

## ANALISIS PEMASARAN AGROINDUSTRI KERUPUK IKAN ANTAR SKALA USAHA DI DESA GELUNG KECAMATAN PANARUKAN KABUPATEN SITUBONDO

### ANALYSIS MARKETING AGROINDUSTRY OF FISH CRACKER BETWEEN SCALES BUSSINES IN THE VILLAGE GELUNG SUB-DISTRICT PANARUKAN DISTRICT SITUBONDO

Achmad Erwin Susiansyah<sup>1</sup>, Teguh Hari Santosa<sup>2</sup> & Henik Prayuginingsih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Alumni Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember

Email: [Erwinahmad026@gmail.com](mailto:Erwinahmad026@gmail.com)

#### ABSTRAK

Potensi perikanan laut di Desa Gelung Kecamatan Panarukan di manfaatkan sebagian warganya sebagai pengrajin kerupuk ikan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui : 1). untuk mengukur perbedaan keuntungan agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan, 2). untuk mengetahui macam saluran pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha, 3). untuk mengukur keuntungan pemasaran agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha, 4). untuk mengukur efisiensi pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha. Penelitian berlokasi di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analitik dengan lokasi penelitian di pilih secara sengaja (*purposive method*). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengusaha kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, saluran pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer share*, ratio keuntungan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Tidak terdapat perbedaan tingkat keuntungan antar skala usaha. Rata-rata keuntungan pada skala kecil Rp 8.244/kg produk sedangkan skala rumah tangga Rp 9.241/kg produk, 2). Ada dua macam saluran pemasaran kerupuk ikan, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 44% pengrajin yang seluruhnya merupakan skala rumah tangga, b.) saluran dua tingkat digunakan oleh 56% pengrajin, seluruhnya pengrajin skala kecil, 3). Seluruh keuntungan pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan menguntungkan. Keuntungan pemasaran skala kecil sebesar Rp 1.786/kg produk sedangkan skala rumah tangga sebesar Rp 3.106/kg produk, 4). seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien, *Farmer share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 77,91% lebih besar dari pada saluran satu tingkat yaitu sebesar 89,44%. Dengan rasio keuntungan atau biaya pada skala kecil yaitu 0.02 sedangkan pada skala rumah tangga 0.11 lebih besar dari skala kecil.

**Kata Kunci:** Farmer Share, Kerupuk Ikan, Keuntungan Pemasaran, dan Keuntungan, Saluran Pemasaran.

#### ABSTRACT

*The potential of marine fisheries in the gelung village panarukan sub-district is used by some of its citizens as fish cracker craftsmen. The research aims to find out : 1). to measure the differences in profitability of fish cracker agro-industries between bussines scales in gelung village, panarukan sub-district. 2). to find out the kinds of marketing channels in the fish cracker agroindustry between business scales, 3). to measure the profitability of fish cracker agroindustry marketing across business scales, 4). to measure the marketing efficiency of fish cracker agroindustry across business scales. The research is located in the gelung village, panarukan sub-district, situbondo district. This research uses descriptive and analytic methods with purposive method. The sample used in this study was all fish cracker entrepreneurs in the gelung village, panarukan district. Data collection techniques used are primary data and secondary data. Data analysis used profit analysis, marketing channel, marketing profits, farmer share, cost benefit ratios. The result showed that: 1). there was no difference in the level of profits between business scales. Average profit on a small scale Rp. 8.244/kg of products while the household scale of Rp. 9.241/kg of the product. 2). there are two types of fish cracker marketing channels, namely: a). one level marketing channels used by 44% of craftsmen who are all household scale. b). two level channel is used by 56% of craftsmen, all of them are small scale craftsmen. 3). the whole marketing advantage in the fish cracker agroindustri is profitable. small scale marketing benefits Rp 1.786/kg of products while the household scale of Rp 3.106/kg of the*

product. 4). all marketing channels used efficiently. The farmer share of craftsmen on the two tier channel is 77,91% smaller than the one level channel of 89,44%.with a profit or cost ratio on a small scale of 0,02 while on the household scale 0.11 is larger than the small scale

**Keywords :** Farmer share, Fish crackers, Marketing profits, Profits, and Marketing channels.

## **Pendahuluan**

Agroindustri sebagai salah satu sub sistem agribisnis memiliki peranan penting sebagai penggerak ekonomi nasional. Agroindustri sebagai faktor penarik pembangunan sektor pertanian berperan dalam menciptakan pasar bagi hasil-hasil pertanian lewat berbagai produk olahannya. Pengembangan agroindustri sebagai langkah industrialisasi pertanian merupakan pilihan strategi yang tepat. Dalam mendukung strategi tersebut dengan didasarkan kepada pemikiran bahwa era industrialisasi, sektor pertanian dan pedesaan harus dibenahi terlebih dahulu agar dapat dicapai transformasi ekonomi yang seimbang sehingga sektor pertanian dan pedesaan tidak menjadi beban pembangunan (Saragih, 1996).

