

KERAGAAN AGROINDUSTRI KERUPUK IKAN DI KECAMATAN KOTAAGUNG KABUPATEN TANGGAMUS

PERFORMANCE ANALYSIS OF FISH CRACKER AGROINDUSTRY IN KOTAAGUNG DISTRICT, TANGGAMUS

NUR FITRIYANI^{1*}, FEMBRIARTI ERRY PRASMATIWI², EKA KASYMIR³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Lampung

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis keuntungan dan nilai tambah agroindustri kerupuk ikan, dan bauran pemasaran. Penelitian dilakukan di tiga agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung, Kabupaten Tanggamus. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2022. Keuntungan agroindustri kerupuk dianalisis deskriptif kuantitatif dan nilai tambah dianalisis menggunakan metode Hayami serta bauran pemasaran dianalisis deskriptif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa agroindustri kerupuk ikan menguntungkan dan memberikan nilai tambah positif. Bauran pemasaran agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung masih menggunakan *personal selling*.

Kata Kunci : agroindustri, keragaan, kerupuk ikan

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the profit and added value of fish cracker agro-industry and marketing mix. The research was conducted in three fish cracker agro-industries in Kota Agung District, Tanggamus Regency. The research was conducted from April to May 2022. The profits of the cracker agro-industry were analyzed descriptively quantitatively and added value was analyzed using the Hayami method and the marketing mix was analyzed descriptively. The results showed that fish cracker agro-industry is profitable and provides positive added value. The marketing mix for the fish cracker agro-industry in Kota Agung District still uses personal selling.

Keywords: agroindustry, performance, fish crackers

PENDAHULUAN

Subsektor kelautan dan perikanan merupakan sumber pertumbuhan ekonomi negara. Subsektor perikanan memberikan kontribusi terhadap pembangunan Indonesia, sehingga 60% wilayah Indonesia adalah laut dan sisanya adalah daratan. Hal ini, ditopang oleh sifat iklim tropis, memungkinkan perikanan laut sebagai pengembangan

bisnis yang layak dan berkelanjutan disub-

sektor perikanan yang mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2016).

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi usaha perikanan di Propinsi Lampung yang menghasilkan produk olahan ikan laut. Kecamatan Kota Agung adalah salah satu wilayah di Kabupaten Tanggamus yang mempunyai potensi usaha pengolahan ikan yang menghasilkan berbagai produk olahan

ikan laut dan jumlah bahan baku ikan laut yang cukup dengan produksi perikanan tangkap yang memadai dan mengalami peningkatan dari tahun 2019 dan 2020 yaitu sebesar 10.874,91 ton dan 10.880,21 ton (Dinas Perikanan Kabupaten Tanggamus, 2021).

Salah satu agroindustri yang mengolah ikan laut menjadi kerupuk ikan berada di Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus yang masih tergolong skala usaha kecil. Selain itu, terdapat kendala berupa keterbatasan tenaga kerja, modal dan teknologisederhana yang menjadi penghambat produksi kerupuk ikan. Ada tiga bentuk kerupuk ikan yang diproduksi, seperti kerupuk jengek, kerupuk lempit, dan kerupuk anyam. Seringkali para pengolahkesulitan membeli ikan karena harganya yang mahal namun tetap membelinya untuk pembuatan kerupuk ikan. Adanya perubahan iklim mempengaruhi ketersediaan ikan untuk diolah sehingga menghambat produksi kerupuk ikan.

Pengolahan ikan dapat meningkatkan nilai tambah komoditas serta dapat menunjang program diversifikasi pangan dan dapat menopang ketahanan pangan masyarakat. Selain itu, ketiga agroindustri kerupuk ikan diharapkan berdampak pada banyaknya tenaga kerja

yang terserap serta dapat meningkatkan keuntungan dan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Melihat pentingnya keadaan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan dan nilai tambah, serta bauran pemasaran agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung, Kabupaten Tanggamus.

METODE PENELITIAN

Penelitian di tiga agroindustri kerupuk ikan menggunakan studi kasus, berlokasi di Kecamatan Kota Agung, Kabupaten Tanggamus. Agroindustri kerupuk ikan diambil dengan pertimbangan agroindustri tersebut masih aktif memproduksi kerupuk dengan tiga jenis yaitu kerupuk jengek, kerupuk lempit dan kerupuk anyam. Agroindustri kerupuk ikan sudah memiliki izin usaha formal berupa SIUP.

