



**ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN
PEMASARAN KERUPUK ATOM HANAFI FOOD
DI KELURAHAN BINAWIDYA KECAMATAN BINAWIDYA
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

OLEH :

OKTA WELA HANDRIANTI

184210506

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2023**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN
PEMASARAN KERUPUK ATOM HANAFI FOOD
DI KELURAHAN BINA WIDYA KECAMATAN BINA WIDYA
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

**NAMA : OKTA WELA HANDRIANTI
NPM : 184210506
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM
UJIAN KOMPREHENSIF YANG TELAH DILAKSANAKAN PADA
TANGGAL 26 JANUARI 2023 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI
SARAN YANG TELAH DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI
MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI
DOSEN PEMBIMBING**

Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr
NIDN: 1016046401



**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP
NIDN: 0013086004



**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**

Sisca Vaulina, SP., MP
NIDN: 1021018302

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

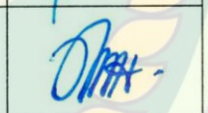
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM
UJIAN KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

TANGGAL 26 JANUARI 2023

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr	Ketua	
2	Ir. H. Tibrani, M.Si	Anggota	
3	Sisca Vaulina, SP., MP	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain), dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap”

(Q.S Al’ insyirah: 6–8)

Assalamu’alaikum Wr. Wb
Alhamdulillah hirobbil’alamin

Sujud Syukur kupersembahkan kepada Allah Azza Wa Jalla yang Maha Agung, Maha Tinggi, Maha Adil serta Maha Penyayang, atas takdir dan kehendakmu engkau jadikan diriku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga langkah kecil ini menjadi awal keberhasilan bagi diriku untuk dilimpahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, betapa hamba mencintai dirinya, keluarganya, para sahabatnya dan segenap pengikutnya.

“ Ya Allah berikanlah kemanfaatan pada ilmu yang telah engkau ajarkan, dan ajarkanlah kepadaku akan ilmu yang dapat memberikan manfaat, dan berikanlah tambahan ilmu pada diriku, segala puji bagi Allah SWT atas segala keadaan dan aku berlindung kepada Allah SWT dari penghuni-penghuni neraka.”

Dengan ungkapan rasa syukur yang mendalam kupersembahkan karya kecil ini dengan ucapan rasa terimakasih untukmu disurga **Almh Ibunda-ku Parwati** dan **Ayahanda-ku Tumiran** yang tiada henti-hentinya memberikanku doa, semangat, dorongan, dukungan moril dan materil serta kasih sayang dan



pengorbanan yang tidak akan pernah bisa tergantikan dengan apapun dan sampai kapanpun.

Wahai **Almh Ibunda-ku** udah 5th kita enggak ketemu, enggak ngobrol, enggak ngerasain masakan ibu, dan masih banyak lagi hal yang biasa kita lakuin, tapi sekarang udah enggak bisa lagi, aku **Kangen** tau! bisa enggak minjam waktunya se-jam aja. Enggak boleh yah bu? Yaiyaa soalnya enakan disana ya bu? See you in heaven mom ☺ Wahai **Almh Ibunda-ku** Terimakasih engkau telah membesarkan-ku, merawat-ku serta menyayangi aku selama 17th dan dengan bukti kecil ini sebagai hadiah dari keseriusan-ku untuk membalas semua yang engkau berikan kepadaku. Wahai **Almh Ibunda-ku** I MISS YOU AND I LOVE YOU MORE!!! ☺

Terimakasih aku ucapkan kepada:

Bapak Dr. Ir. Ujang Paman Ismail., M.Agr selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan bimbingan, motivasi, kritik dan saran yang membangun kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. **Ibu Sisca Vaulina, SP., MP** dan **Bapak Ir. H. Tibrani, M.Si** selaku dosen penguji selama seminar proposal sampai dengan sidang skripsi yang telah memberikan arahan terhadap skripsi ini dan memberikan masukan agar skripsi ini lebih baik lagi.

Terimakasih kepada seluruh **keluarga besar-ku** yang selalu memberikan semangat, motivasi yang tiada henti-hentinya kepada **Abang kandungku yang pertama Deni Siswanto dan Abang kandungku yang kedua Mino Ramadhan, S.IP Serta Adik Kandungku satu-satunya Agung Surya Dharma.** Terimakasih kepada **Kakak iparku Ely Armayanti dan kakak ipar Windi Komala Sari** serta **keponakan-keponakan aunty** yang selalu memberikan amunisi, semangat dan motivasi. Semoga kebaikan dan doa yang baik menjadikanku orang yang baik pula. Dan terimakasih untukmu sahabatku yang jauh disana **Dheni Ambar Wati** dan kakak sepupuku **Desy Indah Sary, S.IP** ☺



yang itulah pokoknya enggak bisa dijelasin disini juga karena terlalu panjang untuk diceritain, huhu.

Dan Teruntuk Sahabat-sahabat seperjuanganku Geng-B6 Sohib Recehku:

Arti Marni, SP. Galuh Dwi Chandra, SP. Sofie Hamdiah, SP. Siti Daena Manja Hsb, SP. Dewi Rahayu Sitorus, SP. Terimakasih untuk kalian yang telah mensuport aku dalam proses perdramaan skripsi ini hingga mau mendengar semua keluh kesahku. Selamat dan semangat mencari dunia pekerjaan guys! Jadi Pengusaha Muda Sukses untuk kita ber-6 Aamiin. Aku senang bisa mengenal kalian, semoga tetap terjaga silaturahmi kita sampai punya cicit yah wkwk aamiin allahumma aamiin. see you next time guys.

