

# KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK FIRDAUS PRATAMA (KFP) DI KECAMATAN PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR

## *THE PERFORMANCE ANALYSIS OF KERUPUK FIRDAUS PRATAMA AGROINDUSTRY IN PEKALONGAN DISTRICT, LAMPUNG TIMUR*

Anggit Saskia Rienjani<sup>1</sup>, Fembriarti Erry Prasmatiwi\*<sup>1</sup>, Adia Nugraha<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lampung

\*E-mail corresponding: fembriarti.erry@fp.unila.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengkaji pengadaan bahan baku kerupuk, menganalisis kinerja agroindustri dan bauran pemasaran kerupuk. Penelitian dilakukan di Agroindustri Kerupuk Firdaus Pratama (KFP), Desa Kali Bening, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Data penelitian diambil pada bulan Oktober sd November 2020. Pengadaan bahan baku kerupuk dianalisis menggunakan metode enam tepat. Kajian kinerja produksi menggunakan analisis produktivitas, keuntungan, biaya produksi, dan harga pokok penjualan. Bauran pemasaran dianalisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengadaan bahan baku kerupuk di Agroindustri KFT sudah mengikuti enam tepat. Kinerja Agroindustri KFP tergolong baik berdasarkan produktivitas produksi, produktivitas tenaga kerja, biaya produksi, dan harga pokok penjualan. Bauran pemasaran Agroindustri KFP cukup baik ditinjau dari empat aspek yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

**Kata Kunci** : agroindustri, bauran pemasaran, kelembagaan, kerupuk, kinerja

### ABSTRACT

*This study aimed to analyze the procurement of raw materials for crackers, the agroindustry's performance, and the crackers' marketing mix. The research was conducted at Kerupuk Firdaus Pratama Agroindustry (KFP), Kali Bening Village, Pekalongan District, East Lampung Regency. The data was collected from October - November 2020. The analysis method for procuring raw materials used six precise methods. Production performance uses analysis of productivity, profit, production costs, and cost of goods sold. Analysis of the marketing mix using descriptive qualitative analysis. The results showed that procuring raw materials for crackers in the KFT Agroindustry followed six steps. The performance of the KFP Agroindustry is classified as "good" based on production productivity, labor productivity, production costs, and cost of goods sold. The marketing mix of KFP Agroindustry is quite good in terms of four aspects: product, price, place, and promotion.*

**Keywords**: agroindustry, marketing mix, institutional, crackers, performance

### PENDAHULUAN

Provinsi Lampung memiliki usaha berskala kecil maupun menengah yang tersebar luas baik di kota/kabupaten maupun di pedesaan. Usaha ini menyerap banyak tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran. Usaha yang tersebar diharapkan dapat terus berkembang dengan

pesat dan terus memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Provinsi Lampung.

Terdapat 89.276 unit usaha yang berkembang di Lampung serta dapat menyerap tenaga kerja 270.137 orang. Unit usaha tersebut terdiri dari usaha kecil skala rumah tangga berjumlah 83.944 dan dapat

menyerap tenaga kerja 145.648 orang, sementara usaha kecil berjumlah 4.791 dan dapat menyerap tenaga kerja 34.471 orang, serta usaha menengah berjumlah 391 unit dan dapat menyerap tenaga kerja 76.103 orang. Jumlah usaha berskala besar 150 unit dan dapat menyerap 76.103 tenaga kerja (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2018).

Usaha kecil dan menengah tersebut diantaranya dalam bidang pengolahan hasil pertanian atau agroindustri. Agroindustri adalah kegiatan peningkatan nilai tambah dengan mengolah produk pertanian sebagai bahan baku menjadi produk olahan sehingga bernilai ekonomi lebih tinggi. Udayana (2010) menyatakan bahwa agroindustri dapat menjadi sektor yang dapat diandalkan dalam perekonomian baik di tingkat wilayah maupun nasional. Dengan demikian pembangunan pertanian berdasarkan potensi wilayah dan berbasis agroindustri perlu terus dikembangkan.

Ubi kayu merupakan komoditas pertanian yang potensial untuk dikembangkan di Provinsi Lampung. Provinsi ini merupakan penghasil singkong/ubi kayu tertinggi di Indonesia (Kementerian Pertanian, 2019). Kontribusi produksi ubi kayu Provinsi Lampung adalah 28,70% dari produksi nasional atau sebesar 5,45 juta ton umbi basah. Potensi

produksi ubi kayu yang besar dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku agroindustri.

