

**ANALISIS EFISIENSI EKONOMI DAN PEMASARAN
KERUPUK DI KECAMATAN KEDIRI
KABUPATEN LOMBOK BARAT**

ARTIKEL



**Oleh
Nopiana
C1G116093**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MATARAM
2023**

***ANALISIS EFISIENSI EKONOMI DAN PEMASARAN
KERUPUK DI KECAMATAN KEDIRI
KABUPATEN LOMBOK BARAT
ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY AND MARKETING
OF CRACKERS IN KEDIRI DISTRICT
WEST LOMBOK REGENCY***

Mega Fitri¹, Ir. Candra Ayu, M.Si², Ir. Ibrahim, M.Si³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia

*Email: ananovi332@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Ekonomi Usaha Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat; (2) Untuk menganalisis Efisiensi Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat; (3) Untuk menganalisis masalah dan hambatan Usaha Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik (pengusaha) Kerupuk yang ditentukan secara *Sensus* artinya semua pelaku usaha yang ada di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat sedangkan untuk lembaga pemasaran (pedagang) dilakukan secara *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Analisis Biaya dan Pendapatan, Analisis Efisiensi Ekonomi, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran dan Analisis Masalah dan Hambatan pada Usaha Kerupuk Tepung Terigu dan Tepung Tapioka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan dalam usaha kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 sebesar Rp. 2.506.118 per proses produksi, sedangkan rata-rata pendapatan produsen kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 sebesar Rp. 793.882 per proses produksi dengan R/C-rasio 1,32 sehingga dapat dikatakan efisien karena R/C-rasio >1 maka layak untuk dikembangkan, (2) Pemasaran kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 dikatakan efisien karena share produsen $>60\%$, (3) Masalah dan hambatan yang dihadapi oleh produsen kerupuk adalah keterbatasan modal, teknologi, cuaca dan iklim sedangkan masalah dan hambatan yang dihadapi oleh pedagang adalah keterbatasan modal dimana pedagang yang harus membayar langsung kerupuk kepada produsen.

Kata Kunci: Kerupuk, Efisiensi Ekonomi, Efisiensi Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to: (1) Analyze Production Costs, Income and Economic Efficiency of Cracker Business in Kediri District, West Lombok Regency; (2) To analyze the Efficiency of Cracker Marketing in Kediri District, West Lombok Nopiana

Regency; (3) To analyze the problems and obstacles of the cracker business in Kediri District, West Lombok Regency.

This study uses a descriptive method and the unit of analysis in this study is the owner (entrepreneur) of crackers which is determined by census, meaning that all business actors in Kediri District, West Lombok Regency, while for marketing institutions (traders) snowball sampling is carried out. Data analysis used in this study are: Cost and Income Analysis, Economic Efficiency Analysis, Marketing Channels, Marketing Efficiency and Analysis of Problems and Obstacles in the Wheat Flour and Tapioca Flour Crackers Business.

The results of this study indicate that: (1) The average production costs incurred in the cracker business in Kediri District, West Lombok Regency in 2022 is Rp. 2,506,118 per production process, while the average income of cracker producers in Kediri District, West Lombok Regency in 2022 is Rp. 793,882 per production process with an R/C-ratio of 1.32 so that it can be said to be efficient because the R/C-ratio is > 1 so it is feasible to develop, (2) Marketing of crackers in Kediri District, West Lombok Regency in 2022 is said to be efficient because the producer share is $> 60\%$, (3) The problems and obstacles faced by cracker producers are limited capital, technology, weather and climate while the problems and obstacles faced by traders are limited capital where traders have to pay the crackers directly to the producers.

Keywords: Crackers, Economic Efficiency, Marketing Efficiency.

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga adalah usaha bisnis yang dikembangkan suatu rumahtangga dan aktivitas ini menjadi perhatian pemerintah karena kemampuan yang besar dalam menjalankan perekonomian masyarakat, sekaligus menjadi sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kerupuk termasuk dalam bahan makanan pelengkap lauk dan bahkan di daerah-daerah tertentu menjadi lauk utama bagi sebagian kecil masyarakat yang kurang sejahtera. Keberadaan agroindustri kerupuk merupakan akibat dari adanya permintaan konsumen di suatu wilayah. Jumlah unit agroindustri kerupuk di Kabupaten Lombok Barat pada tahun 2016 sebanyak 132 unit (BPS, 2017). Lebih lanjut, salah satu sentra produksi terdapat Kecamatan Kediri.

Masalah yang sering dihadapi oleh agroindustri kerupuk dalam pengolahan maupun pemasarannya antara lain, rendahnya kualitas kemasan sehingga mempercepat kerusakan kerupuk, terbatasnya pangsa pasar sehingga sering tidak habis terjual dan skala usaha cenderung kecil (sedikit), produksi kerupuk menurun saat musim hujan karena proses pengeringan tergantung cuaca padahal konsumen jumlahnya relatif stabil. Namun perajin atau pelaku usaha tetap melakukan aktivitas tersebut karena tidak ada sumber matapencaharian lain di lingkungan tempat tinggalnya. Selain itu, keberadaan agroindustri ini mampu menyerap tenaga kerja yang banyak tersedia di lokasi

Berdasarkan asumsi pada latar belakang masalah telah mendorong penulis untuk mengkaji efisiensi ekonomi dan pemasaran kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Ekonomi Usaha Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat; (2) Untuk menganalisis Efisiensi Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat; (3) Untuk menganalisis masalah dan hambatan Usaha Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik (pengusaha) Kerupuk yang ditentukan secara *Sensus* artinya semua pelaku usaha yang ada di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat sedangkan untuk lembaga pemasaran (pedagang) dilakukan secara *snowball sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Analisis Biaya dan Pendapatan, Analisis Efisiensi Ekonomi, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran dan Analisis Masalah dan Hambatan pada Usaha Kerupuk Tepung Terigu dan Tepung Tapioka. Adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu melalui survei dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisioner yang sudah disiapkan.