Responden penelitian adalah tiga agroindustri kerupuk ikan yaitu pemilik agroindustri, pedagang pengecer, dan konsumen. Masing-masing pedagang pengecer diambil dua orang dari tiga agroindustri kerupuk ikan secara *snowball sampling* (Soeratno dan Arsyad, 2003). Secara *accidental sampling* responden konsumen diambil sepuluh orang dari tiga agroindustri kerupuk ikan. Pengumpulan data penelitian berlangsung

selama bulan April sampai Mei 2022.

Analisis Keuntungan

Keuntungan tiga agroindustri kerupuk ikan dihitung berdasarkan penerimaan dikurangi biaya yang dikeluarkan (Lestari *et al*, 2020; LaKamisi, 2011; Ramadan *et al*, 2022; Rienjani *et al*, 2022)

$$\Pi = TR-TC \dots \dots \dots (1)$$

$$\Pi = (Y \cdot P_y) - (X \cdot P_x) \dots \dots (2)$$

Keterangan:

π = Keuntungan (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)
TC = Total biaya (Rp)

Y = Hasil produksi (kg)

P_y = Harga satuan produksi (Rp)

X = Faktor produksi (i = 1, 2, 3, ..
..... ,n)

P_x = Harga faktor produksi ke-i
(Rp)

Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah adalah penerapan metode Hayami (1987). Jika nilai tambah atau $NT > 0$ (positif), maka pengolahan kerupuk ikan memperoleh nilai tambah atau $NT < 0$ (negatif), maka pengolahan kerupuk ikan tidak memberikan nilai tambah.

Bauran Pemasaran dan Saluran Pemasaran

Bauran pemasaran kerupuk ikan dianalisis dengan menerapkan bauran

pemasaran. Implementasi bauran pemasaran agroindustri kerupuk ikan berbasis 4P (produk, harga, lokasi, dan promosi) dari perspektif ketiga pemilik agroindustri kerupuk dan konsumen akhir. Saluran pemasaran kerupuk ikan dianalisis dengan saluran pemasaran kerupuk dari pengolah kerupuk ikan hingga konsumen akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usia ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung berkisar 51 tahun. Pendidikan terakhir ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan yaitu tamatan Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan tidak memiliki pekerjaan sampingan dan pengalaman usaha sudah berjalan 10 hingga 40 tahun. Jumlah tanggungan keluarga berkisar ada 3 hingga 4 orang anggota keluarga yang menjadi tanggungan pemiliknya.

Rata-rata pedagang pengecer kerupuk ikan berusia 48 tahun. Tingkat pendidikan pedagang pengecer masih tergolong rendah, 83,33% tamatan SD dan 16,67% SLTA. Rata-rata pengalaman usaha berkisar 12 tahun.

Rata-rata konsumen agroindustri kerupuk ikan berusia 29 tahun. Konsumen agroindustri kerupuk ikan didominasi berjenis kelamin perempuan.

Tingkat pendidikan konsumen sebagian besar tamatan SD yaitu sebesar 37%.

Tabel 1. Profil agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus

Uraian	Agroindustri		
	CB	AN	SS
Pemilik Tahun Berdiri	Sutopo 2010	Nunung 1984	Bambang 1979
Jumlah TenagaKerja (Orang)	8	8	7
Kapasitas Produksi (Pack/produksi)	473	438	368
Frekuensi Produksi/bulan	8	8	8
Jenis Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Kerupukjengek • Kerupuklempit • Kerupukanyam 	<ul style="list-style-type: none"> • Kerupukjengek • Kerupuklempit • Kerupukanyam 	Kerupukjengek Kerupuk lempit Kerupuk anyam
Skala Usaha	Kecil	Kecil	Kecil
Izin Usaha	SIUP	SIUP	SIUP
Status Usaha	Milik Sendiri	Milik Sendiri	Milik Sendiri

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 1, agroindustri kerupuk ikan telah berkembang lebih dari 10 tahun. Status bangunan agroindustri kerupuk ikan milik sendiri. Agroindustri kerupuk ikan lebih banyak menyerap tenaga kerja dari dalam keluarga daripada dari luar keluarga, karena skala usaha masih relatif kecil.

