

**KINERJA EKONOMI DAN SALURAN PEMASARAN USAHA
AGROINDUSTRI KERUPUK KULIT SAPI DI DESA APITAIK
KECAMATAN PRINGGABAYA KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

*Economic Performance And Marketing Channels Of Cow Skin Agroindustry
Business In Apitaik Village, Pringgabaya Sub-District, Lombok Timur District*

Lisna Saptari^{*}, Wuryantoro^{}, Ibrahim^{**}**

^{*}Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

^{**}Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengetahui kinerja ekonomi usaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur; (2) Mengetahui saluran pemasaran yang dilakukan pengusaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha agroindustri dan saluran pemasaran kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Penentuan daerah sampel secara *puspositive sampling* atas pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan desa yang paling banyak memiliki usaha pengolahan agroindustri kerupuk kulit sapi dibanding dengan desa lain di Kecamatan Pringgabaya. Penentuan jumlah responden ditentukan secara *sensus* sebanyak 20 responden. Penentuan responden di bagian lembaga pemasaran ditentukan *snowball sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Merujuk pada pendapatan, R/C-ratio, dan produktivitas tenaga kerja, usaha agroindustri kerupuk kulit sapi mempunyai kinerja ekonomi yang cukup layak untuk dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pengusaha sebesar Rp 2.647.595/Pp dengan R/C-ratio usaha agroindustri 1,41; (2) Terdapat 3 (tiga) jenis produk agroindustri kerupuk kulit sapi yang dihasilkan yaitu kerupuk kulit original, kerupuk kulit mix rempah (stick), dan kerupuk kulit mix rempah (dadu). Tiga jenis produk kerupuk kulit tersebut mempunyai saluran pemasaran yang berbeda-beda dan tiga saluran pemasaran yang digunakan, Dari ketiga saluran di atas, volume produksi yang paling banyak dipasarkan yaitu ada di saluran pemasaran III. Dan jenis produk kerupuk kulit yang mempunyai keuntungan lebih tinggi yaitu kerupuk kulit mix (stick) karena dilihat dari volume produksi yang dipasarkan lebih besar dibandingkan dengan jenis kerupuk kulit yang lain.

Kata Kunci: Produksi dan Pendapatan, Saluran Pemasaran, Kerupuk Kulit Sapi.

ABSTRACT

The aims of this study were: (1) To find out the economic performance of the cowhide cracker agro-industry business in Apitaik Village, Pringgabaya District, East Lombok Regency; (2) Knowing the marketing channel carried out by businessmen of the cowhide cracker agro-industry in Apitaik Village, Pringgabaya District, East Lombok Regency. The method used in this study is the descriptive method and the unit of analysis in this study is the agro-industry business and the marketing channel for cowhide crackers in Apitaik Village, Pringgabaya District, East Lombok Regency. Determination of the sample area by purposive sampling on the consideration that this village is the village that has the most cow skin cracker agro-industry processing businesses compared to other villages in Pringgabaya District. Determination of the number of respondents was determined by census as many as 20 respondents. Determination of respondents in the marketing agency is determined by snowball sampling.

The results showed that: (1) Referring to income, R/C-ratio, and labor productivity, the cow skin cracker agro-industry business has an economic performance that is quite feasible to develop. The results showed that the income earned by the entrepreneur was IDR 2,647,595/Pp, with an R/C-ratio of agro-industry business of 1.41, and labor productivity of IDR 660,500; (2) There are 3 (three) types of cowhide cracker agro-industry products produced, namely original leather crackers, mixed spice skin crackers (stick), and mixed spice skin crackers (dice). The three types of skin cracker products have different marketing channels and the three marketing channels used. Of the three channels above, the most marketed production volume is in marketing channel III. And the type of skin cracker product that has a higher profit is the mix (stick) skin cracker because it is seen from the volume of production that is marketed that it is larger than other types of skin crackers.

Keywords: *Production and Revenue, Marketing Channels, Cowhide Crackers.*

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki pengaruh besar dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Pengaruh sektor pertanian antara lain yaitu sebagai sumber bahan makanan bagi masyarakat, sebagian besar sektor pertanian menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta sektor pertanian juga digunakan sebagai sumber devisa negara. Sektor industri pengolahan juga saat ini merupakan bergerak sebagai penunjang dalam memantapkan perekonomian Indonesia. Adanya sektor industri pengolahan yaitu salah satu alat penggerak dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Industri pengolahan bergerak dalam pengolahan hasil pertanian, baik yang mengandung unsur nabati dan hewani menjadi suatu produk olahan yang dikembangkan dari sumberdaya lokal (Pantas, *et al*, 2021). Agroindustri bisa didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengolahan yang memanfaatkan hasil pertanian yang dijadikan sebagai bahan utama (baku) yang didalamnya ada kegiatan merancang, menyediakan peralatan hingga jasa untuk kepentingan kegiatan tersebut. Jika dilihat dari sistem

