

**KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK BAWANG WINDA PUTRI DI KECAMATAN
TANJUNG SENANG KOTA BANDAR LAMPUNG**

(The Performance of Onion Cracker Agroindustry in Tanjung Senang Subdistrict of Bandar Lampung City)

Ayu Nirmala Lutfie Syarief, Dyah Aring Hepiana Lestari, Eka Kasymir

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung 35145, Telp. 082175827825, e-mail: ayunirmalalutfies@gmail.com

ABSTRACT

The purposes of this research are to analyze procurement process of raw materials that correspond to six right on (time, place, quality, quantity, type, and price), added value and income of onion cracker processing activities, marketing mix, distribution channels, marketing margins, and the role of support services. This research was a case study method at onion cracker agroindustry in Tanjung Senang Sub-district of Bandar Lampung City. The data collection was conducted in January - February 2018 and was analyzed by qualitative and quantitative descriptive analysis. The results showed that the procurement of raw materials had not fulfilled price component. The production performance of the agroindustry was not good because it had not fulfilled the flexibility component. The agroindustry revenue was considered good because the value of R/C ratio was > 1 and given added value was positive. The marketing strategy of the agroindustry has used the 4P marketing mix component, in which product and price were well, while the place and promotion component have not been used optimally. The marketing chains consisted of two channels. The provided support services of this agroindustry were bank, information and communication technology, transportation, and market

Key words: agroindustry, onion cracker, performance

PENDAHULUAN

Program diversifikasi pangan dapat didukung dengan baik karena Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki keanekaragaman bahan pangan lokal yang berlimpah. Beberapa potensi daerah dapat dimanfaatkan dengan baik dalam mendukung program tersebut. Komoditas yang digunakan dalam program diversifikasi pangan ini sangat beragam, salah satu contohnya adalah tanaman ubi kayu. Badan Pusat Statistik (2015) menyatakan bahwa Provinsi Lampung merupakan provinsi penghasil ubi kayu nomor satu di Indonesia, sehingga ubi kayu dapat menjadi pilihan untuk dijadikan pangan pokok program diversifikasi pangan. Ubi kayu dapat dijadikan alternatif pangan dalam mengurangi konsumsi beras di Indonesia. Jenis tanaman pangan ubi kayu merupakan produk unggulan di Lampung. Hal ini dikarenakan ubi kayu tidak hanya dikonsumsi segar tetapi ubi kayu juga dapat dinikmati dalam bentuk hasil olahan lain seperti tepung tapioka yang diolah lagi menjadi kerupuk bawang.

Salah satu bidang agroindustri pengolahan bahan makanan yang perlu dikembangkan dan dapat membantu pembangunan ketahanan pangan adalah

agroindustri kerupuk bawang. Bahan baku kerupuk bawang terbuat dari tepung tapioka yang berasal dari produksi ubi kayu. Konsumsi masyarakat Indonesia terhadap kerupuk bawang cukup tinggi untuk makanan lauk pauk/ selingan. Hal ini menyebabkan munculnya agroindustri-agroindustri kerupuk bawang di Indonesia. Salah satunya adalah Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri yang terletak di Kecamatan Tanjung Senang Kelurahan Labuhan Dalam Kota Bandar Lampung yang aktif dalam menjalankan produksinya sejak tahun 2014. Produksi tertinggi yang dihasilkan agroindustri mencapai 700 kg per produksi dan terendah mencapai 100 kg per produksi.