Keuntungan Agroindustri Kerupuk Ikan menjadi biaya langsung yaitu biaya pembelian bahan baku ikan dan biaya untuk membayar tenaga kerja langsung serta biaya *overhead* pabrik untuk pembelian bahan tidak langsung yaitu untuk pembelian bahan tambahan yang digunakan. Biaya bahan tidak langsung kerupuk jengek, kerupuk lempit, dan kerupuk anyam hampir sama dan sedikit berbeda.

Biaya bahan tidak langsung yang memiliki kesamaan adalah tepung terigu, garam, penyedap rasa, pewarna makanan, bawang putih, telur, pemanis makanan, ketumbar, minyak goreng, tali rafia, air, merk dagang, plastic kemasan dan kayu bakar.

Biaya bahan tak langsung pada kerupuk jengek dan kerupuk lempit yang berbeda dengan kerupuk anyam adalah tepung tapioka, ikan, dan solar. Biaya tidak langsung ketiga agroindustri kerupuk ikan adalah biaya penyusutan, biaya listrik, dan biaya pajak disajikan pada Tabel 2.

Keuntungan ketiga agroindustri kerupuk ikan tersebut dapat dihitung dari selisih penerimaan seluruh biaya. Biaya produksi kerupuk ikan dibedakan

Tabel 2. Keuntungan agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung

1. Penerimaan	6.228.000,00	49.824.000,00
a. Jengek	1.838.000,00	14.704.000,00
b. Lempit	2.030.000,00	16.240.000,00
c. Anyam	2.360.000,00	18.880.000,00
2. Biaya		
Langsung	5.082.510,83	40.660.086,67
3. Biaya		
<i>Overhead</i>	274.917,57	2.199.340,60
4. Biaya		
Produksi	5.357.428,41	42.859.427,27
5. Keuntungan		
Atas Biaya	1.127.489,17	
Langsung		9.019.913,33
6. Keuntungan		
Atas Biaya	1.006.703,26	
Total		8.053.626,07

Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Ikan

Keterangan

Per Produksi	Per Bulan	
Rata-rata	faktor	konversi
	ketiga	
	(Rp)	(Rp)

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan rata-rata penerimaan ketiga agroindustri kerupuk ikandari tiga jenis kerupuk masing-masing sebesar Rp6.228.000/produksi dan Rp49.824.000/bulan. Rata-rata total biaya produksi ketiga agroindustri kerupuk ikan sebesar Rp5.357.428,41/produksi dan Rp42.859.427,27/bulan.

Rata-rata keuntungan atas biaya langsung yang diperoleh ketiga agroindustri kerupuk ikan sebesar Rp1.127.489,17/produksi dan Rp9.019.913,33/bulan. Sedangkan rata-rata keuntungan atas biaya total sebesar Rp1.006.703,26/produksi dan Rp8.053.626,07/bulan. Berdasarkan uraian di atas, usaha kerupuk ikan di tiga agroindustri sudah menguntungkan. agroindustri untuk kerupuk jengek sebesar 4,80 lebih besar dari kerupuk lempit dan kerupuk anyam yaitu sebesar 1,00 artinya satu kilogram tepung tapioka yang dibuat akan memperoleh lebih banyak kerupuk jengek sebesar 4,80 kilogram daripada kerupuk lempit dan anyam sebesar 1 kilogram.

Tabel 3 memperlihatkan nilai tambah yang diperoleh agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung dari satu kali produksi kerupuk lempit sebesar Rp18.805,47/kg lebih tinggi dari nilai tambah kerupuk jengek dan anyam sebesar Rp16.569,81/kg dan Rp15.626,04/kg, dengan persentase kerupuk lempit sebesar 36,87% lebih tinggi dibandingkan dengan kerupuk jengek dan anyam dengan persentase sebesar 32,49% dan 30,64%. Sehingga agroindustri kerupuk ikan memperoleh keuntungan lebih besar dari pengolahan kerupuk lempit daripada

pengolahan kerupuk jengek dan anyam.