agribisnis, agroindustri masuk ke dalam sub-sistem agribisnis yang didalamnya ada proses dan mengubah bahan utama (baku) hasil pertanian menjadi barang yang setengah jadi maupun barang yang langsung dikonsumsi oleh konsumen. Berdasarkan pernyataan tersebut, agroindustri yaitu sebuah subsektor yang mempunyai cakupan yang luas yang terdiri dari sektor pertanian industri hulu sampai dengan sektor pertanian industri hilir (Syafudin & Darwis, 2021). Menurut *Anonymous* (2010) dalam Amertaningtyas (2011) Kerupuk merupakan makanan ringan yang diolah dengan campuran bahan tepung tapioka yang dicampur dengan berbagai macam perasa seperti udang dan ikan. Macam-macam sebutan kerupuk di berbagai negara yaitu di Indonesia kerupuk/ krupuk/ kroepoek, di Malaysia keropok, di Filipina kropek, dan makanan ringan (*snack*) diberbagai negara di Asia. Kata kinerja yang berasal dari kata *job performance* yaitu penampilan maupun pencapaian hasil kerja seseorang baik berupa barang atau jasa yang digunakan sebagai bahan dasar penilaian hasil kerja seseorang atau organisasi yang berkaitan dengan cerminan pengetahuan seorang karyawan tentang yang dikerjakan tersebut. Semakin tinggi kualitas kerja seorang maka otomatis kuantitas yang dihasilkan pula semakin tinggi maka akan akan berpengaruh juga terhadap kinerja yang dihasilkan (Fauzi & Nugroho A, 2020).

Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang membuat setiap individu dapat memperoleh barang atau jasa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui proses timbal balik antara produk dan nilai dengan orang lain yang sama-sama membutuhkan. Pemasaran juga didefinisikan yaitu tentang bagaimana cara seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, jika seorang pengusaha bisa memberikan kepuasan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang dipasarkan serta memasang harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, mempromosikan serta mendistribusikan barangnya dengan efektif, maka produk yang mereka pasarkan akan mudah dan cepat terjual (Yusuf Saleh & Said, 2019). Dalam usaha agroindustri kerupuk kulit sapi tidak terlepas dari biaya produksi pendapatan, input serta output lainnya yang mempengaruhi penghasilan para pengusaha. Bahan baku yang menjadi pendukung untuk kelancaran usaha agroindustri kerupuk kulit yang sulit diperoleh dan dari tahun ke tahun harga bahan baku semakin naik sehingga bisa mempengaruhi penghasilan para pengusaha serta pemasaran hasil usaha agroindustri kerupuk kulit di desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya menjadi hambatan yang dihadapi oleh selaku pengusaha agroindustri kerupuk kulit. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut maka perlu pengkajian tentang kinerja ekonomi usaha agroindustri kerupuk kulit sapi yang meliputi pengkajian tentang struktur biaya produksi, pendapatan, efisiensi ekonomi, tingkat perputaran modal hingga saluran pemasaran. Untuk itu maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul “*Kinerja Ekonomi dan Saluran Pemasaran Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur*”. Tujuan penelitian ini adalah : (1) Mengetahui kinerja ekonomi usaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur; (2) Mengetahui saluran pemasaran yang dilakukan pengusaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha agroindustri dan saluran pemasaran kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Apitaik Kecamatan pringgabaya diambil 4 dusun (Dusun Gubuk Motong, Dusun Gubuk Motong Lauk, Dusun Gubuk Pernek, dan Dusun Gubuk Pande). Penentuan daerah sampel secara *puspositive sampling* atas pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan desa yang paling banyak memiliki usaha pengolahan agroindustri kerupuk kulit sapi dibanding dengan desa lain di Kecamatan Pringgabaya. Penentuan jumlah responden ditentukan secara *sensus* sebanyak 20 responden. Penentuan responden di bagian lembaga pemasaran ditentukan *snowball sampling*.