Terimakasih juga aku ucapkan untuk kamu **Mas Npm 194110247 Prodi Agroteknologi** yang selalu memberikan semangat serta berusaha menenangkan aku diwaktu aku lagi fell and drowned. Terimakasih juga untuk **Kedua Orangtua-mu** yang sudah baik, beri perhatian lebih, peduli dan menganggapku seperti anak mereka. **Thank you has become a part of my life Mas.** Semangat untuk penelitianmu! yok bisa yok Priode-III.

Whether other people's words are true or not depends on how we react to them. As long as what we do doesn't harm others, let's continue. Don't want to be discouraged by people who don't really have time for their own dreams.

Teruslah berusaha tak lupa diiringi dengan doa, Jatuh bangkit lagi, Gagal cobalagi. "Man Jaddah Wa Jada"

Wassalamualaikum Wr. Wb

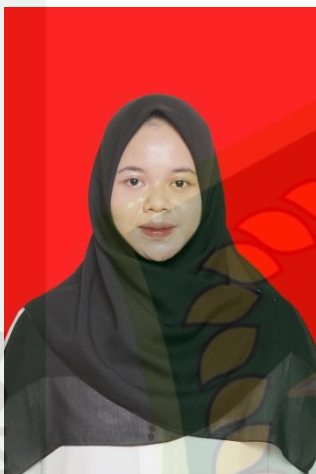
UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

Dari-ku

Okta Wela Handrianti, SP



BIOGRAFI PENULIS



Okta Wela Handrianti dilahirkan di Desa Telaga Sam-Sam Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau pada tanggal 21 Oktober 2000. Anak ketiga dari 4 bersaudara dari pasangan **Tumiran** (ayah) dan Almh **Parwati** (ibu). Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di (SD N 009 Kandis) Kabupaten Siak Provinsi Riau pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di (SMP N 2 Kandis) Kabupaten Siak Provinsi Riau dan tamat pada tahun 2015, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di (SMA N 1 Kandis) Kabupaten Siak Provinsi Riau dan tamat pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan Pendidikan Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Riau (UIR) Fakultas Pertanian pada Program Studi Agribisnis. Penulis menyelesaikan kuliah Strata Satu (S1). Atas izin Allah SWT akhirnya pada tanggal 26 Januari 2023 penulis dinyatakan lulus ujian Sarjana Pertanian dengan judul skripsi “**Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau**”.

Pekanbaru, Januari 2023

Okta Wela Handrianti, SP

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ABSTRAK

OKTA WELA HANDRIANTI (184210506). Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Ir. Ujang Paman Ismail M.Agr.

Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food merupakan salah satu usaha pengolahan makanan dengan mengolah ikan tenggiri segar menjadi kerupuk atom yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi sehingga perlu dikelola dengan baik agar bisa memproduksi optimal dan keuntungan maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Karakteristik pengusaha, pedagang dan profil usaha (2) Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, penggunaan teknologi dan proses produksi (3) Biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah (4) Saluran, lembaga, fungsi-fungsi, biaya, margin, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran. Metode yang digunakan metode survey. Responden diambil dengan cara sengaja (*purposive sampling*) dengan jumlah 1 orang pengusaha yaitu Bapak Doni Fajri sebagai pemilik usaha agroindustri kerupuk atom, 1 orang tenaga kerja dan 5 orang pedagang. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan skunder berupa data deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data yang dianalisis menggunakan metode hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pengusaha 43 tahun rata-rata umur pedagang yaitu 40,71 tahun tergolong usia produktif. Tingkat pendidikan pengusaha 15 tahun (D3) dan rata-rata pendidikan pedagang 12,43 (SLTA). Pengalaman berusaha pengusaha 11 tahun dan rata-rata pengalaman usaha pedagang yaitu 8,00 tahun. Tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 4 jiwa dan tanggungan keluarga pada pedagang sebanyak 2-4 jiwa. Profil usaha agroindustri kerupuk atom berdiri sejak 2011 usaha ini berbentuk skala industri kecil, merupakan usaha milik perorangan, modal usaha milik sendiri. Penggunaan bahan baku yang digunakan sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan. Teknologi yang digunakan sudah modern. Total biaya sebesar Rp 952.707/proses produksi dan Rp 11.427,873/bulan. Jumlah produksi sebanyak 10 kg dari 5 kg ikan tenggiri segar dan harga jual produksi kerupuk atom sebesar Rp 160.000/kg. Pendapatan bersih Rp 647.292/proses produksi dan 19.200.000/bulan dengan efisiensi sebesar 1,68 dan nilai tambah yang dihasilkan sebesar Rp. 197.940 dengan rasio nilai tambah 61,85 persen. Pemasaran kerupuk atom 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 10.000/kg dan efisiensi sebesar 6,25 persen. Pada saluran II tidak memiliki margin dan tidak memiliki profit margin serta efisiensi karena pengusaha langsung menjual kepada konsumen.