ANALISIS DATA

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yaitu data yang disusun, diolah, disajikan, dan ditarik kesimpulan.

1. Analisis Biaya dan Pendapatan

a. Analisis Biaya Produksi (Suratiah, 2015).

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total Cost (Total biaya, Rp)

FC = Fixes Cost (Biaya tetap, Rp)

VC = Variabel Cost (Biaya variabel, Rp)

b. Analisis Pendapatan (Suratiah, 2015).

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I = Income (Pendapatan, Rp)

TR = Total Revenue (Total penerimaan, Rp)

TC = Total Cost (Total biaya, Rp)

c. Analisis total penerimaan (Suratiah, 2015).

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (Total penerimaan, Rp)

P = Price (Harga produksi, Rp)

Q = Quantity (Jumlah produksi, Rp/pack)

2. Analisis Efisiensi Ekonomi (Adiana, 2019).

Efisiensi usaha merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

$$R/C = TR/TC$$

Keterangan:

TR= Total Revenue (Penerimaan)

T/C= Total Cost (Biaya)

Kriteria penilaian R/C Ratio:

- a) R/C Ratio > 1 maka usaha tersebut menguntungkan
- b) R/C Ratio = 1 maka usaha tersebut tidak untung tidak rugi (impas)
- c) R/C Ratio < 1 maka usaha tersebut mengalami kerugian

- Penyusutan alat (Soekartawi, 2016).

$$NP = \frac{NB-NS}{UE}$$

Keterangan:

NP = Nilai Penyusutan (Rp/bulan)

NB = Nilai Beli (Rp/bulan)

NS = Nilai Sisa (Rp/bulan)

UE = Umur ekonomi (Tahun)

- Tenaga Kerja (Sadyadharma, 1984).

$$\text{Penyerapan Tenaga Kerja} = \frac{t \times h \times j}{7}$$

Keterangan:

P = Curah waktu kerja (HKO)

t = Jumlah tenaga kerja (orang)

h = Jumlah hari kerja yang digunakan (hari)

j = Jumlah standar jam kerja yang digunakan dalam satu hari (jam)

7 = Standar kerja orang dalam satu hari

3. Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran kerupuk tepung terigu dan tepung tapioka dilakukan dengan menelusuri secara langsung saluran pemasaran kerupuk tepung terigu dan tepung tapioka sampai ke konsumen akhir dengan menggunakan analisis deskriptif.

4. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dengan menggunakan indikator margin pemasaran dan share harga dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Margin Pemasaran (Rahim, 2016)

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

M = Margin pemasaran

Pr = Harga jual produk ditingkat konsumen

Pf = Harga Jual tingkat produsen

b. Share Harga (X) (Rahim, 2016)

$$X = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

X = Share harga yang diterima produsen

Pf = Harga ditingkat produsen

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir

c. Distribusi Keuntungan (Rahim, 2016)

Nopiana

$$DK = \frac{(\pi/c)_{\text{terendah}}}{(\pi/c)_{\text{tertinggi}}}$$

Keterangan:

DK = Distribusi Keuntungan

π = Keuntungan Pemasaran (Rp)

c = Biaya Pemasaran (Rp)

5. Analisis masalah dan hambatan pada usaha kerupuk tepung terigu dan tepung tapioka

Untuk menganalisis masalah dan hambatan yang dihadapi dalam usaha kerupuk tepung terigu dan tepung tapioka dianalisa secara deskriptif. Secara garis besar jenis masalah dan hambatan terdiri dari masalah teknis, masalah ekonomi, dan masalah sosial/budaya. Untuk lebih rinci berikut penjelasannya:

- a. Masalah teknis yaitu masalah yang dihadapi pada saat melaksanakan kegiatan usaha kerupuk tepung terigu dan tepung tapioka seperti, tidak keringnya kerupuk disebabkan oleh hujan akibatnya kerupuk tersebut tidak kering dengan sempurna.
- b. Masalah ekonomi yaitu seperti pengadaan modal, harga sasaran produksi dan pemasaran.
- c. Masalah pemasaran yaitu seperti cara pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan hal yang penting dari suatu penelitian untuk mengetahui keadaan masing-masing responden. Karakteristik responden yang dibahas dalam penelitian ini meliputi usia responden, tingkat pendidikan responden, jumlah tanggungan keluarga responden, dan pengalaman berusaha responden. Keempat faktor ini sangat penting diketahui terutama terkait dengan upaya untuk mencari pemecahan masalah yang dianggap sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

