

**ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN PEMASARAN
KERIPIK NANGKA (STUDI KASUS PADA USAHA BARU
IBU) DI DESA KUALUNENAS KECAMATAN TAMBANG
KABUPATEN KAMPAR
PROVINSI RIAU**

OLEH

WENDA RAHAYU

164210392

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

**ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN PEMASARAN KERIPIK
NANGKA (STUDI KASUS PADA USAHA BARU IBU) DI DESA KUALU
NENAS KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR
PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

**NAMA : WENDA RAHAYU
NPM : 164210392
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL
08 JULI 2021 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG TELAH DISEPAKATI SERTA KARYA ILMIAH INI
MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI
DOSEN PEMBIMBING**



KHAIRIZAL, SP., M.MA

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



Dr. Ir. Hj. SITI ZAHRAH, MP

**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**



SISCA VAULINA, SP., MP

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

TANGGAL 08 JULI 2021

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Khairizal, SP., M.MA	KETUA	
2.	Dr. Azharuddin M. Amin, M.Sc	ANGGOTA	
3.	Ir. Tibrani, M.Si	ANGGOTA	
4.	Ilma Satriana Dewi, SP, M. Si	NOTULEN	

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang"

Alhamdulillah Hirobbil' alamin

Sujud syukur saya persembahkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala

"Maha tinggi nan maha adil nan maha penyayang, atas takdirmu telah menjadikanku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman bersyukur dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi suatu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-citaku".

Saya persembahkan skripsi ini terutama untuk kedua orang tua saya Bani (Ayah), Suparni (Ibu) dan kepada Rahmad Muharia (Abang pertama), Irwan Sunarya (Abang kedua), Hendrika (Abang ketiga), saya sangat berterimakasih banyak karena sudah membantu saya dalam bentuk materi dan semangat untuk menyelesaikan kuliah saya hingga saya bisa mendapatkan gelar (S1) di fakultas pertanian universitas islam riau dan saya juga sangat berterimakasih kepada Mei Indri Ana, A.md. Kom (kakak), dan Rawian A.md.Kom (Abang ipar) yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada saya hingga saya dapat menyelesaikan kuliah saya.

Ucapan terimakasih saya untuk dosen pembimbing saya Bapak Khairizal, SP., M.MA yang selalu memberikan motivasi, pengetahuan, nasehat untuk saya supaya selalu belajar lagi dan memperluas wawasan. Beliau yang selalu baik hati dan sabar dalam membimbing saya hingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya dan terimakasih juga kepada Bapak/Ibu dosen serta karyawan dan tata usaha, kepada rekan-rekan dan semua pihak yang sudah memberikan semangat kepada saya di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, terimakasih dan saya bangga menjadi salah satu lulusan di kampus ini.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

WENDA RAHAYU (164210392), Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Keripik Nangka (Studi Kasus Pada Usaha Baru Ibu) di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, di Bawah Bimbingan Bapak Khairizal, SP., M.MA.

Agroindustri adalah suatu usaha yang mengolah komoditi hasil pertanian sebagai bahan baku yang dapat meningkatkan nilai tambah. Penelitian ini bertujuan untuk mengalisis 1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha keripik nangka; 2. Ketersediaan bahan baku, teknologi produksi, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan, efisiensi, nilai tambah; 3. Lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin*, efisiensi pemasaran; penelitian ini menggunakan metode studi kasus, pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, dimulai dari bulan Agustus 2020 sampai Januari 2021. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pengusaha agroindustri keripik nangka termasuk golongan tidak produktif, yaitu 65 tahun. Tingkat pendidikan selama 4 tahun, pengalaman usaha selama 8 tahun, jumlah tanggungan 1 jiwa. Usaha ini berdiri sejak tahun 2012 dengan skala usaha industri rumah tangga dan sumber modal milik sendiri. Penggunaan bahan baku sebanyak 150 Kg/Proses produksi. Teknologi yang digunakan sudah modern. Total biaya sebesar Rp. 1.112.862/proses produksi. Jumlah produksi keripik nangka dalam satu kali proses produksi sebanyak 10 Kg dari 150 Kg buah nangka segar dan harga jual produksi keripik nangka sebesar Rp. 140.000/Kg. Pendapatan kotor sebesar Rp. 1.400.000 dan pendapatan bersih sebesar Rp. 287.138/proses produksi. Efisiensi usaha sebesar 1,25. Nilai tambah usaha agroindustri keripik nangka sebesar Rp. 2.674/Kg dengan rasio nilai tambah 28,50%. Marjin yang diperoleh sebesar Rp. 5.380 dengan sumbangan input lain 50,29% dan keuntungan sebesar 37,15 % dalam satu kali proses produksi. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran keripik nangka adalah pengusaha menjual langsung ke konsumen dan ke pedagang pengecer. Saluran pemasaran I: pengusaha–pedagang pengecer–konsumen dan saluran pemasaran II: pengusaha-konsumen. Fungsi pemasaran yang dilaksanakan pengusaha yaitu penjualan, pembelian, pengangkutan, penyimpanan, permodalan, penanggung resiko, standarisasi, informasi pasar. Pada saluran pemasaran I menggunakan biaya sebesar Rp. 9.732,7/Kg dengan margin pemasaran sebesar Rp 20.000 dan *profit margin* sebesar Rp 10.267,3/Kg dengan efisiensi pemasaran sebesar 6,95%. Saluran pemasaran II menggunakan biaya sebesar Rp. 6.867,7/Kg dan tidak memiliki margin juga tidak memiliki profit margin karena pengusaha langsung menjual ke konsumen dan efisiensi sebesar 4,90% dimana sistem pemasarannya efisien.

Kata Kunci: Usaha Agroindustri, Nilai Tambah, Keripik Nangka, Pemasaran.

ABSTRACT

WENDA RAHAYU (164210392), Analysis of Agro-Industry Business and Marketing of Jackfruit Chips (Case Study on Mother's New Business) in Kualu Nenas Village, Tambang District, Kampar Regency Riau Province, Under the Guidance of Mr. Khairizal, SP., M.MA.

Agroindustry is a business that processes agricultural commodities as raw materials that can increase added value. This study aims to analyze 1. Characteristics of entrepreneurs and business profile of jackfruit chips; 2. Availability of raw materials, production technology, production factors, production processes, production costs, production, income, efficiency, added value; 3. Marketing institutions, marketing channels, marketing functions, marketing costs, marketing margins, profit margins, marketing efficiency; This research uses a case study method, the location selection is done purposively. This research was conducted in Kualu Nenas Village, Tambang District, Kampar Regency, starting from August 2020 to January 2021. The data sources used were primary data and secondary data. Data analysis used descriptive qualitative and descriptive quantitative analysis. The results showed that the age of the jackfruit chip agroindustry entrepreneur was in the unproductive group, which was 65 years. Education level for 4 years, business experience for 8 years, number of dependents 1 person. This business was founded in 2012 with a home industry business scale and own source of capital. The use of raw materials as much as 150 Kg / production process. The technology used is modern. The total cost is Rp. 1.112.862/production process. The production of jackfruit chips in one production process is 10 Kg from 150 Kg of fresh jackfruit and the selling price of jackfruit chips production is Rp. 140,000/Kg. Gross income of Rp. 1,400,000 and net income of Rp. 287,138/production process. Business efficiency is 1.25. The added value of the jackfruit chips agroindustry is Rp. 2.674/Kg with a value added ratio of 28.50%. The margin earned is Rp. 5,380 with the contribution of other inputs 50.29% and a profit of 37.15% in one production process. Marketing institutions involved in marketing jackfruit chips are entrepreneurs selling directly to consumers and to retailers. Marketing channel I: entrepreneur-retailer-consumer and marketing channel II: entrepreneur-consumer. The marketing functions carried out by entrepreneurs are sales, purchases, transportation, storage, capital, risk taking, standardization, market information. In the marketing channel I used a cost of Rp. 9.732,7/Kg with a marketing margin of Rp 20,000 and a profit margin of Rp 10.267,3/Kg with a marketing efficiency of 6,95%. Marketing channel II uses a fee of Rp. 6.867,7/Kg and has no margin nor does it have a profit margin because entrepreneurs sell directly to consumers and the efficiency is 4,90% where the marketing system is efficient.

Keywords: Agroindustry Business, Value Added, Jackfruit Chips, Marketing.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Keripik Nangka (Studi Kasus Pada Usaha Baru Ibu) Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, yang dibuat untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pertanian.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada kedua orang tua dan keluarga kandung yang telah memberikan pengorbanan dalam materi maupun moril kepada penulis. Penulis mengucapkan terimakasih kepada bapak Khairizal, SP., M.MA selaku pembimbing yang telah memberikan waktu dan bantuan, bimbingan serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin, namun bila ada kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, mohon kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, September 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha.....	10
2.1.1. Karakteristik Pengusaha.....	10
2.1.2. Profil Usaha.....	13
2.2. Usaha Agroindustri	14
2.2.1. Ketersediaan Bahan Baku	15
2.2.2. Teknologi Pengolahan.....	18
2.2.3. Faktor Produksi	19
2.2.4. Proses Produksi	20
2.2.5. Biaya Produksi	21
2.2.6. Produksi.....	24
2.2.7. Pendapatan	24

2.2.8. Efisiensi.....	26
2.2.9. Nilai Tambah.....	27
2.3. Pemasaran	29
2.3.1. Lembaga Pemasaran.....	29
2.3.2. Saluran Pemasaran	20
2.3.3. Fungsi Pemasaran.....	31
2.3.4. Biaya Pemasaran	32
2.3.5. Margin Pemasaran.....	33
2.3.6. <i>Profit Margin</i>	34
2.3.7. Efisiensi Pemasaran	34
2.4. Penelitian Terdahulu	36
2.5. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4. Konsep Operasional	42
3.5. Analisis Data	44
3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha....	44
3.5.2. Analisis Usaha Agroindustri Keripik Nangka.....	45
3.5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Keripik Nangka	51
BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	54
4.1. Geografi dan Topografi penelitian	54
4.2. Keadaan Umum Penduduk.....	55

4.3. Tingkat Pendidikan	55
4.4. Mata Pencaharian Penduduk	56
4.5. Usaha Industri	57
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Keripik Nangka	58
5.2.1. Karakteristik Pengusaha Agroindustri Keripik Nangka	58
5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Keripik Nangka	61
5.2. Analisis Usaha Agroindustri Keripik Nangka	63
5.2.1. Ketersediaan Bahan Baku Agroindustri Keripik Nangka.....	63
5.2.2. Teknologi Pengolahan Agroindustri Keripik Nangka.	65
5.2.3. Faktor Produksi Agroindustri Keripik Nangka	65
5.2.4. Proses Produksi Agroindustri Keripik Nangka	68
5.2.5. Biaya Produksi Agroindustri Keripik Nangka	72
5.2.6. Produksi Agroindustri Keripik Nangka	74
5.2.7. Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka	74
5.2.8. Efisiensi Agroindustri Keripik Nangka.....	75
5.2.9. Nilai Tambah Agroindustri Keripik Nangka	76
5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Keripik Nangka	79
5.3.1. Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Keripik Nangka.....	79
5.3.2. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Profit Pemasaran, Efisiensi Keripik Nangka	82
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1. Kesimpulan	85

6.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	93



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Produksi Buah-Buahan Dan Sayuran Di Provinsi Riau Menurut Jenis Tanaman (Ton), 2016-2018 Provinsi Riau.....	4
2. Perhitungan Nilai Tambah Merode Hayami	49
3. Jumlah Sekolah Dan Murid Desa Kualu Nenas Tahun 2017	56
4. Mata Pencaharian Penduduk Desa Kualu Nenas Tahun 2017.....	57
5. Distribusi Umur, Pendidikan, Pengalaman Usaha, Jumlah Tanggungan Keluarga, Pelaku Usaha Dan Tenaga Kerja Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.....	59
6. Distribusi Penggunaan Bahan Baku Dan Bahan Penunjang Perproses Produksi Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.....	64
7. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Per Proses Produksi Usaha Agroindustri Kerpik Nangka Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	66
8. Distribusi Penggunaan Alat Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	67
9. Analisis Biaya Produksi, Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Perproses Produksi Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	73
10. Analisis Nilai Tambah Usaha Agroindustri Keripik Nangka Perproses Produksi Pada Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	77
11. Fungsi-Fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasaran Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	80

12. Biaya Pemasaran, Magin, Profit Margin, Dan Efisiensi Pemasaran Keripik Nangka Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.....

83



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Alir Proses Produksi Keripik Nangka.....	21
2. Kerangka Berfikir Penelitian.....	40
3. Proses Produksi Pengolahan Agroindustri Keripik Nangka	68
4. Buah Nangka.....	69
5. Pengupasan Buah Nangka.....	69
6. Perendaman Soda Dan Garam	70
7. Pencucian Buah Nangka	70
8. Penggorengan Buah Nangka.....	71
9. Penirisan Keripik Nangka	72
10. Saluran Pemasaran Keripik Nangka.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Distribusi Umur, Pendidikan, Pengalaman Usaha, Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha dan Tenaga Kerja Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.....	93
2. Distribusi Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Perproses Produksi Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	93
3. Biaya Investasi dan Penyusutan Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	94
4. Biaya Tenaga Kerja Usaha Agroindustri Pada Usaha Baru Ibu di Desa Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	95
5. Biaya produksi Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	96
6. Biaya Investasi dan Penyusutan Pada Pemasaran Keripik Nangka Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	97
7. Biaya Tenaga Kerja Pemasaran, Keripik Nangka Pada Usaha Baru Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	97
8. Biaya Transportasi Pemasaran, Keripik Nangka Pada Usaha Baru Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	98
9. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Profit Margin Dan Efisiensi Pemasaran Keripik Nangka Pada Usaha Baru Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021	98

10. Dokumentasi Penelitian Usaha Agroindustri Keripik Nangka
Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten
Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021 99



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian disektor pertanian. Sektor pertanian menjadi sangat penting, dimana laju pertumbuhan penduduk yang tinggi tidak seimbang dengan luas lahan pertanian yang sudah ada. Sektor pertanian dapat meningkatkan perekonomian bila dikelola dengan baik terutama melalui pendekatan agribisnis dengan cara melakukan pengembangan usaha agroindustri.

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara terutama negara yang bercorak agraris seperti indonesia. Pembangunan ekonomi menitik beratkan pada bidang pertanian dan industri yang berbasis pertanian atau biasa disebut agroindustri. Dalam sistem agribisnis, agroindustri adalah salah satu subsistem yang bersama-sama subsistem lain membentuk agribisnis. Sistem agribisnis terdiri dari subsistem input (agroindustri hulu), usahatani (pertanian), sistem output (agroindustri hilir) pemasaran dan penunjang. Dengan demikian pembangunan agroindustri tidak dapat dilepaskan dari pembangunan agribisnis secara keseluruhan. Pembangunan agroindustri akan dapat meningkatkan produksi, harga hasil pertanian petani, serta dapat menghasilkan nilai tambah hasil pertanian (Masyhuri, 1994).

Sektor pertanian dalam wawasan agribisnis dengan perannya dalam perekonomian nasional memberikan beberapa hal yang menunjukkan

keunggulan yang dapat dipertimbangkan. Keunggulan tersebut antara lain nilai tambah pada agroindustri, misalnya dengan cara pengawetan produk pertanian menjadi produk olahan yang lebih tahan lama dan memiliki nilai tambah. Mengingat sifat produk pertanian yang tidak tahan lama maka peran agroindustri sangat diperlukan.

Pertanian dalam arti luas terdiri dari lima sub sektor yaitu tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Kelima sub sektor pertanian tersebut bila ditangani lebih serius sebenarnya akan mampu memberikan sumbangan yang besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia mendatang, salah satu penanganannya yaitu dengan perkembangan perekonomian pada bisnis pertanian atau agribisnis (Soekartawi,1999).

Komoditi pertanian pada umumnya mempunyai sifat mudah rusak sehingga perlu langsung dikonsumsi atau diolah terlebih dahulu. Proses pengolahan yang disebut agroindustri dapat meningkatkan nilai guna komoditas pertanian. Kegiatan agroindustri merupakan bagian integral dari pembangunan sektor pertanian. Efek agroindustri mampu mentransformasikan produk primer ke produk olahan, sekaligus budaya kerja bernilai tambah rendah menjadi budaya kerja industrial modern yang menciptakan nilai tambah tinggi.

Agroindustri berasal dari dua kata, yaitu agricultural dan industri yang berarti suatu industri yang menggunakan komoditi hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya. Agroindustri adalah suatu usaha yang mengolah hasil komoditi pertanian sebagai bahan baku yang dapat diolah menjadi produk yang dapat memberikan nilai tambah serta memberikan manfaat lebih dari hasil komoditi pertanian sebelumnya.

Agroindustri adalah salah satu cabang industri yang berkaitan langsung dengan pertanian. Agroindustri merupakan bagian dari empat subsistem penyediaan sarana produksi, usahatani, pengolahan hasil (agroindustri), pemasaran dan sarana penunjang. Peranan agroindustri terhadap perekonomian nasional dapat dilihat dari kemampuannya meningkatkan devisa melalui ekspor. Penyediaan keperluan bahan baku pokok masyarakat dalam bentuk pangan bernilai gizi tinggi, serta peningkatan nilai tambah terhadap produksi pertanian, peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja (Soekartawi, 2003).

Tujuan dari agroindustri itu sendiri yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, meningkatkan nilai tambah produksi pertanian, menciptakan kesejahteraan para pekerjanya dan memperbaiki pembagian pendapatan. Pengetahuan agroindustri sangatlah kompleks disamping diperlukan pengetahuan bisnis yang didasarkan pada teori-teori ekonomi, sekaligus diperlukan pemahaman terhadap ilmu pertanian (Soekartawi, 2003).

Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa negara dan mampu mendorong munculnya industri lainnya. Dengan demikian berbagai upaya pengembangan agroindustri dilaksanakan dengan tujuan diantaranya: (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah, (d) menciptakan lapangan pekerjaan dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2001).

Usaha agroindustri merupakan jenis usaha yang bergerak dalam kegiatan memproses bahan baku hasil pertanian menjadi produk jadi atau produk setengah jadi dengan berbeda bentuk dan sifatnya serta mempunyai nilai tambah. Pengembangan industri pengolahan pangan di Indonesia yang didukung oleh sumber daya alam pertanian, baik nabati maupun hewani mampu menghasilkan berbagai produk olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal atau daerah. Saat ini di beberapa negara Asia banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan lokal dan diolah secara tradisional. Berkembangnya produk lokal tersebut, maka jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin banyak jumlahnya (Soleh, 2003).