Kata Kunci: *Kerupuk atom, Analisis Usaha, Agroindustri, Pemasaran.*



ABSTRACT

OKTA WELA HANDRIANTI (184210506). Analysis of Agro-industry Business and Marketing of Hanafa Food Atomic Crackers in Binawidya Village, Binawidya District, Pekanbaru City, Riau Province. Under the guidance of Dr. Ir. Ujang Uncle Ismail M.Agr.

Hanafa Food's Atomic Cracker Agroindustry Business is a food processing business by processing fresh mackerel fish into atomic crackers which have high economic value so they need to be managed properly in order to optimize production and maximize profits. The objectives of this study were: (1) Characteristics of entrepreneurs, traders and business profiles (2) Use of raw materials and supporting materials, use of technology and production processes (3) Production costs, production, prices, income, efficiency and added value (4) Channels, agencies, functions, costs, margins, marketing profits, marketing efficiency. The method used survey method. Respondents were taken purposively (purposive sampling) with a total of 1 entrepreneur, namely Mr. Doni Fajri as the owner of the atomic cracker agro-industry business, 1 worker and 5 traders. The data collected consisted of primary and secondary data in the form of quantitative and qualitative descriptive data. Data were analyzed using hayami method. The results show that: age of the entrepreneur is 43 years, average age of the trader is 40.71 years, which is classified as productive age. Entrepreneur education level is 15 years (D3) and the average merchant education is 12.43 (SLTA). The entrepreneur's business experience is 11 years and the average trader's business experience is 8.00 years. The dependents of the entrepreneur's family are 4 people and the family dependents on the traders are 2-4 people. The business profile of the atomic cracker agro-industry was founded in 2011. This business is a small industrial scale, is an individual-owned business, own business capital. Raw materials used is 5 kg/production process and 60 kg/month, and using technology modern. Total cost is IDR 952,707/production process and IDR 11,427,873/month. Total production is 10 kg of 5 kg of fresh mackerel and the selling price of atomic cracker production is IDR 160,000/kg. Net income of IDR 647,292/production process and IDR 19,200,000/month. Efficiency of 1.68 and added value generated is IDR. 197,940, added value ratio 61.85 percent. There are 2 marketing channels for this atomic cracker: marketing channel I, namely entrepreneurs to retailers to consumers and on this business marketing channel. It has a marketing margin of IDR 20,000 and a profit margin of IDR 10,000/kg and an efficiency of 6.25 percent. Channel II has no margin and no profit margin and efficiency because entrepreneurs sell directly to consumers.

Keywords: Atomic Crackers, Business Analysis, Agro-industry, Marketing.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbi'alamin Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanna Wataala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, seperti diberikan kekuatan kemudahan dan kelancaran dalam menghadapi setiap masalah. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau ” yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian pada jurusan agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Penulis Mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan bimbingan, motivasi, kritik dan saran yang membangun kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Ir. H. Tibrani, M.Si dan Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.



4. Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Prodi Agribisnis dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku Sekretaris Prodi Agribisnis dan kepada seluruh Dosen, Staf Tata Usaha atas bimbingan dan pelayanan selama menimba ilmu di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

5. Kepada Orang Tua tercinta, Almh Ibunda Parwati dan ayahanda Tumiran yang telah banyak mendoakan, memberikan kasih sayang dan memberikan moral maupun material, teruntuk abang-abang, adik dan juga kakak-kakak iparku Deni Siswanto, Mino Ramadhan, S.IP, Agung Surya Darma, Ely Armayanti, Windi Komala Sari Terimakasih atas doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada teman-teman kelas Agribisnis (E) angkatan 18, para sahabat-sahabat, dan orang-orang terdekatku yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungannya baik secara materil maupun non-materil.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berupaya untuk mencapai hasil yang terbaik, namun bila masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan, maka penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Selanjutnya, penulis mengharapkan masukan atau saran yang sifatnya membangun guna perbaikan skripsi ini agar dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 26 Januari 2023

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha	9
2.1.1. Karakteristik Pengusaha dan Pedagang	9
2.1.2. Profil Usaha	12
2.2. Agroindustri	17
2.2.1. Pengertian Agroindustri	19
2.2.2. Bahan Baku.....	21
2.2.3. Bahan Penunjang	22
2.2.4. Penggunaan Faktor Produksi	22
2.2.5. Teknologi dan Proses Produksi.....	24



2.3. Analisis Usaha	26
2.3.1. Biaya Produksi	26
2.3.1. Produksi	28
2.3.2. Harga	28
2.3.3. Pendapatan	30
2.3.4. Efisiensi	31
2.3.5. Nilai Tambah	32
2.4. Konsep Pemasaran	34
2.4.1. Pengertian Pemasaran	34
2.4.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran	35
2.4.3. Fungsi-fungsi Pemasaran	36
2.4.4. Biaya Pemasaran	38
2.4.5. Margin Pemasaran	38
2.4.6. Profit Margin	39
2.4.7. Efisiensi Pemasaran	40
2.5. Penelitian Terdahulu	40
2.6. Kerangka Pemikiran	49
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	52
3.2. Teknik Pengambilan Responden	52
3.3. Jenis dan Sumber Data	52
3.4. Konsep Operasional	54
3.5. Analisis Data	57