Pemanfaatan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri ini dapat ditentukan oleh keragaan atau *performance* agroindustri. Keragaan agroindustri kerupuk bawang melibatkan berbagai kegiatan yang mencakup kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, kinerja produksi, kegiatan pemasaran dan nantinya seluruh kegiatan pada agroindustri kerupuk bawang didukung dengan adanya jasa layanan pendukung. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengadaan bahan baku, kinerja produksi,

pendapatan, nilai tambah produk, subsistem pemasaran, dan peranan jasa layanan pendukung bagi agroindustri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian dilakukan pada satu agroindustri kerupuk bawang yang berada di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri menggunakan bahan baku utama tepung tapioka yang berasal dari ubi kayu dan agroindustri ini aktif dalam melakukan produksi kerupuk bawang dari tahun 2014 sampai sekarang. Waktu pengumpulan data dan pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Januari- Februari 2018.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Responden pedagang diambil secara *snowballing* dengan pertimbangan karena tidak ada informasi yang pasti mengenai jumlah pedagang kerupuk bawang tersebut. Responden pedagang besar berjumlah 12 orang, sedangkan pedagang pengecer pada saluran I dapat berjumlah lebih dari 200 orang. Responden pedagang pengecer diambil secara sampling sebanyak 36 pengecer pada saluran I dimana satu pedagang besar diwakili tiga pedagang pengecer dengan melihat volume pembelian tertinggi, sedang dan terendah untuk mewakili volume pembelian pedagang pengecer satu, sedangkan untuk saluran II responden pedagang pengecer sebanyak 7 orang.

Data yang digunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, pengamatan serta pencatatan langsung. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, laporan-laporan, publikasi, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, serta lembaga atau instansi yang terkait dalam penelitian ini, seperti BPS, instansi pemerintah serta artikel terkait.

Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis tujuan pertama yaitu pengadaan bahan baku, tujuan ke dua yaitu kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas, tujuan ke tiga yaitu bauran pemasaran dan saluran pemasaran dan tujuan ke empat yaitu jasa layanan pendukung. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis tujuan ke dua yaitu

menghitung produktivitas, kapasitas, pendapatan dan nilai tambah serta tujuan ke tiga mengenai margin pemasaran. Analisis kinerja diukur berdasarkan komponen produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas menurut Prasetya dan Lukiaستی (2009). Berikut merupakan uraian rumus produktivitas dan kapasitas sebagai berikut:

- 1) Produktivitas
Produktivitas dari agroindustri dihitung dari unit yang diproduksi (*output*) atau produk kerupuk bawang dengan masukan yang digunakan atau tenaga kerja dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}} \dots\dots\dots(1)$$

- 2) Kapasitas
Kapasitas yaitu suatu ukuran yang menyangkut kemampuan dari agroindustri dalam menghasilkan *output* dari suatu proses produksi. Kapasitas agroindustri dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Capacity utilization} = \frac{\text{Actual Output}}{\text{Design Capacity}} \dots\dots(2)$$

Keterangan:
Actual output : Output yang diproduksi (kg)
Design capacity : kapasitas maksimal memproduksi(kg)

Menurut Soekartawi (2000) analisis pendapatan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \Pi &= TR - TC \\ \Pi &= Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{X_i} - BTT \dots\dots\dots(3) \end{aligned}$$

Keterangan:
 Π = Pendapatan (Rp)
 Y = Produksi kerupuk bawang(kg)
 P_y = Harga kerupuk bawang (Rp)
 X_i = Faktor produksi (i = 1,2,3,.....,n)
 P_{X_i} = Harga faktor produksi ke-i (Rp)
 BTT = Biaya tetap total (Rp)

Analisis data berikutnya adalah R/C rasio untuk mengetahui kelayakan usaha pada agroindustri kerupuk bawang yang dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R/C = TR/TC \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

- R/C = Nisbah penerimaan dan biaya
- TR = Total *revenue*/penerimaan total (Rp)
- TC = Total *cost* atau biaya total (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika $R/C > 1$, maka usaha mengalami keuntungan.
- 2) Jika $R/C < 1$, maka usaha mengalami kerugian.
- 3) Jika $R/C = 1$, maka usaha mengalami impas.