Agroindustri perikanan merupakan salah satu rantai penting dalam agribisnis perikanan. Agroindustri pada subsektor perikanan laut merupakan bagian dari suatu agroindustri di pedesaan secara umum, karena subsektor perikanan merupakan bagian dari kegiatan pertanian. Agroindustri perikanan laut merupakan serangkaian kegiatan yang mengolah hasil-hasil laut dari hasil tangkapan para nelayan di pedesaan pantai. Industri pengolahan hasil ikan laut memberikan kontribusi yang sangat besar dalam menciptakan nilai tambah, penyimpanan yang lebih lama dan peluang pasar dari produk-produk perikanan laut. Produk-produk olahan yang dimaksud antara lain pemindangan ikan, ikan asin, ikan panggang, ikan beku, ikan kaleng, kerupuk ikan, kripik ikan, petis, dan lain-lain. Berkembangnya agroindustri hasil perikanan diharapkan dapat menyerap banyak hasil tangkapan sehingga dapat meningkatkan pendapatan nelayan, kesempatan kerja dan devisa negara.

Dewasa ini agroindustri kerupuk ikan semakin banyak dan menghadapi persaingan yang sangat ketat dalam memasarkan produknya. Kondisi ini mendorong usaha-usaha kecil menengah untuk lebih mengefektifkan kegiatan pemasarannya. Para konsumen sekarang ini memiliki banyak alternatif pilihan untuk setiap jenis produk yang mereka kehendaki. Standar kualitas yang diinginkan konsumen semakin tinggi dengan tingkat harga (pengorbanan) yang diharapkan dapat lebih rendah. Secara umum para konsumen kerupuk ikan menginginkan produk yang berkualitas tinggi seperti kualitas rasa,

kerenyahan kerupuk, dan harga rendah. Salah satu kendala yang dihadapi oleh sebagian besar produsen kerupuk ikan adalah pada saat memasarkan hasil produknya. Misalnya banyak para pedagang yang membeli kerupuk ikan dengan harga yang rendah. Sedangkan pedagang menjual kerupuk ikan tersebut kepada konsumen ataupun kepada lembaga pemasaran lainnya dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini membuat penerimaan produsen menjadi rendah, yang semestinya mereka bisa mendapatkan keuntungan yang tinggi pula.

Kompetisi inti agroindustri perlu dikembangkan dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing dengan cara menggunakan kekuatan dan meminimalkan kelemahan untuk merebut peluang pasar. Agroindustri kerupuk ikan juga harus mempersiapkan diri untuk menghadapi dan mengantisipasi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi. Satu hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan suatu usaha adalah dapat membaca peluang pasar yang ada. Adanya banyak saingan antar agroindustri akan dapat menjadi tolak ukur bagi agroindustri tersebut yang dapat menjadi motivasi dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas, maka peneliti ingin mengetahui tingkat keuntungan, saluran pemasaran agroindustri kerupuk ikan, perbedaan keuntungan kerupuk ikan, serta efisiensi agroindustri kerupuk ikan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan analitik. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Sugiyono, 2005). Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode analitik adalah cara pengumpulan data dari sejumlah individu dalam jangka waktu tertentu secara bersamaan serta melakukan wawancara langsung terhadap responden (Nazir, 1999).

### **Penentuan Lokasi**

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja atau *purposive method*. Penelitian ini dilakukan

pada agroindustri kerupuk ikan yang berlokasi di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Dasar pertimbangan daerah ini adalah karena kondisi agroindustri kerupuk ikan merupakan sentra penghasil kerupuk ikan di Kabupaten Situbondo.

### Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan kepada pengusaha agroindustri kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan serta kepada lembaga pemasaran yang terkait. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pengusaha kerupuk ikan menggunakan metode total sampling yaitu pengambilan sampel keseluruhan populasi di daerah penelitian sebanyak 18 responden pengusaha agroindustri kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan metode sebagai berikut :

1. Data primer diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan metode wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun.
2. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi yang terkait dalam penelitian ini.