Agroindustri keripik nangka merupakan agroindustri berbahan baku buah nangka segar kemudian diolah dengan berbagai proses sampai menjadi keripik nangka suatu produk yang menjadi tahan lama dan mempunyai nilai tambah tersendiri. Buah nangka termasuk buah yang masih belum banyak dibudidayakan dan juga termasuk buah yang mudah busuk jadi buah nangka ini diolah bertujuan supaya nangka tersebut dapat bertahan lama.

Nangka termasuk buah yang jarang untuk dijadikan usaha industri-industri seperti ini, padahal komoditas ini jika diolah dengan baik bisa jadi nilai tambah tersendiri dari buah nangka tersebut. Dan disini masih sedikitnya petani yang tertarik membuat perkebunan tanaman nangka yang menyebabkan usahatani hanya dilakukan sebagai usaha sampingan saja atau dijadikan sebagai tanaman perkarangan rumah.

Kota Pekanbaru merupakan kota yang cukup banyak memproduksi produk pertanian seperti produksi buah-buahan dan sayuran tahunan. Dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat langsung pada Tabel 1.

Tabel. 1. Data Produksi Buah-Buahan dan Sayuran di Provinsi Riau Menurut dan Jenis Tanaman (Ton), 2016-2018.

No	Jenis Tanaman	2016	2017	2018
1.	Alpukat	584,50	652,50	788,50
2.	Belimbing	926,50	1.067,90	1602,10
3.	Duku	2.011,90	2.555,80	4.785,80
4.	Durian	6.912,20	12.369,30	27.442,60
5.	Jambu biji	3.617,30	5.630,40	6.060,30
6.	Jambu air	1.773,20	2.937,00	3.994,90
7.	Jeruk siam	10.374,30	20.401,90	34.745,50
8.	Jeruk besar	327,40	848,10	1.405,20
9.	Jeruk	10.701,70	21.250,00	36.150,70
10.	Mangga	9.945,30	14.667,70	19.742,60
11.	Manggis	8.859,90	5.789,10	8.840,30
12.	Nangka	10.722,00	17.226,30	23.789,60
13.	Nenas	94.128,50	79.326,60	95.018,30
14.	Pepaya	12.157,70	14.163,20	19.783,30
15.	Pisang	25.163,90	38.809,40	46.587,10
16.	Rambutan	6279,20	16.759,80	21.903,20
17.	Salak	2.258,70	2.999,90	2.334,10
18.	Sawo	3.314,40	5.072,20	4.658,30
19.	Markisa	4,10	47,10	3,60
20.	Sirsak	514,60	584,40	712,40
21.	Sukun	1.091,10	1.724,40	2.178,00
22.	Melinjo	1.370,20	1.582,60	1.512,40
23.	Petai	756,40	1.599,20	1.997,20

Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2019.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa perkembangan buah nangka meningkat dari tahun 2016-2018, pada tahun 2016 produktivitas sebesar 10.722,00 pada tahun 2017 produktivitas kembali meningkat sebesar 17.226,30 dan pada tahun 2018 produktivitas sangat meningkat sebesar 23.789,60. Mengingat jumlah produksi buah nangka yang cukup besar yakni menempati urutan keenam pada data produksi buah-buahan dan sayuran di provinsi riau menurut dan jenis tanaman (Ton), 2016-2018. Mengakibatkan melimpahnya buah nangka dipasaran sehingga masyarakat tergerak untuk membuat buah nangka menjadi suatu produk yang lebih menguntungkan dan tahan lama dengan mengolahnya menjadi keripik nangka.

Untuk menghindari buah nangka ini menjadi busuk dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dan diharapkan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dengan cara mengolahnya menjadi makanan ringan seperti keripik nangka dan menjualnya. Keripik nangka saat ini sudah cukup banyak dilirik oleh industri-industri rumahan yaitu pada desa kualu nenas. Dimana keripik nangka yang cukup unik dari pada keripik-keripik pada umumnya dari segi pengolahannya dan bahan bakunya, kalau dari bahan baku keripik pada umumnya menggunakan umbi-umbian atau buah pisang yang belum matang yang pada dasarnya bahan-bahan ini cocok jika diolah menjadi keripik dan harus diolah sebelum dikonsumsi. Tetapi kalau keripik nangka ini diolah dari buah nangka yang sudah matang dan memiliki rasa yang sangat manis, jadi ketika sudah diolah menjadi keripik nangka menjadikan makanan ringan ini sangat unik dan berbeda dari keripik lainnya yang pada akhirnya membuat masyarakat menjadi tertarik untuk berusaha keripik nangka ini dan berharap keripik ini laku di pasaran. Dimana proses pendistribusian keripik nangka ini ke pada konsumen dilakukan dengan melalui proses pemasaran. Pemasaran keripik nangka pada dasarnya merupakan institusionalisasi pelayanan untuk berpindah tangankan keripik nangka dari sisi produksi sampai ke pada konsumen.

Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Keripik Nangka (Studi Kasus Pada Usaha Baru Ibu) Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Sangat penting bagi produsen keripik nangka ini dalam melaksanakan usahanya untuk mendapatkan keuntungan dan pengembangan usahanya. Yang dimana mereka menjual keripik nangka yang mereka olah di Kios/ruko mereka sendiri yang terletak di pinggir jalan.

Dalam kenyataannya permasalahan yang didapat dalam usaha ini, seringkali produsen keripik nangka ini kurang memperhatikan manajemen usaha yang berkaitan dengan besarnya biaya, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usahanya dan produsen juga kurang untuk memperluas jangkauan pemasarannya padahal kalau diperluas dijual ke minimarket, supermarket, dan mal yang berada di perkotaan akan membuat produk banyak dikenal dan mudah dijangkau oleh masyarakat, dibandingkan hanya dijual pada pedagang pengecer dan di kios/ruko mereka sendiri, dan juga pada bahan baku yang tidak selalu ada kadang produsen mencari bahan baku jika ditempat biasanya habis produsen membeli atau mencari ditempat lain dan ini mengakibatkan harga bahan baku yang biasa tidak sama dari biasanya yang membuat produsen mengeluarkan biaya yang lebih untuk menjamin kelancaran usahanya terus berjalan.

Berdasarkan uraian di atas, untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di usaha ini dengan judul “Usaha Agroindustri dan Pemasaran Keripik Nangka (Studi Kasus Pada Usaha Baru Ibu) di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka itu dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pengusaha dan profil usaha pada Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau?
2. Bagaimana ketersediaan bahan baku, teknologi pengolahan, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan,

efisiensi, nilai tambah, dalam pengolahan keripik nangka untuk menghasilkan produknya di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau?

3. Bagaimana pemasaran meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin*, efisiensi pemasaran Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar provinsi riau?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha dan profil usaha pada Usaha Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar provinsi riau.
2. Ketersediaan bahan baku, teknologi pengolahan, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan, efisiensi, nilai tambah Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar provinsi riau.
3. Pemasaran meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin*, efisiensi pemasaran Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar provinsi riau.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri keripik nangka diharapkan dapat mengetahui apakah usaha dilakukan menguntungkan atau tidak.

2. Bagi pemerintah sebagai bahan referensi dan informasi sebagai badan pengambilan keputusan dan kebijakan.
3. Bagi peneliti dengan adanya penelitian ini peneliti dapat mengetahui proses produksi keripik nangka sekaligus memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah membahas usaha di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau yang mana responden dalam penelitian ini merupakan pemilik usaha industri rumahan (*home industry*) yang hanya memproduksi keripik nangka dalam skala kecil (skala rumah tangga). Dan dalam penelitian ini meliputi gambaran umum dari usaha agroindustri keripik nangka yang terdiri dari ketersediaan bahan baku, teknologi pengolahan, faktor produksi, proses produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan, efisiensi (*RCR*) dan nilai tambah. dan gambaran umum dari pemasaran keripik nangka ini terdiri dari lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin* dan efisiensi pemasaran.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Keripik Nangka

Usaha agroindustri diantaranya terdapat karakteristik dan profil usaha. Karakteristik terdiri dari umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah anggota keluarga. Profil usaha terdiri dari sejarah usaha, skala usaha, dan modal usaha yang sudah dijelaskan dibawah ini yaitu:

2.1.1. Karakteristik Pengusaha

Menurut Thoah (2010) berkaitan dengan karakteristik individu, bahwa individu membawa kedalam tatanan organisasi, kemampuan, kepercayaan pribadi, pengharapan kebutuhan dan pengalaman masa lalunya. Ini semua adalah karakteristik yang dimiliki individu dan karakteristik ini akan memasuki suatu lingkungan baru, yakni organisasi. Sumber daya yang terpenting dalam suatu organisasi adalah sumber daya manusia, setiap manusia mempunyai karakteristik individu yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Masa depan seseorang individu dalam organisasi tidak bergantung pada kinerja saja. Manajer juga menggunakan ukuran subyektif yang bersifat pertimbangan. Apa yang dipersepsikan oleh penilai sebagai karakter/perilaku karyawan yang baik atau buruk akan mempengaruhi penilaian.

Menurut Caragih (2013), karakteristik merupakan ciri atau karakteristik yang secara alamiah melekat pada diri seseorang yang meliputi umur, jenis kelamin, ras atau suku, pengetahuan agama atau kepercayaan dan sebagainya. Adapun karakteristik pengusaha yang akan diteliti sebagai

berikut: umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah anggota keluarga.

a. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan pekerjaan, umur dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008).

Menurut BPS (2018) pengelompokan umur menjadi beberapa kelompok:

1. Kelompok penduduk umur 0-14 tahun dianggap sebagai kelompok penduduk yang belum produktif secara ekonomis.
2. Kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok penduduk yang produktif.
3. Kelompok penduduk umur 64 tahun sebagai kelompok yang tidak lagi produktif.

Menurut Fitria (2013), umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat suatu pekerjaan dalam pekerjaan yang dilakukan maka semakin membutuhkan tenaga kerja yang kuat. Tenaga yang kuat sangat dipengaruhi oleh umur seseorang. Semakin tua umur seseorang

maka semakin menurun pula kemampuannya untuk bekerja. Sehingga untuk pekerjaan yang relatif berat biasanya dikerjakan oleh pekerja 25-45 tahun.

b. Tingkat Pendidikan

Menurut Hasibuan (2007), mengatakan bahwa pendidikan merupakan indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan pekerjaan. Individu akan dianggap mampu menduduki suatu jabatan tertentu dengan latar belakang pendidikan yang jelas dan tinggi.

Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku hidup sehat. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari, khususnya dalam hal kesehatan. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru (Suhardjo, 2007).

Menurut Hasyim (2003), tingkat pendidikan formal yang dimiliki pengusaha akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk pengusaha menerapkan apa yang diperolehnya untuk meningkatkan usahanya. Mengenai tingkat pendidikan pengusaha, dimana mereka yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam melaksanakan adaptasi inovasi.

c. Pengalaman Usaha

Menurut Padmowiharjo (1999), pengalaman merupakan pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan akan berdampak positif untuk melanjutkan mengadopsi suatu inovasi.

Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai pengusaha). Hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga langsung akan mempengaruhi pendapatan (Suwita, 2011).

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Soekartawi (2003), semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang ditanggung atau harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan pengusaha dalam berusaha.

Menurut Hasyim (2006), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga, akan mendorong petani untuk melakukan banyak kegiatan/aktivitas terutama dalam upaya mencari dan menambah pendapatan keluarga, karena semakin banyak jumlah tanggungan keluarga (anggota keluarga) akan semakin meningkat pula beban hidup yang harus dipenuhi.

2.1.2. Profil Usaha Agoindustri

a. Sejarah Usaha

Sejarah usaha merupakan hal-hal yang berkaitan dengan asal usul dimulainya suatu usaha. Didalam sejarah usaha biasanya berisi hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana usaha tersebut bisa berdiri dan apa-apa saja yang menjadi alasan pengusaha untuk memulai usaha tersebut. Dalam kasus usaha kecil menengah biasanya sejarah usaha dimulai dengan adanya skill dan tersedianya tempat serta modal untuk memulai usaha tersebut.

b. Skala Usaha

Menurut Astuti (2007), skala usaha adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya, dengan melihat berapa jumlah karyawan yang dipekerjakan dan berapa besar pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode akuntansi. Jumlah karyawan yang dipekerjakan dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan tersebut semakin banyak karyawan yang dipekerjakan maka skala perusahaan tersebut juga semakin besar. Jumlah pendapatan yang dihasilkan perusahaan dapat menunjukkan perputaran aset atau modal yang dimiliki perusahaan. Agar dapat mengatur keuangan yang semakin kompleks maka diperlukan informasi akuntansi sebagai alat untuk mengambil keputusan.

c. Modal Usaha

Pengertian modal usaha menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dalam Nugraha (2011). Modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya: harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis.

Menurut Rianto (2010) pengertian modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perubahan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak. Modal konkrit sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak sebagai modal pasif.

2.2. Usaha Agroindustri

Mangunwidjaja (2005), mendefinisikan agroindustri merupakan bagian dari kelompok industri pertanian sejak produksi bahan pertanian

primer, industri pengolahan atau transformasi sampai penggunaannya oleh konsumen. Berdasarkan analisis tersebut terdapat saling ketergantungan antara pertanian, dengan industri hulu, industri pengolahan pangan dan hasil pertanian, serta distribusi beserta peningkatan nilai tambah.

Yasin (1996) mengatakan bahwa pada prinsipnya untuk melakukan suatu usaha agroindustri adalah meningkatkan nilai tambah dari bahan baku dan input yang digunakan dalam proses industri. Dengan kata lain nilai tambah adalah merupakan imbalan jasa dari alokasi tenaga kerja dan keuntungan pengrajin. Besar kecilnya nilai tambah produk agroindustri tergantung pada teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan dan perlakuan terhadap produk tersebut.

Agroindustri pada suatu proses untuk meningkatkan nilai tambah dari bahan baku dan input lainnya yang digunakan dalam produksi. Dengan kata lain nilai tambah merupakan imbalan jasa dari alokasi kerja dan keuntungan pengrajin. Besar kecilnya nilai tambah produk agroindustri tergantung kepada teknologi yang digunakan dalam proses pengolahan perlakuan lainnya terhadap produk tersebut (Yasin, 2005).

2.2.1. Ketersediaan Bahan Baku

Menurut Handoko (2000), persediaan dapat dibedakan menurut posisi barang sebagai; (1) persediaan bahan mentah (*raw materialis*), persediaan barang-barang yang belum mengalami pemrosesan atau masih mentah, (2) persediaan komponen-komponen rakitan (*purchased paris*), yaitu persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen-komponen yang diperoleh dari perusahaan lain, dimana secara langsung dapat dirakit menjadi produk, (3) persediaan barang dalam proses (*work in proces*), yaitu persediaan barang-

barang yang merupakan keluaran dari tiap-tiap dalam proses produksi atau yang telah diolah menjadi sesuatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi, (4) persediaan bahan pembantu atau penolong (*supplies*), yaitu persediaan barang-barang yang diperlukan dalam proses produksi, akan tetapi tidak merupakan bagian atau komponen barang jadi, (5) persediaan barang jadi (*finished goods*), yaitu persediaan barang-barang yang telah selesai diproses atau diolah dalam bentuk produk dan siap untuk dijual atau dikirim kepada pelanggan.

Ketersediaan bahan baku dalam perusahaan bertujuan untuk menjamin keberlangsungan proses produksi. Menurut Sumayang (2003), ada tiga alasan persediaan diperlukan, yaitu (1) menghilangkan pengaruh ketidakpastian dimana dalam menghadapi ketidakpastian tersebut, maka perusahaan menetapkan yang namanya persediaan darurat atau *safety stock*, (2) memberi waktu luang untuk pengelolaan produksi dan pembelian, (3) untukantisipasi perubahan pada *demand* dan *supply* artinya permintaan dan penawaran yang dilakukan oleh penjual dan pembeli berubah pada setiapwaktu.

a. Tanaman Nangka

Nangka (*Artocarpusheterophyllus*) merupakan tanaman india selatan yang telah menyebar ke seluruh penjuru dunia, tidak terkecuali di indonesia. Tanaman buah nangka termasuk golongan tanaman tropis sehingga penyebaran dan pengembangannya lebih banyak ditemukan di daerah yang beriklim tropis. Keberadaan buah nangka tidak mengenal musim. Di indonesia, nangka cukup populer dan hampir ditemukan diseluruh daerah. Dalam dunia botani nangka termasuk *Ordo Urticales* dan *Famili Morceae* (Yustina, 1993).

Klasifikasi Tanaman Nangka

Adapun klasifikasi tanaman nangka dapat dilihat dibawah ini:

Kingdom : *Plantae*

Divisio : *Magnoliophyta*

Class : *Magnoliopsida*

Ordo : *Urticales*

Familia : *Moraceae*

Genus : *Artocarpus*

Spesies : *Artocarpus heterophyllus*

Syamsuhidayat dkk. 1991

b. Siklus Tanaman Nangka

Tanaman nangka merupakan jenis tanaman yang banyak ditanam di daerah tropis, seperti Indonesia. Tanaman ini cukup dikenal diseluruh dunia. Dalam bahasa Inggris disebut *Jackfruit*, sedangkan dalam bahasa latin disebut *Artocarpus heterophyllus*. Meskipun sampai saat ini nangka belum merupakan buah-buahan mayor di Indonesia, tetapi keberadaannya sudah sangat populer dan digemari sebagai buah segar. Tanaman ini umumnya ditanam sebagai tanaman kebun. Pohon nangka yang berbuah besar berbuah pada umur 5-10 tahun sedangkan nangka mini pada umur 1,5-2 tahun. Pada umumnya buah masak setelah 8 bulan sejak bunganya muncul. Umur maksimum produksi buah 20-30 tahun, sesudah itu harus diremajakan. Tanaman nangka berbuah sepanjang tahun dan bukan merupakan buah musiman. Produksi buah tertinggi dicapai sekitar bulan Oktober sampai Desember (Heyne, 1987).

a. Perspektif Islam Tentang Hak Pekerja dan Perniagaan.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ
(رواه ابن ماجة والطبري)

Artinya: " Dari Abdullah bin Umar ia berkata, "Rasulullah SAW bersabda: "Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya" (H.R Ibnu Majah dan Imam Thabrani).

{تَجَارَةٌ تُنَجِّيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih?" (Ash- Shaff: 10).

2.2.2. Teknologi Pengolahan Keripik Nangka

Teknologi adalah suatu alat untuk mempermudah manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dalam hal menyediakan kebutuhan dasar dan juga dimanfaatkan dalam kegiatan ekonomi (Akmadi, 2004). Teknologi merupakan perwujudan kemampuan manusia untuk memanfaatkan sumber daya alam melalui kegiatan-kegiatan produktif (Akmadi, 2010).