Total pendapatan pekerja pembuatan kerupuk anyam adalah Rp14.777,54 lebih tinggi dari kerupuk jengek dan lempit yaitu Rp14.583,33 dan Rp12.276,92 dengan persentase tenaga kerja 49,26%

Tabel 3. Perhitungan *add value* agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus

Variabel	Nilai		
	Kerupuk Jengek	Kerupuk Anyam	Lempit
Output, Input dan Harga			
Output (Kg/produksi)	306,00	68,00	59,00
Bahan baku (Kg/produksi)	63,75	67,71	59,00
Tenaga Kerja (HOK/produksi)	12,40	11,08	11,63
Faktor Konversi	4,80	1,00	1,00
Koefisien Tenaga Kerja	0,19	0,16	0,20
Harga Output (Rp/kg)	6.000,00	30.000,00	40.000,00
Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	75.000,00	75.000,00	75.000,00
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)			
Harga bahan baku	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Sumbangan input lain (Rp/kg)	11.789,94	12.978,23	15.208,68
Nilai output	28.800,00	30.129,23	40.000,00
Nilai Tambah	16.569,81	18.805,47	15.626,04
Rasio Nilai Tambah	57,53	62,42	39,07
Imbalan Tenaga Kerja	14.583,33	12.276,92	14.777,54
Bagian Tenaga Kerja	88,01	65,28	94,57
Keuntungan	1.986,48	6.528,55	848,50
Tingkat Keuntungan	11,99	34,72	5,43
Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi			
Marjin Keuntungan	18.800,00	20.129,23	30.000,00
a. Keuntungan	10,57	32,43	2,83
b. Tenaga Kerja	77,57	60,99	49,26
c. Input lain	62,71	64,47	50,70

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

kerja dari nilai tambah kerupuk anyam sebesar 35,49% lebih besar dari kerupuk jengek dan anyam yaitu masing-masing sebesar 35,02% dan 29,49%. Apabila pengolah produksi satu kilogram tepung tapioka untuk kerupuk anyam akan memperoleh upah tenaga kerja lebih besar daripada produksi satu kilogram untuk kerupuk jengek dan lempit.

Keuntungan yang diterima agroindustri kerupuk ikan dari produksi kerupuk lempit sebesar Rp6.528,55 lebih besar dibandingkan dengan kerupuk jengek dan anyam yaitu sebesar Rp1.986,48 dan

Rp848,50. Nilai margin yang diperoleh agroindustri kerupuk ikan dari produksi kerupuk anyam sebesar Rp30.000 lebih tinggi daripada kerupuk jengek dan lempit yaitu sebesar Rp18.800 dan Rp20.129,23.

Nilai margin tenaga kerja dari pengolahan kerupuk jengek adalah 77,57% artinya 77,57% dari nilai margin adalah kompensasi yang diterima tenaga kerja, sebesar 60,99% untuk kerupuk lempit artinya 60,99% dari nilai margin adalah kompensasi yang diterima tenaga kerja sedangkan untuk kerupuk anyam 49,26% artinya 49,26% dari nilai margin yaitu kompensasi yang diterima tenaga kerja.

Usaha pengolahan kerupuk jengek,

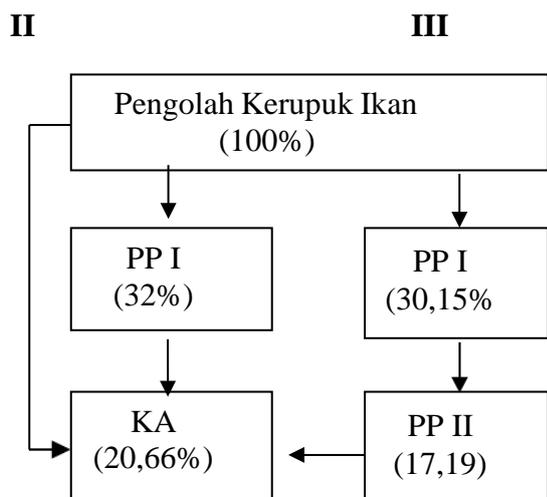
lempit dan anyam berdasarkan penelitian tergolong padat modal, karena margin keuntungan lebih tinggi dibandingkan pekerja. Temuan ini sama dengan penelitian Salsabilla *et al* (2019) bahwasannya agroindustri keripik pisang di Desa Sungai Langka bersifat padat modal dan sudah menguntungkan.

Saluran Pemasaran Kerupuk Ikan

Saluran pemasaran merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai lembaga pemasaran yang terlibat dan saling berkesinambungan dari pengolah kerupuk ikan sampai konsumen akhir. Model pemasaran kerupuk ikan dapat diidentifikasi dengan mengikuti alur pemasaran kerupuk ikan, dari pengolah kerupuk ikan hingga pedagang dan konsumen akhir.