Pengolahan ubi kayu dapat meningkatkan nilai tambah komoditas serta dapat menunjang program diversifikasi pangan dan dapat menopang ketahanan pangan masyarakat. Selain itu agroindustri berbasis ubi kayu diharapkan berdampak pada banyaknya tenaga kerja yang terserap serta dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Salah satu bentuk pengolahan ubi kayu adalah tepung tapioka yang dapat dijadikan sebagai bahan baku pembuatan kerupuk.

Agroindustri kerupuk Firdaus Pratama (KFP) telah berdiri sejak tahun 2007, agroindustri ini mengolah tepung tapioka yang dicampur dengan perasa udang menjadi kerupuk sari udang, selain kerupuk sari udang industri ini juga mengolah tepung tapioka menjadi kerupuk merah, kegiatan produksi berlangsung sejak tahun 2007. Agroindustri ini merupakan usaha individu atau perseorangan. Agroindustri KFP merupakan industri yang berskala kecil dengan jumlah karyawan sebanyak delapan orang. Produksi kerupuk yang dihasilkan Agroindustri KFP berkisar 5 kuintal sampai 6 ton/hari.

Dalam rangka pengembangan agroindustri kerupuk KFP diperlukan

kajian secara menyeluruh tentang keragaan agroindustri KFP tersebut meliputi kegiatan pengadaan bahan baku, menghitung kinerja produksi, saluran distribusi dan bauran pemasaran kerupuk KFP.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian merupakan studi kasus pada Agroindustri Kerupuk Firdaus Pratama (KFP) yang berada di Pekon (Desa) Kali Bening, Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Agroindustri KFP dipilih dengan pertimbangan agroindustri tersebut mengolah kerupuk dengan memanfaatkan bahan baku tapioka, berdiri sudah lama yaitu sejak tahun 2007 dan sampai sekarang masih aktif melakukan kegiatan produksi kerupuk. Agroindustri KFP sudah memiliki izin usaha resmi.

Responden penelitian adalah pemilik agroindustri, karyawan, pedagang, serta konsumen kerupuk KFP yang berjumlah 30 orang. Penentuan sampel pedagang secara *snowball sampling* (Soeratno dan Arshad, 2003). Penentuan sampel konsumen kerupuk KFP secara *accidental sampling*. Pengambilan data penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober-Nopember 2020.

### **Analisis Pengadaan bahan baku**

Pengadaan bahan baku dianalisis menggunakan indikator enam tepat (6T)

yang meliputi tepat tempat, waktu, kualitas, harga, jenis, dan tepat kuantitas seperti dilakukan Kartika *et al* (2022); Kusuma *et al* (2020)

### **Kinerja produksi Agroindustri KFP**

Kinerja produksi dihitung menggunakan analisis produktivitas, HPP (harga pokok produks), dan harga pokok penjualan, dan keuntungan.

### **Analisis Produktivitas**

Produktivitas merupakan perbandingan antara output atau produksi kerupuk dengan input yang digunakan.

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Output}}{\text{Input}}$$

### **Analisis Keuntungan**

Keuntungan ( $\Pi$ ) Agroindustri KFP dihitung berdasarkan penerimaan dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan yang dirumuskan sebagai berikut (Lestari *et al*, 2020; La Kamisi, 2011; Ramadan *et al*, 2022)

$$\Pi = \text{Penerimaan} - \text{Biaya}$$

### **Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP)**

Penghitungan HPP menggunakan cara Dunia dan Abdulah (2012) dan Kardinata (2000). HPP merupakan biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan adanya produksi, Biaya produksi dibedakan atas biaya bahan baku langsung serta biaya tenaga kerja langsung.

### **Harga Pokok Penjualan**

Penghitungan Harga pokok penjualan berdasarkan nilai HPP ditambah dengan beban nonproduksi atau beban komersial kemudian dibagi dengan kuantitas produksi yang dihasilkan agroindustry per periode produksi.