3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha	57
3.5.2. Analisis Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang, Penggunaan Teknologi dan Proses Poduksi Agroindustri Kerupuk Atom.....	57
3.5.3. Analisis Biaya, Produksi, Harga, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Atom	58
3.5.4. Analisis Pemasaran.....	64
BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	67
4.1. Keadaan Wilayah.....	67
4.2. Kependudukan	67
4.2.1. Penduduk Berdasarkan Tingkat Umur	68
4.2.2. Penduduk Berdasarkan Agama.....	68
4.2.3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
4.3. Sarana dan Prasarana Penunjang	70
4.3.1. Sarana dan Prasarana Ekonomi	71
4.3.2. Sarana dan Prasarana Pendidikan	72
4.3.3. Sarana dan Prasarana Tempat Ibadah.....	72
4.3.4. Sarana dan Prasarana Kesehatan	73
4.4. Mata Pencaharian Penduduk	74
4.5. Potensi Pengembangan Agroindustri	74
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	76
5.1. Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha	76
5.1.1. Karakteristik Pengusaha dan Pedagang.....	76
5.1.2. Profil Usaha	79



5.2. Penggunaan Bahan Baku, Bahan Penunjang, Teknologi dan Proses Produksi Agroindustri Kerupuk Atom	83
5.2.1. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang	83
5.2.2. Penggunaan Teknologi Produksi	85
5.2.3. Proses Produksi	88
5.3. Biaya, Produksi, Harga, Pendapatan, Efisiensi, dan Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Atom	94
5.3.1. Biaya Produksi	94
5.3.2. Produksi	96
5.3.3. Harga	96
5.3.4. Pendapatan	96
5.3.5. Efisiensi	97
5.3.6. Nilai Tambah	98
5.4. Pemasaran Kerupuk Atom	101
5.4.1. Saluran dan Lembaga Pemasaran	101
5.4.2. Fungsi-fungsi Pemasaran	103
5.4.3. Biaya, Margin, <i>Profit</i> dan Efisiensi Pemasaran	106
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	109
6.1. Kesimpulan	109
6.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	118
DOKUMENTASI	124

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Produksi Perikanan Provinsi Riau, Tahun 2015-2019	2
2. Kandungan Nilai Gizi Ikan Tenggiri per (100 gram)	3
3. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami	64
4. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Umur dan Jenis Kelamin di Kelurahan Binawidya Tahun 2021	68
5. Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kelurahan Binawidya Tahun 2021.....	69
6. Jumlah Penduduk Di kelurahan Binawidya Menurut Pendidikan Terakhir Tahun 2021.....	70
7. Jumlah Sarana Dan Prasarana Ekonomi di Kelurahan Binawidya Tahun 2020	71
8. Jumlah Banyaknya Sekolah di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.....	72
9. Jumlah Tempat Ibadah di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.....	73
10. Jumlah Sarana Kesehatan di Kelurahan Binawidya Tahun 2020	73
11. Mata Pencarian Penduduk di Kelurahan Binawidya Tahun 2021....	74
12. Jumlah Industri Berdasarkan Jenis Usaha di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2021.....	75
13. Karakteristik pengusaha dan pedagang Pekanbaru Tahun 2022 Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.....	76
14. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Tahun 2022	82



15. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	84
16. Penggunaan Peralatan dan Jumlah Peralatan yang Digunakan dalam Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	86
17. Distribusi Jumlah Penggunaan Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	95
18. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	99
19. Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	104
20. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.....	107

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	51
2. Skema Proses Pengolahan Kerupuk Atom Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food.....	89
3. Proses Pencampuran Adonan.....	90
4. Proses Pencetakan Adonan	91
5. Pemotongan Adonan	91
6. Proses Penggorengan Kerupuk Atom	92
7. Proses Penirisan Kerupuk Atom	93
8. Proses Pengemasan Kerupuk Atom	93
9. Saluran Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food Di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022	102

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Pengusaha dan Pedagang Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022	118
2. Profil Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.....	118
3. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Kerja Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022	119
4. Distribusi Penyusutan Peralatan Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022	120
5. Distribusi Jumlah Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.....	121
6. Distribusi Nilai Tambah Metode Hayami Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022	122
7. Distribusi Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022	123



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian masih tetap menjadi salah satu kunci dalam perekonomian nasional, dimana pertanian akan selalu berperan sebagai penyedia pangan bagi penduduk dengan ciri-ciri permintaan yang terus meningkat, baik kualitas maupun keragamannya. Sektor pertanian mampu mengatasi masalah sosial ekonomi, meliputi sumber pendapatan, mengatasi pengangguran, pemanfaatan sumber daya pertanian dan lainnya (Yasin, 2002).

Peranan pertanian dari aspek sosial ekonomi tetap strategis, dimana kebutuhan pangan penduduk terpenuhi dengan jumlah dan mutu terjamin, hal ini merupakan tugas utama sektor pertanian yang harus dicapai. Peranan sektor pertanian semakin serasi seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan persaingan global. Oleh sebab itu potensi yang ada perlu dimanfaatkan secara optimal dengan menawarkan produk pertanian kepasar dalam bentuk olahan atau agroindustri.

Agroindustri merupakan suatu bentuk usaha yang harus dikembangkan karena mampu mengatasi masalah ketenagakerjaan dan juga memberikan nilai tambah jika dikelola dengan baik. Salah satu produk agroindustri yang dikembangkan adalah agroindustri yang menggunakan olahan ikan. Agroindustri hasil perikanan yang sudah berkembang baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil adalah industri pengolahan ikan, pengasapan ikan, pengolahan kerupuk ikan, serta pengolahan dan pengawetan ikan lainnya.