Gambar 1 memperlihatkan saluran pemasaran pertama agroindustri kerupuk ikan yaitu saluran satu tingkat yaitu saluran distribusi saat konsumen akhir membeli ke produsen produk kerupuk ikan dalam jumlah sedikit untuk dikonsumsi. Jumlah kerupuk yang dijual melalui saluran I sebesar 20,66%. Saluran pemasaran II ialah saluran 2 tingkat saat pengecer membeli langsung ke pengolah kerupuk ikan lalu pengecer langsung menjualnya ke konsumen. Jumlah kerupuk yang dijual

melalui salurankedua sebesar 32%.



Gambar 1. Saluran pemasaran agroindustri kerupuk ikan

Keterangan:

PP I = Pedagang Pengecer Ke-1
PP II = Pedagang Pengecer Ke-2
KA = Konsumen Akhir

I = Saluran Pemasaran Ke-1
II = Saluran Pemasaran Ke-2
III = Saluran Pemasaran Ke-3

Saluran distribusi ketiga yaitu saluran distribusi tiga tingkat saat pedagang pengecer membeli ke pengolah kerupuk ikan dalam jumlah banyak lalu menjualnya ke warung dan warung menjual ke konsumen sebesar 30,15%. Sehingga pemasaran pada agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung melibatkan pedagang pengecer atau produk dijual langsung oleh produsen, Aprilia *et al* (2021) dan Saepuloh *et al* (2021).

Bauran Pemasaran Kerupuk Ikan Perspektif Pemilik Agroindustri

Produk adalah nilai keluaran yang dihasilkan dari proses kegiatan agroindustri yaitu berupa produk (kerupuk ikan). Produk akan dianalisis dengan melihat bentuk, ukuran, jumlah produksi, kemasan, merek atau cap dagang, keawetan, dan kualitas kerupuk ikan. Berikut komponen-komponen produk (*product*) berdasarkan ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Komponen *produk* ketiga agroindustri kerupuk ikan berdasarkan perspektif ketiga pemilik agroindustri

Komponen	Perspektif ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan
Kualiatas, jumlah, dan tampilan	Kualitas dan tampilan sudah baik
Bentuk pengemasan	Ketiga kerupuk dikemas menggunakan plastik pembungkus.
Cap dagang/merek dagang	Sudah terdapat merek dagang
Rasa dan keawetan	2 minggu

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 4 memperlihatkan komponen produk (*product*) berdasarkan perspektif ketiga pemilik agroindustri, bahwasannya kualitas dan tampilan kerupuk ikan selalu dijaga dengan baik dan rapih supaya dapat menjaga kepercayaan konsumen terhadap

produk kerupuk ikan. Produk kerupuk ikan dikemas dalam plastik pembungkus yang berukuran kecil dan besar. Pembungkus yang dipakai pada agroindustri kerupuk ikan berupa kemasan plastik dan masih tergolong sederhana. Penelitian Syarif *et al* (2019) agroindustri kerupuk bawang juga menggunakan kemasan plastik sebagai pembungkus.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga akan dianalisis dengan melihat bagaimana metode penetapan harga serta seberapa besar harga yang ditawarkan oleh pihak agroindustri. Berikut komponen-komponen harga (*price*) berdasarkan ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Komponen *price* agroindustri kerupuk ikan berdasarkan perspektif ketiga pemilik agroindustri

Komponen	Perspektif ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan
Penetapan harga	Harga yang berlaku di pasar dan biaya produksi kerupuk ikan
Harga kerupuk ikan	Terjangkau
Cara pembayaran kerupuk ikan	Tunai

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 5 memperlihatkan harga ditentukan oleh ketiga pemilik kerupukikan di agroindustri dengan memperhatikan harga pasar produk kerupuk yang sama. Harga produk kerupuk ikan pada ketiga agroindustri Sangat terjangkau sebesar Rp6.000,00/pack untuk kerupuk jengek, Rp30.000,00/pack untuk kerupuk lempit dan Rp40.000,00/pack untuk kerupuk anyam. Penelitian Aldharina *et al* (2016) penentuan harga juga dilakukan dengan pertimbangan harga produk kerupuk yang sama dipasaran.