### **Bauran Pemasaran dan Saluran Distribusi**

Bauran Pemasaran kerupuk dianalisis berdasarkan penerapan bauran pemasaran. Penerapan bauran pemasaran agroindustry KFP berdasarkan *4P* (*product, price, place, dan promotion*) berdasarkan perspektif produsen dan konsumen. Saluran distribusi kerupuk dengan menganalisis saluran distribusi kerupuk dari produsen (agroindustry KFP) hingga konsumen akhir.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Agroindustry KFP bergerak pada usaha pengolahan kerupuk mentah dengan bahan baku tepung tapioka. Agroindustry KFP berdiri pada tahun 2007. Profil Agroindustry KFP disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Agroindustry KFP

<b>Uraian</b>	<b>Agroindustry KFP</b>
a. Tahun Berdiri	2007
b. Jumlah Tenaga kerja	8 orang
c. Kapasitas Produksi	1.200 kg
d. Frekuensi Produksi	10 kali/bulan
e. Jenis Produk	Kerupuk Merah dan Kerupuk Sari Udang
f. Skala Usaha	Mikro
g. Izin Usaha	SIUP

### **Pengadaan Bahan Baku Kerupuk**

Bahan baku langsung yang digunakan agroindustry KFP adalah tepung tapioka. Bahan baku tak langsung yang digunakan adalah bawang putih, garam, perasa udang, pewarna makanan, penyedap rasa (MSG), dan tenaga kerja yang melakukan kegiatan proses produksi. Keberhasilan proses produksi diperlukan manajemen pengadaan bahan baku. Pengadaan bahan baku dapat berjalan dengan baik apabila telah memenuhi elemen-elemen pengadaan bahan baku yang sesuai dengan kriteria enam tepat, yaitu tepat waktu, tempat, jenis, harga, kuantitas dan kualitas (Assauri, 1999). Bahan baku utama yaitu tepung tapioka dibeli dalam skala besar yaitu 6 ton atau 6.000 kg dalam satu kali pembelian. Tepung tapioka dibeli langsung ke pabrik tepung tapioka yang berada di dekat agroindustry KMP yaitu di Kecamatan Pekalongan, Lampung Timur. Dengan lokasi pabrik tapioka yang dekat dan sekali pembelian dalam jumlah banyak maka pengadaan bahan baku sudah memenuhi tepat waktu yaitu selalu tersedia dan tepat tempat yaitu bahan baku mudah diperoleh serta tepat kuantitas artinya jumlah sesuai dengan kebutuhan.

Tepung tapioka tersebut kualitasnya baik yaitu warna putih bersih dan tidak

berbau apek dan sesuai kualitas yang dibutuhkan. Hal ini berarti memenuhi standar tepat kualitas dan tepat jenis. Harga tepung tapioka Rp6.000/kg dan terjangkau bagi agroindustri KFP sehingga harganya masuk kategori tepat harga.

Kegiatan pengadaan bahan baku pada Agroindustri KFP sudah memenuhi komponen pengadaan bahan baku yang baik berdasarkan kriteria enam tepat. Penelitian Kusuma *et al* (2020) pada agroindustri keripik ubi kayu menunjukkan hal yang sama bahwa seluruh kriteria enam tepat dalam pengadaan bahan baku sudah sesuai dengan kriteria enam tepat.

**Kinerja Agroindustri**

Kinerja agroindustri dalam penelitian dianalisis berdasarkan beberapa aspek,

Tabel 2. Produktivitas kerupuk per bulan pada Agroindustri KFP

Jenis Kerupuk	Bahan baku tapioka (kg)	Tenaga kerja (Orang)	Output kerupuk (Kg)	Produktivitas	
				Produksi (kg/kg tapioka)	TK (kg/orang)
Sari Udang	3.000	30	3.000	1	100
Merah	3.000	30	3.000	1	100

Hasil penelitian ini sejalan dengan Yuroh dan Maesaroh (2018) yang menunjukkan bahwa jumlah produksi (*output*) mempengaruhi produktivitas agroindustri.

**Keuntungan Agroindustri**

Keuntungan Agroindustri KFP dapat dihitung dari selisih penerimaan dengan semua biaya. Biaya produksi kerupuk

yaitu produktivitas tenaga kerja, keuntungan, harga pokok produksi (HPP), dan harga pokok penjualan.

**Produktivitas**

Agroindustri KFP memproduksi dua macam kerupuk yaitu kerupuk sari udang dan kerupuk merah. Produksi kerupuk sari udang adalah 3.000 kg/bulan dan kerupuk merah sebanyak 3.000 kg/bulan. Bahan baku utama tepung tapioka yang digunakan adalah 3.000 kg/bulan sehingga produktivitas kerupuk sari udang dan kerupuk merah masing-masing 1 kg /1 kg bahan baku.