Analisis Data

1. Analisis Kinerja Ekonomi Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi

Untuk menganalisis kinerja ekonomi pengusaha kerupuk kulit sapi dapat menggunakan kriteria yaitu pendapatan dan R/C rasio. Suatu usaha agroindustri kerupuk kulit sapi diktakan layak jika memenuhi kriteria sebagai berikut (Suratijah, 2015):

- Pendapatan > Biaya Produksi
- R/C ratio > 1

a. Pendapatan

Untuk mengetahui jumlah pendapatan yang diperoleh pengusaha kerupuk kulit sapi dapat menggunakan rumus:

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I: Pendapatan (*income*); (Rp/proses produksi)

TR: Penerimaan (*total revenue*); (Rp/proses produksi)

TC: Biaya total (*total cost*); (Rp/proses produksi)

b. R/C Rasio

Untuk menganalisis R/C rasio agroindustri kerupuk kulit dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C ratio : *Revenue Cost Ratio*

TR : Total penerimaan (*total revenue*)

TC : Total biaya (*total cost*)

Penerimaan total dapat dihitung dari jumlah barang yang dijual dikalikan dengan tingkat harga (Ahmad & Kamarrudin, 2007).

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total (*Total Revenue*)

Q = Jumlah Produk yang dihasilkan (*Quantity*)

P = Harga (*Price*)

Pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan dan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam sekali periode atau semua biaya dan juga hasil perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual (Hanafi, 2007).

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I = Pendapatan

TR = Total penerimaan

TC = Total biaya

2. Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran usaha agroindustri kerupuk kulit sapi, maka perlu menelusuri saluran pemasaran yang dilakukan dari produsen hingga produk sampai ke tangan konsumen akhir. Kemudian data yang sudah terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif (Umayya, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur Responden

Umur responden yang paling banyak yaitu berkisar pada 15-64 tahun dengan rata-rata 41,7 tahun sebanyak 18 orang dari 20 responden dengan nilai persentase 90%. Sedangkan umur pedagang yang berkisar antara 15-64 tahun dengan rata-rata 50,8 tahun sebanyak 12 orang atau semua pedagang dengan nilai persentase 100%. Manusia dikelompokkan sebagai usia produktif saat penduduk berusia pada kisaran 15-64 tahun. Sebelum 15 tahun atau setelah 64 tahun dikategorikan usia tidak produktif. Penduduk yang produktif akan membantu masyarakat dalam segi perekonomian dan membantu dalam pembangunan suatu wilayah (Masitah, 2022).

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan formal pengusaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya yang paling banyak adalah tamat Sekolah Dasar (SD) yaitu sebanyak 10 orang dengan nilai presentase sebesar 50. Sedangkan pendidikan formal pedagang yang paling banyak adalah tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 5 orang dengan nilai presentase sebesar 42%.

Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha setiap pengusaha dan pedagang berbeda-beda. Pengusaha yang memiliki pengalaman paling banyak yaitu berkisar 1-15 tahun dengan rata-rata 10,4 tahun sebanyak 13 orang dengan nilai presentase sebesar 65%. Sedangkan pedagang yang memiliki pengalaman usaha yang paling lama yaitu berkisar 1-15 tahun dengan rata-rata 9,6 tahun sebanyak 10 orang dengan nilai presentase 83%.

Tanggungjawab Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga setiap pengusaha berjumlah 1-3 orang dengan rata-rata jumlah tanggungan 2 orang sebanyak 20 pengusaha responden dengan nilai presentase sebesar 100%, sedangkan tanggungan keluarga pedagang yang paling banyak yaitu berjumlah 1-3 orang dengan rata-rata jumlah tanggungan 3 orang sebanyak 10 responden dengan nilai presentase sebesar 83%. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga sangat berkaitan dengan ketersediaan tenaga kerja untuk kegiatan usaha agroindustri dan disisi lain dapat juga mendorong pengusaha untuk bekerja lebih giat lagi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup anggota keluarga tersebut (Muhammad & Nur Qomariyah, 2021).

Biaya Produksi Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi

Tabel 1. Analisis Biaya Produksi Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya.

No	Uraian	Jumlah	Harga (Rp)	Nilai (Rp/PP)
1	Biaya Variabel			
A	Biaya Bahan Baku	153,50	21.000	3.236.000
B	Biaya Bahan Penolong			
	1. Minyak Goreng (Liter)	176	12.750	2.244.000
	2. Bawang Putih (Kg)	3,35	23.950	80.232,5
	3. Gula (Kg)	2,70	13.955	37.677,15
	4. Garam (Kg)	3,30	5.000	16.500
	5. Kapur Tohor (Kg)	0,50	12.227	6.113,5
	6. Saus Sambal (Kotak)	1	47.000	47.000
	7. Masako (Sachet)	2	5.000	10.000
	8. Micin (Sachet)	1	6.000	6.000
	9. Kemasan (bal)	2,75	50.000	137.500
	Total Biaya Penolong (Rp)			2.562.775
	c. Biaya Biaya TK			660.500
	Total Biaya Variabel			6.459.275
2	Biaya Tetap			
A	Biaya Penyusutan			
	1. Wajan Besar			3.519
	2. Bak Air			1.161

3. Pisau	2.035
4. Penyikat Bulu Sapi	753
5. Kompor	1.354
6. Timbangan Ottomatis	1.151
7. Gas	1.765
8. Bakul Plastik	556
9. Bakul Rotan Besar	3.203
10. Sendok Penyaring Besar	840
Total Biaya Tetap	16.338
3 Total Biaya Produksi	6.475.613

Sumber: Data Primer Diolah, 20223.