Teknologi pengolahan pada saat ini sudah berkembang maju sehingga perkembangan ini membawa dampak yang positif bagi para pelaku usaha. Perubahan dan penemuan teknologi mempunyai dampak signifikan terhadap banyak organisasi. Kekuatan teknologi menggambarkan peluang dan ancaman utama yang harus dipertimbangkan dalam merumuskan strategi kemajuan teknologi dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih berdaya guna ketimbang keunggulan yang sudah ada (David, 2004).

Teknologi proses produksi yang dapat diterapkan untuk agroindustri sangat beragam, dari yang sederhana (fisik, mekanik seperti pengeringan), teknologi sedang (reaksi hidrolisis) sampai teknologi tinggi (proses bioteknologi). Dengan ragam teknologi yang demikian luas, maka diperlukan strategi pemilihan teknologi yang tepat untuk pengembangan agroindustri dengan prinsip dasar pendayagunaan sumberdaya pertanian menjadi produk agroindustri yang mampu bersaing dipasaran dunia (Mangunwidjaja, 2005).

2.2.3. Faktor Produksi

Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi dan jasa. Awalnya, faktor produksi dibagi menjadi empat kelompok, yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan manajemen yang digunakan oleh perusahaan yang kemudian disebut sebagai faktor fisik (*physical resources*). Selain itu, beberapa ahli juga menganggap sumber daya informasi sebagai sebuah faktor produksi mengingat semakin pentingnya peran informasi di era globalisasi ini, (Graffin, 2006) secara total, saat ini ada lima hal yang dianggap sebagai faktor produksi, yaitu tenaga kerja (*labor*), modal (*capital*), sumber daya fisik (*physical resource*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), dan sumber daya informasi (*information resources*).

Faktor produksi dapat diklasifikasikan menjadi 2 macam: 1) faktor produksi tetap yaitu faktor produksi yang kuantitasnya tidak tergantung pada jumlah yang dihasilkan contohnya alat atau mesin yang digunakan dalam proses produksi. 2) faktor produksi variabel yaitu faktor produksi dimana jumlah dapat berubah dalam waktu yang relatif singkat. Sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan contohnya adalah bahan baku dan tenaga kerja (Suryani, 2012).

2.2.4. Proses Produksi

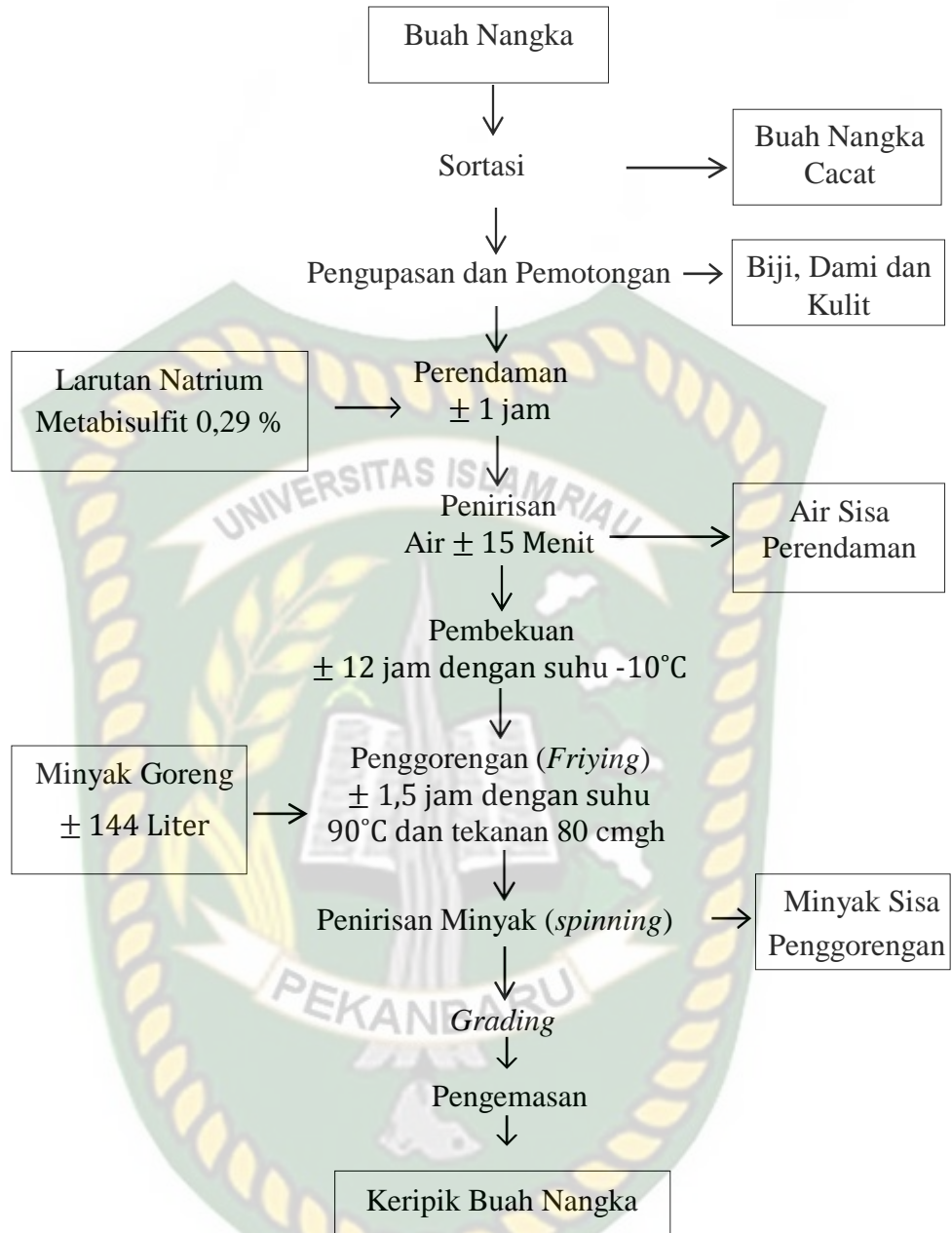
Ahyari (2002), proses produksi merupakan suatu cara, metode maupun teknik bagaimana kegiatan penciptaan faedah baru atau penambahan faedah tersebut dilaksanakan.

Menurut Yamit (2003), Proses produksi adalah “suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusi, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna”.

Menurut Reksomadiprojjo (2014), " proses produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat.

Assauri (2008), proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dana) yang ada atau juga diartikan sebagai cara, metode, ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan.

Sucipto (2018), Keripik nangka merupakan produk utama, yang dikelompokkan menjadi kualitas super dan kualitas ke dua (KW). Proses produksi keripik nangka menggunakan penggorengan vakum (*vaccum frying*) dengan diagram alir pada Gambar 1. Pada teknik penggorengan ini perlu dikontrol kondisi vakum dan bahan baku yang digoreng karena sangat menentukan hasil keripik nangka. Selain itu kondisi dan proses penirisan minyak (*spinning*) mempengaruhi kualitas produk akhir.



Sumber: Sucipto, 2018.

Gambar 1: Diagram Alir Proses Produksi Keripik Nangka Usaha SJ.

2.2.5. Biaya Produksi

Biaya adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh produsen untuk membiayai kegiatan produksi. Dalam proses produksi, faktor-faktor dikombinasikan, diproses kemudian menghasilkan suatu akhir yang disebut produk (Supardi, 2000).

Biaya produksi adalah besarnya biaya yang dikeluarkan pengusaha dalam melakukan kegiatan agroindustri. Dalam kegiatan agroindustri, besar kecilnya biaya produksi akan menentukan keberhasilan agroindustri tersebut untuk memperoleh pendapatan atau penerimaan yang maksimal. Pengeluaran biaya produksi yang besar belum tentu memberikan hasil yang besar pula, hal ini tergantung pada sejauh mana pengusaha dapat mengalokasikan biaya tersebut sesuai dengan kebutuhan agroindustri.

Kasifikasinya dalam perusahaan dibedakan menjadi dua yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang secara tetap dibayar atau dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha dan besarnya tidak terpengaruh oleh tingkat output, yang termasuk kategori biaya tetap adalah sewa lahan, sewa gedung, biaya penyusutan alat, sewa kantor, gaji pegawai atau karyawan (Supardi, 2000).
2. Biaya variabel (*variable cost*) adalah jenis biaya yang difungsikan untuk melengkapi biaya tetap dan bersifat dinamis. Ia mengikuti banyaknya jumlah unit yang diproduksi ataupun banyaknya aktivitas yang dilakukan. Pada biaya ini, jumlah yang akan dikeluarkan perunit atau peraktivitas justru berjumlah tetap sedangkan untuk biaya secara total jumlahnya akan menyesuaikan dengan banyaknya jumlah unit yang diproduksi ataupun jumlah aktivitas yang dilakukan (Soekartawi, 2010). Biaya variabel terdiri dari:
 - a. Bahan baku adalah bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain.

- b. Bahan penunjang adalah semua bahan selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang digunakan selama proses produksi berlangsung.
 - c. Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengrajin/pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undang termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan jasa yang telah atau akan dilakukan. Contohnya: gaji buruh, untuk buruh gaji dihitung setiap hari dimana mereka masuk kerja (Undang-Undang Tenaga Kerja Nomor 13 Tahun 2000, Bab 1, Pasal 1, Ayat 30).
 - d. Transportasi adalah kendaraan yang digunakan untuk proses membawa hasil produksi. Contohnya: seorang produsen yang mengantarkan hasil produksinya ketempat penampungan hasil olahannya, seperti pasar tradisional dan pasar modern.
 - e. Gas adalah bahan bakar untuk proses menggoreng keripik nangka.
 - f. Listrik adalah sumber energi yang disalurkan melalui kabel, guna penerangan proses produksi.
 - g. Tunjangan hari besar atau hari raya karyawan adalah memberikan tambahan gaji/upah bagi karyawan pada hari raya.
3. Biaya Total merupakan keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan, biaya total (*Total Cost*) didapat dari menjumlahkan biaya tetap total (TFC dari perkataan *Total Fixed Cost*) dan biaya berubah total (TVC dari perkataan *Total Varibael Cost*) (Suparmoko, 2001).

2.2.6. Produksi

Sudarman (2004), menyatakan bahwa produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Dalam pengertian yang bersifat umum ini penggunaanya cukup luas, sehingga mencakup keluaran (output) yang berupa barang atau jasa. Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi. Hasil produksinya dapat berupa barang-barang konsumsi maupun barang-barang *industry*. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa.

Produksi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan manfaat dengan cara menghubungkan faktor-faktor produksi kapital, tenaga kerja, teknologi. Pengertian produksi secara luas adalah dari suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang banyak menurut Pindyck (2007) menyatakan bahwa hubungan input dan output untuk setiap sistem produksi adalah sebagai fungsi dari karakteristik teknologi. Selagi teknologi dapat ditingkatkan dan fungsi produksi berubah, sebuah perusahaan dapat memperoleh lebih banyak output untuk serangkaian input tertentu.

2.2.7. Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang dijelaskan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya (Mubyarto,1994).

Besar kecilnya pendapatan yang diterima pengusaha tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan dan biaya-biaya yang

dikeluarkan. Namun harga output merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini pasar memegang peranan penting terhadap harga yang berlaku, sedangkan produsen selalu dalam posisi yang paling lemah kedudukannya dalam merebut peluang pasar (Soekartawi, 2002).

1. Pendapatan kotor suatu usaha adalah sebagai nilai produk total usaha dalam rangka waktu tertentu baik dijual atau yang tidak dijual.
2. Pendapatan bersih suatu usaha adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran kotor usaha pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi.
3. Pendapatan kerja keluarga adalah pendapatan yang diperoleh dari balas jasa dan kerja serta pengolahan yang dilakukan pengusaha dan anggotanya yang bertujuan untuk menambah penghasilan rumah tangga.

Pendapatan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih yang dapat diuraikan sebagai berikut: 1) pendapatan kotor memiliki pengertian yang sama dengan penerimaan, yaitu jumlah produk yang dihasilkan pada satu periode produksi dikalikan dengan harga persatuan produk tersebut. Pendapatan kotor dapat diperhitungkan dengan rumus: $(TR=Y.Py)$ dimana (TR) adalah total revenue (pendapatan kotor), (Y) adalah jumlah produksi dan (Py) adalah harga persatuan produk, 2) pendapatan bersih dalam suatu usaha merupakan selisih antara nilai output dengan semua biaya yang dikeluarkan secara nyata dalam satu periode produksi, pendapatan bersih ini diperhitungkan dengan rumus: $(\pi = TR-TC)$ dimana (π) adalah pendapatan bersih, (TR) adalah pendapatan kotor dan (TC) adalah total biaya (Soekartawi, 1995).

2.2.8. Efisiensi

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Efisiensi yang dijelaskan oleh Nicolshon (2002) sebagai pencapaian maksimum dari penggunaan sumber daya tertentu. Jika output yang dihasilkan lebih besar dari sumber daya yang digunakan maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi yang dicapai.

Pendapatan yang tinggi tidak selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan pendapatan yang besar tersebut diperoleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi persatuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah dicapai untuk memperbesar produk tanpa meningkatkan biaya keseluruhan (Rahardi,1999).

Soekartawi (1995), Efisiensi usaha dapat dihitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, yaitu dengan menggunakan R/C Rasio. R/C *Ratio* adalah singkatan *Return Cost Ratio* atau dikenal dengan perbandingan (nisbah) antara penerimaan dan biaya, secara matematis sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{R}{C}$$

Keterangan:

R = Penerimaan

C = Biaya Total

Kriteria yang digunakan dalam penentuan efisiensi usaha adalah:

- a. $R/C > 1$ berarti usaha industri yang dijalankan sudah efisien,
- b. $R/C = 1$ berarti usaha industri belum efisien atau usaha mencapai titik impas,
- c. $R/C < 1$ berarti usaha industri yang dijalankan tidak efisien.

2.2.9. Nilai Tambah

Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena komoditas telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu produksi. Nilai tambah ini merupakan balas jasa terhadap faktor produksi yang digunakan tersebut akan seperti modal, tenaga kerja dan manajemen perusahaan yang dinikmati oleh produsen maupun penjual (Suhendar, 2002).

Nilai tambah yang dihasilkan dari suatu pengolahan pada barang dan jasa, merupakan selisih antara nilai akhir suatu produk (nilai output) dengan nilai bahan baku dan input lainnya. Nilai tambah tidak hanya melihat besarnya nilai tambah yang didapatkan, tetapi juga didistribusi terhadap faktor produksi yang digunakan. Sebagian dari nilai tambah merupakan balas jasa (imbalan) bagi tenaga kerja, dan sebagian lainnya merupakan keuntungan pengolah. Metode analisis hayami adalah metode yang umum digunakan untuk menganalisis nilai tambah pada subsistem pengolahan (Netelda, 2006).

Hayami (1987) ada dua cara menghitung nilai tambah yaitu: (1) Nilai untuk pengolahan dan, (2) Nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang mempengaruhi adalah kapasitas produk, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga

kerja, sedangkan faktor pasar yang mempengaruhi adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lain selain bahan baku dan tenaga kerja.

Untuk menghitung nilai tambah suatu bahan baku yang diolah menjadi produk berbentuk lain maka dasar perhitungannya adalah sebagai berikut: bila kebutuhan bahan baku tiap kali produksi diberi simbol a ; dengan harga perkilogramnya adalah b ; output tiap kali produksi adalah c ; maka faktor konversi yang berlaku adalah $h = c/a$. Harga output perkilogram diberi simbol d , biaya input total selain bahan baku yang dibutuhkan tiap kilogram bahan baku yang diolah adalah e ; maka nilai produknya adalah $f = h \times d$, dari ketentuan tersebut bisa dihitung nilai tambah yang diperoleh pengusaha adalah sebesar Rp $(f - e - b)$ per kilogram bahan baku (Budhisatyiarini, 2008).

Hasil analisis nilai tambah ini dapat diketahui besarnya imbalan yang diterima oleh pengusaha dan tenaga kerja. Analisis nilai tambah juga berguna untuk mengetahui berapa tambahan nilai yang terdapat pada suatu output yang dihasilkan. Pada prinsipnya nilai tambah ini merupakan keuntungan kotor sebelum dikurangi biaya tetap (Purba, 1986).

Nilai tambah yang menggambarkan tingkat kemampuan menghasilkan pendapatan suatu wilayah pada umumnya yang termasuk dalam nilai tambah dalam suatu kegiatan produksi atau jasa adalah berupa upah atau gaji, laba, sewa tanah dan bunga yang dibayarkan (berupa bagian dari biaya), penyusutan dan pajak tidak langsung (Tarigan, 2004).

Zakaria (2007), Nilai tambah didapatkan dari besarnya nilai produk dikurangi dengan besarnya harga bahan baku dan nilai sumbangan bahan lain.

Nilai produk sendiri diperoleh dari hasil perkalian faktor konversi (perbandingan hasil produksi dengan jumlah bahan baku) dengan harga produk. Imbalan tenaga kerja diperoleh dari hasil perkalian koefisien tenaga kerja (perbandingan input tenaga kerja dengan jumlah bahan baku) dengan upah rata-rata tenaga kerja.

2.3. Pemasaran

Menurut Kotler (2000), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran (*marketing*), merupakan aktifitas sosial yang dilakukan baik untuk individu maupun oleh suatu kelompok untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkannya, aktifitas yang dimaksud adalah menciptakan, menawarkan, dan melakukan pertukaran dari nilai produk tersebut dengan pihak lain.

Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan kosumen sasaran. Kebutuhan dan keinginan konsumen sangatlah bergam dan berbeda- beda antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu pemasar perlu memerhatikan minat dan selera konsumen untuk dapat memenangkan persaingan, maka macam dan kualitas produk perlu ada pembaharuan-pembaharuan (Soekartawi, 2002).

Proses pemasaran mengandung segi mental dan fisik. Segi mental penjual harus paham apa yang diinginkan pembeli, selain itu pembeli juga harus paham apa yang mau dibeli. Segi fisik berarti barang-barang harus dipindahkan ketempat-tempat dimana mereka dibutuhkan pada waktu tertentu, jumlah serta kualitas yang diinginkan konsumen (Saefudin, 1986).

2.3.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan konektivitas dengan badan usaha dan atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa margin pemasaran. Lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut pengusahanya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya (Kotler, 2000).

2.3.2. Saluran Pemasaran

Aliran produk dari produsen hingga sampai ke konsumen dalam proses pemasaran hasil pertanian akan menciptakan suatu rangkaian yang disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang terbentuk berbeda-beda sesuai dengan komoditinya.