Dalam proses produksi kebutuhan tenaga kerja 30 orang, sehingga produktivitas tenaga kerja kedua jenis kerupuk tersebut adalah 100 kg/orang

dibedakan atas biaya langsung yaitu biaya pembelian bahan baku langsung tepung tapioka dan biaya pembayaran upah tenaga kerja langsung serta biaya *overhead* pabrik untuk pembelian bahan tak langsung yaitu untuk pembelian bahan pelengkap yang digunakan. Biaya bahan tak langsung kerupuk sari udang dan kerupuk merah

hampir sama dan hanya sedikit berbeda. Biaya bahan tidak langsung yang memiliki kesamaan adalah bawang putih, garam, pewarna makanan, penyedap rasa, kayu, listrik, solar dan bensin. Biaya bahan tidak langsung pada kerupuk sari udang yang berbeda dengan kerupuk merah adalah perasa udang, plastik kemasan, dan label dagang. Biaya tidak langsung pada agroindustri ini adalah biaya penyusutan, biaya listrik, dan biaya pajak (Tabel 3).

Tabel 3. Analisis keuntungan Agroindustri KFP

Keterangan	Jenis Kerupuk	
	Sari Udang (Rp/bulan)	Merah (Rp/bulan)
a. Penerimaan	36.000.000,00	36.000.000,00
b. Biaya Langsung	19.030.000,00	18.550.000,00
c. Biaya Overhead Pabrik	5.635.500,00	3.735.500,00
d. Biaya Produksi	25.077.409,72	23.237.409,72
e. Keuntungan Atas Biaya Langsung	16.970.000,00	16.970.000,00
f. Keuntungan Atas Biaya Total	10.922.590,28	12.822.590,28

Penerimaan Agroindustri KFP dari kedua jenis kerupuk masing-masing Rp 36.000.000/bulan, dengan total biaya pada kerupuk sari udang sebesar, Rp25.077.409,72 dan kerupuk merah sebesar Rp23.237.409,72

Keuntungan yang diperoleh oleh kerupuk merah lebih besar dibandingkan dengan kerupuk sari udang. Biaya produksi kerupuk sari udang lebih besar

dibandingkan dengan biaya produksi kerupuk merah. Biaya produksi kerupuk sari udang lebih besar karena pada proses produksi kerupuk sari udang ditambahkan bubuk perasa udang, selain itu plastik kemasan yang digunakan untuk membungkus kerupuk sari udang menggunakan plastik kemasan yang memiliki bahan yang lebih tebal dibandingkan dengan plastik kemasan kerupuk merah serta label dagang pada kemasan kerupuk sari udang tidak menggunakan kertas akan tetapi sablonan yang sudah menempel langsung pada plastiknya.

### Harga Pokok Produksi

Agroindustri KFP memproduksi 6.000 kg kerupuk selama satu bulan yang terdiri dari 3.000 kg kerupuk sari udang dan 3.000 kerupuk merah. Biaya produksi kerupuk sari udang adalah Rp25.077.409,72 dan biaya produksi kerupuk merah sebesar Rp23.177.409,72. Harga pokok produksi kerupuk sari udang yaitu sebesar Rp8.359,14/kg dan kerupuk merah sebesar Rp7.725,80/kg, harga pokok produksi kerupuk sari udang lebih mahal dibandingkan dengan kerupuk merah karena biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi kerupuk sari udang juga lebih besar. Apriyani *et al* (2020) menyatakan bahwa besarnya harga pokok

produksi dipengaruhi oleh jumlah produksi dan biaya produksi agroindustri

Tabel 4. Harga pokok produksi dan harga pokok penjualan kerupuk sari udang dan kerupuk merah

Keterangan	Jenis Kerupuk	
	Kerupuk Sari Udang	Kerupuk Merah
• Jumlah Produksi	3.000,00	3.000,00
• Biaya Produksi	25.077.409,72	23.177.409,72
• Harga Pokok Produksi	8.359,14	7.725,80
• Biaya Pemasaran	60.000,00	60.000,00
• Biaya Operasional	25.137.409,72	23.237.409,72
• Harga Pokok Penjualan	8.379,14	7.745,80
• Harga Jual	12.000,00	12.000,00
• Keuntungan	3.620,86	4.254,20

