

BAB III

KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Agroindustri merupakan bagian dari subsistem agribisnis, dan merupakan suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian.

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Pemasaran adalah aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Pemasaran melibatkan banyak kegiatan yang berbeda yang menambah nilai produk pada saat produk bergerak melalui system tersebut. Dalam rangka memasarkan suatu produk diperlukan peran lembaga pemasaran yang akan membentuk suatu jalur yang disebut saluran

pemasaran. Perbedaan jumlah produk yang dihasilkan produsen pada berbagai skala usaha akan mempengaruhi saluran pemasaran.

Pengusaha rumah tangga adalah rumah tangga ekonomi yang melakukan kegiatan produksi olahan pangan seperti Kerupuk ikan dalam hal ini perusahaan sebagai produsen, untuk mengetahui pemasaran Kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan dilakukan dengan cara mengikuti aliran pemasaran rengginang ikan dari produsen sampai ke konsumen.

Usaha kecil ialah sebuah perusahaan kecil yang operasinya relative kecil. Perusahaan itu umumnya (a). dikelola oleh pemilik sendiri, (b) memiliki beberapa pemilik lain, jika ada, (c) semua pemilik secara aktif terlibat dalam menjalankan urusan-urusan perusahaan kecuali mungkin anggota keluarga tertentu, (d) jarang terjadi pemindahan hak kepemilikan, dan (e) memiliki struktur modal yang sederhana.

Pengusaha kerupuk ikan yang ada di Desa Gelung Kecamatan Panarukan di kelola pengrajin bervariasi, yang dapat di kelompokkan dalam skala rumah tangga dan usaha kecil. skala akan mempengaruhi efisiensi penggunaan sumberdaya sehingga akan berpengaruh juga pada produktivitas dan penerimaan yang selanjutnya akan mempengaruhi keuntungan.

Ada berbagai macam saluran pemasaran, saluran pemasaran pendek tingkat nol yaitu dari produsen langsung kepada konsumen dan tidak melalui perantara, jadi margin pemasaran lebih kecil dibanding saluran pemasaran panjang. Saluran pemasaran tingkat satu, tingkat dua dan tingkat tiga merupakan saluran pemasaran panjang. Semakin panjang saluran pemasaran maka tingkat margin pemasaran

lebih besar. Semakin kecil margin pemasaran maka semakin efisien saluran pemasaran, suatu pemasaran dikatakan efisien apabila manfaat dari aliran komoditi dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat dalam mekanisme pemasaran.