Riau berpotensi untuk menjadi sentra industri perikanan nasional, dimana produksi subsektor perikanan laut, perikanan umum, dan perikanan budidaya dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel.1 Jumlah Produksi Perikanan Provinsi Riau, Tahun 2015-2019

No.	Subsektor Perikanan	Produksi (Ton)					Pertumbuhan (%)
		2015	2016	2017	2018	2019	
1.	Perikanan di Laut	105.296,30	102.100,90	107.843,00	120.022,00	114.497,00	92,08
2.	Perikanan Daratan	17.097,80	27.406,60	21.146,00	23.900,00	24.034,00	69,36
3.	Kolam	55.709,16	60.603,82	81.783,00	75.441,00	65.831,00	101,21
4.	Tambak	134,98	758,16	537,00	4.254,00	2.695,00	25,60
5.	Karamba	5.379,55	4.354,19	1.270,00	10.376,00	17.216,00	53,79
Jumlah		183.617,79	195.223,67	212.579,00	233.993,00	224.273,00	406,56

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, Tahun 2022.

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi perikanan di Riau terbanyak pada perikanan laut pada tahun 2018 sebanyak 120.022 ton, dan jumlah produksi perikanan paling sedikit pada perikanan tambak pada tahun 2015 sebanyak 134,98 ton. Hal ini disebabkan oleh peran aktif pemerintah Provinsi Riau dalam membangun sektor perikanan, sehingga sektor perikanan riau memiliki trend positif.

Salah satu komoditas perikanan yang menjadi sumber bahan baku agroindustri adalah ikan tenggiri. Daging ikan tenggiri dapat diolah dan dijadikan sebuah komponen makanan seperti siomay, pempek, kerupuk serta aneka makanan jajanan lainnya. ikan tenggiri memiliki tekstur daging yang lembut serta mempunyai bau yang khas, selain nikmat dikonsumsi karena rasanya yang gurih



ikan tenggiri juga mempunyai kandungan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Kandungan nilai gizi ikan tenggiri dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kandungan Nilai Gizi Ikan Tenggiri per (100 gram).

No	Kandungan Zat Gizi	Satuan	Komposisi
1	Energi	Kalori	109,0
2	Protein	Gram	21,5
3	Lemak	Gram	2,6
4	Besi	Mg	1,5
5	Air	Gram	68,1

Sumber : Anonim, 2019.

Berdasarkan dari Tabel 2, dapat diketahui bahwa kandungan protein, energy dan air yang lebih tinggi, kandungan protein sebesar 21,5 gram, energy sebesar 109 cal dan air sebesar 68,1 gram.

Ketersediaan ikan tenggiri yang cukup berlimpah serta kandungan gizi yang dimilikinya, namun tidak bertahan lama sehingga prospek untuk dilakukan pengolahan agroindustri skala rumah tangga yang menghasilkan berbagai produk pangan salah satunya adalah kerupuk atom. Produk agroindustri ini memanfaatkan ikan tenggiri sebagai bahan baku utama, tepung tapioka, telur, gula, garam dan bahan lainnya digunakan sebagai bahan penunjang. Keberadaannya dipasaran bersaing dengan produk-produk lain yang mempunyai karakteristik yang sama sebagai makanan ringan (*snack*).

Perkembangan pada usaha kerupuk atom ini tidak terlepas dari kerja keras pengusaha kerupuk atom hanafa food dan konsistensi mereka dalam menjalankan usaha kerupuk atom tersebut serta peluang yang tersedia sehingga usaha ini dapat berkembang dengan baik. Perkembangan yang telah dicapai masyarakat yang menjadi pengusaha kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya



Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau akankah bertahan dengan berkembang untuk masa yang akan datang.

Salah satu industri rumah tangga yang cukup berkembang di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau adalah industri rumah tangga kerupuk atom. Industri ini merupakan industri kecil yang dikerjakan dengan karakteristik tenaga kerja yang digunakan 2 orang yang merupakan anggota keluarga itu sendiri, modal yang digunakan relative kecil dan teknologi yang digunakan sudah modern. Usaha pengelolaan kerupuk atom yang terdapat di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau ini merupakan industri kecil yang bersifat sederhana dan merupakan bisnis keluarga.

Usaha Pengolahan kerupuk atom sudah dilakukan cukup lama yaitu sejak 2011 sampai sekarang, namun pada tahun 2019 sampai sekarang usaha kerupuk atom mengalami penurunan dalam produksi dikarenakan covid-19 yang dulunya memproduksi setiap hari dalam seminggu dan sekarang hanya dilakukan tiga kali dalam seminggu, dan harga bahan baku yang terus melonjak serta saat ini permintaan pasar terhadap kerupuk sangat bervariasi seiring dengan banyaknya jenis kerupuk berskala rumah tangga sehingga daya saing satu jenis kerupuk menjadi sangat tinggi.

Namun sampai pada saat sekarang ini agroindustri kerupuk atom masih bisa bertahan dengan kondisi harga bahan baku yang terus melonjak. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh produksi, ketersediaan modal, adanya peluang pasar juga dipengaruhi oleh potensi yang dimiliki pengusaha tersebut. Potensi pengusaha ini juga sangat ditentukan oleh sikap mental kewirausahaan



yang mendapat dukungan dari pengembangan usahanya, dimana sikap ini dipengaruhi oleh berbagai hal seperti pendidikan dan latihan yang dilakukan.