### Metode Analisis Data

1. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama yaitu untuk mengukur keuntungan agroindustri kerupuk ikan dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\pi &= TR - TC \\ &= P \cdot Q - TC \\ &= P \cdot Q - (TFC + TVC) \\ &= P \cdot Q - TFC - TVC\end{aligned}$$

Keterangan:

- $\pi$  : Keuntungan
- TR : Total Penerimaan (Rp)
- TC : Total Biaya (Rp)
- P : Harga Satuan Produksi (Rp/kg)
- Q : Total Produksi (kg)
- TFC : Total Biaya Tetap (Rp)
- TVC : Total Biaya Variabel (Rp)

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yang pertama digunakan pengujian hipotesis statistik dengan uji -t 2 arah, yaitu :

$H_0$  :  $\mu_1 = \mu_2$  Tidak ada perbedaan rata-rata antara variabel yang dibandingkan

$H_a$  :  $\mu_2 \neq \mu_1$  Ada perbedaan rata-rata antara variabel yang di bandingkan  
di mana :

$\mu_1$  = rata-rata keuntungan pada agroindustri kerupuk ikan

$\mu_2$  = rata-rata keuntungan pada agroindustri kerupuk ikan

Hipotesis diuji dengan menggunakan uji-t :

$$t = \frac{(\mu_1 - \mu_2) - (x_1 - x_2)}{\sqrt{\frac{(n_1 + 1)s_1^2 + (n_2 + 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \cdot \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

di mana :

$x_1$  dan  $x_2$  = nilai rata-rata variabel yang dibandingkan

$s_1$  dan  $s_2$  = nilai rata-rata sampel yang dibandingkan

$n_1$  dan  $n_2$  = jumlah sampel yang dibandingkan

Kriteria pengambilan keputusan

$t_{hitung} \neq t_{tabel}$  : berarti ada beda nyata antara nilai rata-rata yang dibandingkan, atau  $H_0$  ditolak

$t_{hitung} = t_{tabel}$  : berarti tidak ada beda nyata antara nilai rata-rata yang dibandingkan, atau  $H_0$  diterima

2. Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu untuk mengetahui ada berapa macam saluran pemasaran kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan dengan cara analisis melalui pengamatan terhadap lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, mulai dari produsen kerupuk ikan, pedagang pengepul desa dan pedagang ditingkat kabupaten. Pendapatan yang diterima oleh lembaga-lembaga yang terlibat akan berbeda-beda karena salurannya pun berbeda. Panjang pendeknya rantai pemasaran tidak selalu mencerminkan bahwa sistem pemasaran tersebut tidak efisien.
3. Untuk menjawab tujuan penelitian yang ketiga yaitu untuk mengetahui perbedaan keuntungan pemasaran agroindustri kerupuk ikan selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang di berikan oleh konsumen disebut keuntungan pemasaran. Secara sistematis keuntungan pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

$K_p$  : Keuntungan pemasaran

$K_{p1}, K_{p2}, \dots, K_{pn}$  : Keuntungan tiap-tiap lembaga pemasaran

4. Untuk menjawab tujuan penelitian yang ke empat yaitu untuk mengukur efisiensi pemasaran kerupuk ikan digunakan dua indikator yaitu *Farmer share* dan rasio keuntungan/biaya :

$$a). FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS = *Farmer share*

P<sub>f</sub> = Harga ditingkat Produsen

P<sub>r</sub> = Harga ditingkat konsumen

Kriteria pengambilan keputusan

Jika FS ≥ 50% berarti pemasaran kerupuk ikan bagi pengusaha efisien.

Jika FS < 50% berarti pemasaran kerupuk ikan bagi pengusaha tidak efisien.

b ). Rasio keuntungan dan biaya

$$A = \frac{\pi \text{ pemasaran}}{C \text{ pemasaran}}$$

A = Ratio keuntungan dan biaya

π = Keuntungan pemasaran

C = Biaya pemasaran

Kriteria pengambilan keputusan

Semakin besar nilai keuntungan ratio biaya maka semakin efisien saluran pemasaran.

Semakin kecil nilai keuntungan ratio biaya maka semakin tidak efisien saluran pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Pengrajin Kerupuk Ikan.

Dalam kehidupannya kerupuk ikan tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat banyak, tetapi juga bertanggung jawab untuk kesejahteraan dan kelangsungan hidup keluarganya. Sebagai pertanggung jawaban dalam memenuhi kebutuhan hidup rumah tangganya, seorang pengrajin juga harus memperhatikan pula keberhasilan usaha yang di kelolanya.