Tempat (*place*) adalah area dimana perusahaan menyalurkan produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen. Tempat akan dianalisis dengan melihat bagaimana kestrategisan lokasi penjual kerupuk ikan dilihat dari alat transportasi yang ada. Tempat juga akan dianalisis dengan melihat bagaimana penyampaian produk kerupuk ikan hingga ke tangan konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran apa saja yang terlibat.

Berdasarkan Tabel 6. memperlihatkan lokasi agroindustri kerupuk ikan strategis dan mudah dijangkau kendaraan bermotor bagi konsumen yang hendak membeli kerupukikan. Target penjualan yang dituju oleh pemilik kerupuk ikan adalah masyarakat umum, karena produk kerupuk dapat dikonsumsi oleh semua kalangan.

Titik penjualan yang ditentukan oleh pemilik kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung adalah pemasaran langsung ke konsumen dan pengecer. Berikut komponen-

komponen tempat (*place*) berdasarkan ketiga pemilik agroindustri kerupuk ikan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Komponen *place* agroindustri kerupuk ikan berdasarkan perspektif ketiga pemilik agroindustri

Komponen	Perspektif ketiga pemilik agroindustri
	<u>kerupuk ikan</u>
Penjualan kerupuk	Diantarkan langsung oleh pedagang pengecer ke agen langganan
Sasaran pemasaran	Masyarakat umum
Lokasi pemasaran	Agen serta di lokasi agroindustri
Lokasi agroindustri	Strategis

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Promosi adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif berupa keunggulan produk yang dirancang untuk menarik pelanggan dalam menawarkan produk. Namun, kegiatan promosi ketiga agroindustri kerupuk ikan dari sudut pandang pemilik usaha kerupuk ikan masih kurang. Pemilik kerupuk ikan belum menjalankan kegiatan promosi dengan baik. Pemilik kerupuk ikan dalam melakukan kegiatan promosi melalui *personal selling*.

Pemilik kerupuk ikan berencana melakukan promosi melalui media *online*. Pemilik mulai belajar menjual produknya melalui situs belanja *online* dan penjualan *online* serta jejaring sosial melalui *Facebook* dan *Instagram*. Penambahan alat promosi ini didasari oleh harapan pemilik kerupuk ikan dapat meningkatkan penjualan produk kerupuknya dan membuat produk ini dapat lebih dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Perspektif Konsumen

Bauran pemasaran kerupuk ikan berdasarkan perspektif konsumen terdiri dari 4P (Produk, Tempat, Harga, dan Promosi). Analisis bauran pemasaran menurut perspektif konsumen menggunakan pedoman kategorisasi yang merujuk pada tiga kategori yang disusun berdasarkan skor likert terendah sampai tertinggi yaitu 5-1 dengan keterangan sebagai berikut.

Keterangan:

5 = Sangat Baik 4 = Baik

3 = Netral

2 = Cukup Baik 1 = Kurang Baik

Tabel 7. Komponen *produk* ketiga agroindustri kerupuk ikan berdasarkan perspektif konsumen

Komponen	TotalSkor	Persentase (%)
Kualitas	52,00	74,30
Kuantitas	48,33	69,07
Tampilan produk	45,33	64,80
Pengemasan	36,00	51,40
Rasa	52,00	74,30
Merek dagang	47,00	67,10
Keawetan	46,67	66,70
Rata-rata		66,81

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 7 memperlihatkan pemasaran produk kerupuk ikan ketiga pemilik kerupuk ikan secara umum sudah baik dengan rata-rata persentase sebesar 66,81%. Adapun indikator dengan persentase tertinggi adalah kualitas dan rasa, karena kerupuk ikan yang ada di Kecamatan Kota Agung dijemur sebelum digoreng hingga membuat rasanya lebih renyah dan gurih. Secara umum komponen harga ketiga agroindustri kerupuk ikan sudah cukup baik dengan rata-rata persentase sebesar 86,42%. Indikator dengan persentase tertinggi yaitu sesuai harapan dan relative murah disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Komponen *price* agroindustri kerupuk ikan

Komponen	Total Skor	Persentase (%)
Terjangkau	42,00	84,00
Sesuai harapan	48,67	88,00

Relatif murah	44,33	88,70
Potongan harga	43,33	86,70
Cara pembayaran	42,33	84,70
Rata-rata		86,42