2. Umur Responden

Tabel 4.3. Jumlah Responden Usaha Kerupuk dan Lembaga Pemasaran berdasarkan Umur di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Rincian	Responden Agroindustri	Responden Pedagang
1	Usia Minimal (thn)	30	28
2	Usia Maksimal (thn)	56	52
3	Usia Rata-rata (thn)	44	37
Jumlah		130	117

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel 4.3 menunjukkan kisaran umur pada responden agroindustri kerupuk pada kisaran usia minimal 30 tahun, usia maksimal 56 tahun, dan usia rata-rata 44 tahun. Umur responden pedagang kerupuk pada kisaran usia minimal 28 tahun, usia maksimal 52 tahun, dan usia rata-rata 37 tahun.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden agroindustri dan pedagang kerupuk termasuk dalam kelompok usia produktif atau kelompok usaha kerja. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptoherijanto (2017) yang menyatakan bahwa kelompok Nopiana

atau golongan umur produktif berkisar antara 15-64 tahun dan memungkinkan dapat menghasilkan tingkat kerja produksi yang tinggi.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.4. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden Usaha Kerupuk dan Lembaga Pemasaran di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Tingkat Pendidikan	Agroindustri		Pedagang	
		Jumlah Orang	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	TTSD	7	70	7	18
2	TSD	0	0	2	5
3	TTSMP	2	20	0	0
4	TSMP	0	0	16	42
5	TT SMA	1	10	1	3
6	TSMA	0	0	12	32
Jumlah		10	100	38	100

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan formal usaha kerupuk dan lembaga pemasaran sangat beragam. Tingkat pendidikan usaha kerupuk terbanyak terdapat pada tingkat pendidikan tidak tamat SD sebanyak 7 orang dengan persentase 70% sedangkan tingkat pendidikan terendah terdapat pada tingkat tidak tamat SMA sebanyak 1 orang dengan persentase 10%. Tingkat pendidikan Lembaga pemasaran terbanyak terdapat pada tingkat pendidikan tamat SMP sebanyak 16 orang dengan persentase 42% sedangkan tingkat pendidikan terendah terdapat pada tingkat tidak tamat SMA sebanyak 1 orang dengan persentase 3%. Hasil penelitian terhadap responden terkait dengan tingkat pendidikan yang ditempuh tidak berpengaruh terhadap hasil produksi kerupuk dan cara penjualan lembaga pemasaran.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden

Tabel 4.5. Karakteristik Jumlah Anggota Keluarga Responden Kerupuk dan Lembaga Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Jumlah Anggota	Agroindustri	Pedagang
		Jumlah (orang)	Jumlah (orang)
1	1-2	0	0
2	3-4	4	35
3	5<	6	3
Jumlah		10	38

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat rentang jumlah anggota rumah tangga responden mulai

Menurut Purwanto (2018) menyatakan bahwa besar kecilnya rumah tangga keluarga di tentukan oleh jumlah anggota keluarga. Jumlah anggota keluarga agroindustri yang paling banyak 5< sebesar 6 orang dari jumlah keseluruhan 10 responden. Jumlah anggota keluarga pedagang yang paling banyak 3-4 sebesar 35 orang dari jumlah keseluruhan 38 responden Keluarga tergolong kecil apabila mempunyai jumlah anggota keluarga minimal 1-2 orang dan termasuk keluarga besar apabila mempunyai jumlah anggota keluarga keluarga 5< orang.

5. Pengalaman Berusaha Responden

Tabel 4.6. Karakteristik Jumlah Pengalaman Usaha Kerupuk dan Lembaga Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Pengalaman Berusaha (thn)	Agroindustri		Pemasaran	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Minimal 5	0	0	37	97
2	Rata-rata 10	8	80	1	3
3	Maksimal 15	2	20	0	0
Jumlah		10	100	38	100

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6. dapat diketahui bahwa pengalaman berusaha kerupuk yang paling banyak terdapat pada kisaran umur rata-rata 10 tahun dengan persentase 80% dari seluruh responden sebanyak 10 orang. Dan lembaga pemasaran yang paling banyak terdapat pada kisaran umur minimal 5 tahun dengan persentase 97% dari seluruh responden sebanyak 38 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden cukup berpengalaman dalam berusaha produksi kerupuk dan pedagang kerupuk. Pengalaman ini merupakan modal dasar menerima inovasi untuk meningkatkan kualitas produksi.

6. Status Pengusaha Produksi Tahu dan Tempe

Jumlah Proses Produksi Pengolahan Kerupuk di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Responden memiliki jumlah produksi yang berbeda-beda dalam memproduksi kerupuk setiap hari. Responden yang memproduksi kerupuk berbentuk persegi sebanyak 7 orang dan yang memproduksi kerupuk stik sebanyak 3 orang. Proses pengolahan kerupuk per minggu paling banyak 7 kali dan paling sedikit sebanyak 5 kali. Alasan pengusaha kerupuk memproduksi sebanyak 7 kali/minggu, karena pengusaha kerupuk tersebut mempunyai modal yang cukup untuk mengembangkan usahanya dan alasan pengusaha kerupuk memproduksi kerupuk sebanyak 5 kali/minggu karena ketersediaan modal yang terbatas.

