dan Informasi Pangan Badan Pangan Nasional. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2024. Kota Bandar Lampung Dalam Angka 2024. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2024. Statistik Pemuda Indonesia 2024 Volume 22. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BPOM RI. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 11 Tahun 2019 Tentang Bahan Tambahan Pangan*.
- Daniel, M. 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.

- Dinas Pangan Provinsi Sumatera Barat. 2015. *Mewujudkan Diversifikasi Pangan*. <https://dinaspangan.sumbarprov.go.id/details/news/302>. Diakses pada tanggal 21 November 2023.
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan. 2023. *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Tanaman Pangan*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Ernawati, N, W., dan Gupta, I, G, B, W. 2019. Analisis Penentuan Pola Produksi Untuk Meminimalisasi Biaya Produksi Pada PT Satyaloka Tirta Amerta Bangli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. 5(1): 41-50.
- Gardjito, M. (2017). *Kuliner Indonesia*. : Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Hanani, N. 2009. *Ketahanan Pangan dan Kualitas Sumber Daya Manusia*. Diaspora Publisher. Malang.
- Hansen, D., R., dan Mowen, M., M. 2009. *Manajemen Biaya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hariyadi, P. 2010. Mewujudkan Keamanan Pangan Produk-Produk Unggulan Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Tentang Peran Keamanan Pangan Produk Unggulan Daerah dalam Menunjang Ketahanan Pangan dan Menekan Laju Inflasi*. Purwokerto, 8-9 Oktober, 2010.
- Hentiani T., L. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Informal di Pasar Sentral Medan. *Tesis*. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Universitas Sumatera Utara.
- Indriani, Y. 2007. *Gizi dan Pangan*. Buku Ajar. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Irianto, H dan Mardikanto, T. 2011. *Metode Penelitian dan Evaluasi Agribisnis*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Lestari, P., A.,S., Maksum, M., Widodo, K.,H. 2007. Peran Makanan Tradisional Berbahan Baku Ubi Kayu Terhadap Sistem Ketahanan Pangan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Rumah Tangga. *Jurnal AGRITECH*. 27(1).
- Lukyta, H., P., Sayekti, W., D., Situmorang, S. 2020. Bauran Pemasaran dan Kinerja Usaha Industri Kecil Roti di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 8(3): 423-430.
- Mankiw, N. G. 2003. *Teori Makro Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia. Bandung.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., dan Safira, M, D. 2019. Analisa Strategi *Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4p (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*. 5(2): 79-86.
- Melita, Y. G., Yulastri, A., dan Syarif, W. 2017. Inventarisasi jenis dan resep kue-kue tradisional di Kota Padang. *Jurnal Home Economics and Tourism (JHET)*. 14(1): 1-15.
- Muhandri, T., Hasanah, U., Amanah, A. 2020. Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Mutu Pangan*. 8(1): 10-16.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. STIE YPKPN. Yogyakarta
- Mulyadi . 2014 . *Akuntansi Biaya. Edisi kelima*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya. Edisi Lima*. UPP STIM KPN. Yogyakarta.
- Nicholson, W. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Ningtias, A.A.P., Setyo Adji, dan Wijianto. 2018. Analisis Penentuan Pola Produksi Dalam Upaya Meminimalisasi Biaya Produksi Dengan Metode Incremental Cost. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*.1(1): 45-53.
- Nopirin. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nufus, H., Sayekti, W., D., dan Adawiyah, R. 2022. Preferensi dan Tingkat Kepuasan Konsumen Banana Crispy Pada Dua di Kecamatan Gedong Tataan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 10(3):
- Nugraheni, M. 2017. *Peningkatan Citra Pangan Lokal*. Sosialisasi Penganekaragaman Pangan yang diselenggarakan oleh badan Ketahanan Pangan dan Penyuluhan Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Nuraida dan Hariyadi, D. 2001. *Peningkatan peran pusat kajian makanan tradisional dalam rangka penganekaragaman makanan*. Jawa Barat
- Pemerintah Indonesia. 2012. *Undang- Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan*. Lembaran Negara RI Tahun 2012, No. 18. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Priyatnomo, M.A., Khasanah, W. and Salimi, M., 2017. Jajanan Tradisional Sebagai Bahan Ajar Pembelajaran IPS untuk Sekolah Dasar. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*.
- Putra, Y. P., Arifin, Z., dan Mawardi, M. K. 2016. Analisis Strategi, Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Ekspor (Studi pada Bali Pasadena, Rattan). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 39(1): 179-186.
- Putri, A, D. 2018. Analisis Ketahanan pangan dan Strategi Pengembangan Ketahanan Pangan di Kabupaten Kampar. *Skripsi*. Universitas Islam Riau
- Putri, N., E. dan Iskandar, D. 2014. Analisis preferensi konsumen dalam penggunaan social messenger di Kota Bandung Tahun 2014. *J Manajemen Indonesia*. 14 (2): 110 – 127.
- Rahmah, M., Hasyim, A., I., Murniati, K. 2020. Bauran Pemasaran dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 8(4):696-703.
- Reksohadiprodjo, S. 1997. *Manajemen Produksi. Edisi IV*. Cetakan V. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Saputri, A., Ismono, R, H., Sayekti, W, D. 2019. Pola Produksi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Sapi oleh Produsen Bakso di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 7(3): 268-274.
- Sayekti, W, D., Lestari, D. A. H., Ismono, R. H. 2020. Faktor Determinan Konsumsi Pangan Lokal Rumah Tangga di Provinsi Lampung. *Pangan*. 29 (2): 127-140.
- Soleha, K., Lestari, D, A, H., dan Saleh, Y. 2022. Analisis *Break Even Point* (BEP) dan Harga Pokok Produksi (HPP) Produk Frozen Food di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu (Studi Kasus pada CV Lezatku Food). *Journal of Food System and Agribusiness*. 6(2): 153-166.
- Sora, N. 2015. *Pengertian Penjualan dan Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Sugiartono, E., Subagiyo, A., Herfiana, A. 2021. Penerapan Metode *Activity Based Costing* dalam Penentuan Harga Pokok Produk pada UD. Elza Putra Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri*. 1(2): 103-109.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V., W. 2016. *Pengantar Akuntansi*. : Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Suprayitno, 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. UIN-Malang Press, Yogyakarta.

- Supriyono, S.,U. 2000. *Akuntansi Manajemen, Edisi ketiga*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Supriyono. 2013. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. BPFE. Yogyakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Jakarta.
- Syafani, T, S., Lestari, D, A, H., dan Sayekti, W, D. 2015. Analisis Preferensi, Pola Konsumsi, Dan Permintaan Tiwul Oleh Konsumen Rumah Makan Di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 3(1): 85-92.
- Syafitri, Y., Prasetyo, A., & Astika, R. 2021. Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah. *Jurnal Informasi Dan Komputer*. 9(2).
- Thenu, G., Manossoh, H., dan Runtu, T. 2021. Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode *Full Costing* Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu. *Jurnal Emba*. 9(2): 306-314.
- Widowati, S., dan Nurfitriani, R., A. 2023. *Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan: Perspektif Ekonomi, Sosial, dan Budaya*. Brin.
- Wijaya, F. 1991. *Ekonomi Mikro*. BPFE-UGM. Yogyakarta.
- Yamit, Z. 2003. *Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Keempat*. Ekonisia FE Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.