Biaya Variabel

1. Biaya Bahan Baku

Berdasarkan tabel 1. diketahui rata-rata jumlah baku yang digunakan oleh pengusaha kerupuk kulit yaitu 153,5 Kg per proses produksi dengan rata-rata harga per kilonya yaitu Rp 21.000/Kg.

2. Biaya Bahan Penolong

Pada Tabel 1. dapat diketahui bahwa rata-rata total biaya penolong yang dikorbankan dalam produksi kerupuk kulit sebesar Rp 2.562.775 per proses produksi. Rata-rata total biaya produksi tersebut diperoleh dari rata-rata biaya minyak goreng, bawang putih, gula, garam, kapur tohor, saus sambal, masako, micin, dan kemasan.

3. Biaya TenagaKerja

Tabel 2. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja dalam Produksi Kerupuk Kulit Sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

No	Uraian	Penggunaan Tenaga Kerja	
		HKO/PP	Nilai TK (Rp/PP)
1	Pembersihan Kulit Sapi	2	125.357
2	Pengirisan Kulit Sapi	1,157	40.500
3	Peracikan Kulit Sapi	0,386	9.643
4	Penjemuran	2,314	173.571
5	Pemotongan	0,771	19.286
6	Perebakan	1,714	171.429
7	Penggorengan	0,429	32.143
8	Pengemasan	0,571	14.286
9	Pemasaran	1,143	74.286
	Total	10	660.500

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Pada tabel 2. dapat kegiatan yang membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak adalah pada kegiatan penjemuran sebesar 2,314 HKO, sedangkan kegiatan yang membutuhkan tenaga kerja yang paling sedikit yaitu kegiatan peracikan bumbu sebesar 0,386 HKO.

Biaya Tetap

Pada tabel 1. dapat diketahui bahwa penyusutan alat paling besar yaitu wajan besar sebesar Rp 3.519/ PP, sedangkan penyusutan alat yang paling kecil yaitu bakul plastic sebesar Rp 556/ PP.

Total Biaya Produksi

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha responden di daerah penelitian pada usaha agroindustri kerupuk kulit sapi yaitu sebesar Rp 6.764.898 per proses produksi.

Produksi, Nilai Produksi, Pendapatan Usaha Agroindustri Nilai Produksi

Tabel 3. Rata-rata Nilai Produksi Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

No	Uraian	Produksi (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Nilai Produksi (Rp/Pp)
1	Krupuk Kulit Original	21,75	96.250	2.093.437,5
2	Krupuk Kulit Mix Rempah (Stick)	39,25	102.000	4.003.500
3	Krupuk Kulit Mix Rempah (Dadu)	25,75	117.250	3.019.187,5
Total		86,75		9.123.208

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan usaha agroindustri kerupuk kulit sapi dalam 3 jenis produk dengan nilai sebesar Rp 9.123.208/Pp. Penerimaan yang paling banyak diterima oleh produsen yaitu kerupuk kulit mix rempah (bentuk stick) dengan penerimaan sebesar Rp 4.003.500/ Pp, sedangkan penerimaan yang paling sedikit diperoleh oleh produsen yaitu kerupuk kulit original dengan jumlah penerimaan sebesar Rp 2.093.437,5/ Pp.

Pendapatan

Tabel 4. Rata-rata Pendapatan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

No	Uraian	Rata-rata
1	Penerimaan	9.123.208
2	Biaya Produksi	6.475.613
3	Pendapatan	2.647.595

Sumber: Data Primer Dioalah, 2023.

Pada tabel 4. dapat diketahui bahwa rata-rata total penerimaan yang diperoleh oleh produsen sebesar Rp 9.123.208/ Pp yang dikurangi dengan total biaya produksi yang dikorbankan selama proses produksi kerupuk kulit sebesar Rp 6.475.613/ Pp, sehingga menghasilkan pendapatan yang diperoleh oleh produsen sebesar Rp 2.647.595 per proses produksi.