Kotler (2005) mendefinisikan saluran pemasaran sebagai perangkat organisasi saling bergantung yang terlibat dalam proses penyediaan produk atau layanan sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran melaksanakan pekerjaan pemindahan barang dari produsen ke konsumen.

Swastha (2000) dalam penyaluran barang konsumsi yang ditunjukan untuk pasar konsumen. Pada setiap saluran, produsen mempunyai *alternative* yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi sebagai berikut:

- a. Produsen → Konsumen
- b. Produsen → Pengecer → Konsumen

- c. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen
- d. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen
- e. Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen.

2.3.3. Fungsi Pemasaran

Menurut Hanafiah (1983), fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran. Fungsi pemasaran harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata rantai saluran barang-barang lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran. Fungsi pemasaran meliputi: (1) fungsi pertukaran yaitu meliputi penjualan dan pembelian, (2) fungsi pengadaan: yaitu meliputi pengangkutan dan penyimpanan, (3) fungsi pelancar yaitu meliputi permodalan, penanggungan resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar.

- a) Fungsi penjualan, yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.
- b) Fungsi pembelian, yaitu perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
- c) Fungsi pengangkutan, yaitu Bergeraknya atau perpindahan barang-barang dari tempat produksi dan tempat penjualan ke tempat-tempat dimana barang-barang tersebut akan dipakai.
- d) Fungsi penyimpanan, yaitu menahan barang-barang selama jangka waktu yang dihasilkan atau diterima sampai dijual, dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu, disamping bertendesi meratakan harga.
- e) Fungsi permodalan, yaitu mencari dan mengurus modal atau uang yang berkaitan dengan transaksi dalam arus barang dari sektor produksi sampai sektor konsumsi.

- f) Fungsi penanggungungan resiko, yaitu sebagai ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian, kerugian kerusakan.
- g) Fungsi standarisasi dan grading, yaitu penentuan dan penempatan standar golongan, (kelas atau derajat) untuk barang-barang. Standar adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang diterima oleh umum sebagai sesuatu yang mempunyai nilai tetap.
- h) Fungsi informasi pasar, yaitu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup: pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijaksanaan perusahaan, badan atau orang yang bersangkutan.

2.3.4. Biaya Pemasaran

Secara umum Biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usahataniannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya pun merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu satuan alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahataniannya (Rahim, 2007).

Biaya adalah pengorbanan yang dapat diduga sebelumnya dan dapat dihitung secara kuantitatif, dan secara ekonomis tidak dapat diundurkan dan berhubungan dengan suatu produksi tertentu. Secara garis besarnya dalam usaha/perusahaan industri pertanian dikenal dengan biaya tetap (*feed cost*), dan biaya variabel (*variabel cost*). Biaya tetap dapat dikatakan sebagai biaya yang totalnya tetap dalam setiap jumlah produksi. Biaya variabel adalah biaya yang tergantung dari volume produksi, biaya variabel berubah secara proposional dengan berubahnya output (Limbong, 1987).

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran, biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, biaya retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 1993).

Biaya pemasaran yaitu sejumlah pengeluaran perusahaan atau petani yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh lembaga yang bersangkutan (Saefuddin, 1986).

2.3.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung ke produsen, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Ismayanti, 2010).

Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara, harga yang dibayarkan oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen. Selain faktor itu, sifat barang yang diperdagangkan dan tingkat pengolahan juga mempengaruhi besarnya margin pemasaran, sifat barang yang secara keseluruhan akan menambah biaya pemasaran (Limbong, 1987).

Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi yaitu segi harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran sering menggunakan konsep margin yang dipandang dari sisi harga. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dan harga yang diterima petani (produsen) dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

2.3.6. Profit Margin

Menurut Munawir (2007), *profit margin* yaitu besarnya keuntungan koperasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih *profit margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

2.3.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah usaha untuk memperkecil input yang dihasilkan dan diukur dari *ratio* total keuntungan pemasaran dengan total biaya pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas dua macam yaitu, (1) efisiensi teknis dan (2) efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis adalah pengendalian fisik dari pada produk yang mencakup hal-hal yang meliputi; produsen teknis dan besarnya skala usaha dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah merosotnya mutu produk dan menghemat tenaga kerja. Sedangkan dengan efisiensi ekonomis adalah bahwa perusahaan atau industri dengan teknik, skill dan pengetahuan yang ada dapat bekerja atas dasar biaya rendah dan memperoleh profit (Saefudin, 1986).

Menurut Mubyarto (1994) pemasaran untuk komoditas pertanian dalam suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran. Pasar komoditas pertanian yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; ketiga, tersedianya fasilitas fisik pemasaran; dan keempat adanya kompetisi pasar yang sehat. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang bersangkutan. Pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien karena pasar yang bersaing sempurna memberikan intensif bagi partisipan pasar, yaitu produsen, lembaga-lembaga pemasaran, dan konsumen.

Menurut Hamid (2004), efisiensi pemasaran sangat penting supaya masing-masing lembaga mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah mereka keluarkan (output). Jika tidak ada efisiensi pemasaran maka ada pihak atau lembaga yang dirugikan karena mungkin lembaga tersebut telah mengeluarkan output lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkannya dan begitu juga sebaliknya, lembaga yang mengeluarkan output lebih kecil tetapi mendapatkan keuntungan yang besar, dan akan terjadilah kesenjangan keuntungan yang diperoleh.

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat produsen, konsumen dan lembaga-lembaga pemasaran. Untuk mengukur efisiensi pemasaran dapat dilakukan pendekatan struktur, keragaman dan tingkah laku pasar. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran dan mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2009).

2.4. Penelitian Terdahulu

Nurmedika (2013) dengan judul analisis pendapatan dan nilai tambah keripik nangka pada industri rumah tangga tiara di kota palu. Dengan tujuan untuk mengetahui besarnya penerimaan, pendapatan dan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka pada industri rumah tangga tiara di kota palu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan secara deskriptif. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah analisis pendapatan dan analisis nilai tambah. Hasil penelitian menunjukkan selama bulan juli tahun 2012 sebesar Rp. 58.500.5000, pendapatan sebesar Rp. 36.307.614,25 dan nilai tambah sebesar Rp. 33.167/Kg.

Rosnita (2014) dengan judul Analisis Agroindustri Keripik Nanas di Desa Kualu Nenas Kabupaten Kampar. Dengan tujuan untuk menganalisis biaya produksi, tingkat efisiensi dan proses pemasaran keripik nanas, serta menganalisis kelembagaan pendukung agroindustri keripik nanas. Penelitian dilakukan dengan metode survei. Data dianalisis secara deskriptif metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendapatan kotor pengusaha berkisar 21 miliar billion rupiah per bulan (untuk 1 unit mesin)

hingga 100 Milyar rupiah per bulan (untuk 4 unit mesin), tergantung jumlah unit mesin yang digunakan oleh pengusaha. Itu pendapatan bersih pengusaha berkisar antara 6 miliar rupiah keatas menjadi 39 miliar rupiah per bulan. Semakin tinggi tren kapasitas produksi, Tingkat efisiensi berkisar antara 1,27 (efisiensi rata-rata 1 unit mesin) sampai dengan 1,78 (the efisiensi rata-rata dari 4 unit mesin). Sedangkan nilai tambah yang diperoleh per unit mesin adalah sekitar 9 juta rupiah atau 38.000/kg.

Samsul (2016) dengan judul Analisis Pendapatan Agroindustri Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Dengan tujuan untuk megetahui besarnya pendapatan Agroindustri Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas. Metode yang digunakan adalah metode sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) agroindustri keripik nenas dan keripik nangka sudah menguntungkan. Pendapatan bersih yang diperoleh dari rata-rata 11 pengrajin adalah Rp. 6.471.896,32 per bulan untuk keripik nenas dan Rp. 1.289.921,91 per bulan untuk keripik nangka. (b) efisiensi usaha keripik nenas adalah sebesar 1,36, artinya bahwa setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 1,00 akan memberikan penerimaan sebesar Rp. 1,36. Sedangkan efisiensi usaha keripik nangka sebesar 1,90. Hal ini berarti usaha agroindustri keripik nenas dan keripik nangka sudah efisien dan menguntungkan. (c) titik impas (BEP) dalam unit produksi terjadi pada saat pengrajin memproduksi 96,15 kg keripik nenas per bulannya, dan BEP dalam unit penjualan sebesar Rp. 10.838.301,59. Sedangkan pada keripik nangka titik impas (BEP) dalam unit produksi terjadi pada saat pengrajin memproduksi 6,33 kg keripik nangka per bulan, dan BEP dalam unit penjualan sebesar Rp. 915.321,50.

Nurhidayati (2016) dengan judul Analisis Biaya dan Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka di Kabupaten Lombok Barat. Dengan tujuan (1) mengetahui jumlah biaya produksi (2) mengetahui dan menganalisis pendapatan dan (3) mengetahui masalah atau hambatan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan pengumpulan data menggunakan teknik survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: nilai produksi Rp. 1.155.000/produksi dengan biaya produksi Rp. 352,100/produksi, pendapatan sebesar Rp. 694,782 nilai produksi Rp. 1.155,000- Rp.352.100 maka diperoleh 197.000. dan masalah yang dihadapi oleh produsen agroindustri keripik nangka adalah hasil produk keripik nangka yang tidak seragam dan kurangnya bantuan pemerintah untuk memasarkan produk.

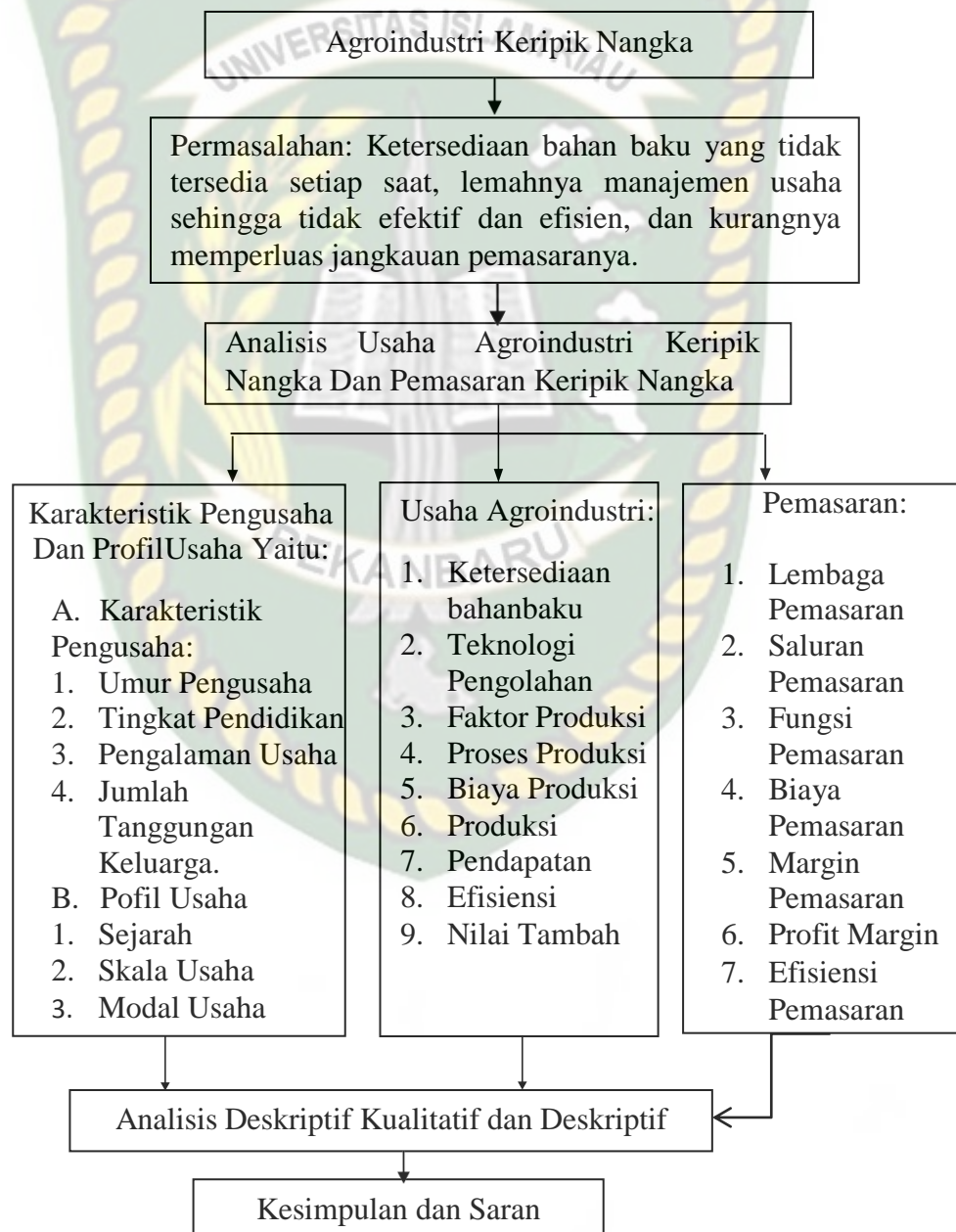
Rini (2017) dengan judul Rantai Pasok dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Agroindustri Keripik Panda Alami di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Dengan tujuan (1) mengetahui pola rantai pasok komoditas nangka (2) mengukur kinerja rantai pasok nangka (3) mengukur efisiensi rantai pasok. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Analisis yang digunakan secara deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pola aliran rantai pasok dimulai dari petani sebagai pemasok utama bahan baku. (2) kinerja rantai pasok nangka memiliki kriteria yang baik. (3) pengukuran efisiensi rantai pasok menunjukkan hanya 37,5 % pelaku rantai pasok yang sudah efisien secara teknis untuk kategori DMU petani dan 100 % efisiensi untuk kategori DMU retail dan DMU agroindustri. (4) Nilai tambah yang diperoleh dari penggorengan mesin vakum dan manual produk kerpik nangka dan keripik pisang memiliki nilai tambah yang positif dan layak untuk diusahakan.

2.5. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah buah nangka sebagai bahan baku agroindustri keripik nangka dan pemasaran keripik nangka pada Usaha Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Pada usaha industri pengolahan buah nangka yang diolah menjadi keripik nangka melalui proses produksi yang dihasilkan dari penggorengan merupakan salah satu tindakan yang tepat untuk meningkatkan daya tahan serta nilai tambah bagi buah nangka yang tidak tahan lama dan mudah busuk. Diharapkan untuk menghasilkan produksi yang tinggi dan berkualitas diperlukan suatu penanganan yang baik dan benar sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil proses produksi. Sehingga produksi ini menjadi produk yang banyak diminati oleh konsumen karena kualitas dan keunikannya sehingga dapat merangsang kegiatan agroindustri. Kenaikan pendapatan rumah tangga pengusaha karena adanya nilai tambah dari produk yang dihasilkan dan balas jasa tenaga kerja yang terlibat dalam agroindustri.

Selanjutnya analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif, serta analisis metode hayami. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis karakteristik pengusaha keripik nangka yaitu meliputi (umur pengusaha, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, jumlah tanggungan keluarga) dan serta profil usahanya meliputi dari (sejarah usaha, skala usaha, modal usaha). Serta ketersediaan bahan baku, teknologi pengolahan, proses produksi, faktor produksi dan produksi. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis usaha agroindustri keripik nangka ini yaitu, biaya produksi, pendapatan, efisiensi usaha dan nilai tambah. Dan

kemudian untuk menganalisis pemasaran, meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin*, dan efisiensi pemasaran, yang dianalisis secara analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan uraian tersebut, untuk mencapai tujuan penelitian maka disusun kerangka pemikiran, seperti yang dicantumkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus terhadap Usaha Agroindustri Keripik Nangka “Usaha Baru Ibu”. Tempat penelitian lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dikarenakan atas dasar pertimbangan bahwa usaha baru ibu yang merupakan usaha yang unik dan cukup lama berkembang hingga saat ini. Waktu penelitian ini dimulai dari Agustus 2020 sampai Januari 2021 yang meliputi kegiatan penyusunan usulan penelitian, survei penelitian, pengumpulan data lapangan, analisis data dan penyusunan laporan akhir.

3.2. Teknik Pengambilan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha dan tenaga kerja Agroindustri Keripik Nangka “Usaha Baru Ibu” di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, yang diambil secara sensus yang terdiri dari satu pengusaha dan 4 orang tenaga kerja. Pemilihan responden yang dijadikan penelitian ini adalah industri rumah tangga Usaha Keripik Nangka Usaha Baru Ibu.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan wawancara kepada pengusaha keripik nangka meliputi identitas, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan

keluarga, jumlah produksi, jumlah biaya produksi, bahan baku, bahan penunjang, harga bahan baku, harga bahan penunjang, jumlah tenaga kerja, upah tenaga kerja, penggunaan alat, harga penjualan, pembelian, fungsi pemasaran, dan hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran keripik nangka. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain melalui Kantor kepala desa dan BPS (Badan Pusat Statistik), meliputi keadaan umum daerah penelitian, wilayah penelitian, keadaan penduduk, jumlah penduduk, pendidikan, mata pencaharian dan sebagainya serta informasi lain yang dianggap penting sebagai bahan penunjang untuk melengkapi penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Menghindari kesalahpahaman tentang pengertian istilah - istilah dalam penelitian, maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Agroindustri adalah kegiatan atau usaha industri yang mengolah bahan baku dari produk pertanian untuk mendapatkan nilai tambah.
2. Agroindustri keripik nangka adalah olahan buah nangka yang diolah menjadi keripik nangka yang memiliki nilai tambah.
3. Bahan baku adalah bahan utama yang digunakan dalam proses produksi, bahan baku yang digunakan adalah buah nangka segar.
4. Bahan penunjang merupakan input produksi selain bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi keripik nangka, meliputi: minyak goreng, garam, soda, plastik, gas, dan listrik (Liter/Kg/Proses Produksi).
5. Teknologi produksi keripik nangka merupakan salah satu teknik dan alat baru yang digunakan oleh pengusaha dalam membuat keripik nangka.
6. Proses produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor produksi.