Besarnya nilai tambah pada agroindustri kerupuk bawang dapat dihitung dengan menggunakan metode Hayami. Kriteria nilai tambah (NT) menurut Hayami (1987) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $NT > 0$, berarti pengembangan agroindustri kerupuk bawang memberikan nilai tambah (positif).
- 2) Jika $NT < 0$, berarti pengembangan agroindustri kerupuk bawang tidak memberikan nilai tambah (negatif).

Menurut Hasyim (2012) margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus berikut

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

- MP = Margin pemasaran tingkat ke-i
- Pr = Harga di tingkat konsumen
- Pf = Harga di tingkat produsen

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin/RPM*) pada masing-masing lembaga pemasaran.

$$RPM = \frac{\pi_i}{bt_i} \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

- π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- bt_i = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Pemilik Agroindustri

Responden dalam penelitian ini merupakan pemilik dari agroindustri kerupuk bawang yang berada di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. Responden pemilik Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri adalah sepasang suami istri yaitu Ibu N yang berumur 28 tahun dan Bapak E yang berumur 40 tahun yang merupakan

transmigran dari daerah Tasikmalaya. Tingkat pendidikan terakhir keduanya adalah lulusan SD. Jumlah tanggungan keluarga adalah dua orang. Agroindustri ini telah berjalan selama 4 tahun dan termasuk ke dalam skala usaha kecil.

Karakteristik Responden Pedagang Kerupuk Bawang

Responden pedagang pada penelitian ini terdiri dari pedagang besar yang menjual kerupuk bawang ke pedagang pengecer atau kios- kios di pasar dan pedagang pengecer yang secara langsung menjual kerupuk bawang ke konsumen. Penjualan kerupuk bawang ini melibatkan 12 pedagang besar dan 36 pedagang pengecer I yang diambil secara sampling yaitu satu pedagang besar diwakili oleh tiga pedagang pengecer dengan volume pembelian tertinggi, sedang dan terendah dengan pertimbangan harga jual dan harga beli di pedagang pengecer I sama pada setiap satu pedagang besar serta pedagang pengecer II berjumlah tujuh orang. Umur responden berkisar 28- 60 tahun dengan pendidikan bervariasi yaitu lulusan SD, SMP, dan SMA. Pengalaman usaha 1- 12 tahun.

Pengadaan Bahan Baku

Tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu bagi suatu usaha agroindustri adalah amat penting. Pengadaan bahan baku dilakukan untuk menunjang kegiatan pelaksanaan produksi yang ada di dalam suatu agroindustri. Bahan baku yang digunakan pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri adalah tepung tapioka yang berasal dari olahan ubi kayu yang digunakan untuk pembuatan kerupuk bawang. Komponen pengadaan bahan baku sebagian sudah tepat, tetapi komponen tepat harga yang belum memenuhi harapan agroindustri.

Management stock pada pengadaan bahan baku utama tepung tapioka dilakukan selama dua minggu sekali. Pembelian tepung tapioka yaitu delapan ton dalam sekali pembelian. Tepung tapioka disimpan dengan aman ditempat pembuatan kerupuk bawang. Selain bahan baku utama bahan baku penunjang juga diperlukan pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri. Bahan baku penunjang atau pendukung pada Agroindustri antara lain bawang putih, ikan giling, garam, air, kayu bakar, gula pasir, minyak goreng, plastik pembungkus, dan tali. Kegiatan pengadaan bahan baku utama dan penunjang pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengadaan bahan baku pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri.