4.4. Analisis Biaya dan Pendapatan

Dalam melakukan suatu usaha, pengusaha tidak terlepas dari biaya-biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya produksi yang dimaksud adalah total dari seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi pada pengolahan kerupuk. Biaya produksi meliputi biaya variable dan biaya tetap. Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Nopiana

jumlah fisik dari usaha pengolahan kerupuk yang dinyatakan dalam satuan gram, dimana setiap 280 gram kerupuk sama dengan 1 pack kerupuk dengan harga per pack sebesar Rp. 4.429.

Tabel 4.7. Biaya, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Pengolahan Kerupuk di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022.

No	Uraian	Satuan	Jumlah/PP	Nilai (Rp)/PP
1	Biaya Produksi			
	A. Biaya Variabel			
	(1) Tepung Terigu	Kg	20,6	186.900
	(2) Tepung Tapioka	Kg	14,4	157.200
	(3) Soda	Kg	0,3	2.800
	(4) Penyedap	Kg	0,575	7.275
	(5) Garam	Kg	0,45	3.650
	(6) Minyak Goreng	Kg	11,9	241.000
	(7) Bawang Putih	Kg	1,2	36.000
	(8) Air	Liter	0,035	105
	(9) Gas	Tabung	2,3	46.000
	(10) Tali Rapia	Meter	1,05	2.625
	(11) Plastik	Kg	1,3	101.100
	(12) Plastik Pack	Kg	1,3	75.000
	(13) Stiker	Lembar	0,3	7.500
	(14) Isi Steples	Kotak	8,4	8.400
	(15) Kertas Karton	Lembar	0,3	750
	Total Biaya	Rp		876.305
	(16) Tenaga Kerja			
	(a) TK Dalam Keluarga	HKO	0,89	45.400
	(b) TK Luar Keluarga	HKO	8,81	153.700
	Total Biaya Tenaga Kerja		9,70	199.100
	Total Biaya Variabel	Rp		1.075.405
	B. Biaya Tetap (Penyusutan Alat)	Rp		1.430.713
	Total Biaya Produksi	Rp		2.506.118
2	Produksi			
	a. Harga	Rp		4.429
	a. Pack	Unit	745	3.300.000
	b. Berat	Kg	208,6	
3	Pendapatan	Rp		793.882
4	R/C-ratio			1,32

Keterangan: 1 pack = 280 gram, 745 pack = 208,6 kg

Sumber: Data Primer diolah 2022

4.4.1. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan yang habis terpakai dalam satu kali proses produksi. Jadi biaya variabel sifatnya berubah-ubah tergantung dari besar kecilnya produksi yang diinginkan, contohnya sarana produksi dan biaya tenaga kerja. Total biaya variabel terbesar dikeluarkan usaha kerupuk yaitu biaya bahan baku sebesar Rp. 1.075.405 dengan presentase 42,91%.

a. Biaya Sarana Produksi

Biaya sarana produksi pada usaha kerupuk meliputi tepung terigu, tepung tapioka, soda, bawang putih, penyedap, garam, air, plastik, plastik pack, tali rafia, stiker, gas, minyak goreng, isi steples dan kertas karton. Berdasarkan tabel 4.7 rata-rata biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh usaha kerupuk sebesar Rp. 876.305 untuk sekali proses produksi.

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk pembuatan kerupuk.

Tabel 4.8. Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja pada Usaha Pengolahan Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022.

No	Rincian Kegiatan Usaha Kerupuk	Total TKDK		Total TKLK		Total TK	
		Jumlah (HKO)	Nilai (Rp)	Jumlah (HKO)	Nilai (Rp)	Jumlah (HKO)	Nilai (Rp)
1	Pengadonan	0,13	8.500	0,06	3.000	0,19	11.500
2	Perebusan	0,01	1.000	0,17	9.700	0,19	10.700
3	Pemotongan	0,23	14.500	0,11	9.000	0,34	23.500
4	Pengetapan	0,03	1.200	0,73	24.000	0,76	25.200
5	Penjemuran	0,17	1.200	3,60	24.000	3,77	25.200
6	Penggorengan	0,17	16.000	0,03	4.500	0,20	20.500
7	Pengemasan	0,14	3.000	4,11	79.500	4,26	82.500
JUMLAH		0,89	45.400	8,81	153.700	9,70	199.100

Sumber: Data Primer diolah 2022

Ket: jumlah TK 129 orang, terdiri dari TKDK= 28 orang dan TKLK= 101 orang

Berdasarkan Tabel 4.8 rata-rata penggunaan biaya tenaga kerja dalam keluarga yang dikeluarkan dari pengadonan sampai pengemasan dengan total biaya Rp. 45.400 dengan jumlah HKO sebesar 0,89 per proses produksi. Rata-rata penggunaan biaya tenaga kerja Luar keluarga yang dikeluarkan dari pengadonan sampai pengemasan dengan total biaya Rp. 153.700 dengan jumlah HKO sebesar 8,81 per proses produksi. Secara keseluruhan total tenaga kerja yang digunakan dalam usaha kerupuk di Kecamatan Kediri sebesar Rp. 199.100 dengan jumlah HKO sebesar 9,70 per proses produksi.