7. Satu kali proses produksi adalah suatu rangkaian kegiatan yang diawali dari persiapan hingga pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka sampai siap untuk dijual (jam).
8. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan baik tetap maupun tidak tetap (variabel) dalam proses produksi (Rp/proses produksi).
9. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam usaha keripik nangka tidak dipengaruhi oleh produksi yang dihasilkan (Rp/proses produksi).
10. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam usaha keripik nangka dan besar kecilnya dipengaruhi oleh besar dan kecilnya kapasitas produksi (Rp/Proses Produksi).
11. Biaya barkot adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli label harga yang digunakan untuk setiap kemasan produk seperti kemasan produk keripik nangka (Rp/Proses Produksi).
12. Nilai penyusutan alat adalah nilai berkurangnya suatu barang atau alat setelah dipergunakan dalam proses produksi (Rp/unit).
13. Harga jual yaitu harga yang ditetapkan dalam penjualan keripik nangka (Rp/kg).
14. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari jumlah produksi dikalikan dengan harga jual yang berlaku (Rp/Proses Produksi).
15. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan biaya produksi (Rp/proses produksi).
16. Pendapatan kerja keluarga adalah pendapatan bersih ditambah dengan biaya tenaga kerja dalam keluarga dengan biaya penyusutan alat (Rp/Proses Produksi).
17. Efisiensi usaha adalah penentuan keberhasilan usaha agroindustri dengan

- perbandingan antara total pendapatan kotor dengan total biaya produksi.
18. Nilai tambah adalah suatu nilai yang diperoleh dari nilai produksi yang dikurangi dengan nilai input bahan baku dan nilai input lainnya (Rp/Kg).
 19. Pemasaran adalah suatu kegiatan dimana usaha menyampaikan barang dan jasa dari produk hingga sampai kekonsumen.
 20. Saluran pemasaran adalah jalur atau penghubung produsen keripik nangka supaya produk tersebut dapat sampai ke tangan konsumen.
 21. Fungsi pemasaran adalah sebagai pertukaran yang dijalankan setiap lembaga pemasaran.
 22. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang diperlukan dalam penyampaian keripik nangka dari produsen ke konsumen (Rp/Kg).
 23. Margin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen dengan harga pada tingkat konsumen (Rp/Kg).
 24. Profit margin adalah keuntungan yang diterima oleh pengusaha yang dihubungkan dari penjualnya (Rp/Kg).
 25. Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan (%).

3.5. Analisis Data

Data yang telah diperoleh selanjutnya ditabulasi terlebih dahulu, untuk dianalisis sesuai tujuan penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi:

3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha Dan Profil Usaha Keripik Nangka

Karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri keripik nangka dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, yaitu menggambarkan pengusaha (umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, jumlah tanggungan

keluarga). Sedangkan profil usaha meliputi (sejarah usaha, skala usaha, dan modal usaha). Setelah data diperoleh maka data akan dikumpulkan untuk dianalisis dan dirangkum dalam bentuk deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

3.5.2. Analisis Usaha Agroindustri Keripik Nangka

Usaha Agroindustri Keripik Nangka dilakukan dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif yaitu: Ketersediaan bahan baku, teknologi pengolahan, proses produksi, faktor produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan, efisiensi usaha dan nilai tambah dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.5.2.1. Ketersediaan bahan baku

1. Bahan Baku

Untuk menganalisis ketersediaan bahan baku buah nangka didapat dari petani langganan yang mengantar setiap kali produksi.

2. Bahan Penunjang

Bahan penunjang merupakan bahan tambahan berupa; garam, soda, minyak, plastik ukuran 10 Kg, gas dan listrik yang di peroleh melalui toko-toko terdekat.

3.5.2.2. Teknologi Pengolahan

Teknologi pengolahan keripik nangka melalui a) teknologi pengupasan, b) teknologi perendaman dan pencucian dan c) teknologi penggorengan dan penirisan.

3.5.2.3. Faktor Produksi

Faktor produksi yang terdapat dalam produksi keripik nangka berupa tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan manajemen yang digunakan usaha keripik nangka.

3.5.2.4. Proses Produksi

Proses produksi keripik nangka dimulai dari buah nangka segar yang sudah masak namun tidak terlalu masak, pengupasan, perendaman, pencucian, penggorengan dan penirisan.

3.5.2.5. Biaya Produksi

Biaya produksi dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Hermanto (1991):

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

TC = Total Biaya Usaha Keripik Nangka (Rp/proses produksi)

TVC = Total Biaya Variabel Usaha Keripik Nangka (Rp/proses produksi)

TFC = Total Biaya Tetap Usaha Keripik Nangka (Rp/proses produksi).

Peralatan yang digunakan pada agroindustri keripik nangka umumnya tidak habis untuk sekali produksi (lebih dari satu tahun). Biaya peralatan yang dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya untuk menghitung besarnya biaya penyusutan alat yang di temukan oleh Hermanto (1996), dengan rumus sebagai berikut:

$$D = \frac{NB - NS}{N} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

D = Biaya penyusutan (Rp/unit/bulan)

NB = Nilai beli (Rp/unit/tahun)

NS = Nilai sisa 20 % dari harga beli (Rp/unit/tahun)

N = Usia ekonomis (tahun)

3.5.2.6. Produksi

Menganalisis produksi keripik nangka didapatkan dari hasil pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka pada usaha baru ibu pada saat akhir dari proses produksi dihari proses produksi berlangsung dengan satuan (Kg/Proses Produksi).

3.5.2.7. Pendapatan

Pendapatan dapat terbagi dua yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih dapat dilihat sebagai berikut:

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha keripik nangka dapat diperoleh dari cara mengkalikan jumlah produksi dengan harga yang berlaku, menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) sebagai berikut :

$$TR = Y \cdot Py \dots\dots\dots(3)$$

TR = Pendapatan Kotor Usaha Keripik Nangka (Rp/proses)

Y = Total Produksi Keripik Nangka (Kg/proses)

Py = Harga Keripik Nangka (Rp/Kg)

b. Pendapatan bersih

Pendapatan bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) yaitu:

$$\pi = TR - TC.$$

$$\pi = (Y \cdot Py) - (TVC + TFC) \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih Keripik Nangka (Rp/Proses)

TR = Total Revenue/ Total Pendapatan (Rp/proses).

TC = Total Cost/ Total Biaya (Rp/proses).

P = Harga Keripik Nangka (Rp/Kg).

3.5.2.8. Efisiensi Usaha

Menghitung tingkat efisiensi agroindustri keripik nangka dengan membandingkan besarnya nilai penerimaan dan biaya kegiatan agroindustri dengan menggunakan rumus (Soekartwi, 2001) sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

RCR = Return Cost Of Ratio

TR = Total Revenue/Total Pendapatan Usaha Keripik Nangka (Rp/proses).

TC = Total Cost/Total Biaya Usaha Keripik Nangka (Rp/proses).

Kriteria:

$RCR > 1$, Usaha efisien dan menguntungkan.

$RCR < 1$, Usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan.

$RCR = 1$, Usaha dalam keadaan tidak menguntungkan dan tidak merugikan.

3.5.2.9. Nilai Tambah

Nilai tambah (*Value added*) adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, penguatan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja.

Analisis nilai tambah produk agroindustri keripik nangka menggunakan metode hayami. Menurut Hayami, (1987) dalam Sudiyono, (2004), ada dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk

pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Pada penelitian ini, nilai tambah yang dihitung yakni nilai tambah untuk pengolahan, yakni pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka, prosedur perhitungan nilai tambah metode hayami dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami

Variabel	Nilai
I. Output, Input Dan Harga	
1. Output (Kg)	(1)
2. Input (Kg)	(2)
3. Tenaga Kerja (HOK)	(3)
4. Faktor Konversi	$(4)=(1)/(2)$
5. Korfisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	$(5)=(3)/(2)$
6. Harga Output (Rp)	(6)
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	(7)
II. Penerimaan Dan Keuntungan	
8. Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	(8)
9. Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	(9)
10. Nilai Output (Rp/Kg)	$(10)=(4)x(6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	$(11a)=(10)-(8)-(9)$
b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b)=(11a/10)x100\%$
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	$(12a)=(5)x(7)$
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	$(12b)=(12a/11a)x100\%$
13. a. Keuntungan (Rp)	$(13a)=11a-12a$
b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13b)=(13a/10)x100\%$
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/Kg)	$(14)=(10)-(8)$
a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	$(14a)=(12a)/(14)x100\%$
b. Sumbangan Input Lain (%)	$(14b)=(9)/(14)x100\%$
c. Keuntungan pengusaha (%)	$(14c)=(13a)/(14)x100\%$

Sumber: Hayami (1987) dalam Sudiyono (2001).

Keterangan:

1. Output adalah jumlah keripik nangka yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi (Kg).
2. Input adalah jumlah buah nangka yang diolah untuk satu kali proses produksi (Kg).
3. Tenaga kerja adalah jumlah hari orang kerja yang digunakan untuk

proses pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka (HOK)

4. Faktor konversi adalah jumlah output yang dihasilkan dalam satu satuan input.
5. Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk mengolah satu kilo gram satuan input (HOK/Kg).
6. Harga output adalah harga jual produk per kilogram (Rp/Kg).
7. Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang diterima tenaga kerja langsung untuk mengolah produk (Rp/ HOK).
8. Harga bahan baku adalah harga beli bahan baku nangka per kilogram (Rp/Kg).
9. Sumbangan input lain adalah biaya pemakaian input lain per kilogram produk (Rp/Kg).
10. Nilai output adalah menunjukkan nilai yang diterima dari konversi output terhadap bahan baku dengan harga output (Rp/Kg).
11. Nilai tambah adalah selisih nilai ouput keripik nangka dengan nilai bahan baku utama keripik nangka dan sumbangan input lain (Rp/Kg).
12. Rasio nilai tambah adalah presentase nilai tambah dari nilai produk (%).
13. Pendapatan tenaga kerja adalah nilai upah yang diterima oleh tenaga kerja untuk mengolah bahan baku dalam satu kali proses produksi (Kg).
14. Pangsa tenaga kerja adalah menunjukkan presentase pendapatan tenaga kerja dari nilai tambah yang diperoleh (%).
15. Keuntungan adalah bagian yang diterima pada pengusaha (Rp/Kg).
16. Tingkat keuntungan adalah menunjukkan presentase keuntungan terhadap nilai produk (%).
17. Margin adalah selisih harga antara biaya produksi dan harga jual keripik

nangka ke konsumen (Rp/Kg).

18. Persentase pendapatan tenaga kerja (%)

19. Persentase sumbangan input (%)

20. Persentase keuntungan pengusaha (%)

3.5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Keripik Nangka

3.5.3.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran keripik nangka meliputi: pengolah, pedagang perantara, agen perantara.

3.5.3.2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran meliputi: pertimbangan pasar (konsumen sasaran akhir, potensi pembeli, geografi pasar, kebiasaan pembeli, volume pesanan). Pertimbangan barang (nilai barang perunit, besar dan berat barang, kerusakan, sifat teknis barang), pertimbangan intern perusahaan (sumber permodalan, kemampuan atau pengalaman manajemen, pengawasan, penyaluran dan pelayanan), pertimbangan terhadap lembaga perantara dan kesesuaian lembaga perantara dengan kebijakan perusahaan, volume penjualan dan pertimbangan biaya.

3.5.3.3. Fungsi Pemasaran.

Fungsi pemasaran, meliputi: fungsi pertukaran, fungsi fisik, fungsi fasilitas dalam memasarkan keripik nangka yang akan dianalisis dengan deskriptif kualitatif.

3.5.3.4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (1993) sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_n \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg).

B_1 = Biaya Transportasi (Rp/Kg).

B_2 = Biaya Kemasan (Rp/Kg).

B_n = Biaya ke n (Rp).

3.5.3.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harga yang diterima penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir.

Menghitung margin pemasaran digunakan rumus menurut Hanafiah (1986), sebagai berikut:

$$M = H_k - H_p \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg).

H_k = Harga yang dibayarkan Konsumen Akhir (Rp/Kg).

H_p = Harga yang diterima Produsen (Rp/Kg).

3.5.3.6. Profit Pemasaran

Menghitung keuntungan yang diterima pedagang digunakan rumus menurut Hamid (1994), sebagai berikut:

$$\pi = M - B_p \dots \dots \dots (8)$$

keterangan:

π = Keuntungan (Rp/Kg).

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg).

B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg).

3.5.3.7. Efisiensi Pemasaran

Digunakan untuk mengetahui perbandingan antara biaya pemasaran dengan biaya penerimaan. Efisiensi pemasaran (EP), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1993) yaitu sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TC = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg).

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg).

Dengan demikian semakin rendah atau kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien, sebaliknya semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien.

BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Keadaan Geografi dan Topografi Daerah Penelitian

Desa Kualu Nenas adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Desa Kualu Nenas merupakan salah satu dari 17 desa yang terletak di Kecamatan Tambang. Desa ini diberi nama Kualu Nenas karena banyaknya terdapat tanaman nenas di desa ini yang agak sulit ditemukan di daerah lain di Kabupaten Kampar.

Dilihat dari wilayah, Desa Kualu Nenas mempunyai batas-batas, dapat dilihat dibawah ini:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pagaruyung Kecamatan Tapung.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Aur Sati.
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sungai Pinang.
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Rimbo Panjang

Penamaan ini juga membedakan dengan desa lain yang ada di Kecamatan Tambang yang juga mempunyai nama yang sama yaitu Desa Kualu. Desa ini letaknya sangat strategis merupakan Desa penyanggah atau berbatasan langsung dengan ibu kota Propinsi Riau (Pekanbaru) yang terletak tepatnya pinggir jalan lintas Sumatra Barat kilometer. Desa Kualu Nenas terdiri dari empat dusun, yaitu Dusun Lengkok, Dusun Sungai Putih, Dusun Pasar Buah dan Dusun Simpang Durian. Luas wilayah daerah Kualu Nenas dengan rincian penggunaan sebagai berikut: Pemukiman seluas 1500 Ha, ladang/tegalan seluas 10.000 Ha, bangunan perkantoran swasta atau pemerintahan seluas 15 Ha, bangunan sekolah atau

pendidikan seluas 7 Ha, jalan seluas 80 Ha, dan lapangan sepak bola seluas 0,5 Ha. Desa Kualu Nenas hampir 100% terdiri dari dataran dan tidak ada perbukitan atau pegunungan.

Ketinggian tanah dari permukaan laut adalah 40 m dengan orbitrasi jarak desa sebagai berikut: Jarak Desa dengan Pusat Pemerintahan Kecamatan adalah 2 Km yang bias ditempuh dalam waktu +5 menit, Jarak Desa dengan Pusat Pemerintahan Kabupaten adalah 37 Km yang ditempuh + 50 menit, Jarak Desa dengan Pemerintahan Propinsi adalah 27 Km yang ditempuh+35 menit, Jarak Pusat Pemerintahan Desa dengan Dusun terjauh adalah + 7 Km. Dilihat dari bentangan wilayah, Desa Kualu Nenas mempunyai batas batas sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pagaruyung Kecamatan Tapung, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Aur sati, Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sungai Pinang, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Rimbo Panjang.

4.2. Keadaan Umum Penduduk

Penduduk adalah semua orang yang berdomisili di wilayah geografis suatu negara atau daerah selama dalam waktu tertentu, dan dianggap sudah memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh peraturan disuatu negara atau daerah. Jumlah penduduk Desa Kualu Nenas berdasarkan jenis kelamin tahun 2017 sebanyak 6.022 jiwa, yang terdiri atas kepala keluarga sebanyak 1.375 jiwa KK, 2.429 jiwa penduduk laki-laki dan 2.218 jiwa penduduk perempuan. Dengan persentase penduduk laki-laki 50 % dan penduduk perempuan 50 %.

4.3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah suatu proses peserta didik dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan ditempuh dalam melanjutkan

pendidikan yang ditempuh. Tingkat pendidikan Pada Desa Kualu Nenas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Sekolah dan Murid Desa Kualu Nenas Tahun 2017.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sekolah	Jumlah Murid	Persentase (%)
1	TK/Paud	3	0	0
2	SD/Sederajat	4	765	50,13
3	SMP/Sederajat	1	355	23,72
4	SMA/Sederajat	1	376	25,13
Jumlah		9	1.496	98,98

Sumber: Kantor Kepala Desa Kualu Nenas, 2017.

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa pada tingkat pendidikan TK/Paud jumlah sekolah sebanyak 3 unit dan jumlah murid belum ada, SD/Sederajat terdapat jumlah sekolah sebanyak 4 unit dan jumlah murid sebanyak 765 siswa dengan persentase 50,13 %. Pada SMP/Sederajat terdapat jumlah sekolah sebanyak 1 unit dan jumlah murid sebanyak 355 siswa dengan persentase 23,72 % . Pada SMA/Sederajat terdapat jumlah sekolah sebanyak 1 unit dan jumlah murid sebanyak 376 siswa dengan persentase 25,13. Dan jumlah total sekolah di Desa Kualu Nenas sendiri ada sebanyak 9 unit dan jumlah murid 1.496 siswa dengan total persentase 98,98.

4.4. Mata Pencaharian

Mata Pencaharian adalah suatu pekerjaan yang dilakukan setiap hari sebagai pekerjaan pokok untuk mendapatkan penghasilan. Mata pencaharian penduduk Desa Kualu Nenas terdapat 4 jenis pekerjaan yang menjadi mayoritas yaitu: 1) Petani/Nelayan, 2) Pegawai Negeri Sipil dan 3) Swasta 4) Pedagang. Untuk lebih jelas dapat di lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Mata Pencaharian Penduduk Desa Kualu Nenas Tahun 2017.

No	Mata Pencaharian	Jumlah	Persentase (%)
1	Petani/Nelayan	1.385	61,28
2	Pegawai Negeri Sipil	98	4,34
3	Swasta	336	14,87
4	Pedagang	159	7,04
5	Dan Lain-Lain	282	12,47
Jumlah		2.260	100

Sumber: Kantor Kepala Desa Kualu Nenas, 2017.

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang menjadi petani/nelayan ada sebanyak 1.385 jiwa dengan persentase 61,28 %, selanjutnya penduduk yang menjadi pegawai negeri sipil ada sebanyak 98 jiwa dengan persentase 4,33 %, sedangkan penduduk yang menjadi Swasta ada sebanyak 336 jiwa dengan persentase 14,86 %, selanjutnya yang menjadi pedagang sebanyak 159 dengan persentase 7,03 % dan jenis mata pencaharian lainnya ada sebanyak 282 jiwa dengan persentase 12,47 %. Dan jumlah penduduk Desa Kualu Nenas yang memiliki mata pencaharian ada sebanyak 2.260.

4.5. Usaha Industri

Usaha industri umumnya dapat dibagi menjadi 4 bagian yaitu usaha industri besar, industri sedang, industri kecil dan industri mikro dan yang terdapat di Desa Kualu Nenas hanya terdapat 1 usaha industri yaitu: industri mikro sebanyak 17 industri rumah tangga yang ada di desa kualu nenas industri yang terdapat kebanyakan seperti *home industri* karena masih banyak yang menggunakan peralatan tradisional dan tenaga kerja yang sedikit.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha dan Profil Usaha Agroindustri Keripik Nangka

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik pengusaha yang diteliti dalam penelitian dapat dilihat dari umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha. Sedangkan pada profil usaha dapat dilihat dari sejarah usaha, skala usaha dan modal usaha.