### Harga Pokok Penjualan

Besaran harga pokok penjualan ini sama dengan harga pokok produksi ditambah dengan biaya komersial atau pemasaran yang dikeluarkan oleh agroindustri. Tabel 4 menjelaskan Harga pokok penjualan kerupuk sari udang yaitu sebesar Rp8.379,14/kg dan kerupuk merah Rp7.745,80/kg. Harga pokok penjualan kerupuk sari udang lebih besar dibandingkan dengan kerupuk merah karena harga pokok produksi kerupuk sari udang lebih tinggi. Agroindustri KFP menjual produk kerupuk sari udang dan merah pada harga Rp12.000/kg, hal ini berarti harga yang ditetapkan oleh agroindustri sudah menguntungkan karena

lebih besar dibandingkan dengan harga pokok penjualannya. Keuntungan yang diperoleh dari kerupuk sari udang yaitu sebesar Rp3.620,86/kg, sedangkan kerupuk merah yaitu sebesar Rp4.254,20/kg. Hasil kajian Solekhah dkk (2018) menunjukkan bahwa besarnya harga pokok penjualan jagung sudah memperoleh keuntungan karena harga jual yang diterima berada di atas perhitungan harga pokok penjualan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Satria dan Kusuma (2020) yang menunjukkan bahwa besaran harga pokok penjualan bergantung terhadap jumlah laba yang ingin diperoleh oleh perusahaan.

### Bauran Pemasaran

#### Perspektif Pemilik Agroindustri

Berdasarkan prespektif pemilik agroindustri, kualitas dan tampilan kerupuk selalu diusahakan baik dan rapi agar dapat menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk kerupuk. Produk kerupuk dikemas dalam plastik pembungkus berukuran 5 kg. Kemasan atau pembungkus kerupuk berupa plastik yang tergolong kuat dan bagus. Penelitian Syarief *et al* (2019) agroindustri kerupuk bawang juga menggunakan kemasan plastic sebagai pembungkus.

Penetapan harga yang dilakukan oleh pemilik Agroindustri KFP dengan mempertimbangkan harga produk kerupuk

sejenis di pasaran. Harga jual kerupuk Agroindustri KFP adalah Rp12.000/kg dan harga produk kerupuk sejenis berkisar Rp10.000-15.000/kg. Penetapan harga jual pada agroindustri juga dengan mempertimbangkan biaya produksi dan harga pokok produksi. Agroindustri KFP menetapkan bahwa pembayaran konsumen terhadap produk kerupuk yang dibeli secara tunai dengan tujuan untuk meminimalisir kerugian.

Agroindustri KFP memasarkan produknya melalui pedagang besar, pengecer dan secara langsung kepada konsumen, biasanya konsumen akan langsung datang ke lokasi agroindustri untuk membeli produk kerupuk. Sasaran penjualan yang ditetapkan oleh pemilik agroindustri adalah seluruh kalangan masyarakat dikarenakan produk kerupuk dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Tempat pemasaran yang ditetapkan oleh Agroindustri KFP di Desa Kali Bening yaitu pemasaran langsung kepada pedagang besar dan pedagang pengecer. Agroindustri memasarkan produknya ke pasar-pasar yang ada di Kecamatan Pekalongan dan pasar Kota Metro. Selain itu, agroindustri kerupuk juga memasarkan langsung kepada konsumen di lokasi agroindustri. Lokasi agroindustri yaitu di Desa kali Bening

sudah tergolong strategis karena berada dekat dengan bahan baku, dekat dengan pasar, serta mudah dijangkau dengan transportasi motor maupun mobil

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Agroindustri KFP berdasarkan perspektif pemilik agroindustri masih kurang. Agroindustri belum melakukan promosi menggunakan media promosi yang baik. Agroindustri KFP dalam melakukan kegiatan promosinya dengan menggunakan metode *personal selling*. Pemilik agroindustri sudah berencana melakukan promosi menggunakan media pemasaran *online*. Pemilik mulai mempelajari cara untuk menjual produknya melalui situs jual beli *online* dan media sosial seperti *facebook* dan *instagram*. Penambahan media promosi ini dengan harapan bahwa penjualan produk kerupuknya dapat mengalami peningkatan dan produk dapat lebih dikenal oleh seluruh masyarakat di Indonesia.