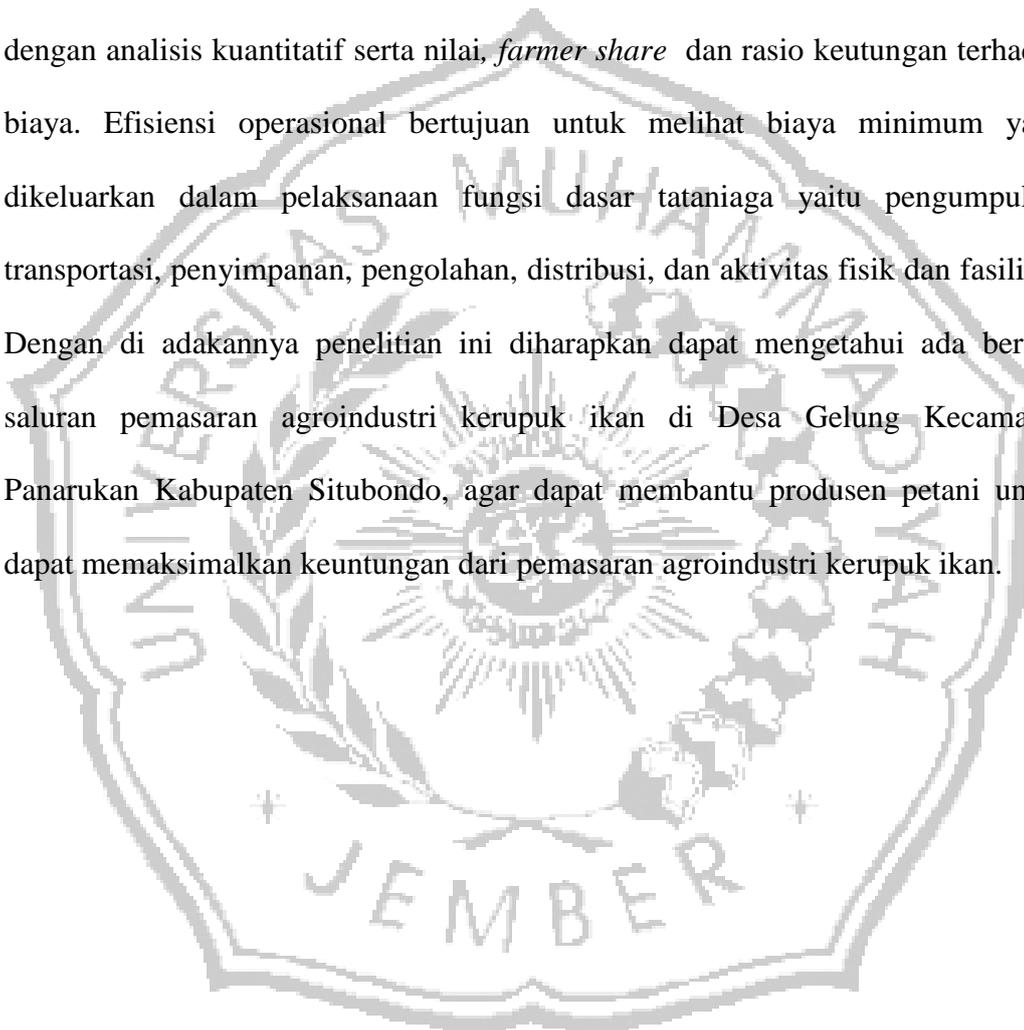
Bagi produsen, pemasaran efisien apabila bagian keuntungan yang diperoleh bernilai layak dan sebanding dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Bagi lembaga pemasaran, kegiatan pemasaran berjalan efisien apabila margin pemasaran tidak terlalu besar, hal ini berarti keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran adalah rasional. Sedangkan untuk konsumen efisiensi dapat diukur dari seberapa jauh share harga atas kegiatan pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk berada dalam kisaran murah.