5.1.1. Karakteristik Pengusaha Agroindustri Keripik Nangka

Pengusaha adalah sumber daya manusia pelaku utama dalam mengelola usaha agroindustri keripik nangka. Keberhasilan pengusaha dalam mengelola usahanya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga yang akan diuraikan berikut ini:

1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap aktivitas seseorang dalam sebuah usaha. Umur dianggap penting karena umur juga dapat mempengaruhi kemampuan fisik pengusaha agroindustri keripik nangka dalam mengelola usahanya serta akan mempengaruhi cara berfikir, bertindak dan menerima inovasi baru. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha, tenaga kerja berada pada kelompok umur yang produktif dan nonproduktif untuk bekerja. Selanjutnya untuk mengetahui distribusi umur pengusaha dan tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik nangka dapat dilihat pada Tabel 5 dan Lampiran 1.

Tabel 5. Distribusi Umur, Pendidikan, Pengalaman Usaha, Jumlah Tanggungan Keluarga Pelaku Usaha dan Tenaga Kerja Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Karakteristik	Pengusaha		Tenaga kerja	
		Jumlah (jiwa)	%	Jumlah (jiwa)	%
1	Umur (tahun)				
	15-64	-	-	4	100,00
	>65	1	100,00	-	-
2	Pendidikan (tahun)				
	6	1	100,00	1	25,00
	9	-	-	1	25,00
	12	-	-	2	50,00
3	Pengalaman usaha (tahun)				
	1-3	-	-	1	25,00
	4-12	1	100,00	3	75,00
4	Tanggungan keluarga (jiwa)				
	0-5	1	100,00	4	100,00

Data Olahan Peneliti Tahun 2021.

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif atau tidak produktifnya seseorang, pengusaha yang berumur produktif kemampuan fisik untuk bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan pengusaha yang tidak produktif. Usia kerja seseorang yang mampu bekerja untuk melanjutkan hidupnya juga disebut sebagai tenaga kerja. Menurut badan pusat statistik, komposisi penduduk indonesia menurut kelompok umur terdiri dari usia muda (0-14 tahun), usia produktif (15-64 tahun) dan usia tua/tidak produktif (> 65 tahun).

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa umur pelaku Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu berada pada kelompok umur tidak produktif untuk bekerja, yaitu 65 tahun. Dengan kondisi ini akan mengakibatkan pengusaha kurang dalam mengarahkan aktivitas agroindustri untuk lebih maju, dan juga akan kurang dalam menerima inovasi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan yang diajukan lembaga-lembaga terkait. Selanjutnya, berdasarkan Tabel 5 diketahui umur tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik nangka termasuk

dalam kategori umur produktif bekerja, yaitu dari umur 18-44 tahun. Dengan ini kondisi ini tenaga kerja akan bekerja secara efektif dan efisien dalam aktivitas agroindustri agar dapat mencapai target yang diinginkan oleh pengusaha agar usaha agroindustri keripik nangka dapat lebih maju kedepannya.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang dapat menentukan produktif atau tidaknya dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pada umumnya pendidikan merupakan faktor yang menentukan dalam pengolahan usaha, terutama dalam penerimaan informasi dan teknologi serta inovasi yang relevan dengan kegiatan usahanya. Pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan.

Tingkat pendidikan pengusaha dan tenaga kerja pada Usaha Agorindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu yaitu tingkat pendidikan SD hingga SMA. Berdasarkan Tabel 5. Dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan pengusaha agroindustri keripik nangka adalah 4 tahun atau tidak lulus SD, sedangkan tingkat pendidikan tenaga kerja pada agroindustri keripik nangka yaitu dari 6-12 tahun setara dengan SD hingga SMA. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik nangka pada usaha baru ibu ini masih relatif sedang, hal tersebut akan mempengaruhi pola fikir tenaga kerja dalam menerima informasi serta perubahan-perubahan yang terjadi. Sehingga akan mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan usaha itu sendiri.

3. Pengalaman Usaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan bekerja dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal,

karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan Tabel 5. Dapat dilihat pada Usaha Agorindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu memiliki pengalaman usaha yang cukup lama dalam menjalankan usahanya yaitu 8 tahun. Selanjutnya pengalaman usaha yang dimiliki tenaga kerja untuk mengelola keripik nangka yaitu 3-6 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha dan tenaga kerja pada usaha agroindustri keripik nangka ini memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berusaha hal ini berkaitan dengan keterampilan yang mereka miliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan pengusaha dan tenaga kerja.

4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari suami sebagai kepala keluarga, istri, anak-anak, serta sanak keluarga dan orang tua yang tidak mampu lagi membiayai hidup sendiri.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha agroindustri keripik nangka adalah 1 jiwa, sedangkan tanggungan keluarga tenaga kerja masing-masing sebanyak 0-4 jiwa. Hal ini mendorong pengusaha dan tenaga kerja untuk terus berusaha mendapatkan dan meningkatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya agar kebutuhan dalam rumah tangga tetap terpenuhi.

5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu

1. Sejarah Usaha

Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas

Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar merupakan usaha yang telah berdiri sejak tahun 2012, yang dikembangkan oleh ibu Marsini. Usaha agroindustri keripik nangka ini berbentuk *home industry* yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.

2. Skala Usaha

Berdasarkan BPS (2002), perusahaan industri pengolahan terbagi menjadi 4 bagian yaitu, (1) industri besar memiliki tenaga kerja minimal 100 orang, (2) industri sedang memiliki tenaga kerja sebanyak 20-90 orang, (3) industri kecil memiliki tenaga sebanyak 5-19 orang, (4) industri rumah tangga memiliki tenaga kerja 1-4 orang. Dalam penelitian ini Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu tergolong kepada usaha industri rumah tangga karena memiliki jumlah tenaga kerja dengan jumlah 4 orang.

3. Modal Usaha

Modal biasanya menunjukkan kekayaan finansial pengusaha, terutama dalam penggunaan awal atau menjaga kelanjutan usaha. setiap pengusaha pasti berkaitan dengan keuangan. Usaha Agorindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar adalah usaha industri rumah tangga atau *home industry* dan usaha ini berdiri dengan modal sendiri untuk mendirikan usahanya. Modal awal pada usaha agroindustri keripik nangka terdapat dari lahan, bangunan dan biaya proses produksi awal dan keseluruhan modal yang diperlukan oleh ibu Marsini pada awal berusaha yaitu pada tahun 2012 adalah sebesar Rp. 210.000.000, karena pada awal berusaha pengusaha harus membeli lahan dan membuat bangunan dan peralatan yang sederhana dan seadanya dulu.

5.2. Analisis Usaha Agroindustri Keripik Nangka

Mendorong kelancaran Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, ada beberapa hal yang menjadi perhatian bagi pengusaha yaitu; penggunaan faktor produksi, teknologi produksi, penggunaan tenaga kerja, proses produksi, analisis biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah agroindustri keripik nangka usaha baru ibu Marsini antara lain sebagai berikut:

5.2.1. Ketersediaan Bahan Baku Agroindustri Keripik Nangka

Penggunaan faktor produksi pada usaha agroindustri keripik nangka pada usaha baru ibu terbagi menjadi 2 yaitu: bahan baku dan bahan penunjang sebagai berikut:

1. Bahan Baku

Bahan baku merupakan faktor utama didalam kegiatan proses produksi agroindustri keripik nangka. Ketersediaan bahan baku baik dari sisi kuantitas dan kualitas akan memperlancar kegiatan usaha agroindustri keripik nangka. Bahan baku yang digunakan oleh pengusaha agroindustri keripik nangka ini menggunakan buah nangka yang masih segar setengah matang dan tidak terlalu matang supaya rasa manis buah nangkanya terjaga, teksturnya tetap renyah dan gampang untuk diolah dan didapatkan melalui petani langganan yang akan mengantar setiap kali proses produksi dengan jumlah bahan baku sebanyak 150 kg. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

2. Bahan Penunjang

Bahan penunjang adalah bahan tambahan yang digunakan dalam meningkatkan produksi keripik nangka. Untuk memperoleh bahan penunjang tidak memiliki masalah, tetapi hanya saja pada harga bahan penunjang pastinya

akan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Untuk lebih jelasnya dalam penggunaan bahan penunjang dalam satu kali proses produksi dapat dilihat pada Tabel 6 dan Lampiran 2.

Tabel 6. Distribusi Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Per Proses Produksi Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Bahan	Jumlah penggunaan	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp/pp).
1.	Bahan baku:			
	a. Buah Nangka (kg)	150	4.000	600.000
2.	Bahan penunjang:			
	a. Garam (gr)	0,125	12.000	1.500
	b. Soda (gr)	0,0625	20.000	1.250
	c. Minyak Goreng (L)	24	12.400	297.600
	d. Plastik 10 Kg (pcs)	1	3.000	3.000
	e. Gas (kg)	6	9.000	54.000
	f. Listrik (KwH)	21	1.355	28.455
	Total			985.805

Data Olahan Peneliti Tahun 2021.

Tabel 6, menunjukkan bahwa bahan baku yang digunakan untuk satu kali proses produksi pada usaha agroindustri keripik nangka sebanyak 150 kg/Proses produksi. Kemudian pada bahan penunjang yang digunakan seperti: garam (0,125 gr), soda (0,0625 gr), minyak (24 L), plastik ukuran 10 Kg (1 pcs), gas (6 kg) dan Listrik 21 KwH.

Bahan baku yang digunakan adalah buah nangka segar yang belum terlalu matang dengan biaya senilai Rp. 600.000 /Proses produksi/hari. Sedangkan pada bahan penunjang yang digunakan adalah garam dengan biaya senilai Rp. 1.500 /Proses produksi/hari, soda dengan biaya senilai Rp. 1.250 /Proses produksi/hari, minyak goreng dengan biaya senilai Rp. 297.600 /Proses produksi/hari, plastik ukuran 10 Kg dengan biaya senilai Rp. 3000/Proses produksi/hari, gas dengan biaya senilai Rp 54.000/Proses produksi/hari dan listrik dengan biaya senilai Rp.

28.455/Proses produksi/hari dan rata-rata total biaya produksi pada usaha keripik nangka adalah sebesar Rp. 985.805/Proses produksi/hari. Untuk mendapatkan bahan baku penunjang yang digunakan oleh pengusaha dengan membelinya di toko-toko terdekat.

5.2.2. Teknologi Pengolahan Agroindustri Keripik Nangka

Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang digunakan dalam menunjang usahanya. Teknologi yang digunakan dalam melaksanakan proses produksi pada usaha agroindustri keripik nangka dilakukan dengan menggunakan peralatan dan mesin produksi untuk mengelola bahan baku atau bahan mentah sampai menjadi bahan jadi. Alat produksi tersebut merupakan penentu untuk menghasilkan suatu produk, karena tanpa alat produksi maka kegiatan produksi tidak dapat terjadi dan tidak terlaksana. Berikut penjelasan dari teknologi pengolahan keripik nangka dapat dilihat dibawah ini:

- a. Alat produksi merupakan teknologi yang digunakan dalam usaha agroindustri keripik nangka pada proses pengupasan, perendaman, dan pencucian adalah peralatan produksi yang masih dilakukan secara manual dan sederhana yaitu parang, pisau, baskom besar, baskom kecil, talenn, dan tapisan.
- b. Mesin produksi merupakan teknologi yang digunakan dalam usaha agroindustri keripik nangka pada proses penggorengan dan penirisan minyak yang dilakukansan secara mekanik dan sudah modern yaitu menggunakan mesin *vaccum frying* dan mesin *spinner*.

5.2.3. Faktor Produksi Agroindustri Keripik Nangka

Faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi keripik nangka dapat diklasifikasikan menjadi 2 macam yaitu; 1. faktor produksi variabel, dimana

jumlah dapat berubah dalam waktu yang relatif singkat, sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan seperti penggunaan tenaga kerja. 2. Faktor produksi tetap, dimana faktor produksi yang kuantitasnya tidak tergantung pada jumlah yang dihasilkan seperti penggunaan alat atau mesin.

5.2.3.1. Penggunaan Tenaga Kerja Agroindustri Keripik Nangka

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam proses produksi dan peningkatan pendapatan keluarga pada usaha baru ibu, karena tenaga kerja merupakan pelaku utama yang melakukan proses produksi pembuatan keripik nangka. Tenaga kerja yang digunakan dalam pembuatan keripik nangka adalah tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 7 dan Lampiran 4.

Tabel 7. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Per Proses Produksi Usaha Agroindustri Kerpik Nagka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Proses	Wkt (jam)	Jlh TKDK		Jlh (HKW)	Upah (Rp)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
			P	W				
1.	Pengupasan	1,5	-	4	0,75	45.000	33.750	26,09
2.	Perendaman	0,5	-	2	0,125	45.000	5.625	4,35
3.	Pencucian	0,5	-	2	0,125	45.000	5.625	4,35
4.	Penggorengan	5	-	2	1,25	45.000	56.250	43,48
5.	Penirisan	0,5	-	2	0,125	45.000	5.625	4,35
	Total	8			2,37		106.875	100,00

Data Olahan Peneliti, Tahun 2021.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa penggunaan jumlah tenaga kerja wanita terbanyak adalah pada tahapan penggorengan yaitu sebanyak 1,25 HKW/Proses produksi, persentase sebesar (43,48%) dengan biaya tenaga kerja sebesar Rp 56.250/proses produksi. Sedangkan jumlah tenaga kerja yang paling sedikit adalah pada tahapan perendaman, pencucian, penirisan yaitu masing-

masing sebanyak 0,125 HKW/proses produksi, persentase sebesar (4,35%) dengan biaya tenaga kerja masing-masing sebesar Rp 5.625/Proses produksi.

5.2.3.2. Penggunaan Alat atau Mesin Agroindustri Keripik Nangka

Proses pembuatan keripik nangka pada Usaha Baru Ibu menggunakan alat yang sederhana dan modern, alat yang digunakan tidak habis pakai dalam satu kali proses produksi, maka dari itu dihitung dalam biaya produksi adalah nilai penyusutan alat dan bangunan. Untuk lebih jelasnya alat yang digunakan dalam proses produksi keripik nangka dapat dilihat pada Tabel 8 dan Lampiran 3.

Tabel 8. Distribusi Penggunaan Alat Pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Jenis	Jml (unit)	Harga (Rp/Unit)	Nilai(Rp)	Penyusutan Alat (Rp/PP) 240 pp/Tahun
1.	Parang	1	60.000	60.000	40
2.	Pisau	4	2.000	8.000	27
3.	Baskom besar	2	35.000	70.000	78
4.	Baskom kecil	2	40.000	80.000	53
5.	Talenan	2	2.000	4.000	3
6.	Tapisan	2	12.500	25.000	42
7.	Kompor	2	280.000	560.000	373
8.	Tabung gas	4	150.000	600.000	400
9.	Regulator gas	2	83.000	166.000	277
10.	Mesin <i>vaccum frying</i>	2	26.000.000	52.000.000	17.333
11.	Mesin <i>spinner</i>	2	1.650.000	3.300.000	1.375
12.	Erok	2	20.000	40.000	44
13.	Botol bekas	1	5.000	5.000	4
15.	Timbangan besar	1	200.000	200.000	133
	Total			57.118.000	20.182

Data Olahan, Tahun 2021.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa biaya penggunaan alat proses produksi keripik nangka yang paling kecil yaitu pada jenis alat talenan sebesar Rp. 3/Proses Produksi dan biaya penyusutan jenis alat paling tinggi yaitu pada mesin *vaccum* sebesar Rp. 17.333/Proses Produksi dan total biaya penggunaan

alat yang digunakan dalam proses produksi usaha agroindustri keripik nangka adalah sebesar Rp. 57.118.000 dan pada total biaya penyusutan alat per proses produksi sebesar Rp. 20.182.

5.2.4. Proses Produksi Agroindustri Keripik Nangka

Proses pembuatan keripik nangka pada usaha baru ibu dapat dilakukan dalam beberapa tahapan. Adapun tahapan proses pembuatan buah nangka sampai menjadi keripik nangka dapat dilihat pada Gambar.



Gambar 3. Proses Produksi Agroindustri Keripik Nangka

Penjelasan:

1. Buah Nangka

Buah nangka merupakan bahan baku utama pada pembuatan keripik nangka, pengusaha telah memilih nangka yang siap untuk diolah yaitu nangka yang matang tapi belum terlalu matang supaya teksturnya tidak lembek dan tidak mengandung banyak air ketika digoreng karena akan mengubah dari rasa

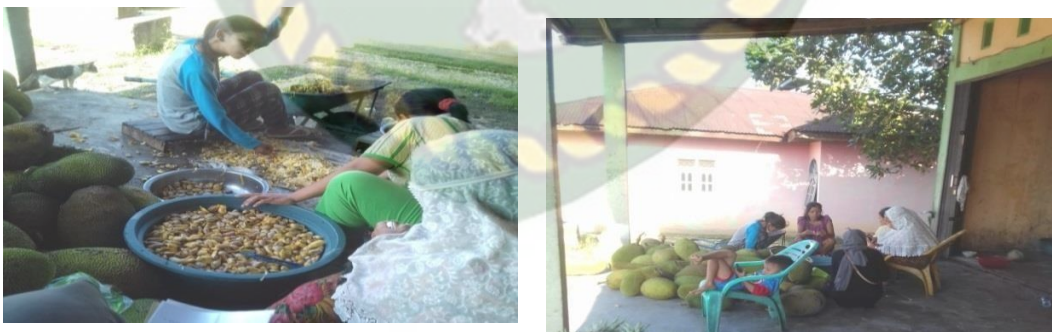
dan teksturnya maka dari itu pengusaha memilih buah nangka yang berkualitas supaya pembeli puas dan produk juga akan tahan lama dengan berat 150 kg dalam sekali proses produksi. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Bahan Baku Buah Nangka.

2. Pengupasan Buah Nangka

Tahap awal dalam pengolahan buah nangka sampai menjadi keripik nangka yaitu membelah buah nangka dengan parang dan pengupasan kulit nya dengan pisau sekaligus memisahkan biji dari buah nangka untuk mendapatkan kualitas yang baik dan bersih. Pada tahap ini dibutuhkan 4 tenaga kerja dengan waktu selama 1,5 (jam). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Proses Pengupasan Buah Nangka.