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 8 memperlihatkan harga produk kerupuk ikan pada ketiga agroindustri sangat terjangkau sebesar Rp6.000,00/pack untuk kerupuk jengek, Rp30.000,00/pack untuk kerupuk lempit dan Rp40.000,00/pack untuk kerupuk anyam. Harga kerupuk ikan dilihat dari harga pasar dan biaya produksi. Dari sudut pandang konsumen, harga kerupuk ikan sudah relative murah dan sesuai dengan kualitas produk kerupuk ikan dengan persentase sebesar 88,70%. Buaran pemasaran produk kerupuk ikan secara keseluruhan dari aspek lokasi sudah sangat baik yaitu sebesar 77,24% disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Komponen *place* agroindustri kerupuk ikan

Komponen	Total Skor	Persentase (%)
Strategis	45,33	75,60
Berdekatan toko sejenis	47,67	79,40
Jangkauan transportasi	49,67	82,80
Kenyamanan	47,33	78,90
Jasa pesan antar	46,00	76,70
Distribusi produk	42,33	70,06
Rata-rata		77,24

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 9 memperlihatkan indikator dengan persentase tertinggi adalah jangkauan transportasi dengan persentase sebesar 82,80%. Lokasi strategis dan akses jalan yang lebar dan mudah menuju lokasi agroindustri, serta mudah dijangkau oleh konsumen. Secara keseluruhan komponen promosi ketiga agroindustri kerupuk ikan masih kurang baik dengan rata-rata persentase 49,06% disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Komponen *promotion* agroindustri kerupuk ikan

Komponen	Total Persentase Skor (%)
Kegencaran promosi	23,33 46,70
Membantu konsumen	24,00 48,00
Menarik	24,67 49,30
Sesuai kenyataan	25,00 50,00
Media bervariasi	25,67 51,30
Rata-rata	49,06

Sumber: Data Primer, diolah (2022)

Tabel 10 memperlihatkan indikator dengan persentase terendah yaitu kegencaran promosi sebesar 46,70%. Akbar *et al* (2020) menunjukkan bahwa agroindustri perlu melakukan diversifikasi promosi untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar produk kerupuk mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung sudah menguntungkan atas biaya tunai dan total per produksi dan per bulan. Adapun nilai tambah agroindustri kerupuk ikan menghasilkan $NT > 0$ dan memberikan nilai tambah positif. Bauran pemasaran pada pengolahan kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung perlu ditingkatkan dengan pemasaran *online* seperti *instagram*, *facebook*, *tiktok* dan *shopee*. untuk kelancaran agroindustri kerupuk ikan di Kecamatan Kota Agung.

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.
- Aldhariana SF, Lestari DAH, dan Ismono H. 2016. Keragaan agroindustri beras siger (Kasus di agroindustri Toga Sari Tulang Bawang dan Agroindustri Mekar Sari Kota Metro). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 4 (3):317-325. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1507/1361> [28 Juli 2020].
- 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.
- Dinas Perikanan Kabupaten Tanggamus. 2021. *Produksi Perikanan Tangkap Menurut Kecamatan dan Subsektor di Kabupaten Tanggamus (ton), 2019 dan 2020*. Badan Pusat Statistik. Tanggamus.
- Hayami Y, Kawagoe T, Morooka Y, Siregar
- M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, A Prespective From Sunda Village*. CGPRT Centre. Bogor.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2016. *Informasi Kelautan dan Perikanan*. Pusat Data Statistik dan Informasi Kementerian Kelautan dan Perikanan. Jakarta.
- Kusuma, E.W., Widjaya, S. and Situmorang,
- S. 2020. Analisis pengadaan bahan baku dan nilai tambah agroindustri kerupuk 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.
- Rienjani, A.S., Prasmatiwi, F.E. and Nugraha, A. 2022. Keragaan Agroindustri Kerupuk Firdaus Pratama (Kfp) Di Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), pp. 1310-1321
- Saepuloh, S., Rochdiani, D. and Yusuf, M.N., 2021. Analisis Saluran Pemasaran Kue Jahe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(2), pp.455-461.
- Salsabilla S, Haryono D, Syarief YA. 2019. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7 (1): 68-74. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3333>. [17 November 2021].
- Soeratno dan L. Arsyad. 2003. *Metodelogi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP AMD YKPN. Yogyakarta.
- 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.