Dalam usahanya, faktor umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman dalam berusahatani memiliki andil cukup besar bagi keberhasilan seorang pengrajin kerupuk ikan. Tabel 6.1 berikut menyajikan profil pengrajin kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019.

Tabel 6.1 menunjukkan bahwa rata-rata pengrajin kerupuk ikan di desa gelung kecamatan panarukan kabupaten situbondo adalah 39 tahun, umur tertinggi terdapat pada skala rumah tangga 42 tahun, disusul skala kecil 37 tahun. umur menunjukkan kematangan rasa berfikir seseorang dalam melaksanakan kegiatan usaha dan mengatasi problema yang dihadapi, ditinjau dari segi kematangan dan cara pengambilan keputusan yang perlu diambil pada pelaksanaan usahatani. Maka pengrajin kerupuk ikan yang berusia produktif akan lebih cemat dan akurat.

Rata-rata pengrajin kerupuk ikan hanya menempuh pendidikan selama 8 tahun atau setara dengan kelas 2 Sekolah Menengah Pertama.

Pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir, wawasan dan kemudahan dalam menerima inovasi atau teknologi baru. Jika pendidikan pengrajin hanya sampai pada sekolah menengah pertama maka dalam mengelola suatu usaha kemungkinan masih kurang wawasannya dan sulit diajak menerima inovasi baru.

Pengalaman usaha berpengaruh terhadap kematangan dalam mengelola suatu usaha. Tabel 6.1 menggambarkan rata-rata pengalaman pengrajin keupuk ikan dalam melaksanakan kegiatan usahatani selama 3 tahun. pengalaman usaha dapat berpengaruh positif jika pengusaha menggunakan pengalamannya mengembangkan usaha. Namun juga berpengaruh negatif jika pengusaha merasa sudah berpengalaman dan tidak mau menerima saran perbaikan usaha. Jumlah rata-rata keluarga pengrajin kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Kabupaten Situbondo berjumlah 4-5 orang.

### Keuntungan

Keuntungan yang akan diterima tidak hanya bergantung pada tingginya jumlah produksi, akan tetapi juga dipengaruhi oleh harga jual dan besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan. Karena keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan jumlah biaya.

### Struktur Biaya Pengrajin Kerupuk Ikan

Biaya adalah pengeluaran yang dilakukan selama proses usaha itu dijalankan, seperti biaya peralatan, biaya pajak rumah, biaya tenaga kerja dan biaya pembelian untuk bahan-bahan produksi. Biaya peralatan adalah biaya yang dipakai untuk membeli alat-alat untuk dipakai selama proses usaha kerupuk ikan.

Struktur biaya terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi, meskipun jumlah produksi yang dihasilkan banyak atau sedikit biaya tetap akan terus dikeluarkan, biaya tersebut adalah sewa lahan dan peralatan. Sedangkan biaya variabel ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan, biaya tersebut antara lain tenaga kerja, listrik, air dan plastik. Untuk lebih jelasnya struktur biaya pengrajin kerupuk ikan Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan telah disajikan pada Tabel 6.2.

Tabel 6.2 menunjukkan bahwa besarnya biaya produksi skala kecil yaitu sebesar Rp 2.690.754/100 kg tepung yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 840.381/100 kg tepung dan biaya variabel sebesar Rp 1.850.374/100 kg tepung. Sedangkan biaya untuk skala rumah tangga lebih rendah dari skala kecil, karena produksi untuk

skala kecil lebih banyak dari pada skala rumah tangga.

Tabel 6.1 Profil Pengrajin Kerupuk Ikan Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Keterangan	Golongan Pengrajin Berdasarkan Skala			Rata-rata
		Satuan	Kecil	Rumah Tangga	
1	Umur	(th)	36,8	42,3	39,5
2	Pendidikan	(th)	8,6	7,9	8,3
3	Pengalaman Usaha	(th)	4,6	1,6	3,1
4	Jumlah Ang. Kel	(jiwa)	5,5	4,8	5,1

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 6.2. Struktur Rata-Rata Biaya Pengrajin Kerupuk Ikan Per 100 kg Tepung Skala Kecil Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

Jenis Biaya	Biaya (Rp 100 kg/Tepung)	(%)
<b>1. Biaya Tetap</b>		
a. Sewa Lahan	837,500	31.13
b. Penyusutan Alat	2,880	0.11
<b>Jumlah</b>	<b>840,380</b>	<b>31.23</b>
<b>2. Biaya Variabel</b>		
a. Biaya bahan baku	1,316,919	48.94
b. Biaya Tenaga Kerja	474,191	17.62
c. Listrik	13,154	0.49
d. Air	1,835	0.07
e. Plastik	44,274	1.65
<b>Jumlah</b>	<b>1,850,374</b>	<b>68.77</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>2,690,754</b>	<b>100</b>

Sumber: Analisis data primer (2019).