Pemasaran produk pertanian sering sekali menimbulkan selisih harga yang relative tinggi antara produsen dengan konsumen. Hal ini dapat disebabkan karena besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh tiap-tiap lembaga pemasaran. Besarnya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapat lembaga pemasaran tersebut akan menimbulkan adanya margin pemasaran yang besar.

Sistem pemasaran kerupuk atom berkembang karena dipengaruhi oleh pedagang besar, pedagang kecil maupun pengusaha agroindustri kerupuk atom. Faktor-faktor lainnya yang juga mempengaruhi sistem pemasaran kerupuk atom seperti kualitas ikan tenggiri, harga jual, dan peran setiap kawasan sentra produksi. Dengan demikian untuk mengetahui beberapa hal terkait sistem pemasaran bahan baku kerupuk atom dan nilai tambah yang muncul akibat adanya proses penyaluran kerupuk atom dari produsen hingga ke konsumen, biaya yang dikeluarkan, keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran kerupuk atom, serta margin pemasaran, maka dalam penelitian ini perlu menganalisis biaya pemasaran, keuntungan dan margin pemasaran kerupuk atom.

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



1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pengusaha, pedagang dan profil usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau?
2. Bagaimana penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, penggunaan teknologi dan proses produksi dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau?
3. Bagaimana biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau?
4. Bagaimana saluran, lembaga, fungsi-fungsi, biaya, margin, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan menganalisis :

1. Karakteristik pengusaha, pedagang dan profil usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
2. Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, penggunaan teknologi dan proses produksi dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau?



3. Biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
4. Saluran, lembaga, fungsi-fungsi, biaya, margin, keuntungan, efisiensi pemasaran agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis penelitian ini merupakan bentuk usaha untuk memperluas ilmu pengetahuan terutama berkaitan dengan kajian penulisan yang dilakukan.
2. Bagi pengusaha agroindustri kerupuk atom hanafa food diharapkan dapat mengetahui apakah usaha yang dilakukan menguntungkan atau tidak.
3. Bagi pembaca sebagai referensi dan informasi kepada pembaca maupun peneliti selanjutnya, agar peneliti selanjutnya lebih baik dan lebih mendalam lagi dalam penulisan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang analisis usaha agroindustri dan pemasaran kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Penelitian ini menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha, pedagang dan profil usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

ISLAM RIAU



2. Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang, penggunaan teknologi dan proses produksi dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
 3. Biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah dalam pengolahan kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
 4. Saluran, lembaga, fungsi-fungsi, biaya, margin, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.
- Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan deskriptif kuantitatif dan kualitatif dan menggunakan metode hayami.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha Kerupuk Atom

2.1.1. Karakteristik Pengusaha dan Pedagang

Karakteristik pengusaha dapat diamati dari beberapa faktor yang dapat memberikan gambaran mengenai pengelolaan usaha. Adapun karakteristik pengusaha meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga.

a. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kemampuan kerja dalam melakukan kegiatan agroindustri, umur dijadikan sebagai salah satu tolak ukur dalam melihat produktifitas kinerja seseorang, umur yang masih produktif kemungkinan besar dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Umur seseorang dalam bekerja cukup menentukan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan, baik sifatnya fisik maupun non fisik, pada umumnya tenaga kerja yang berumur tua mempunyai tenaga fisik yang lemah dan terbatas, sebaliknya tenaga kerja yang berumur muda mempunyai kemampuan fisik yang kuat. Pekerjaan lebih muda cenderung mengalami ketidakberdayaan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan pekerjaan yang lebih tua. Hal ini dapat terjadi karena pekerja yang lebih muda cenderung rendah pengalaman kerjanya jika dibandingkan dengan pekerja yang lebih tua ataupun disebabkan oleh faktor lain seperti pekerja yang lebih tua lebih stabil, lebih matang, dan mempunyai



pengalaman yang lebih seimbang terhadap kehidupan sehingga tidak mudah mengalami tekanan mental atau ketidakberdayaan dalam pekerjaan (Nafisah, 2020).

b. Tingkat Pendidikan

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.

Tingkat pendidikan merupakan jumlah tahun mengikuti pendidikan formal yang ditempuh pada bangku sekolah, pendidikan akan berpengaruh terhadap perilaku dan tingkat adopsi suatu inovasi. Seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung lebih terbuka untuk menerima dan mencoba hal-hal baru (Maramba, 2018).

Menurut Hasibuan dalam (Wirawan 2019), menyatakan bahwa tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi pengalaman kerja, dengan arti semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi keahlian dan keterampilan, sehingga pengalaman kerja akan meningkat.

Model pendidikan yang digambarkan dalam pendidikan pengusaha bukanlah pendidikan formal yang kerap kali mengasingkan dari realitas. Pendidikan tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi saja, tetapi menyangkut kehidupan sosial masyarakat. Masyarakat yang terbelakang lewat pendidikan pengusaha diharapkan mampu lebih aktif dan lebih optimal pada masa



depan, dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soetpomo dalam Lianti, 2019).

c. Pengalaman Berusaha

Menurut Staw dalam Wahyuni (2015), berpendapat bahwa pengalaman dalam menjalankan usaha merupakan prediktor terbaik bagi keberhasilan, terutama bila bisnis baru itu berkaitan dengan pengalaman bisnis sebelumnya. Kebutuhan pengalaman mengolah usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan. Ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orang tua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat mandiri inilah yang nantinya mendorong seseorang untuk mendirikan usaha sendiri.