Kelayakan Usaha Agroindustri Kerupuk Kulit Sapi

Tabel 5. Kelayakan Usaha Agroindustri kerupuk Kulit di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

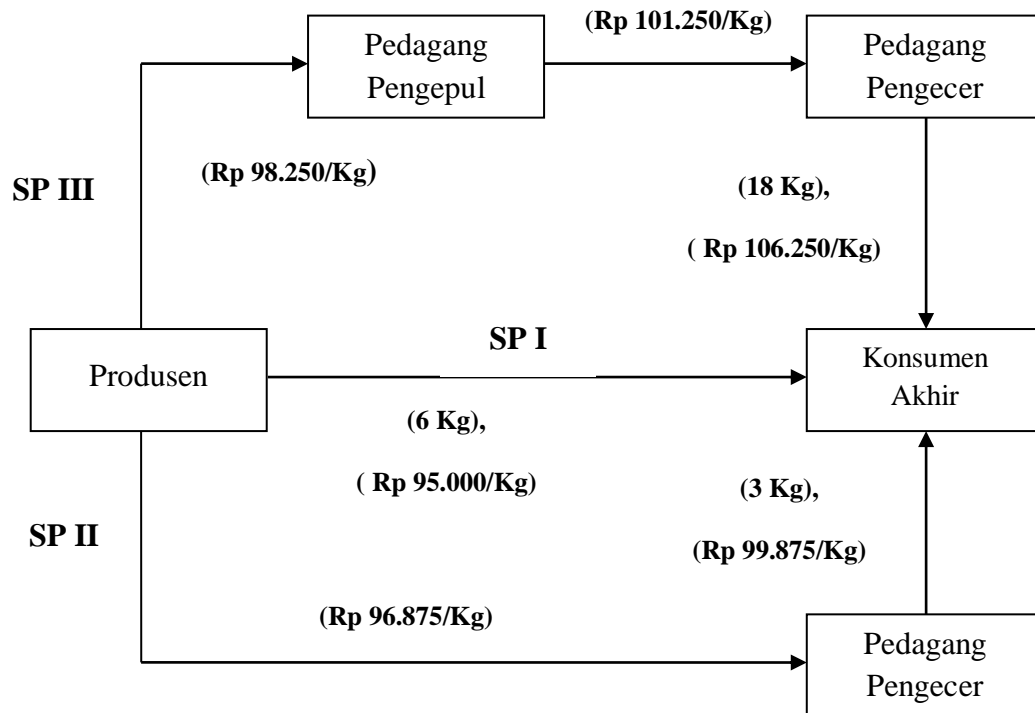
No	Uraian	Nilai/prs. Produksi
1	Biaya produksi	
	a. Biaya Tetap	
	Biaya Penyusutan	16.337,7
	b. Biaya Variabel	
	1.Total biaya bahan baku	3.236.000
	2. Biaya Penolong	2.562.775
	3. Biaya Tenaga Kerja	660.500
2	Total Biaya Produksi	6.475.613
3	Penerimaan	9.123.208
4	Pendapatan	2.647.595
5	R/C Ratio	1,41

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Pada tabel 5. dapat diketahui besar nilai R/C Ratio dalam usaha agroindustri kerupuk kulit. Nilai R/C Ratio pada usaha agroindustri kerupuk kulit lebih besar dari 1 ($R/C \text{ Ratio} > 1$), maka dapat diartikan secara financial usaha agroindustri kerupuk kulit layak diusahakan. Adapun nilai efisien usaha agroindustri kerupuk kulit adalah R/C Ratio 1,41, yang artinya setiap Rp 1000 biaya produksi yang dikorbankan akan memberikan penerimaan sebesar Rp 1.410.

Saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Original

Berikut Pola saluran pemasaran yang terbentuk sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Original

Berikut penjelasan pada gambar 1. pola saluran pemasaran kerupuk kulit original:

1. Saluran Pemasaran I

Dari gambar 1. dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I produsen menjual langsung ke konsumen akhir dengan rata-rata jumlah produksi sebesar 6 Kg dengan rata-rata harga Rp 95.000/ Kg.

2. Saluran Pemasaran II

Dari gambar 1. dapat kita ketahui bahwa pada Saluran pemasaran II produsen menjual produk kerupuk kulit sapi ke pedagang pengecer dengan rata-rata volume produksi sebesar 3 Kg dengan harga rata-rata Rp 96.875/ Kg, selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp 98.250/ Kg. Maka terbentuklah margin pemasaran sebesar Rp 3.000/ Kg.

