

BAB VI

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

6.1 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 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 6.1 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 kerupuk 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.

6.2 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.

6.2.1 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. 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)	(%)
1. Biaya Tetap		
a. Sewa Lahan	837,500	31.13
b. Penyusutan Alat	2,880	0.11
Jumlah	840,380	31.23
2. Biaya Variabel		
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
Jumlah	1,850,374	68.77
Total Biaya	2,690,754	100

Sumber: Analisis data primer (2019).

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.

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.

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)	(%)
1. Biaya Tetap		
a. Sewa Lahan	301,000	14.23
b. Penyusutan Alat	2,099	0.10
Jumlah	303,099	14.33
2. Biaya Variabel		
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
Jumlah	1,812,444	85.67
Total Biaya	2,115,542	100

Sumber: Analisis data primer (2019).

6.2.2 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 6.4 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:

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 (Rp/100 kg tepung)	Perbedaan (Rp/100 kg tepung)	Probabilitas Signifikansi
1	Skala Kecil	1,047,732		
2	Skala Rumah Tangga	989,740	57,992	0,64

Sumber: Analisis data primer (2019).

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.

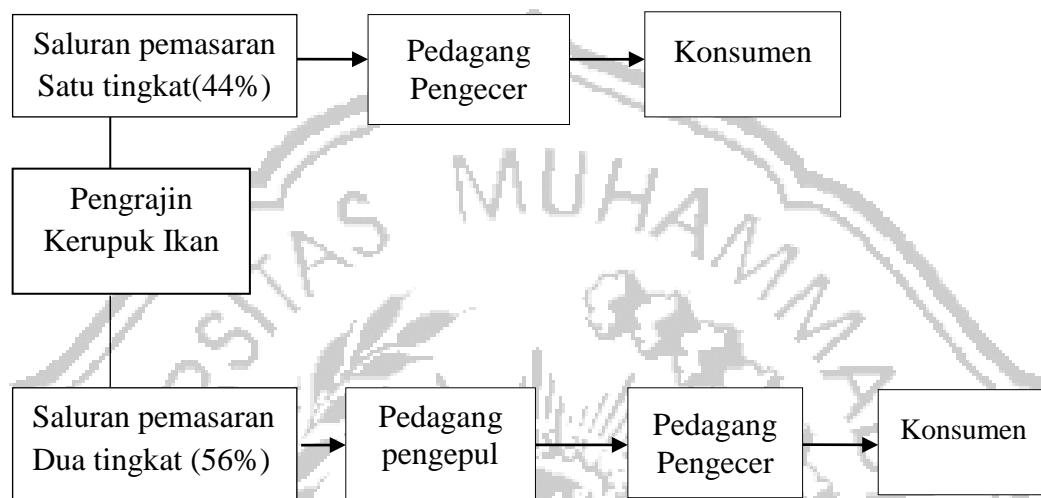
6.3 Saluran Pemasaran

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.



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

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.

6.3.1 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.

6.3.2 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.

6.4 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.

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.	Pengrajin		
	a. Harga pengrajin	29,750	77.91
2.	Pedagang Pengepul		
	a. Harga beli	29,750	77.91
	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
	d. Harga jual	36,250	94.93
	e. Keuntungan	1,080	2.83
3	Pedagang pengecer		
	a. Harga beli	36,250	94.93
	Tenaga Kerja	248	35.15
	Transportasi	796	2.08
	Penyusutan Alat	188	0.49
	b. Jumlah biaya pemasaran	37,482	98.15
	c. Harga jual	38,188	100
	d. Keuntungan	706	1.85
	Total Biaya Pemasaran	72,652	
	Total Keuntungan Pemasaran	1,786	
	Farmer Share		77.91
	Ratio Keuntungan dan Biaya	0.02	

Sumber: Analisis data primer (2019).

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

No	Pelaku	Harga	
		(Rp/kg produk)	(%)
1	Pengrajin		
	a. Harga Pengrajin	28.800	89,44
2	Pedagang Pengecer		
	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
	Total Biaya Pemasaran	29.094	
	Total Keuntungan Pemasaran	3.106	
	Farmer Share		89,44
	Ratio Keuntungan dan Biaya	0,11	

Sumber: Analisis data primer (2019).

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.

6.5 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.

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 Tingkat Pengrajin (Rp/kg)	Harga Tingkat Pengecer (Rp/produk)	Ratio Keuntungan Pemasaran	Farmer 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).

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.