### **Perspektif Konsumen**

Bauran pemasaran pada aspek produk di Agroindustri KFP secara keseluruhan sudah cukup baik dengan persentase sebesar 86,86. Indikator dengan persentase tertinggi yaitu kuantitas, karena menurut konsumen saat melakukan pembelian produk kerupuk tidak pernah ada keluhan mengenai *stock* kerupuk di agroindustri

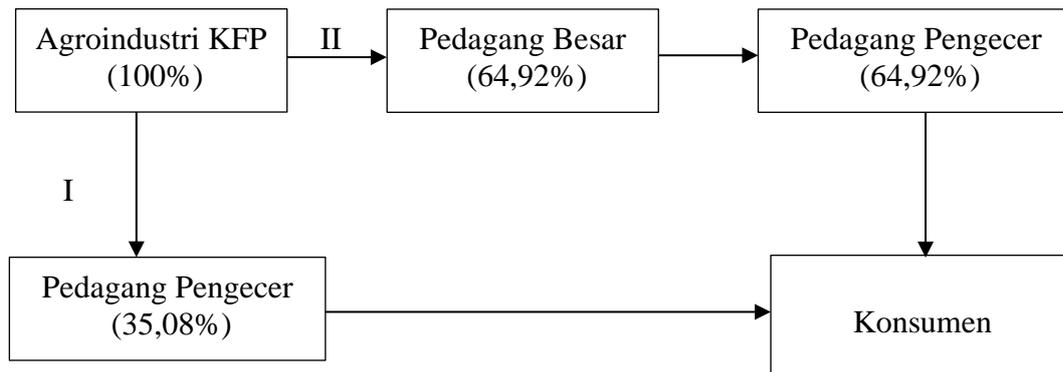
tersebut, selain itu agroindustri juga selalu menyediakan *stock* kerupuk untuk berjaga-jaga jika terdapat penambahan pesanan dari konsumen, sehingga konsumen tidak pernah mengalami kekurangan *stock* kerupuk, selain itu konsumen merasa bahwa kuantitas produk di Agroindustri KFP sangat memuaskan karena dalam satu kemasan terdapat 5 kg kerupuk. Secara keseluruhan komponen harga kerupuk pada Agroindustri KFP sudah cukup baik dengan persentase sebesar 87,33. Indikator yang memiliki persentase tertinggi pada aspek harga, yaitu harga relatif murah. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga kerupuk yaitu Rp 12.000/kg atau Rp 60.000/kemasan, harga tersebut sama pada ke dua jenis kerupuk. Harga kerupuk tersebut berdasarkan harga pasar dan biaya produksi, menurut para konsumen harga kerupuk sudah relatif murah dan sesuai dengan kualitas produk.

Bauran pemasaran produk kerupuk Agroindustri KFP pada aspek tempat secara keseluruhan sudah cukup baik dengan persentase sebesar 86,11. Indikator dengan persentase tertinggi pada komponen jangkauan transportasi. Berdasarkan hasil penelitian lokasi Agroindustri KFP terletak pada lokasi yang strategis, akses jalan menuju ke lokasi agroindustri juga luas dan mudah sehingga konsumen dapat

menjangkau agroindustri dengan mudah. Komponen promosi pada Agroindustri KFP secara keseluruhan masih tergolong kurang baik dengan persentase sebesar 58,40, hal disebabkan karena promosi yang dilakukan agroindustri masih kurang agresif dan persuasif. Indikator dengan persentase terendah yaitu komponen variasi media promosi dengan persentase sebesar 58,40. Akbar *et al* (2019) menunjukkan bahwa agroindustri harus menambah variasi promosi agar produk kerupuk bisa lebih dikenal dan memiliki jangkauan pasar lebih besar.

#### **Saluran Distribusi**

Ada dua macam saluran distribusi kerupuk pada Agroindustri KFP. Saluran pertama yaitu saluran dua tingkat yaitu saluran distribusi saat pedagang besar membeli ke produsen produk kerupuk dalam jumlah besar lalu menjualnya ke pedagang pengecer dan terakhir pedagang pengecer menjual ke konsumen. Jumlah kerupuk yang dijual melalui saluran I adalah 64,92 persen.



**Gambar 1. Saluran distribusi kerupuk sari udang dan merah Agroindustri KFP**

Saluran distribusi kedua yaitu saluran satu tingkat yaitu pada saat pedagang pengecer membeli langsung ke agroindustri KFP kemudian pengecer langsung menjualnya ke konsumen. Jumlah kerupuk yang dijual melalui saluran kedua adalah 35,08%.