3. Saluran Pemasaran III

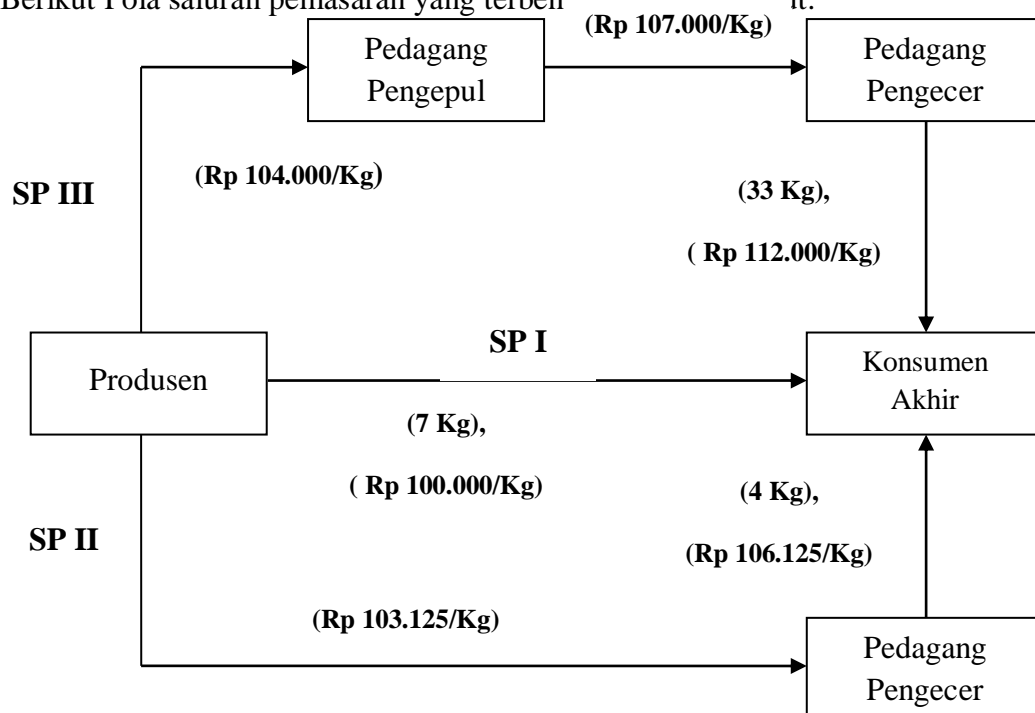
Berdasarkan gambar 1. dapat diketahui bahwa saluran pemasaran III yaitu produsen menjual produk kerupuk kulit ke pedagang pengepul dengan rata-rata volume produksi sebesar 18 Kg dengan rata-rata harga sebesar Rp 98.250/ Kg, selanjutnya pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer dengan rata-rata

harga sebesar Rp 101.250/ Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp3.000 /Kg, perbedaan harga tersebut disebabkan oleh biaya transportasi yang dikorbankan. Setelah itu pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan rata-rata harga sebesar Rp 106.250/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp 5.000/Kg.

Dari ketiga saluran pemasaran produk kerupuk kulit original tersebut jumlah volume produksi yang paling banyak di salurkan yaitu pada saluran pemasaran ke III, yaitu produsen menjual kerupuk kulit original dengan rata-rata

Saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Mix Rempah (Stick)

Berikut Pola saluran pemasaran yang terbentuk sebagai berikut:



Gambar 2. Pola Saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Mix Rempah (Stick)

Berikut penjelasan pada gambar 2. tentang pola saluran pemasaran kerupuk kulit mix rempah (stick).

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang tidak melibatkan lembaga pemasaran, saluran pemasaran ini hanya terdiri dari produsen yang menjual hasil produksinya langsung ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil survei, seluruh pengusaha responden menjual langsung ke konsumen akhir tanpa melibatkan saluran pemasaran.

Dari gambar 2. dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I produsen menjual langsung ke konsumen akhir dengan rata-rata jumlah produksi sebesar 7 Kg dengan rata-rata harga Rp 100.000/ Kg.

2. Saluran Pemasaran II

Dari gambar 2. dapat kita ketahui bahwa pada Saluran pemasaran II produsen menjual produk kerupuk kulit sapi ke pedagang pengecer dengan rata-rata volume produksi sebesar 4 Kg dengan harga rata-rata Rp 103.125/ Kg, selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp 106. 125/ Kg.