Sedangkan biaya skala rumah tangga menunjukkan bahwa jumlah rata-rata total biaya produksi kerupuk ikan untuk skala rumah tangga di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo yaitu sebesar Rp 2.115.542/100 kg tepung yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp 303.099/100 kg tepung dan biaya variabel sebesar Rp 1.812.444/100 kg tepung. Untuk lebih jelasnya telah disajikan pada Tabel 6.3.

#### Tingkat Keuntungan Pengrajin Kerupuk Ikan

Tabel 6.4 menunjukkan bahwa rata-rata produksi kerupuk ikan yang dihasilkan pada skala kecil sebesar 125,68 kg dengan harga jual Rp 29.750/kg sehingga penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 3.738.486, dengan mengeluarkan

biaya total sebesar Rp 2.690.754 dengan keuntungan sebesar Rp 1.047.732/100 kg tepung dan keuntungan per produk sebesar Rp 8.244/kg produk.

Pada skala rumah tangga rata-rata produksi kerupuk ikan yang dihasilkan sebesar 106,71 kg dengan harga jual Rp 29.100 /kg sehingga menghasilkan penerimaan sebesar Rp 3.105.282 dengan mengeluarkan biaya total sebesar Rp 2.115.542 maka dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 989.740/100 kg tepung dan keuntungan per produk sebesar Rp 9.241/kg produk. Keuntungan skala rumah tangga lebih besar di bandingkan skala kecil karena total biaya yang dikeluarkan skala kecil lebih besar dari pada skala rumah tangga.

Tabel 6.3. Struktur Rata-Rata Biaya Pengrajin Kerupuk Ikan Per 100 kg Tepung Skala Rumah Tangga Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

Jenis Biaya	Biaya	
	(Rp 100 kg/Tepung)	(%)
<b>1. Biaya Tetap</b>		
a. Sewa Lahan	301,000	14.23
b. Penyusutan Alat	2,099	0.10
<b>Jumlah</b>	<b>303,099</b>	<b>14.33</b>
<b>2. Biaya Variabel</b>		
a. Biaya bahan baku	1,314,541	62.14
b. Biaya Tenaga Kerja	396,510	18.74
c. Listrik	16,138	0.76
d. Air	2,503	0.12
e. Plastik	82,751	3.91
<b>Jumlah</b>	<b>1,812,444</b>	<b>85.67</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>2,115,542</b>	<b>100</b>

Sumber: Analisis data primer (2019).

Tabel 6.4 Rata-rata Harga, Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Pengrajin Agroindustri Kerupuk Ikan Antar Skala Usaha Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

Uraian	Satuan	Berdasarkan Skala Usaha	
		Kecil	Rumah Tangga
Produksi	kg	125.68	106.71
Harga	Rp/100 kg tepung	29.750	29.100
Total Penerimaan	Rp	3.738.486	3.105.282
Biaya	Rp/100 kg tepung	2.690.754	2.115.542
Keuntungan	Rp/100 kg tepung	1.047.732	989.740
	Rp/kg produk	8.244	9.241

Sumber: Analisis data primer (2019).

Untuk mengetahui perbedaan keuntungan agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha yang menggunakan uji t tersaji pada tabel 6.5 dibawah ini:

Berdasarkan uji-t beda dua arah yang ditunjukkan pada Tabel 6.5 dapat diketahui bahwa perbandingan keuntungan pemasaran

kerupuk ikan berdasarkan skala usaha menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Berdasarkan hasil keuntungan jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu Taufik (2018) menunjukkan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 20.288/kg produk.

Tabel 6.5 Rata-rata Keuntungan Per 100 kg Tepung Pengrajin Agroindustri Kerupuk Ikan Antar Skala Usaha Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Skala Usaha	Keuntungan	Perbedaan	Probabilitas Signifikansi
		(Rp/100 kg tepung)	(Rp/100 kg tepung)	
1	Skala Kecil	1,047,732		
2	Skala Rumah Tangga	989,740	57,992	0,64

Sumber: Analisis data primer (2019).

### Saluran Pemasaran

Kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan secara optimal dan tepat pada saluran. Oleh karena perlu untuk mengidentifikasi dan mencari solusi yang tepat sehingga pengrajin kerupuk ikan dapat lebih meningkatkan kualitas dan mengembangkan usaha.

Saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin kerupuk ikan melalui beberapa pertimbangan yaitu harga jual, lembaga pemasaran, biaya pemasaran yang dikeluarkan, kapasitas produksi kerupuk ikan dan adanya jaminan pasar. Dengan adanya saluran pemasaran

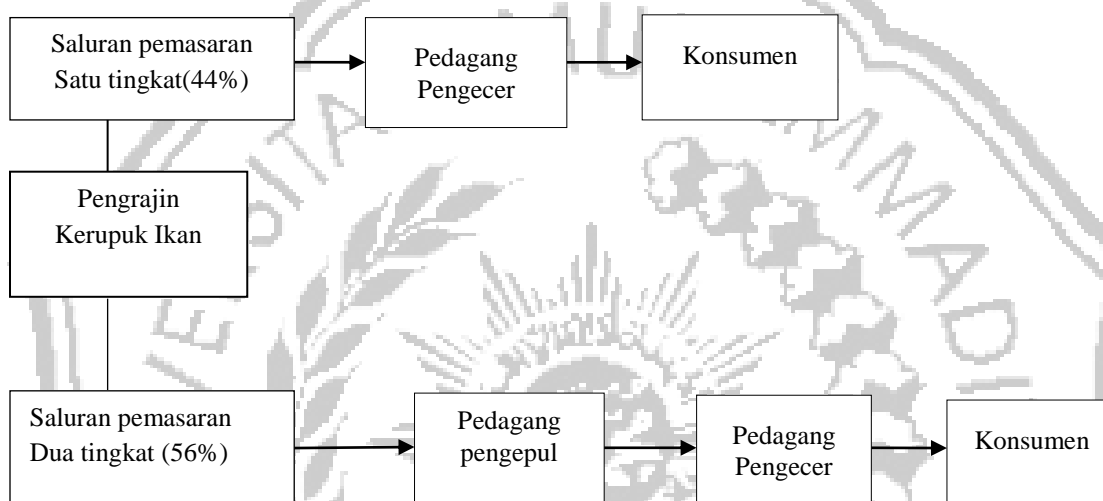
yang efisien akan menghasilkan harga yang sesuai baik pada tingkat produsen maupun konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 2 (dua) jenis saluran pemasaran yang dipilih oleh pengrajin kerupuk ikan untuk memasarkan hasil produksinya. Saluran pemasaran yang dipilih oleh para pengrajin kerupuk ikan di daerah penelitian adalah saluran pemasaran satu tingkat dan dua tingkat. Pada Gambar 6.1 menjelaskan mengenai macam-macam saluran pemasaran kerupuk ikan yang terjadi di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 2 (dua) jenis saluran

pemasaran yang dipilih oleh pengrajin kerupuk ikan untuk memasarkan hasil produksinya. Saluran pemasaran yang dipilih oleh para pengrajin kerupuk ikan di daerah penelitian adalah saluran pemasaran satu tingkat dan dua tingkat.

Penggunaan saluran pemasaran satu tingkat sebanyak 44 % pengrajin kerupuk ikan, sedangkan saluran dua tingkat sebanyak 56 %. Berdasarkan hasil saluran pemasaran ini jika dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Qodariyah (2013) diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) tingkat saluran pemasaran.



**Gambar Saluran Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan kabupaten Situbondo Tahun 2019**

#### Saluran Pemasaran Satu Tingkat

Saluran pertama adalah saluran pemasaran satu tingkat. Saluran pemasaran ini dinamakan saluran pemasaran satu tingkat yang terdiri dari pengrajin, pengecer dan konsumen. Saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 8 pengrajin dengan presentase 44 % pengrajin dari 18 pengrajin kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

#### Saluran Pemasaran Dua Tingkat

Saluran yang kedua adalah saluran pemasaran dua tingkat karena kerupuk ikan dijual hingga sampai pada konsumen dengan melalui dua lembaga pemasaran yaitu pengrajin, pedagang pengepul dan pengecer. Presentase yang diperoleh saluran dua tingkat yaitu sebesar 56 % yang digunakan oleh 10 pengrajin.

#### Keuntungan Pemasaran Antar Skala Agroindustri Kerupuk Ikan

Keuntungan pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan produsen

dan harga yang diberikan oleh konsumen. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka jumlah dari keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran disebut sebagai keuntungan pemasaran. Tabel 6.6 berikut menyajikan keuntungan pemasaran agroindustri kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo.