Menurut Suwita (2011), menyatakan bahwa pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu, hal ini disebabkan karna semakin lama orang tersebut bekerja, maka memiliki pengalaman bekerja yang tinggi sehingga secara langsung akan mempengaruhi pendapatan.

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan, banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani melakukan aktivitas yang banyak terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarga (Hasyim, 2006).



Ada hubungan nyata yang dapat dilihat dari keengganan pengusaha terhadap risiko dengan jumlah anggota keluarga, keadaan tersebut sangat beralasan, karena tuntutan kebutuhan uang tunai rumah tangga yang besar, sehingga pengusaha berhati-hati dalam bertindak terutama berkaitan dengan cara baru yang rawan terhadap resiko. Kegagalan pengusaha dalam berusaha akan berpengaruh besar terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga yang besar dapat memberikan dorongan yang kuat untuk pemilik usaha yang intensif dengan menerapkan teknologi baru maka akan memperoleh pendapatan (Soekartawi, 2002).

2.1.2. Profil Usaha

Profil usaha dapat diamati dari beberapa faktor yang dapat memberikan gambaran mengenai pengelolaan usaha. Adapun profil usaha terdiri dari sejarah usaha, skala usaha, bentuk usaha, tujuan usaha, modal usaha dan tenaga kerja.

A. Sejarah Usaha

Sejarah usaha merupakan keadaan yang berkaitan dengan asal-usul berdirinya suatu usaha. Sejarah usaha biasanya memuat hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana usaha tersebut didirikan serta apa saja alasan pengusaha untuk memulai usaha tersebut. Pada kasus usaha industri rumahan atau usaha kecil menengah, biasanya sejarah usaha dimulai dari adanya keterampilan pengusaha, modal untuk memulai usaha serta tersedianya tempat untuk usaha, dari sejarahnya industri berasal dari kerajinan tangan yang melibatkan hanya anggota keluarga sendiri sebagai tenaga kerja, yang sifatnya turun temurun, tradisional hasilnya disesuaikan dengan selera konsumen, hal ini sering disebut dengan *home industry*.



B. Skala Usaha

Menurut Undang-undang No 20 Tahun, 2008 tentang skala usaha yang dibedakan menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah (UMKM) dan usaha besar. Usaha mikro, kecil, menengah merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. yang berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

a) Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha yang produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam UU. adapun penjualan atau omzet dari usaha mikro dalam setahun paling banyak Rp 300 juta (tiga ratus juta rupiah) dan jumlah aset bisnis yang dimiliki maksimal Rp 50 juta (lima puluh juta rupiah) diluar aset tanah dan bangunan.

b) Usaha Kecil

Usaha Kecil merupakan usaha dengan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau bahkan usaha besar yang dapat memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam UU. Adapun kategori usaha kecil yakni memiliki pendapatan bersih sekitar Rp 50 jt (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp 500jt (lima ratus juta rupiah) untuk penjualan pertahun mencapai Rp 300jt (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp



2,5 miliar. adapun contoh usaha kecil antara lain yaitu restoran kecil, catering, fotocopy, bengkel motor dan lainnya.

c) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha dengan ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan. pendapatan bersih usaha menengah di luar tanah dan bangunan mencapai di atas Rp 500jt (lima ratus juta rupiah) pertahun, usaha menengah juga memiliki omzet penjualan lebih dari Rp 2,5 miliar sampai dengan Rp 50 miliar pertahun. Usaha menengah memiliki keuangan yang terpisah serta memiliki legalitas usaha, contohnya seperti perusahaan roti skala rumahan, restoran besar, toko bangunan dan lainnya .

C. Bentuk Usaha

Menurut Dominick Salvatore dalam Indriyanti (2020), bentuk usaha merupakan suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengkoordinasikan sumber daya untuk tujuan memproduksi atau menghasilkan barang-barang atau jasa untuk dijual, terdapat beberapa bentuk usaha sebagai berikut:

1) *Commanditaire Vennootschap* (CV)

CV adalah bentuk kemitraan yang dibentuk oleh dua orang atau bahkan lebih dengan terdiri dari beberapa anggota memiliki tanggung jawab tidak terbatas dan terdapat beberapa lainnya yang memiliki tanggung jawab yang terbatas, cv dibagi menjadi dua jenis sekutu aktif dan sekutu pasif. sekutu aktif merupakan sekutu yang mengelola suatu perusahaan sekaligus memiliki hak membuat perjanjian dengan pihak lain atau ketiga. sekutu pasif merupakan sekutu yang



hanya menyerahkan modal serta tidak ikut campur dalam pengelolaan perusahaan sekutu pasif hanya berperan dalam memberikan modal.

2) Perusahaan Perseorangan (PO)

PO adalah bentuk bisnis yang dimiliki oleh satu orang, PO memiliki modal yang kecil, jenis produk dan jumlah produksinya terbatas, jumlah tenaga kerja sedikit serta alat produksi yang sederhana. Adapun tanggung jawab perusahaan ditanggung sendiri oleh individu tersebut.