3. Saluran Pemasaran III

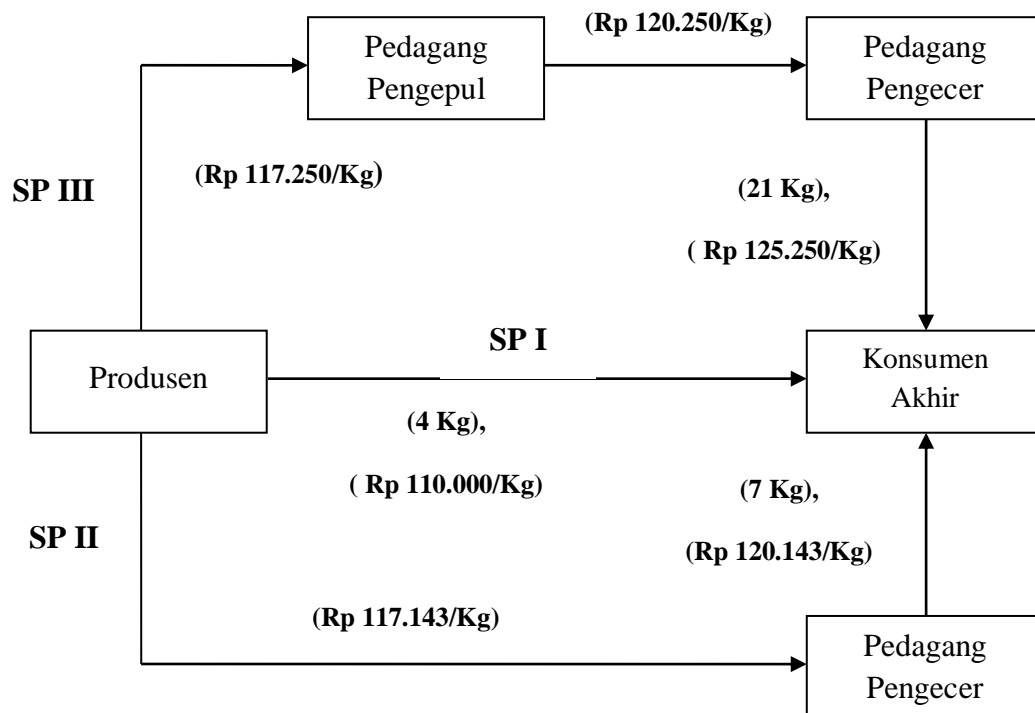
Berdasarkan gambar 2. dapat diketahui bahwa saluran pemasaran III yaitu produsen menjual produk kerupuk kulit ke pedagang pengepul dengan rata-rata volume produksi sebesar 33 Kg dengan rata-rata harga sebesar Rp 103.000/ Kg, selanjutnya pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer dengan rata-rata harga sebesar Rp 107.000/ Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp3.000 /Kg, perbedaan harga tersebut disebabkan oleh biaya transportasi yang dikorbankan. Setelah itu pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan rata-rata harga sebesar Rp 112.000/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp 5.000/Kg.

Dari ketiga saluran pemasaran tersebut, jumlah volume produksi yang paling banyak dipasarkan yaitu pada saluran pemasaran ke III dengan rata-rata jumlah volume produksi yang dipasarkan sejumlah 33 Kg dengan rata-rata harga sebesar Rp 103.000/ Kg,

Saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Mix Rempah (Dadu)

Kerupuk kulit mix rempah (dadu) merupakan jenis kerupuk kulit yang sama dengan kerupuk kulit mix rempah (stick), bedanya adalah kerupuk kullit mix rempah ini dibentuk seperti dadu, dan harganya juga lebih tinggi dibandingkan dengan kerupuk kulit original dan kerupuk kulit mix rempah (stick). Karena kerupuk kulit yang berbentuk dadu ini memiliki khasnya tersendiri yaitu bentuknya seperti dadu.

Berikut Pola saluran pemasaran yang terbentuk sebagai berikut:



Gamabr 3. Pola saluran Pemasaran Kerupuk Kulit Mix Rempah (dadu)

Berikut penjelasan pada gambar 3. tentang pola saluran pemasaran kerupuk kulit mix rempah (Dadu):

1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang tidak melibatkan lembaga pemasaran, saluran pemasaran ini hanya terdiri dari produsen yang menjual hasil produksinya langsung ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil survei, dari 20 pengusaha responden hanya 11 pengusaha respnden yang menjual langsung ke konsumen akhir tanpa melibatkan saluran pemasaran.

Dari gambar 3. dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran I produsen menjual langsung ke konsumen akhir dengan rata-rata jumlah produksi sebesar 4 Kg dengan rata-rata harga Rp 110.000/ Kg

2. Saluran Pemasaran II

Dari gambar 3. dapat kita ketahui bahwa pada Saluran pemasaran II produsen menjual produk kerupuk kulit sapi ke pedagang pengecer dengan rata-rata volume produksi sebesar 3 Kg dengan harga rata-rata Rp 117.143/ Kg, selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp 120.143/ Kg. Maka terbentuklah margin pemasaran sebesar Rp 3.000/ Kg.