Berdasarkan Tabel 6.6 menunjukkan bahwa agroindustri kerupuk ikan skala kecil harga yang diterima pengrajin sebesar Rp 29.750/kg. Pedagang pengepul pada skala kecil mengeluarkan biaya tenaga kerja, harga beli, transportasi dan penyusutan alat. Sedangkan biaya lainnya yang terdiri dari, biaya tenaga kerja sebesar Rp 1.715/kg, biaya transportasi sebesar Rp 3.433./kg, dan biaya penyusutan alat sebesar Rp 272/kg, sehingga jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 35.170/kg.

Jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer pada skala kecil yaitu sebesar Rp 37.482/kg. Biaya yang paling banyak dikeluarkan oleh pedagang pengecer

adalah harga beli sebesar Rp 36.250/kg. Sedangkan biaya lainnya yang terdiri dari, biaya tenaga kerja sebesar Rp 248/kg, biaya transportasi sebesar Rp 796./kg, dan biaya penyusutan alat sebesar Rp 188/kg, Total keuntungan pemasaran

yang diperoleh skala kecil sebesar Rp 1.786/kg dan Ratio keuntungan dan biaya sebesar 0,02.

Tabel 6.6. Keuntungan Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan Skala Kecil Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Pelaku	Harga	
		(Rp/kg produk)	(%)
1.	<b>Pengrajin</b>		
	<b>a. Harga pengrajin</b>	<b>29,750</b>	<b>77.91</b>
2.	<b>Pedagang Pengepul</b>		
	<b>a. Harga beli</b>	<b>29,750</b>	<b>77.91</b>
	b. Biaya pemasaran		
	Tenaga Kerja	1,715	4.49
	Transportasi	3,433	8.99
	Penyusutan Alat	272	0.71
	c. Jumlah biaya pemasaran	35,170	92.10
	<b>d. Harga jual</b>	<b>36,250</b>	<b>94.93</b>
	e. Keuntungan	1,080	2.83
3	<b>Pedagang pengecer</b>		
	<b>a. Harga beli</b>	<b>36,250</b>	<b>94.93</b>
	Tenaga Kerja	248	35.15
	Transportasi	796	2.08
	Penyusutan Alat	188	0.49
	b. Jumlah biaya pemasaran	37,482	98.15
	<b>c. Harga jual</b>	<b>38,188</b>	<b>100</b>
	d. Keuntungan	706	1.85
	<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>72,652</b>	
	<b>Total Keuntungan Pemasaran</b>	<b>1,786</b>	
	<b>Farmer Share</b>		<b>77.91</b>
	<b>Ratio Keuntungan dan Biaya</b>	<b>0.02</b>	

Sumber: Analisis data primer (2019).

Sedangkan untuk mengetahui keuntungan agroindustri pemasaran kerupuk ikan skala rumah tangga di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo tersaji pada Tabel 6.7.

Tabel 6.7 menunjukkan bahwa harga yang diterima pengrajin sebesar Rp 28.800/kg. Pada skala rumah tangga pengecer mengeluarkan jumlah biaya pemasaran sebesar Rp 29.094/kg

yang terdiri dari biaya penyusutan alat Rp 294/kg dan harga beli sebesar Rp 28.800/kg. sehingga total keuntungan pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 3.106/kg dengan Ratio keuntungan dan biaya sebesar 0,11 lebih Besar dari pada skala kecil karena rantai perdagangan yang lebih pendek terdapat pada skala rumah tangga.



Tabel 6.7 Keuntungan Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan Skala Rumah Tangga di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Pelaku	Harga	
		(Rp/kg produk)	(%)
1	<b>Pengrajin</b>		
	a. Harga Pengrajin	28.800	89,44
2	<b>Pedagang Pengecer</b>		
	a. Harga Beli	28.800	89,44
	Penyusutan Alat	294	0,91
	b. Jumlah Biaya Pemasaran	29.094	90,35
	c. Harga Jual	32.200	100
	d. Keuntungan	3.106	9,65
	<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>29.094</b>	
	<b>Total Keuntungan Pemasaran</b>	<b>3.106</b>	
	<b>Farmer Share</b>		<b>89,44</b>
	<b>Ratio Keuntungan dan Biaya</b>	<b>0,11</b>	

Sumber: Analisis data primer (2019).

#### Efisiensi Pemasaran

Suatu usaha dilakukan dengan melihat pasar yang potensial dan memungkinkan untuk dijangkau. Efisiensi pemasaran diukur dari *Farmer Share* yang diterima pengrajin/produsen, semakin tinggi nilai *Farmer Share* maka semakin efisien. *Farmer Share* adalah ratio antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen.