4.4.2. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak habis dipakai dalam satu kali produksi dan secara tidak langsung mempengaruhi produksi usaha kerupuk. Biaya tetap meliputi penyusutan alat. Rata rata biaya tetap yang dikeluarkan usaha tahu dan tempe sebesar Rp. 1.430.713/produksi.

Tabel 4.9. Rata-Rata Biaya Penyusutan Alat pada Usaha Pengolahan Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Jenis Alat	Nilai (Rp/tahun)	Nilai (Rp/produksi)
1	Panci	54.960	229
2	Wajan	57.040	196
3	Loyang	93.840	391
4	Mixer	131.520	548
5	Steples	66.480	277
6	Sealer	4.800	20
7	Kelabang	534.960	2.229
8	Ember	15.120	63
9	Bak	4.560	19
10	Pisau	32.640	136
11	Talenan	39.120	163
12	Tabung Gas	63.120	263
13	Saringan Penggorengan	30.960	129
14	Gayung	12.720	53
15	Kompor	296.160	1.234
16	Porforatur	1.080	4,5
Jumlah		1.430.713	5.935

Sumber: Data Primer diolah 2022

Ket: 1 tahun = 240 proses produksi

Berdasarkan tabel 4.9 rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan oleh usaha kerupuk sebesar Rp. 1.430.713 per tahun dan Rp. 5.935 proses produksi. Besarnya biaya tetap pada usaha kerupuk terdiri dari biaya penyusutan alat seperti panci, wajan, loyang, mixer, steples, sealer, kelabang, ember, bak, pisau, talenan, tabung gas, saringan penggorengan, gayung, kompor, porforatur.

4.4.3. Total Biaya Produksi

Total biaya produksi merupakan merupakan total dari seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan seperti biaya variabel dan biaya tetap selama satu kali proses produksi.

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata biaya produksi sebesar Rp. 2.492.918 per proses produksi. Total biaya tersebut terdiri dari rata-rata total biaya variabel (biaya bahan baku dan tenaga kerja) dan biaya tetap (biaya penyusutan alat) biaya tersebut dikeluarkan selama satu kali proses produksi.

Besarnya total biaya yang dikeluarkan pada usaha kerupuk yaitu biaya tetap (penyusutan alat) sebesar Rp. 1.430.713 per tahun dan biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi sebesar Rp. 5.935. Untuk penggunaan biaya variabel sebesar Rp. 1.075.405 per proses produksi. Biaya yang paling rendah dikeluarkan oleh usaha kerupuk yaitu biaya tenaga kerja (tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga) sebesar Rp. 199.100 per proses produksi.

4.4.4. Penerimaan dan Pendapatan Usaha Kerupuk

Besar kecilnya produksi usaha kerupuk selama satu kali proses produksi maka akan berpengaruh terhadap nilai produksi yang akan diterima. Sedangkan pendapatan usaha kerupuk merupakan selisih dari nilai produksi (penerimaan) dengan total biaya produksi (pengeluaran) yang dikeluarkan oleh usaha kerupuk.

Tabel 4.10. Rata-Rata Produksi Kerupuk, Penerimaan, Efisiensi dan Pendapatan pada Usaha Pengolahan Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No	Uraian	Satuan	Nilai
1	Produksi Kerupuk	Pack	745
2	Harga Produk	Rp/pack	4.429
3	Biaya Variabel	Rp	1.075.405
4	Biaya Tetap	Rp	1.430.713
5	Biaya Produksi	Rp	2.506.118
6	Penerimaan	Rp	3.300.000
7	Pendapatan	Rp	793.882
8	R/C Ratio		1,32

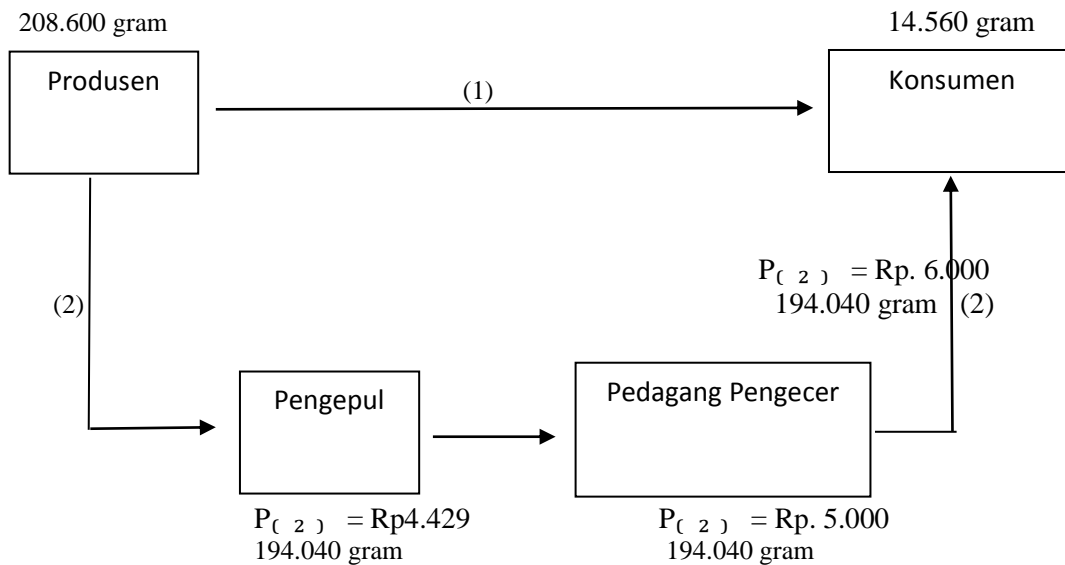
Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.10. menunjukkan bahwa rata-rata produksi kerupuk sebesar 745 pack dengan harga Rp.4.429 per proses produksi. Dengan penggunaan biaya variabel sebesar Rp. 1.075.405 per proses produksi dan biaya tetap sebesar Rp. 1.430.713 per proses produksi. Rata-rata penerimaan yang diterima usaha kerupuk sebesar Rp. 3.300.000 per proses produksi dengan rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan usaha kerupuk sebesar Rp. 2.506.118 per proses produksi. Sehingga rata-rata pendapatan usaha kerupuk sebesar Rp. 793.882 per proses produksi. Sedangkan untuk rata-rata efisiensi usaha kerupuk di Kecamatan Kediri sebesar 1,3 per proses produksi yang telah dijalankan bisa dibidang efisien karena nilai *R/C-rationya* >1. Ratio ini menunjukkan pendapatan kotor diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk memproduksi. Nilai *R/C-ratio* 1,32 berarti setiap Rp. 1,00 biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha pengolahan kerupuk memberikan penerimaan sebesar Rp. 1,32 kali. Menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan. Semakin besar *R/C-ratio* maka semakin besar pula penerimaan yang akan diperoleh suatu usaha.