3. Perendaman Soda dan Garam

Pada tahap kedua adalah dengan merendam buah nangka yang sudah dikupas dengan soda kue yang bertujuan supaya getah hilang dan tekstur buah nangka menjadi renyah tidak keras dan direndam menggunakan ember besar.

Dalam tahapan ini membutuhkan tenaga kerja 2 orang dengan waktu yang dibutuhkan sebanyak 0,5 (jam). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Proses Prendaman Buah Nangka.

4. Pencucian Buah Nangka

Pada tahap ketiga yaitu tahap pencucian dilakukan dengan mencuci buah dengan air bersih sampai buah nangka bersih dan terlepas dari getah yang menempel pada buah dan kemudian ditiriskan untuk menghilangkan kadar air nya menggunakan tirisan. Dalam proses pencucian ini dibutuhkan tenaga kerja sebanyak 2 orang dengan waktu yang digunakan sebanyak 0,5 (jam). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar. 7 Proses Pencucian Buah Nangka.

5. Penggorengan Buah Nangka

Pada tahap penggorengan buah nangka dimasukkan ke wadah mesin *vaccum frying*, namun sebelumnya dilakukan pengisian air pada bak air mesin *vaccum* yang bertujuan untuk mendinginkan uap yang mengarah ke tabung

kondensor/tabung kecil disamping tabung penggorengan yang kemudian akan didinginkan dengan selang yang menyerap air dari bak penampungan air. Kemudian buka keran udara pada tutup mesin *vaccum frying*, kemudian pada panel listrik dihubungkan ke energi listrik melalui stop kontak dan juga regulator dihubungkan ke gas elpiginya, kemudian nyalakan tombol merah pada panel listrik dan nyalakan kompornya, kemudian pada panel listrik atur suhu dari 85°C – dibawah 90°C pada thermo control nya kemudian tunggu sampai suhu mencapai suhu yang sudah diatur sampai api pada kompor akan mengecil selanjutnya buka penutup tabung penggoreng dan masukan buah nangka lalu tutup kemudian tutup keran udara dan nyalakan tombol hijau pada panel listrik, ketika melakukan penggorengan harus diaduk satu menit sekali pada tuas pengaduknya dan kemudian setelah cukup lama pengadukan dilakukan selama 5/10 menit sekali. Tunggu sampai matang selama 1,15 jam kemudian diangkat. Dan dibutuhkan tenaga kerja sebanyak 2 orang dengan 2 mesin *vaccum* yang membutuhkan waktu sebanyak 5 (jam). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Proses Pengorengan Buah Nangka.

6. Penirisan Keripik Nangka

Pada tahap ini penirisan dilakukan menggunakan mesin *spinner* yang bertujuan untuk menghilangkan minyak yang berlebih pada keripik nangka supaya keripik nangka menjadi tahan lama, setelah ditiriskan dimasukkan pada plastik

besar ukuran 10 Kg untuk memudahkan perpindahan nanti ke proses pengemasan. Dalam tahapan ini dibutuhkan tenaga kerja 2 orang dengan waktu yang dibutuhkan sebanyak 0,5 (jam). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Proses Penirisan Keripik Nangka.

5.2.5. Biaya Produksi Agroindustri Keripik Nangka

Biaya produksi dalam agroindustri keripik nangka adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk kegiatan produksi keripik nangka. Besarnya input yang digunakan dalam suatu proses produksi agroindustri akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan, sekaligus penerimaan yang akan diperoleh oleh pengusaha. Dalam kegiatan agroindustri, besar kecilnya biaya produksi akan menentukan keberhasilan agroindustri tersebut untuk memperoleh penerimaan atau pendapatan yang maksimal. Pengeluaran biaya produksi yang besar belum menjamin pendapatan yang besar hal ini tergantung pada sejauh mana pengusaha dapat mengalokasikan biaya tersebut sesuai dengan kebutuhan.

Biaya produksi pada usaha agroindustri keripik nangka terdiri dari biaya sarana produksi seperti: biaya bahan baku, bahan penunjang, biaya penyusutan alat yang digunakan dan biaya tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi agroindustri keripik nangka untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 9 dan lampiran 5.

Tabel 9. Analisis Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu Per Proses Produksi di Desa Kulau Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Uraian	Jumlah (unit)	Harga (Rp/Unit/pp)	Nilai (Rp)	(%)
A.	Biaya Variabel				
1.	Bahan Baku				
	Buah Nangka (Kg)	150	4000	600.000	53,92
2.	Bahan Penunjang				
	Garam (Kg)	0,125	12.000	1.500	0,13
	Soda (Kg)	0,0625	20.000	1.250	0,11
	Minyak Goreng (L)	24	12.400	297.600	26,74
	Plastik 10 (Kg)	1	3.000	3.000	0,27
	Gas (Kg)	6	9.000	54.000	4,85
	Listrik (KwH)	21	1.355	28.455	2,56
3.	Upah Tenaga Kerja (Hok)	2,37		106.875	9,60
	Total Biaya Variabel			1.092.680	
B.	Biaya Tetap				
	Peralatan			20.182	1,81
C.	Total Biaya Produksi			1.112.862	100,00
D.	Produksi (Kg)				
	Keripik Nangka	10	140.000		
E.	Penerimaan				
	a. Pendapatan Kotor			1.400.000	
	b. Pendapatan Bersih			287.138	
F.	Efisiensi			1,25	

Data Olahan Peneliti, Tahun 2021

Tabel 9 menunjukkan bahwa biaya produksi per proses produksi dalam pembuatan keripik nangka adalah Rp. 1.112.862. Bila dilihat dari biaya variabel maka, biaya bahan baku mencapai Rp. 600.000 atau 53,92 % dari total biaya produksi. Biaya bahan penunjang yaitu garam sebanyak (0,125 kg), soda sebanyak (0,0625 kg), minyak goreng sebanyak (24 L), plastik ukuran 10Kg/pcs, gas sebanyak (6kg) dan listrik sebanyak (21 KwH) . Total biaya tetap yaitu penyusutan alat sebesar Rp. 20.182. Dapat disimpulkan bahwa naik turunnya biaya produksi sangat dipengaruhi oleh biaya bahan baku, karena bahan baku merupakan bahan pokok yang digunakan dalam proses pembuatan keripik nangka.

5.2.6. Produksi Agrindustri Keripik Nangka

Produksi merupakan tahap akhir yang dilakukan dalam kegiatan proses produksi pada pengolahan keripik nangka. Pengusaha akan mengalokasikan input produksi/faktor produksi seefisien dan seefektif mungkin untuk memperoleh produksi yang optimum yang akan berdampak pada keuntungan pengusaha keripik nangka Usaha Baru Ibu. Produksi keripik nangka pada Usaha Baru Ibu dinyatakan dalam satuan kilogram, keripik nangka yang dihasilkan ditentukan oleh penggunaan bahan baku, bahan penunjang dan lainnya yang digunakan dalam proses produksi pembuatan keripik nangka. Pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa jumlah produksi keripik nangka yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi adalah sebanyak 10 Kg dari 150 Kg bahan baku buah nangka segar. Harga jual produksi keripik nangka adalah sebesar Rp. 140.000/Kg.

5.2.7. Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka

Pendapatan agroindustri keripik nangka merupakan jumlah uang yang diterima oleh pengusaha keripik nangka pada Usaha Baru Ibu yang dipengaruhi oleh produksi keripik nangka dan harga jual keripik nangka. Pendapatan dalam usaha agroindustri keripik nangka terdiri dari pendapatan kotor dan pendapatan bersih sebagai berikut:

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor yang diterima pengusaha keripik nangka diperoleh dari hasil pengolahan buah nangka sebanyak 150 Kg kemudian setelah diolah menjadi keripik nangka menghasilkan keripik sebanyak 10 Kg keripik nangka dengan harga Rp. 140.000/Kg, maka jumlah pendapatan kotor yang diterima pengusaha keripik nangka sebesar Rp 1.400.000/Proses Produksi.

b. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha keripik nangka diperoleh dari hasil pengurangan dari pendapatan kotor sebesar Rp. 1.400.000/Proses produksi yang dikurang dengan total biaya produksi sebesar Rp. 1.112.862/Proses produksi, maka jumlah pendapatan bersih yang diterima pengusaha keripik nangka sebesar Rp. 287.138/Proses produksi dan pendapatan bersih perbulan yang diterima oleh pengusaha keripik nangka sebesar Rp. 5.742.760, (dalam satu bulan terdapat 20 kali proses produksi), maka pendapatan bersih pertahun yang diterima oleh pengusaha keripik nangka adalah sebesar Rp. 68.913.120 (dalam satu tahun terdapat 240 kali proses produksi).

Perbandingan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Samsul (2016) dengan judul Analisis Pendapatan Agroindustri Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Menyatakan bahwa Pendapatan bersih yang diperoleh dari rata-rata 11 pengrajin adalah Rp. 1.289.921,91 perbulan untuk keripik nangka. Dikarenakan pada penelitian yang dilakukan oleh Samsul hanya sebulan sekali produksi dan hanya memproduksi keripik nangka sebanyak 18,86 Kg dalam sebulan dan total biaya produksi hanya Rp. 1.436.205,28/bulan.

5.2.8. Efisiensi Agroindustri Keripik Nangka

Efisiensi usaha agroindustri keripik nangka diketahui dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya peroduksi yang dikerluarkan pada proses produksi agroindustri keripik nangka. Dengan kata lain melihat rasio penerimaan atas biaya produksi yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil peneltian pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka dapat dilihat bahwa pendapatan kotor pada Usaha Baru Ibu sebesar Rp.

1.400.000/Kg dibagi dengan total biaya produksi sebesar Rp. 1.112.862/proses produksi, maka nilai *Return Cost Ratio* (RCR) yang di peroleh pada Usaha Baru Ibu adalah sebesar 1,25 artinya setiap 1 rupiah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp. 1,25 atau pendapatan bersih sebesar 0,25, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kriteria efisiensi usaha agroindustri keripik nangka ini tidak rugi atau layak untuk diusahakan, karena mempunyai koefisien atau nilai efisiensi 1,25 yaitu lebih besar dari 1.

Perbandingan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Samsul (2016) dengan judul Analisis Pendapatan Agroindustri Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Menyatakan bahwa efisiensi usaha pengolahan nangka menjadi keripik nangka adalah sebesar 1,90. Dikarenakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Samsul selama sebulan sekali proses produksinya.

5.2.9. Nilai Tambah Agroindustri Keripik Nangka

Salah satu tujuan pengolahan hasil pertanian adalah untuk mendapatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Nilai tambah yang diterima tersebut merupakan imbalan jasa dan tenaga kerja serta keuntungan pengusaha, pada usaha keripik nangka usaha baru ibu dapat memberikan nilai tambah dan dampak positif bagi pengusahanya karena dengan melakukan pengolahan terlebih dahulu pengusaha akan mendapatkan keuntungan lebih dan juga mendapatkan manfaat dan pengusaha juga dapat membuka atau memberikan lapangan pekerjaan dari usaha tersebut untuk lebih jelasnya mengenai nilai tambah dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Analisis Nilai Tambah Usaha Agroindustri Keripik Nangka Perproses Produksi Pada Usaha Baru Ibu di Desa Kulau Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

Variabel	Nilai
I. Output, Input Dan Harga	
1. Output (Kg)	10
2. Input (Kg)	150
3. Tenaga Kerja (HOK)	2,375
4. Faktor Konversi	0,067
5. Korfisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	0,015
6. Harga Output (Rp)	140.000
7. Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	45.000
II. Penerimaan Dan Keuntungan	
8. Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	4.000
9. Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	2.706
10. Nilai Output (Rp/Kg)	9.380
11. a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	2.674
b. Rasio Nilai Tambah (%)	28,50
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	675
b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	25,24
13. a. Keuntungan (Rp)	1.999
b. Tingkat Keuntungan (%)	21,31
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/Kg)	5.380
a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%)	12,54
b. Sumbangan Input Lain (%)	50,29
c. Keuntungan pengusaha (%)	37,15

Data Olahan Peneliti Tahun, 2021.

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat nilai tambah Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar menghasilkan output sebanyak 10 Kg/Proses produksi, dengan menggunakan bahan baku sebanyak 150 Kg. Tenaga kerja yang digunakan dalam mengolah keripik nangka adalah 2,375 tenaga kerja (HOK), meliputi mulai dari tahap pengupasan, perendaman, pencucian, penggorengan, penirisan dan juga pengemasan.

Faktor konversi diperoleh dari hasil output dibagi dengan input yaitu sebesar 0,067 % yang bermakna banyaknya output yang dihasilkan dari satu-

satuan input yang digunakan. Koefisien tenaga kerja yang didapat, diperoleh dari hasil tenaga kerja dibagi dengan input yaitu sebesar 0,015 HOK. Harga output yang diperoleh adalah sebesar Rp. 140.000/Kg dan upah tenaga kerja adalah sebesar Rp. 45.000/HOK.

Harga bahan baku buah nangka Rp. 4.000/Kg sedangkan sumbangan input lain diperoleh dari biaya pemakaian input lain Rp. 2.706/Kg/Proses produksi. Nilai output keripik nangka yang dihasilkan dari faktor konversi dikali dengan harga output sebesar Rp. 9.380/Kg. Nilai tambah produk yang diperoleh adalah hasil dari nilai output produksi keripik nangka dikurang sumbangan input lain dan dikurang dengan harga bahan baku. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan buah nangka menjadi keripik nangka adalah sebesar Rp. 2.674/Kg.

Rasio nilai tambah keripik nangka sebesar Rp. 28,50% dalam satu kali proses produksi. Pendapatan tenaga kerja diperoleh dari hasil perkalian koefisien tenaga kerja dengan upah tenaga kerja adalah sebesar Rp. 675/Kg. Pangsa tenaga kerja yang diperoleh adalah sebesar 25,24%. Pangsa tenaga kerja merupakan persentase tenaga kerja dari nilai tambah. Keuntungan nilai tambah yaitu sebesar Rp. 1.999 dan tingkat keuntungannya 21,31%.

Hasil dari analisis nilai tambah ini juga dapat menunjukkan margin dari bahan baku buah nangka menjadi keripik nangka yang didistribusikan kepada imbalan tenaga kerja, sumbangan input lain, dan keuntungan pengusaha. Margin ini merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku buah nangka perkilogram, tiap proses produksi 1 Kg bahan baku buah nangka menjadi keripik nangka diperoleh margin sebesar Rp. 5.380/Kg yang didistribusikan untuk masing-masing pendapatan tenaga kerja langsung 12,54%, sumbangan input lain 50,29% dan keuntungan pengusaha 37,15%.

5.3. Analisis Pemasaran Agroindustri Keripik Nangka

Demi kelancaran sistem pemasaran Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang menjadi perhatian bagi pengusaha antara lain:

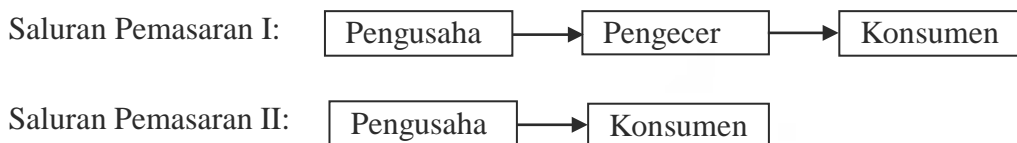
5.3.1. Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran dan Fungsi Pemasaran Keripik Nangka.

5.3.1.1. Lembaga Pemasaran Keripik Nangka.

Kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Lembaga ini mempunyai peran yang paling penting dalam proses pemasaran. Lembaga pemasaran ada karena kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu dan tempat. Lembaga pemasaran yang terlibat pada Usaha Baru Ibu yaitu pengusaha yang menjual langsung kepada konsumen di kios/toko sendiri dan kepada pedagang pengecer.

5.3.1.2. Saluran Pemasaran Keripik Nangka

Pengusaha merupakan pihak pertama dari alur pemasaran keripik nangka dalam proses pemasarannya, namun pengusaha pada usaha baru ibu sebagai penjual langsung yang menjual produk yang dihasilkannya. Saluran pemasaran pada usaha baru ibu yaitu saluran pemasaran I: pengusaha – pedagang pengecer – konsumen dan saluran pemasaran II: pengusaha-konsumen yang terdapat pada usaha baru ibu. Untuk lebih jelas nya dapat dilihat pada Gambar 10:



Gambar 10. Saluran Pemasaran Keripik Nangka.

5.3.1.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran Keripik Nangka

Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran, dengan kata lain fungsi pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen atau rantai saluran barang serta lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan keripik nangka dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Fungsi-Fungsi Pemasaran Usaha Agroindustri Keripik Nangka Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Fungsi Pemasaran	Pengusaha	Pedagang Pengecer	Konsumen
1	Penjualan	✓	✓	-
2	Pembelian	-	✓	✓
3	Pengangkutan	✓	-	-
4	Penyimpanan	✓	-	-
5	Permodalan	✓	✓	-
6	Penanggung Resiko	✓	-	-
7	Standarisasi dan Grading	-	-	-
8	Informasi Pasar	✓	✓	-

Data Olahan Peneliti, Tahun 2021.

Berdasarkan Tabel 11, fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha Usaha Baru Ibu sebagai berikut:

1. Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan dilakukan langsung oleh pengusaha keripik nangka kepada pedagang pengecer tanpa adanya perantara lain. Dimana pengusaha mengemas keripik nangka dengan kemasan yang sangat baik dan sudah diberi merek kemudian bisa langsung dijual oleh pengusaha kepada pedagang pengecer yang kemudian pedagang pengecer menjualnya ke konsumen dan juga menjual langsung kepada konsumen.

2. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian tidak dilakukan oleh pengusaha keripik nangka Usaha

Baru Ibu karena pengusaha yang memproduksi keripik nangkanya, tetapi fungsi pembelian dilakukan oleh pedagang pengecer dan konsumen langsung kepada Pengusaha Usaha Baru Ibu.

3. Fungsi Pengangkutan

Fungsi pengangkutan pada usaha baru ibu digunakan untuk mengangkut keripik nangka menggunakan alat transportasi pada usaha baru ibu produk yang sudah selesai diolah langsung dikemas dan diletak pada kios/toko sendiri dan melakukan proses pengangkutan ke pedagang pengecer.

4. Fungsi Penyimpanan

Fungsi penyimpanan dilakukan oleh pengusaha keripik nangka sendiri yang diletakkan pada etalase atau rak lemari toko yang sudah disediakan dengan menyimpannya pada wadah plastik besar dan toples supaya keripik nangka ini tidak masuk angin yang kemudian nanti akan dikemas.