Guna melihat tingkat efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo terdapat pada Tabel 6.8 berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 6.8 didapatkan hasil bahwa *Farmer Share* ditingkat skala kecil adalah sebesar 77,91%, artinya seluruh harga yang dibayar oleh konsumen 77,91% diantaranya dinikmati oleh pengrajin. Pada skala rumah tangga *Farmer Share* sebesar 89,44%, artinya dari harga yang dibayar oleh konsumen dinikmati oleh pengrajin sebesar 89,44%. Hal ini karena usaha skala rumah tangga menggunakan saluran pemasaran satu tingkat. saluran pemasaran satu tingkat proses pemasarannya

lebih pendek dibandingkan saluran pemasaran dua tingkat yang proses pemasarannya panjang untuk sampai ketangan konsumen.

Untuk mengukur efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yaitu dilihat dari nilai *Farmer Share* apabila bagian yang diterima pengrajin <50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% maka pemasaran dikatakan efisien. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dilihat dari nilai yang tersaji pada Tabel 6.8 bahwa nilai *Farmer Share* >50%, maka saluran pemasaran skala kecil dan skala rumah tangga dianggap efisien dengan nilai sebesar 77,91% skala kecil dan 89,44% skala rumah tangga. Dilihat dari Tabel 6.8 efisiensi yang lebih tinggi terdapat pada saluran pemasaran skala rumah tangga, karena merupakan saluran pemasaran dengan harga ditingkat pengecer lebih rendah, dikarenakan pengecer membeli langsung kepada pengrajin. Semakin pendek saluran pemasaran suatu produk dengan margin pemasaran terendah dan *Farmer Share* yang tertinggi maka saluran pemasaran semakin ekonomis.

Tabel 6.8 Efisiensi Pemasaran Pada Setiap Saluran Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ikan Di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo Tahun 2019

No	Skala Usaha	Harga	Harga	Ratio	Farmer
		Tingkat Pengrajin (Rp/kg)	Tingkat Pengecer (Rp/produk)	Keuntungan Pemasaran	Share (%)
1	Skala Kecil	29.750	38.188	0,02	77,91
2	Skala Rumah Tangga	29.100	32.200	0,11	89,44

Sumber: Analisis data primer (2019).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang analisis pemasaran agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo dapat disimpulkan bahwa:

1. Tidak terdapat perbedaan tingkat keuntungan agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha. Rata-rata keuntungan pada skala kecil Rp 8.244/kg produk atau Rp 1.047.732/100 kg tepung sedangkan skala rumah tangga Rp 9.241/kg produk atau Rp 989.740/100 kg tepung.
2. Ada dua macam saluran pemasaran kerupuk ikan, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 44% pengrajin yang seluruhnya merupakan skala rumah tangga, b.) saluran dua tingkat digunakan oleh 56% pengrajin, seluruhnya pengrajin skala kecil.
3. Seluruh saluran pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan menguntungkan. Keuntungan lembaga pemasaran skala kecil sebesar Rp 1.786/kg produk sedangkan skala rumah tangga sebesar Rp 3.106/kg produk.
4. Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 77,91% lebih kecil daripada saluran satu tingkat yaitu sebesar 89,44% dengan rasio keuntungan dan biaya pada skala kecil yaitu 0,02 sedangkan pada skala rumah tangga 0,11 lebih besar dari skala kecil.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pola saluran pemasaran yang digunakan oleh pengrajin sebaiknya menggunakan saluran pemasaran satu tingkat yang terdiri dari pengrajin dan pengecer, karena lebih efisien dibanding saluran dua tingkat.

2. Untuk memperoleh keuntungan pengrajin diharapkan bisa meningkatkan produksi pengolahan agroindustri kerupuk ikan dengan mempersiapkan bahan baku yang cukup agar dapat melakukan produksi setiap hari.
3. Bagi pemerintah daerah agar mendorong dan mengontrol pengembangan agroindustri kerupuk ikan dengan diintensifikannya penyuluhan tentang penerapan pengolahan agroindustri yang baik agar usaha kerupuk ikan ini tetap layak diusahakan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Saragih, B. 1996. "*Pertanian Abad 21: Agribisnis Cara Baru Melihat Pertanian*" No. 27 Vol. VII. Badan Urusan Logistik. Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Taufik, A. 2018. *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Berbasis Bahan Baku Ikan Laut di Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo*. **Skripsi** (dipublikasikan). Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Jember. Jember.