4.5. Saluran Pemasaran Kerupuk

Pemasaran kerupuk merupakan proses penyampaian hasil produksi dari produsen kerupuk sampai ke konsumen akhir.

Gambar 4.2. Saluran Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022



Ket: 1 pack = 280 gram, 745 pack = 208.600 gram

Gambar 4.2. diatas menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat yaitu:

Saluran Pemasaran I (produsen, konsumen).

Saluran Pemasaran II (produsen, pengepul, pedagang pengecer, konsumen)

Dalam upaya memasarkan hasil produksi kerupuk yaitu konsumen dan pengecer membeli hasil produksi dari produsen kerupuk dengan cara mendatangi tempat produksi. Kerupuk yang dijual oleh produsen dalam bentuk pack dimana satu pack kerupuk berisi 14 bungkus kerupuk dengan berat 20 gram per bungkus dengan berat per pack sebesar 280 gram. Proses pembayaran kerupuk dengan cara langsung (*cash*) sesuai dengan harga yang telah disepakati sebelumnya dengan produsen kerupuk.

Produsen kerupuk melakukan pemasaran 100% dengan menjual hasil produksi sebesar 7% secara langsung ke konsumen akhir sebanyak 14.560 gram (1 pack sama dengan 280 gram) dan sebesar 93% ke pengepul yang akan di salurkan ke pedagang pengecer sebanyak 194.040 gram (1 pack sama dengan 280 gram).

4.6. Efisiensi Pemasaran

Dilihat dari segi ekonomi, pemasaran merupakan tindakan atau kegiatan yang produktif, memberikan informasi mengenai produk yang dijual produsen dan adanya transaksi jual beli untuk menciptakan nilai kepada konsumen dari barang atau jasa yang ditawarkan dan konsumsi oleh konsumen. Efisiensi pemasaran merupakan kemampuan dari produsen serta mata rantai atau lembaga pemasaran dalam menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan harga yang wajar tanpa merugikan berbagai pihak yang ikut dalam kegiatan pemasaran. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan beberapa parameter, yaitu margin pemasaran, share produsen dan distribusi keuntungan.

4.6.1 Margin Pemasaran, Share Produsen dan Distribusi Keuntungan

Margin pemasaran adalah selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Besarnya share (bagian) harga yang diterima usaha kerupuk sebagai produsen dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen dinyatakan dalam bentuk persentase. Sedangkan distribusi keuntungan (DK) merupakan perbedaan keuntungan lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang ada. Distribusi keuntungan dikatakan adil apabila $>0,5$.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai pemasaran kerupuk ditingkat produsen sampai tingkat konsumen akhir. Biaya-biaya yang dikeluarkan berbeda-beda antara lain biaya transportasi.

Keuntungan pemasaran yaitu keuntungan yang diperoleh setiap lembaga yang berperan dalam pemasaran kerupuk termasuk produsen kerupuk. Share petani dan distribusi keuntungan disajikan dalam tabel 4.9 berikut

Tabel 4.11. Margin Pemasaran, Share Produsen dan Distribusi Keuntungan Pemasaran Usaha Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022

No.	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran	
		Saluran I (Rp/pack)	Saluran II (Rp/pack)
1	Usaha Kerupuk		
	Harga Jual	5.000	4.429
2	Pengepul		
	Harga Beli		4.429
	Harga Jual		5.500
	Biaya Pemasaran		300
	Keuntungan		771
	Margin		1.071
	π/c		2,57
3	Pedagang pengecer		
	Harga Beli		5.500
	Harga Jual		6.000
	Biaya Pemasaran		150
	Keuntungan		350
	Margin		500
	π/c		2,33
4	Konsumen Akhir (Rp/pack)	5.000	6.000
	Total Biaya Pemasaran (Rp)		450
	Total Keuntungan Pemasaran (Rp)		1.121
5	Margin Pemasaran (Rp)		1.571
6	Share Produsen (%)	100	74
7	Distribusi Keuntungan	-	0,90
8	Kriteria	Efisien	Efisien