5. Fungsi Permodalan

Fungsi permodalan pada Usaha Baru Ibu pengusaha keripik nangka yaitu penyediaan modal yang diperlukan selama proses pemasaran. Modal yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran adalah pembelian bahan baku, bahan penunjang, pengemasan, upah tenaga kerja dan biaya transportasi. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa modal yang digunakan oleh pengusaha adalah modal sendiri.

6. Fungsi Penanggungan Resiko

Fungsi penanggungan resiko pada usaha baru ibu dapat diartikan sebagai ketidakpastian masalah yang dihadapi oleh pengusaha yaitu masalah harga, kerugian, dan berkurangnya keuntungan selama berusaha. Pengusaha bisa mengalami resiko selama berusaha seperti kenaikan harga bahan baku, kenaikan

bahan penunjang, kerusakan barang dan kecelakaan di jalan sehingga akan mengakibatkan berkurangnya keuntungan yang akan didapat oleh pengusaha keripik nangka.

7. Fungsi Standarisasi

Fungsi standarisasi yang terdapat pada usaha baru ibu dalam proses pemasaran tidak dilakukan karena proses standarisasi atau grading pada usaha ibu terdapat pada proses produksinya dengan memilih daging buah nangka yang bagus dan siap untuk diproduksi menjadi keripik nangka jadi ketika sudah diolah hasilnya tidak perlu dilakukan proses standarisasi/grading.

8. Fungsi Informasi Pasar

Fungsi informasi pasar adalah penentuan harga yang dilakukan oleh pengusaha dan pedagang pengecer untuk memperoleh informasi tentang harga jual dari keripik nangka.

5.3.2. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Profit Margin, Efisiensi Pemasaran.

5.3.2.1. Biaya Pemasaran

Pemasaran pengusaha keripik nangka pada Usaha Baru Ibu mengeluarkan biaya pemasaran seperti biaya pengemasan, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan dan biaya transportasi yang ditanggung oleh pengusaha sebesar Rp. 9.732,7 (Rp/Kg).

5.3.2.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan besar kecilnya margin tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 pada Usaha Baru Ibu dari pengusaha ke pedagang pengecer sebesar Rp. 20.000/Kg.

Sedangkan dari pengusaha ke konsumen tidak memiliki margin, hal tersebut karena harga beli konsumen dan harga jual pengusaha sama.

5.3.2.3. Profit Margin

Profit margin merupakan keuntungan yang diterima oleh pengusaha yang dihubungkan dengan penjualannya. Dalam Usaha Baru Ibu profit margin pengusaha dengan pedagang pengecer yang didapat sebesar Rp. 10.267,3/Kg.

5.3.2.4. Efisiensi Pemasaran

Memperlancar arus produk dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah memilih saluran pemasaran yang tepat dan efisien. Efisiensi pemasaran adalah maksimal dari rasio input output. Perubahan yang mengurangi biaya input tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan meningkatkan efisiensi untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Analisis Rata-Rata Biaya, Margin, Profit Margin, dan Efisiensi Pemasaran Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, Tahun 2021.

No	Uraian	Saluran Pemasaran I		Saluran Pemasaran II	
		Nilai (Rp/Kg)	(%)	Nilai (Rp/Kg)	(%)
1.	Pengusaha - Harga Jual - Biaya Pemasaran - Biaya Tenaga Kerja - Biaya Transportasi	120.000 6.136,5 731,2 2.865	85,71	140.000 6.136,5 731,2 -	100
2.	Pedagang Pengecer - Harga Beli	20.000			
3.	Konsumen - Harga Beli	140.000	100	140.000	100
4.	Margin Pemasaran	20.000			-
5.	Profit Margin	10.267,3			-
6.	Total Biaya Pemasaran	9.732,7		6.867,7	
7.	Efisiensi		6,95		4,90

Data Olahan Peneliti, 2021.

Pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa pengusaha langsung menjual keripik nangka ke pedagang pengecer dan langsung ke konsumen, harga beli pedagang

pengecer kepada pengusaha sebesar Rp. 120.000/Kg dan harga beli konsumen kepada pengusaha sebesar Rp. 140.000/Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pengusaha meliputi biaya pengemasan, biaya penyusutan, biaya tenaga kerja dan biaya transportasi sebesar Rp. 9.732,7/Kg. Efisiensi pemasaran keripik nangka pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 6,95%. Pada saluran pemasaran II harga jual pengusaha ke pada konsumen sebesar Rp. 140.000/Kg dan harga beli konsumen kepada pengusaha sebesar Rp.140.000/Kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengusaha sebesar Rp. 6.867,7/Kg. Dan pada saluran pemasaran II tidak memiliki margin pemasaran karena harga jual pengusaha kepada konsumen sama. Efisiensi keripik nangka pada saluran pemasaran II sebesar 4.90%.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Umur pengusaha pada Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar termasuk pada golongan usia non produktif yaitu berumur 65 tahun. Tingkat pendidikan tingkat SD/Sederajat selama 4 tahun. Pengalaman berusaha selama 8 tahun dan jumlah tanggungan 1 orang anak. Usaha keripik nangka ini berlangsung sudah sejak tahun 2012 dan merupakan usaha berskala kecil atau home industri dengan pengusaha 1 orang dan jumlah tenaga kerja sebanyak 4 orang wanita yang berasal dari dalam keluarga. Usaha ini merupakan jenis usaha berskala kecil atau disebut juga sebagai usaha home industri. Modal usaha yang diperoleh pengusaha ini berdiri dengan modal sendiri untuk mendirikan usahanya.
2. Dalam satu kali proses produksi penggunaan bahan baku buah nangka segar adalah sebesar 150 Kg/Proses produksi dan penggunaan bahan penunjang per satu kali proses produksi yaitu garam sebanyak (0,125 gr), soda sebanyak (0,0625 gr), minyak goreng sebanyak (24 L), plastik ukuran 10Kg (1pcs), gas sebanyak (6kg) dan listrik sebanyak 21 KwH. Teknologi pada usaha baru ibu sudah menggunakan teknologi modern dan sebagian masih sederhana dengan proses produksi yang dilakukan dari pengupasan, perendaman, pencucian, penggorengan, dan penirisan.

Biaya produksi perproses produksi dalam pembuatan keripik nangka adalah Rp. 1.112.862/proses produksi dengan produk yang dihasilkan sebanyak

10 Kg dengan harga jual sebesar Rp. 140.000/Kg. Pendapatan kotor per proses produksi sebesar Rp. 1.400.000 dan pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha adalah sebesar 287.138/proses produksi. Efisiensi usaha agroindustri keripik nangka usaha baru ibu dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kriteria efisiensi usaha agroindustri keripik nangka ini layak untuk diusahakan, karena mempunyai koefisien atau nilai efisiensi sebesar 1,25. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan bahan baku yaitu buah nangka yang diolah sampai menjadi keripik nangka adalah sebesar Rp. 2.674/Kg dengan rasio nilai tambah 28,50%. Hal ini berarti pengolahan nilai tambah buah nangka menjadi keripik nangka memberikan rasio nilai tambah sebanyak 28,50%. Marjin yang diperoleh sebesar Rp. 5.380 dengan sumbangan input lain 50,29% dengan keuntungan sebesar 37,15% dalam satu kali proses produksi.

3. Dalam pemasaran keripik nangka ini terdapat 2 saluran yaitu saluran pemasaran I yaitu pengusaha ke pedagang pengecer ke konsumen dan pada saluran pemasaran usaha ini memiliki margin pemasaran sebesar Rp 20.000 dan profit margin sebesar Rp 10.267,3/Kg dan efisiensi pemasaran pada usaha keripik nangka ini adalah sebesar 6,95%. Dan pada saluran pemasaran II tidak memiliki margin dan tidak memiliki profit margin karena pengusaha langsung menjual kepada konsumen dan efisiensi sebesar 4,90% dari total biaya pertotal nilai produk yang dimana menunjukkan bahwa sistem pemasarannya efisien.

6.2. Saran

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Usaha Agroindustri Keripik Nangka Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar sudah menguntungkan dan dilihat dari usia pengusahanya sudah termasuk ke dalam

golongan usia nonproduktif dengan menambah jumlah tenaga kerja dan menambah sedikit upah tenaga kerjanya, supaya tenaga kerja juga akan lebih semangat dalam bekerja dan para tenaga kerja juga dapat memberikan ide-ide yang lebih luas kepada pengusaha, sehingga usaha yang dijalankan oleh pengusaha dapat menjadi usaha yang termasuk pada golongan berskala besar dan lebih sukses dimasa yang akan datang.

2. Dari hasil penelitian pada pengusaha disarankan untuk lebih memperhatikan manajemen usaha nya dan lebih meningkatkan mutu dan kualitas produk keripik nangka dari segi rasa keripik nangka untuk menciptakan rasa yang bervariasi agar konsumen lebih tertarik, sehingga dapat lebih meningkatkan pendapatan dan keuntungan pengusaha lebih serius, optimal untuk mencapai efisiensi yang lebih tinggi lagi.
3. Usaha Agroindustri Keripik Nangka Pada Usaha Baru Ibu sudah layak untuk dikembangkan namun pengusaha juga harus tetap melakukan antisipasi terhadap kenaikan harga bahan baku dan penurunan harga jual nantinya akan dapat mempengaruhi keberlanjutan Usaha Baru Ibu. Dan pada usaha agroindustri keripik nangka usaha baru ibu sebaiknya juga lebih memahami dalam saluran pemasarannya dengan menjual nya ke market-market terdekat supaya produk keripik nangka lebih banyak dikenal orang dan lebih mudah untuk dijangkau oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari. 2002. Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi Buku 1, Edisi Keempat. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Akmadi. 2004. Teknologi Produksi. Raja Grafindo, Jakarta.
- Akmadi. 2010. Teknologi Benih Pertanian. Raja Grafindo, Jakarta.
- Al-Quran. 2016. Surat Ash-Shaff, ayat 10. PT Cordoba Internasional Indonesia, Bandung.
- Assauri. 2008. Pengantar Ekonomi Makro. Fe-UI, Jakarta.
- Astuti, E. 2007. Pengaruh Karakteristik Internal Perusahaan Terhadap Penyiapan dan Penggunaan Informasi Akuntansi Perusahaan Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kudes. Tesist UNDIP.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Provinsi Riau Dalam Angka. Produksi Buah-Buahan Dan Sayuran Tahunan Di Provinsi Riau Menurut Dan Jenis Tanaman (Ton),2016-2018.
- Badan Pusat Statistik 2018. Kecamatan Tambang Dalam Angka Kecamatan Tambang.
- Budhisatyarini, T. 2008. Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Pedesaan : Tantangan dan Peluang Bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani; Nilai Tambah Diversifikasi Hasil Usahatani Bawang Merah Menjadi Bawang Goreng. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian, Bogor.
- Caragih. 2013. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan Dan Karakteristik Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Koperasi (Sumber Data Mandiri) Muara Teweh Kalimantan Tengah. Jurnal Bisnis dan Pembangunan, 6 (2): 41-178.
- David. 2004. Manajemen Strategis: Konsep. Edisi Ketujuh. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Fitria. 2013. Laporan Pendahuluan Tentang Masalah Psikososial. Salemba Media, Jakarta
- Graffin. 2006. Ekonomi Pertanian. Andi Offset, Yogyakarta.
- Hanafiah. 1983. Tata Niniaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Handoko. 2000. Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia, Edisi ke 2.

- BPFE, Yogyakarta.
- Hamid, Abdul Kadir. 1994. *Dasar-Dasar Tataniaga Pertanian*. Fajar Harapan, Pekanbaru.
- Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Akarsa, Jakarta.
- Hayami, Y., Thosinori, M., dan Masjidin S. 1987. *Agricultural Marketing And Processing In Upland Java. A Prospectif From A Sunda Village*. Cgprt Centr, Bogor.
- Hasyim. 2003. Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian. Laporan Hasil Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hasyim. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Study Kasus: Dea Dolok Saribu Kecamatan Panguran Kabupaten Tapanuli Utara). *Jurnal Komunikasi Penelitian*, 18(2): 11-14.
- Heyne, K, 1987. *Tumbuhan Berguna Indonesia Cetakan I*. Badan Litbang Kehutanan, Jakarta.
- Imam Ibnu Majah. 1998. *Sunan Ibnu Majah*. Pustaka Azzam, Jakarta.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramdia Widisarana Indonesia.
- Kamal, Samsul 2016. "Analisis Pendapatan Agroindustri Keripik Nenas dan Keripik Nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Volume 3, No. 1 Februari 2016. Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Kotler, Philip 2000. *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Impementasi dan Kontrol*, Jilid 1. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip 2000. *Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Impementasi dan Kontrol*, Jilid 2. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta.
- Limbong, W. H dan Sitorus, Px 1987, *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Mangunwidjaja, Djumali dan Illah Sailah. 2005. *Pengantar Teknologi Pertanian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Masyhuri. 1994. *Pembangunan Agroindustri Melalui Penelitian Pengembangan Produk Yang Intensif dan Berkesinambungan Dalam Jurnal Agroekonomi*. Volume Vii, Nomor 1. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UGM, Yogyakarta.

- Mubyarto, 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Munawir, S. 2007. Profit Margin Online Pada [Http : //Rofiqoaulia. Blogspot. Com/2012/05/Roi – Return - On Investment.Html](http://Rofiqoaulia.Blogspot.Com/2012/05/Roi-Return-OnInvestment.Html), Diakses Tanggal, 13 Maret 2020.
- Netelda. 2006. Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasarannya. *Journal Aroforresty*. Vol. 1 No. 3 Halaman: 60 (Tidak Dipublikasikan).
- Nicholson, W. 2002. Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Edisi Kedelapan. Alih Bahasa Oleh IGN Bayu Mahendra dan Abdul Aziz. Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Nugraha. 2011. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan dan Sikap Wirausaha Terhadap Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Perak di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Nurhidayati 2016. Analissi Biaya dan Pendapatan Agroindustri Keripik Nangka di Kabupaten Lombok Barat. Fakultas Pertanian Universitas Mataram.
- Nurmedika. 2013. Anilisis Pendapatan dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Industri Rumah Tangga Tiara Di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 1 (3): 267-273.
- Padmowihardjo, S. 1999. Psikologi Belajar Mengajar. Sinar Baru Algesindo, Jakarta.
- Pindyck. 2007. *Microeconomics, 7th Ed. New Jersey: Pearson Education internasional*.
- Purba. 1968. Nilai Tambah Pada Satuan Output Yang Menghasilkan (Nilai Tambah Produk).
- Rahardi. 1999. Agribisnis Tanaman Buah, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim. 2007. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus : Penebar Swadaya.
- Reksohadiprodjo, Sukanto dan Gitosudarmo, Indriyo. 2014. Manajemen Produksi. Edisi 4. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Riyanto dan Bambang. 2010. Penganggaran Modal: Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat Cetakan Ketiga. BPFE, Yogyakarta.
- Rosnita, dkk. 2014. *Analysis of Pineapple Chips Agroindustry in Kualu Nenas Village Kampar District. Vol 4 (2014) 2088-5334*.
- Sari, yunita rini. 2017. Rantai Pasok dan Nilai Tambah Keripik Nangka Pada Agroindustri Keripik Panda Alami Di Kecamatan Gedong Tataan

- Kabupaten Pesawaran. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Saefuddin, M dan Hanafiah, AM. 1986. Tata Niaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1993, Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern, Pustaka. Harapan, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Usaha Tani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil. UI Pers, Jakarta.
- Soekartawi, 1995. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori Aplikasi Nya. Pt. Raja Grafindo Persabda, Jakarta.
- Soekartawi (D). 1999. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2001 Prinsip Agroindustri Hasil Pertanian Teori dan Aplikasi Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo Persabda, Jakarta
- Soekartawi. 2003. Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Cobb-Duglas. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soleh, M. 2003. Perbaikan Mutu dan Keamanan Pangan Produk Olahan Hasil Industri Kecil Melalui Analisa Bahaya dan penentuan Titik Kendali. Buletin Teknologi dan Informasi Pertanian. Vol 6 Januari 2003. Departemen Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (BPTP), Jawa Timur.
- Sucipto, dkk. 2018. Evaluasi Kualitas Keripik Buah Nangka Dengan Metode Six Sigma. Jurnal Teknologi Pertanian Andalas, volume 22, No. 2. Universitas Brawijaya.
- Sudarman, A. 2004. Teori Ekonomi Mikro, Edisi 4, BPFU UGM, Yogyakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Sudiyono, A. 2009. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Suhardjo. 2007. Definisi Tingkat Pendidikan. Buku Kompas, Jakarta.

- Suhendar, H. 2002. Skripsi: Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu Sumedang (Studi Kasus Bogor Jawa Barat). Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sumayang. 2003. Dasar-Dasar Manajmen Produksi dan Operasi, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Supardi, S. 2000. Pengantar Ilmu Ekonomi. UNS, Surakarta.
- Suparmoko. 2001. Ekonomika Untuk Manajerial BPEE, Yogyakarta.
- Suratiah. 2008. Ilmu Usaha Tani Penebar Swadaya, Bogor.
- Swasta. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suwita. 2011. Pemanfaatan Bayam Merah Untuk Meningkatkan Kadar Zat Besi dan Serat Pada Mie Kering. Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan : Kemenkes Malang, Malang.
- Suryani, Tatik. 2012. Perilaku Konsumen: Iplikasi Strategi Pemasaran. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Syamsuhidayat, S.S and Hutapea, J.R, 1991. Klasifikasi Tanaman Nangka. online pada <https://www.teoriemo.com/2016/11/klasifikasi-dan-morfologi-nangka.html> di akses pada tanggal, 13 maret 2020.
- Tarigan. 2004. Perencanaan Pembangunan Wilayah. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Thoha, M. 2010. Pembinaan Organisasi, Proses Dianosa dan Intervensi, Manajemen Kepemimpinan, Gava Media, Yogyakarta.
- Wulandari, 2006. Karakteristik *Good Corporate Governance*. Alfabeta. Bandung.
- Wibowo. 2000., Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Yamit, Zulian. (2003). "Manajemen Produksi dan Operasi". Edisi Kedua. FE UII, Yogyakarta.
- Yasin. A.Z.F dan Muchtar Ahmad. 1996. Usahatani Kecil, Kelembagaan dan Agribisnis, UNRI Pres, Pekanbaru.
- Yasin. 2005. Usahatani. Kembangan & Agribisnis UNRI Press, Pekanbaru.
- Yustina, E. 1993. Nangka Dan Cempedak Ragam Jenis Dan Pembudidayaan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Zakaria, ddk. 2007. Trend Pengajaran dan Pembelajaran Matematik Kuala Lumpur : Utusan Publication dan Distributor Sdn Bhd. UNRI Press, Pekanbaru.