Komponen pengadaan bahan baku	Harapan	Kenyataan
Waktu	Pengadaan bahan baku dilakukan satu- dua minggu sekali	Pengadaan bahan baku dilakukan rata- rata dua minggu sekali
Tempat	Pengadaan bahan baku selalu tersedia pada pemasok bahan baku	Pemasok bahan baku selalu menyediakan bahan baku saat dibutuhkan
Jenis	Tepung tapioka yang digunakan adalah jenis tepung tapioka lokal.berkualitas	Tepung tapioka yang digunakan adalah jenis tepung tapioka lokal yang berasal dari Kota Metro Provinsi Lampung
Kualitas	Tepung tapioka yang digunakan memiliki kualitas yang baik yaitu berwarna putih, tidak menggumpal, dan tidak berbau apek	Tepung tapioka yang digunakan sebagai bahan baku memiliki kualitas yang baik
Kuantitas	Tepung tapioka tersedia dalam jumlah yang banyak tidak terbatas sesuai dengan skala produksi	Tepung tapioka selalu tersedia untuk proses produksi dan jumlahnya pun cukup
Harga	Harga tepung tapioka Rp 250.000,00- Rp 350.000,00 per 50 kg	Harga tepung tapioka naik menjadi Rp 400.000,00 per 50 kg

Analisis Kinerja Produksi

Analisis kinerja produksi dilihat dari aspek produktivitas, kapasitas, kualitas, kecepatan pengiriman, dan fleksibilitas menurut Prasetya dan Fitri (2009).

1) Produktivitas

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, rata- rata produktivitas usaha agroindustri kerupuk bawang antara output terhadap tenaga kerja adalah sebesar 48, 84 kg/HOK. Hal ini berarti setiap 1 HOK akan menghasilkan 48,84 kg kerupuk bawang. Nilai tersebut melebihi standar nilai produktivitas tenaga kerja yaitu menurut penelitian Sari, Haryono, Adawiyah (2017) hasil dari produktivitas kopi sebesar 16,84 kg/HOK, maka produktivitas Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri tergolong sudah baik. Secara lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produktivitas Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri

No.	Keterangan	Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri
1.	Output (kg/bulan)	15.000,00
2.	Tenaga kerja (HOK/bulan)	307,14
3.	Produktivitas (kg/HOK)	48,84

2) Kapasitas

Menurut Render dan Heizer (2001), jika kapasitas lebih dari 0,5 atau sebesar 50 persen, maka agroindustri telah berproduksi dengan baik. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai kapasitas untuk Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri adalah 0,86 atau 86 persen. Hal ini menunjukkan Agroindustri ini sudah efektif dan efisien. Rincian lebih lanjut mengenai kapasitas produksi dapat dilihat pada Tabel 3.

3) Kualitas

Agroindustri ini belum menggunakan SNI sebagai acuan dalam memproduksi kerupuk bawang. Agroindustri ini juga belum melakukan jenis uji yang terdapat pada SNI 022-1987- M No. 722/ Menkes/PER/XI/198 terkait syarat mutu kerupuk. Pemilik agroindustri kerupuk beranggapan bahwa tidak perlu untuk melakukan uji laboratorium terhadap produk kerupuk bawang.

4) Kecepatan pengiriman

Waktu pengiriman produk yang dipesan untuk sampai ke pelanggan tidak memerlukan waktu yang banyak untuk mengirimkan produknya. Pada agroindustri kerupuk bawang pedagang mengambil produk lima hari dalam seminggu.

Tabel 3. Kapasitas produksi Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri.

No	Keterangan	Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri
1.	Output (kg/bulan)	15.000,00
2.	Output maks (kg/bulan)	17.500,00
3.	Kapasitas(kg/HOK)	0,86

5) Fleksibel

Fleksibilitas diukur melalui tiga dimensi, yaitu yang pertama adalah kecepatan proses transformasi tepung tapioka menjadi kerupuk bawang. Proses pembuatan kerupuk bawang hanya memerlukan waktu 6 – 10 jam untuk satu kali produksi. Hal ini sesuai dengan penelitian Sari, Haryono, Adawiyah (2017) terkait pengolahan bahan baku menjadi kopi adalah 1 hari Kedua yaitu kemampuan bereaksi

untuk berubah dalam volume. Pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri 1 kg tepung yang diolah agroindustri akan menghasilkan kerupuk bawang sebesar 1,04 kg. Ketiga adalah kemampuan dari proses produksi untuk memproduksi berbagai macam produk secara serempak dengan menggunakan bahan baku yang sama, hal ini belum dapat dilakukan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri yang hanya mengolah tepung tapioka menjadi produk kerupuk bawang saja.