3. Saluran Pemasaran III

Berdasarkan gambar 3. dapat diketahui bahwa saluran pemasaran III yaitu produsen menjual produk kerupuk kulit ke pedagang pengepul dengan rata-rata volume produksi sebesar 21 Kg dengan rata-rata harga sebesar Rp 117.250/ Kg, selanjutnya pedagang pengepul menjual ke pedagang pengecer dengan rata-rata harga sebesar Rp 120.250/ Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp3.000 /Kg, perbedaan harga tersebut disebabkan oleh biaya transportasi yang dikorbankan. Setelah itu pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir dengan rata-rata harga sebesar Rp 125.250/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp 5.000/Kg.

Dari ketiga saluran pemasaran tersebut, jumlah volume produksi yang paling banyak dipasarkan terdapat pada saluran pemasaran III yaitu dengan rata-rata jumlah volume produksi sejumlah 21 Kg dengan rata-rata harga sebesar Rp 117.250/Kg.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Merujuk pada pendapatan, R/C-ratio, dan produktivitas tenaga kerja, usaha agroindustri kerupuk kulit sapi mempunyai kinerja ekonomi yang cukup layak untuk dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pengusaha sebesar Rp 2.647.595/ PP, dengan R/C-ratio usaha agroindustri 1,41.
2. Terdapat 3 (tiga) jenis produk agroindustri kerupuk kulit sapi yang dihasilkan yaitu kerupuk kulit original, kerupuk kulit mix rempah (stick), dan kerupuk kulit mix rempah (dadu). Tiga jenis produk kerupuk kulit tersebut mempunyai saluran pemasaran yang berbeda-beda dan tiga saluran pemasaran yang digunakan, berikut rinciannya:

Saluran I : Produsen → konsumen Akhir

Saluran II : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir

Saluran III: Produsen → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir

Saran

Dari hasil penelitian dapat disarankan:

1. Bagi pengusaha agroindustri kerupuk kulit diharapkan supaya lebih meningkatkan keterampilannya terutama dalam hal pengemasan, serta inovasi dalam mengembangkan usaha agroindustri kerupuk kulit tersebut, supaya produksi kerupuk kulit bisa bersaing dengan produk lain.
2. Bagi pemerintah setempat diharapkan lebih mengayomi para pelaku usaha kerupuk kulit, karena dengan adanya usaha agroindustri kerupuk kulit tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat di Desa Apitaik Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamarrudin. 2007.. *Akuntansi Manajemen (Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan)* Edisi Revisi. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Amertaningtyas, D., 2011. *Pengolahan Kerupuk “Rambak” Kulit Di Indonesia.*Jurnal Ilmu-ilmu Peternakan. 21 (3): 18 – 29.
- BPS, 2023. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur dalam Angka 2022, Nusa Tenggara Barat
- Fauzi, A., Nugroh A.R.H. 2020. *Manajemen Kinerja*. Airlangga University Press. Jawa Timur.
- Hanafi, Mamduh H dan A. Halim. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*, edisi 3. Yogyakarta: Penerbit UPP STIM. YPKN. Harahap, Sofyan Sayafri. 2015.
- Masitah.2022. *Monograf Industri Kreatif Songkok To Bone Di Tinjau Dari Segi Sosial Ekonomi*. CV.Pena Persada. Jawa Tengah.
- Muhammad Alawi., Qomariyah.2021. *Analisis Usahatani Bawang Merah (Allium Cepa L.) Di Desa Pandan Blole Kecamatan Plos Kabupaten Jombang*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Jawa Timur.
- Pantas, O.C., Pangemanan, I.R.J. 2021. *Analisis Keuntungan Usaha Tempe Sedap “Andika” Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado*. Agri-sosioekonomi, 17(2), 287-294.
- Suratiyah, Ken. 2015. *Ilmu Usahatani*. Penerbit: Penebar Swadaya. Jakarta
- Syafrudin., Darwis. 2021. *Ekonomi Agroindustri*. Edisi pertama.PT.Nasya Expanding Management. Jawa Tengah.
- Umayya.2014. *Analisis Nilai Tambah Usaha Pemindangan Ikan Tongkol dan Saluran Pemasarannya di Daerah Pesisir Kelurahan Bintaro Jaya Kecamatan Ampenan*.Skripsi.Fakultas Pertanian Universitas Mataram. Indonesia.
- Yusuf Saleh. H.M., Said Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. CV SAH MEDIA.Makassar.