Sumber: Data Primer diolah 2022

Nopiana

Berdasarkan tabel 4.11. diketahui bahwa saluran pemasaran kerupuk yang melibatkan dua prantara yaitu saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Saluran pemasaran I tidak memperoleh margin dan keuntungan pemasaran karena saluran pemasaran I produsen menjual langsung ke konsumen akhir. Saluran pemasaran II memperoleh margin sebesar Rp. 1.571/pack dengan keuntungan pemasaran Rp. 1.121/pack. Saluran pemasaran I dengan harga ditingkat produsen sebesar Rp. 5.000/pack dan harga ditingkat konsumen akhir sebesar Rp. 5.000/pack, sehingga diperoleh perentase harga yang diterima produsen kerupuk (share produsen) sebesar 100% dengan saluran pemasaran kerupuk dapat dikatakan efisien karena share produsen lebih besar dari 60%. Saluran pemasaran II dengan harga ditingkat produsen sebesar Rp. 4.429/pack dan harga ditingkat konsumen akhir sebesar Rp. 6.000/pack, sehingga diperoleh persentase harga yang diterima produsen kerupuk (share produsen) sebesar 74% dengan saluran pemasaran kerupuk dapat dikatakan efisien karena share produsen lebih besar dari 60%.

Distribusi keuntungan adalah perbandingan antara keuntungan pemasaran kerupuk pada biaya terendah dengan keuntungan pemasaran kerupuk pada biaya tertinggi. Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa distribusi keuntungan kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat pada saluran pemasaran I dapat dikatakan tefisien karena pemasaran yang terjadi tidak memiliki perbandingan keuntungan pemasaran, sedangkan distribusi keuntungan pada saluran pemasaran II sebesar 0,90 dapat efisien karena distribusi keuntungan $>0,5$.

4.6.2. Volume Penjualan Kerupuk

Volume penjualan adalah banyaknya kerupuk yang dijual oleh produsen maupun lembaga pemasaran pada setiap saluran pemasaran.

Tabel 4.12. Volume penjualan Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran Pemasaran		Total
		Saluran I	Saluran II	
1	Saluran Penjualan Kerupuk (gram)	14.560	194.040	208.040
2	Persentase (%)	7	93	100

Ket: 280 gram sama dengan 1 pack kerupuk

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang besar volume penjualan produsen yang menjual kerupuk ke konsumen sebesar 14.560 gram sama dengan 52 pack dengan persentase 7% dan pedagang pengepul sebesar 194.040 gram sama dengan 693 pack dengan persentase 93%.

4.7. Peran Pelaku Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten

Lombok Barat

Dari saluran pemasaran dapat didefinisikan peran masing-masing rantai pemasaran kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat sebagai berikut.

1. Produsen Kerupuk

Produsen merupakan pelaku utama dalam rantai nilai kerupuk. Produsen merupakan orang yang melakukan usaha kerupuk dengan mengeluarkan biaya-

biaya lain untuk mendukung didalam melakukan usaha kerupuk. Dalam proses jual beli produsen sudah menetapkan harga kepada pedagang.

2. Pengepul

Pedagang pengepul merupakan pelaku usaha yang mempunyai kegiatan usaha melakukan pengumpulan hasil produksi usaha untuk diperdagangkan.

3. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan pelaku pemasaran rantai nilai akhir dalam rantai nilai kerupuk. Pedagang pengecer melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir.

4. Konsumen

Konsumen merupakan pelaku pemasaran yang membeli produk dari produsen tanpa menjual kembali.

4.8. Efisiensi Pemasaran Kerupuk

Kriteria efisiensi pemasaran merupakan rantai pemasaran yang melibatkan lembaga-lembaga pemasaran kerupuk dalam proses pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Efisiensi pemasaran kerupuk disajikan dalam tabel berikut

Tabel 4.13. Kriteria Efisiensi Pemasaran Kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran Pemasaran	
		Saluran I	Saluran II
1	Margin Pemasaran (Rp)	-	1.571
2	Share Produsen (%)	100	74
3	Distribusi Keuntungan (DK)	-	0,90
4	Volume Penjualan (pack)	52	693
	Kriteria	Efisien	Efisien

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel 4.13. menunjukkan bahwa saluran pemasaran dikatakan efisien karena share produsen $>60\%$. Distribusi keuntungan adalah perbandingan antara keuntungan pemasaran kerupuk pada biaya terendah dengan keuntungan pemasaran kerupuk pada biaya tertinggi. Nilai distribusi keuntungan pada saluran pemasaran I dapat dikatakan tidak adil karena pemasaran yang terjadi tidak memiliki perbandingan keuntungan pemasaran dengan volume penjualan 52 pack dan distribusi keuntungan pada pemasaran II sebesar 0,90 dapat dikatakan adil dengan volume penjualan 693 pack. Distribusi keuntungan dikatakan adil karena distribusi keuntungan $>0,5$. Besarnya volume penjualan dapat dilihat dari jumlah produksi kerupuk yang dijual produsen maupun lembaga pemasaran.