Tabel 4. Pendapatan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri

No	Uraian	Per produksi (Harga normal)			Kenaikan harga bahan baku utama		Pemakaian oven	
		Σ	Harga	Nilai	Harga	Nilai	Harga	Nilai
1	Penerimaan							
	Produksi (kg)	600,00	15.000,00	9.000.000,00	15.000,00	9.000.000,00	15.000,00	9.000.000,00
2	Biaya Produksi							
	I. Biaya Tunai							
	Biaya Variabel							
	Tepung tapioka (kg)	575,00	5.000,00	2.875.000,00	8.000,00	4.600.000,00	5.000,00	2.875.000,00
	Bawang putih (kg)	4,25	29.000,00	123.250,00	29.000,00	123.250,00	29.000,00	123.250,00
	Ikan giling (kg)	4,25	42.000,00	178.500,00	42.000,00	178.500,00	42.000,00	178.500,00
	Garam (kg)	12,88	8.000,00	103.000,00	8.000,00	103.000,00	8.000,00	103.000,00
	Air (kg)	34,00	200,00	6.800,00	200,00	6.800,00	200,00	6.800,00
	Kayu bakar (kubik)	4,75	60.000,00	285.000,00	60.000,00	285.000,00	60.000,00	285.000,00
	Gula pasir (kg)	7,50	10.000,00	75.000,00	10.000,00	75.000,00	10.000,00	75.000,00
	Minyak goreng (liter)	122,50	10.000,00	1.225.000,00	10.000,00	1.225.000,00	10.000,00	1.225.000,00
	Plastik pembungkus (lembar)	600,00	150,00	90.000,00	150,00	90.000,00	150,00	90.000,00
	Tali (kg)	0,78	20.000,00	15.500,00	20.000,00	15.500,00	20.000,00	15.500,00
	TKLK (HOK)	9,71	40.000,00	388.571,43	40.000,00	388.571,43	40.000,00	388.571,43
	Biaya listrik (Rp)			20.000,00		20.000,00		46.666,67
	Biaya Tetap							
	Sewa Bangunan (Rp)			41.666,67		41.666,67		41.666,67
	Pajak (Rp)			1.527,78		1.527,78		1.527,78
	Total Biaya Tunai (Rp)			5.428.815,87		7.153.815,87		5.455.482,54
	II. Biaya Diperhitungkan							
	Biaya Variabel							
	TKDK (HOK)	2,57	40.000,00	102.857,14	40.000,00	102.857,14	40.000,00	102.857,14
3	Biaya Tetap							
	Penyusutan (Rp)			823,33		823,33		823,33
	Total Biaya Diperhitungkan (Rp)			103.680,48		103.680,48		103.680,48
4	Total Biaya (Rp)			5.532.496,35		7.257.496,35		5.559.163,02
	Pendapatan							
	Pendapatan Atas							
	Biaya Tunai (Rp)			3.571.184,13		1.846.184,13		3.544.517,46
	Pendapatan Atas							
	Biaya Total (Rp)			3.467.503,65		1.742.503,65		3.440.836,98
5	R/C Ratio							
	R/C Ratio Atas							
	Biaya Tunai			1,66		1,26		1,65
	R/C Ratio Atas							
	Biaya Total			1,63		1,24		1,62

Analisis Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri yaitu dilihat pada saat harga bahan baku utama normal yaitu cukup menguntungkan. Pada saat kondisi harga bahan baku utama naik, pendapatan juga masih menguntungkan. Pada saat cuaca hujan, biaya listrik akan semakin meningkat karena tingginya pemakaian oven. Namun demikian, keuntungan yang diperoleh pada saat pemakaian oven karena cuaca hujan tidak jauh berbeda dibandingkan saat kondisi harga bahan baku normal. Pendapatan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil penelitian pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri memiliki nilai R/C atas biaya total yaitu >1. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyudi, Sayamar, Elizar (2016) tentang analisis usaha agroindustri kerupuk kulit sapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R/C sebesar 1,47. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri menguntungkan.