Hasil penelitian Saepuloh *et al* (2021) dan Aprilia *et al* (2021) menunjukkan pemasaran pada usaha kecil melibatkan pedagang pengecer atau produk dijual langsung oleh produsen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian, yaitu proses pengadaan bahan baku dalam kegiatan produksi pada Agroindustri KFP sudah baik dan memenuhi kriteria pengadaan bahan baku, yang terdiri dari tepat waktu, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, tepat lokasi, dan tepat harga, sehingga tidak ada masalah dalam proses pengadaan bahan baku. Agroindustri KFP sudah memiliki

produktivitas produksi dan produktivitas tenaga kerja yang baik, serta sudah menghasilkan keuntungan dengan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan kerupuk lebih besar dibandingkan harga jual kerupuk yang ditetapkan oleh agroindustri. Bauran pemasaran pada Agroindustri KFP sudah cukup baik dilihat dari empat aspek, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Akan tetapi, aspek promosi masih perlu diperbaiki lagi karena masih kurang baik. Agroindustri KFP terdiri dari dua saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran satu tingkat dan saluran pemasaran dua tingkat.

## DAFTAR PUSTAKA

Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., dan Nugraha, A. (2020). Analisis bauran pemasaran, risiko, dan kinerja keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(1), 77-84.

- Aprilia, R.M., Noor, T.I. and Setia, B., 2021. Keragaan Agroindustri Sale Pisang Gulung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(1), pp.116-126.
- Apriyani, A., Haryono, D., dan Nugraha, A. 2020. Analisis harga pokok produksi, nilai tambah dan keuntungan agroindustri keripik tempe di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(4): 571-578.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi*. LPFE-UI. Jakarta.
- Badan Pusat Provinsi Lampung. 2018. *Konsep dan Definisi Industri Pengolahan*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung. Persada. Jakarta.
- Dunia, A.F. dan A. Wasilah. 2012. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kardinata, A. 2000. *Akuntansi dan Analisis Biaya: Suatu Pendekatan Terhadap Tingkah Laku Biaya*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kartika, E., Prasmatiwi, F.E. and Kasymir, E., 2022. Analisis Pengadaan Bahan Baku Dan Pendapatan Agroindustri Ikan Asin Teri Di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 10(1), pp.69-77.
- Kementan (Kementerian Pertanian). 2019. Produksi Ubi Kayu Menurut Provinsi, 2014 – 2018. [https://www.pertanian.go.id/Data5tahun/TPATAP-2017\(pdf\)/27-ProdUbikayu.pdf](https://www.pertanian.go.id/Data5tahun/TPATAP-2017(pdf)/27-ProdUbikayu.pdf)
- Kusuma, E.W., Widjaya, S. and Situmorang, S., 2020. Analisis pengadaan bahan baku dan nilai tambah agroindustri keripik ubi kayu di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 8(1), pp.70-77.
- La Kamisi, H., 2011. Analisis usaha dan nilai tambah agroindustri kerupuk singkong. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 4(2), pp.82-87.
- Lestari, T.A., Affandi, M.I. and Nugraha, A., 2020. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Emping Melinjo di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), pp.189-194.
- Ramadan, T.R., Setiawan, I. and Kurniawati, T., 2022. Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Kerajinan Tempurung Kelapa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), pp.767-775.
- Saepuloh, S., Rochdiani, D. and Yusuf, M.N., 2021. Analisis Saluran Pemasaran Kue Jahe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(2), pp.455-461.
- Soeratno dan L. Arsyad. 2003. *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP AMD YKPN. Yogyakarta.
- Solekhah, F., Zakaria, W. A., dan Marlina, L. (2018). Analisis harga pokok produksi dan harga pokok penjualan jagung di Kecamatan Sekampung Udik Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 6(4), 422-429.
- Syarief, L. N. A., Lestari, D. A. H., dan Kasymir, E. 2019. Keragaan Agroindustri Kerupuk Bawang Winda Putri di Kecamatan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 7(3) : 298-305.
- Udayana, I. G. B. 2010. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Skripsi*. Universitas Warmadewa. Denpasar.
- Yuroh, F., dan Maesaroh, I. 2018. faktor-faktor yang berpengaruh terhadap

pendapatan dan produktivitas  
Agroindustri Gula Kelapa Di  
Kabupaten Pangandaran. *Jurnal*

*Pemikiran Masyarakat Ilmiah  
Berwawasan Agribisnis*, 4(2), 254-  
273.