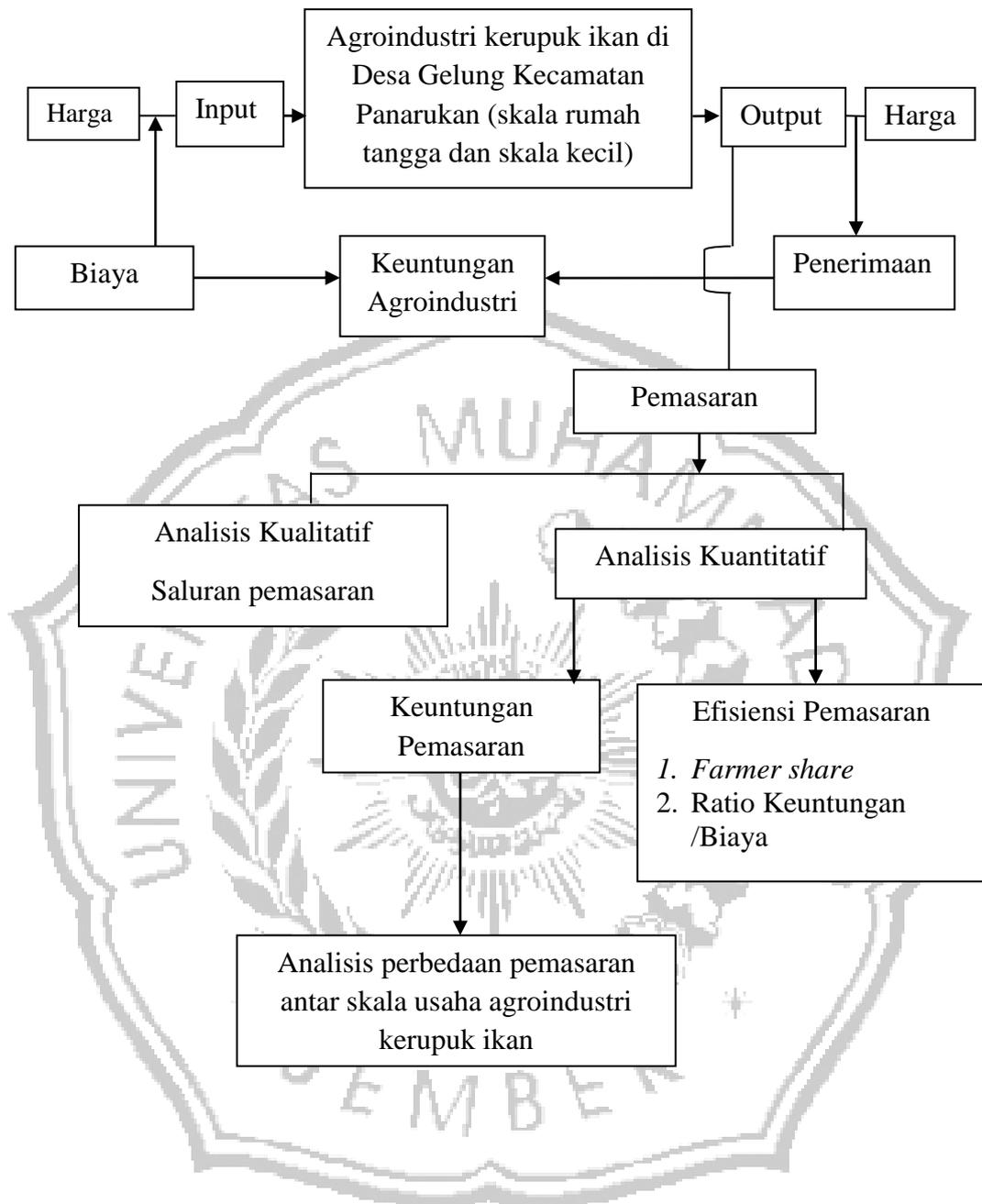
Seiring dengan perkembangan produksi kerupuk ikan di Desa Gelung ini, maka perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang menguntungkan produsen. Hal ini mengingat pemasaran memegang peranan yang dinamis dalam merangsang produksi dan konsumsi yang dapat mendorong produsen untuk melaksanakan perubahan dan perbaikan cara berproduksi yang sesuai dengan permintaan pasar. Beberapa sebab terjadinya rantai pemasaran yang panjang dan produsen seringkali dirugikan adalah, sebagai berikut:

- a. Pasar yang tidak bekerja secara sempurna
- b. Lemahnya informasi pasar
- c. Lemahnya produsen (pengrajin) memanfaatkan peluang pasar
- d. Lemahnya posisi produsen (pengrajin) untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik.

- e. Produsen (pengrajin) melakukan usahatani tidak didasarkan permintaan pasar, melainkan karena usahatani yang diusahakan secara turun menurun.

Dengan melihat beberapa fakta tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang analisis pemasaran agroindustri kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan dalam rangka untuk dapat mengukur melalui efisiensi operasional dengan analisis kuantitatif serta nilai, *farmer share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Efisiensi operasional bertujuan untuk melihat biaya minimum yang dikeluarkan dalam pelaksanaan fungsi dasar tataniaga yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi, dan aktivitas fisik dan fasilitas. Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui ada berapa saluran pemasaran agroindustri kerupuk ikan di Desa Gelung Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo, agar dapat membantu produsen petani untuk dapat memaksimalkan keuntungan dari pemasaran agroindustri kerupuk ikan.





Gambar Kerangka Pemikiran

3.2 Hipotesis

1. Diduga ada perbedaan keuntungan agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan.
2. Diduga ada beberapa macam saluran pemasaran agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan.
3. Diduga pemasaran agroindustri kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan menguntungkan.
4. Diduga pemasaran agroindustri pemasaran kerupuk ikan antar skala usaha di Desa Gelung Kecamatan Panarukan sudah efisien.