Analisis Nilai Tambah

Kegiatan pengolahan tepung tapioka menjadi kerupuk bawang diharapkan memberikan nilai tambah bagi pengolah. Perhitungan nilai tambah Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri adalah analisis yang dilakukan pada satu kali produksi kerupuk bawang. Hasil analisis nilai tambah pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri menunjukkan bahwa agroindustri ini memberikan nilai tambah lebih besar dari nol $NT > 0$ atau nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri itu layak untuk dikembangkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyudi, Sayamar, Elizar (2016) yang menunjukkan bahwa produk yang diproduksi menghasilkan nilai tambah yang positif. Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri masuk dalam agroindustri padat modal dikarenakan nilai balas jasa pemilik terhadap keuntungan lebih besar dibandingkan nilai tenaga kerja.

Balas jasa pemilik berkaitan dengan faktor produksi yang ada. Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri bersifat padat modal yang artinya bahwa agroindustri kerupuk bawang tersebut menggunakan modal yang cukup besar dalam kegiatan operasional maupun pengembangan bisnis seperti pemakaian mesin- mesin dalam produksi kerupuk bawang. Rincian lebih lanjut mengenai nilai tambah pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai tambah Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri

No.	Variabel	Koefisien	Harga normal	Kenaikan harga bahan baku
			Nilai	Nilai
Output, Input dan Harga				
1	Output (Kg/produksi)	A	600,00	600,00
2	Bahan baku (Kg/produksi)	B	575,00	575,00
3	Tenaga Kerja (HOK/produksi)	C	12,29	12,29
4	Faktor Konversi	$D = A/B$	1,04	1,04
5	Koefisien Tenaga Kerja	$E = C/B$	0,02	0,02
6	Harga Output	F	15.000,00	15.000,00
7	Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G	40.000,00	40.000,00
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)				
8	Harga bahan baku	H	5.000,00	8.000,00
9	Sumbangan input lain	I	3.767,07	3.767,07
10	Nilai Output	$J = D \times F$	15.652,17	15.652,17
11	a. Nilai Tambah	$K = J - I - H$	6.885,10	3.885,10
	b. Rasio Nilai Tambah	$L = (K/J) \times 100 (\%)$	43,99	24,82
12	a. Imbalan Tenaga Kerja	$M = E \times G$	854,66	854,66
	b. Bagian Tenaga Kerja	$N = (M/K) \times 100 (\%)$	12,41	22,00
13	a. Keuntungan	$O = K - M$	6.030,44	3.3030,44
	b. Tingkat keuntungan	$P = O/K \times 100 (\%)$	87,59	78,00
Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi				
14	Marjin Keuntungan	$Q = J - H$	10.652,17	7.652,17
	a. Keuntungan	$R = O/Q \times 100\%$	56,61	39,60
	b. Tenaga Kerja	$S = M/Q \times 100\%$	8,02	11,17
	c. Input lain	$T = I/Q \times 100\%$	35,36	49,23

Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran agroindustri kerupuk bawang sudah menerapkan komponen *marketing mix* (*product, price, place, promotion*) untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Komponen- komponen 4P yang diterapkan pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Komponen yang diterapkan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri

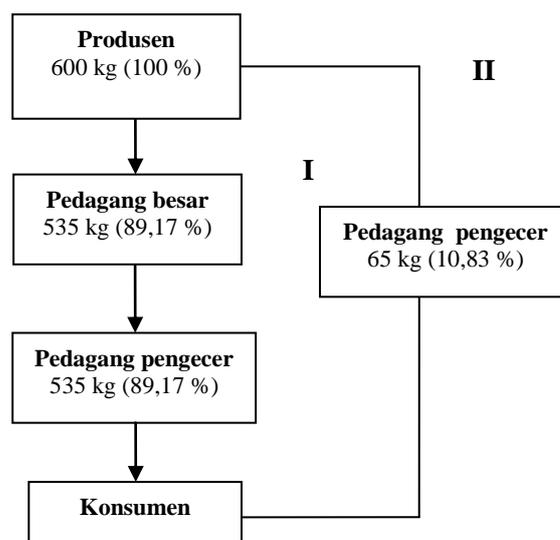
No.	Komponen	Agroindustri Winda Putri
1.	Produk	
	a. Bentuk, ukuran, dan jumlah produksi	Bentuk dan ukuran tidak disesuaikan dengan permintaan konsumen, tetapi jumlah produksi disesuaikan dengan permintaan
	b. Merek	Belum ada merek .
	c. Masa keawetan	10 hari.
2.	Harga	
	a. Penetapan harga	Berdasarkan pengeluaran dan biaya produk kerupuk
	b. Harga kerupuk Bawang	Rp 15.000,00 per kg
	c. Cara pembayaran	Secara tunai (lunas).
3.	Tempat	
	a. Penjualan kerupuk Bawang	Pedagang mengambil secara langsung ke agroindustri
	b. Sasaran pemasaran	Masyarakat umum
	c. Tempat pemasaran	Rumah produksi dengan menjual langsung kepada konsumen melalui pedagang
	d. Lokasi agroindustri	Belum tergolong strategis
4.	Promosi	
	Kegiatan promosi	Metode <i>personal selling</i>

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa komponen bentuk, ukuran tidak disesuaikan dengan permintaan konsumen, dikarenakan bentuk dan ukuran yang dijual pada agroindustri ini telah sesuai dengan selera masyarakat. Lain halnya dengan jumlah produksi kerupuk bawang telah disesuaikan dengan permintaan konsumen

Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri belum memiliki merek dagang, merek disediakan oleh pedagang yang ingin menjual kerupuknya kepada konsumen akhir. Kerupuk bawang memiliki masa keawetan 10 hari. Harga kerupuk bawang ditetapkan berdasarkan pengeluaran dan biaya produk yang dikeluarkan. Lokasi agroindustri tergolong belum strategis karena berada di dalam gang jalan. Agroindustri kerupuk bawang tidak menerapkan sistem promosi dalam hal media sosial ataupun media cetak. Promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut (*personal selling*).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Anggraeni, Lestari, Indriani (2017) yang menerapkan strategi pemasaran dengan komponen *marketing mix*. Promosi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu sama dengan menggunakan teknik *personal selling*.

Rantai Pemasaran



Gambar 1. Saluran pemasaran pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri

Saluran distribusi atau rantai pemasaran pada Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri terbagi menjadi dua saluran seperti dapat dilihat pada Gambar 2. Saluran I lebih panjang dibandingkan saluran II. Saluran I terdiri dari produsen ke pedagang besar lalu ke pedagang pengecer dan konsumen yang menerima produk kerupuk bawang. Saluran II terdiri dari produsen lalu ke pedagang pengecer dan produk langsung diterima konsumen.

Marjin Pemasaran

Kegiatan pemasaran dikatakan efisien jika barang yang disampaikan dari produsen ke konsumen mengeluarkan biaya yang serendah mungkin dan dapat menghasilkan keuntungan. Pada saluran I didapatkan nilai RPM dari harga jual produsen sama dengan harga beli pedagang besar ke harga beli pedagang pengecer yaitu 3,26 persen dengan pangsa pasar 55,90 persen dan RPM dari harga beli pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu dengan pangsa pasar 79,31 persen. Pada saluran II yaitu pemasaran dari produsen ke pedagang pengecer lalu konsumen akhir diperoleh nilai RPM sebesar 2,68 persen dan pangsa pasar 53,57 persen. Nilai RPM pada agroindustri ini dapat disimpulkan bahwa pada saluran I maupun saluran II belum efisien dikarenakan setiap pedagang menentukan keuntungannya masing-masing, sehingga nilai marjin di setiap saluran berbeda-beda dan nilai RPM tidak sama dengan nol (0).