4.9. Masalah Yang Dihadapi Produsen dan Pedagang

Masalah dan hambatan yang dihadapi oleh usah pengolahan kerupuk antara lain sebagai berikut:

1. Keterbatasan Modal

Dalam menjalankan usaha modal merupakan suatu hal yang sangat penting. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar kesempatan pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Rata-rata pendapatan yang diperoleh pengusaha kerupuk dikatakan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hadi bersama keluarganya. Jumlah pendapatan usaha yang tidak tetap pada setiap proses

produksi kerupuk membuat pengusaha juga tidak dapat menyimpan modal dengan jumlah yang tinggi. Untuk mengatasi masalah modal yang dihadapi pengusaha kerupuk diharapkan kepada lembaga keuangan seperti koperasi, KUD untuk memberikan bunga yang rendah kepada pengusaha.

2. Teknologi

Pengusaha kerupuk mengalami kekurangan pengetahuan akan teknologi yang mampu memberikan banyak inovasi baru ditengah berkembangnya teknologi agar bisa memajukan usaha yang di tekuninya. Teknologi yang dimaksud adalah alat pengering atau oven yang digunakan untuk mengurangi kadar air pada kerupuk, karena pengolahan kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat masih bersifat sederhana dan usaha yang dilakukan merupakan usaha sendiri atau usaha keluarga (usaha turun temurun). Masalah iklim atau cuaca yang tidak menentu yang tidak dapat dikendalikan oleh pengusaha kerupuk yang dapat mempengaruhi usahanya.

2. Cuaca dan Iklim

Sangat berpengaruh pada usaha pengolahan kerupuk, khususnya pada musim hujan. Pada saat proses penjemuran kerupuk khususya pada musim hujan. Pada saat proses penjemuran produksi kerupuk tidak dapat dilakukan karena cuaca yang kurang mendukung sehingga menyebabkan produk kerupuk tidak dapat kering dan memperlambat proses produksi, untuk mengatasi hal ini produsen menganginkan kerupuk didalam ruangan agar tidak cepat rusak.

Masalah dan hambatan yang dihadapi oleh usah pedagang kerupuk antara lain sebagai berikut:

Keterbatasan modal merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha. Dimana pedagang yang harus membayar langsung kerupuk kepada produsen

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan dalam usaha kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 sebesar Rp. 2.506.118 per proses produksi. Sedangkan rata-rata pendapatan kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 sebesar Rp. 793.882 per proses produksi dengan rata-rata R/C-ratio 1,32 per proses produksi efisien karena R/C-ratio yang diperoleh >1,3.
2. Pemasaran kerupuk di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022 menggunakan dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sama dengan 0 karena produsen menjual langsung ke konsumen akhir dan margin pemasaran saluran pemasaran II sebesar Rp. 1.571. Dan share produsen saluran pemasaran I sebesar 100% dikatakan efisien dan saluran pemasaran II sebesar 74% efisien, karena share produsen yang diperoleh $\geq 60\%$. Distribusi keuntungan saluran pemasaran I dapat dikatakan efisien karena pemasaran yang terjadi tidak memiliki perbandingan keuntungan pemasaran dan saluran pemasaran II sebesar 0,90 efisien karena distribusi keuntungan $>0,5$.

3. Masalah dan hambatan yang dihadapi usaha kerupuk dan pemasaran di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022. Usaha kerupuk mengalami keterbatasan modal, teknologi dan cuaca. Sedangkan untuk pemasaran memiliki masalah pada modal yang dimana pedagang harus membayar kerupuk secara langsung kepada produsen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disampaikan saran sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan usaha kerupuk:

1. Disarankan untuk produsen kerupuk agar membentuk suatu kerjasama dengan lembaga pemasaran sehingga dapat memudahkan untuk melakukan pengembangan usaha agar usahanya memiliki kemajuan.
2. Diharapkan kepada pemerintah lebih memperhatikan lagi dan mendukung produk kerupuk melalui penyuluhan tentang ini kepada masyarakat agar dapat memperluas jaringan pemasarannya serta meningkatkan mutu produk kerupuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kabupaten Lombok Barat Dalam Angka*. BPS Lombok Barat. Gerung.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Kecamatan Kediri Dalam Angka*. BPS Kecamatan Kediri. Kediri.
- Rahim, A dan Diah R. O. H. 2016. *Ekonomi Pertanian (Pengantar, teori dan kasus)*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rohman, L. L. and Andadari, R. K. (2021) ‘*Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan Pendahuluan Metode*’, 5(April), pp. 82–90.
- Soekartawi. 2016. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Teori dan Aplikasi. PT. Rawajali Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudyadarma. 1984. *Penyerapan Tenaga Kerja pada Usahatani Bimas dan Inmas. Dalam Masri Sangarimbun (ed). Pedoman Membuat Usul Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Suratiyah, Ken. 2015. *Ilmu Usahatani* (edisi revisi). Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptoherijanto. 2017. *Kependudukan Birokrasi dan Reformasi Ekonomi: Pemikiran dan Gagasan Masa Depan Pembangunan*. Rineka Cipta. Jakarta.