Jasa Layanan Pendukung

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa terdapat empat jasa layanan pendukung yang belum dimanfaatkan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri, yaitu koperasi, lembaga penyuluh, lembaga penelitian, dan kebijakan pemerintah seperti sertifikat halal dan izin BPOM berupa PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Jasa-jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan dengan baik oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri adalah bank, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, serta pasar. Hal ini berbeda dengan penelitian Anggraeni, Lestari, dan Indriani (2017) jasa layanan pendukung yang digunakan agroindustri tempe adalah teknologi informasi dan komunikasi, sarana transportasi, dan pasar.

KESIMPULAN

Pengadaan bahan baku Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri telah memenuhi sebagian kriteria tepat yaitu waktu, tempat, kualitas, kuantitas dan jenis, tetapi belum memenuhi komponen tepat harga karena tidak sesuai dengan harapan pemilik agroindustri. Kinerja Agroindustri cukup baik karena belum memenuhi komponen fleksibilitas. Pendapatan untuk Agroindustri sudah baik dan menguntungkan dengan nilai R/C>1 yang artinya layak untuk diusahakan. Nilai tambah pada agroindustri ini memberikan nilai tambah positif. Kegiatan pemasaran pada Agroindustri sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi. Rantai pemasaran pada agroindustri ini terdiri dari dua saluran. Sistem pemasaran pada agroindustri kerupuk bawang belum efisien. Jasa layanan pendukung sudah dimanfaatkan oleh Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri dan berdampak positif bagi kelancaran kegiatan agroindustri kerupuk bawang.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni TS, Lestari DAH, dan Indriani Y. 2017. Keragaan agroindustri tempe, manfaat ekonomi koperasi, dan tingkat partisipasinya sebagai anggota primkopti Kabupaten Pesawaran. *JIIA* :5(3):275–282. [\[fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1640/1466\]\(http://fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1640/1466\) \[10 April 2018\].
 Badan Pusat Statistik. 2015. *Produksi Ubi Kayu Menurut Provinsi*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
 Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Lampung.
 Hayami Y. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective From a Sunda Village*. CGPRT Centre. Bogor.
 Prasetya H dan Lukiastuti F. 2009. *Manajemen Operasi*. Media Pressindo. Jakarta.
 Render B. dan Heijer J. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Salemba Empat. Jakarta.
 Sari AM, Haryono D, dan Adawiyah R. Kinerja produksi dan strategi pengembangan agroindustri kopi bubuk di Kota Bandar Lampung. *JIIA*: 5\(4\):360-367. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1744/1547>. \[7April 2018\].
 Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
 Wahyudi D, Sayamar E, dan Eliza. 2016. Analisis usaha agroindustri kerupuk kulit sapi di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, Kota Baru. *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau*:3\(2\):1-10. <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFAPERT/A/article/viewFile/11891/11537>. \[9April 2018\].](http://jurnal.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Tabel 7. Pemanfaatan jasa layanan pendukung

No	Ketersediaan Jasa Pendukung	Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri	
		Keberadaan	Pemanfaatan
1.	Bank	Ada	Sudah
2.	Koperasi	Ada	Belum
3.	Lembaga Penyuluh	Tidak Ada	Belum
4.	Lembaga Penelitian	Tidak Ada	Belum
5.	Sarana Transportasi	Ada	Sudah
6.	Teknologi informasi dan Komunikasi	Ada	Sudah
7.	Kebijakan Pemerintah	Ada	Belum
8.	Pasar	Ada	Sudah