3) Firma (Fa)

Firma merupakan usaha persekutuan antara seseorang dengan orang lain untuk menjalin kerjasama untuk menjalankan usaha bersama dengan tujuan untuk membagi keuntungan dari persekutuan tersebut.

4) Perseroan Terbatas (PT)

PT adalah jenis usaha yang dilindungi oleh hukum, modal yang digunakan berupa saham, dalam menjalankan PT pemilik modal saham dapat menjual saham kepada pihak lain. Hal ini dapat terjadi karena pendirian PT berdasarkan kesepakatan maka membutuhkan minimal dua orang pembuat PT yang disaksikan oleh notaris untuk mengetahui perjanjian dan pembuatan akta sebagai pengesahan dari menteri hukum dan HAM.

D. Tujuan Usaha

Tujuan usaha dan pemberdayaan UMKM telah tercantum dalam Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil dan menengah terdapat pada pasal 3 dan pasal 5 sebagai berikut. Pasal 3 menyatakan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah bertujuan mengembangkan dan



menumbuhkan usahanya untuk membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Sedangkan pasal 5 menyatakan bahwa tujuan usaha pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah terdapat beberapa hal antara lain: a.mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkeadilan dan berkembang, b.menumbuhkan atau mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah yang tangguh dan mandiri, c.meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta pengentasan rakyat dari kemiskinan.

E. Modal Usaha

Modal usaha merupakan 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 disimpulkan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis (Nugraha dalam Latiffah, 2020). Modal terdiri atas 2 jenis, antara lain:

1. Modal investasi

Modal investasi adalah modal yang disediakan untuk pengadaan sarana usaha yang bersifat fisik, modal ini meliputi pembiayaan untuk pembelian peralatan usaha, biaya perizinan, biaya produksi. Modal investasi merupakan sejumlah uang yang seseorang alokasikan untuk membeli suatu aset atau membangun aset jangka panjang sebagai usaha mengoptimalkan keuntungan di masa yang akan datang.



2. Modal kerja

Modal kerja adalah modal yang diperlukan untuk membiayai semua kegiatan usaha, modal ini digunakan untuk pembiayaan seperti pembelian bahan baku, bahan penunjang, upah tenaga kerja, serta biaya pemasaran.

F. Tenaga Kerja

Menurut Undang-undang RI No 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 2 tentang ketenagakerjaan, disebutkan bahwa tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Menurut Ratna (2016), tenaga kerja diklasifikasikan menurut sumbernya menjadi 1) tenaga kerja dalam keluarga dan 2) tenaga kerja luar keluarga. Menurut Mubyarto (2009), Dalam agroindustri tenaga kerja adalah salah satu faktor produksi yang utama, dalam agroindustri sebagian besar tenaga kerja berasal dari tenaga kerja dalam keluarga. Tenaga kerja dalam keluarga merupakan anggota keluarga saja pada usaha produksi secara keseluruhan biasanya tenaga kerja dalam keluarga digunakan pada usaha skala kecil, sebaliknya jika skala usaha yang besar akan menggunakan tenaga kerja dari luar keluarga.

2.2. Agroindustri

Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku,



merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian dan industri jasa pertanian (Udayana, 2011).

Dan Dia-lah yang menundukkan untukmu lautan yang terhampar luas dan menjadikannya tempat tinggal bagi binatang-binatang laut dan tumbuh kembang aneka perhiasan. Hal ini dimaksudkan agar kamu dapat menangkap ikan-ikannya dan memakan daging yang segar darinya, dan dari lautan itu pula kamu dapat mengeluarkan benda-benda yang bernilai tinggi, seperti mutiara, permata, dan sebagainya untuk menjadi perhiasan yang kamu pakai. Di samping itu, kamu juga melihat perahu pembawa barang-barang berat dan bahan-bahan makanan dapat berlayar padanya dengan mudah atas izin Allah. Dan Dia menundukkan laut agar kamu dapat memanfaatkannya dan mencari rezeki dari sebagian karunia-Nya yang terdapat di sana, dan agar kamu selalu bersyukur atas nikmat-nikmat yang dianugerahkan-Nya kepada kamu serta memanfaatkannya sesuai tujuan penciptaannya.

Selanjutnya, Allah swt menyebutkan nikmat-nikmat yang terdapat di lautan yang diberikan kepada hamba-Nya. Dijelaskan bahwa Dia yang telah mengendalikan lautan untuk manusia. Maksudnya ialah mengendalikan segala macam nikmat-Nya yang terdapat di lautan agar manusia dapat memperoleh makanan dari lautan itu berupa daging yang segar, yaitu segala macam jenis ikan yang diperoleh manusia dengan jalan menangkapnya. seperti dalil berikut sebagaimana firman Allah SWT dalam surah an-Nahl ayat 14.



وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا
وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلَكَ مَوَاجِرَ
فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ ۗ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٤﴾

Artinya : Dan Dialah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daging yang segar (ikan) darinya, dan (dari lautan itu) kamu mengeluarkan perhiasan yang kamu pakai. Kamu (juga) melihat perahu berlayar padanya, dan agar kamu mencari sebagian karunia-Nya, dan agar kamu bersyukur.

2.2.1. Pengertian Agroindustri

Agroindustri merupakan salah satu cabang industri yang berkaitan langsung dengan pertanian. Agroindustri adalah bagian dari empat subsistem yaitu, subsistem penyediaan sarana produksi, subsistem usahatani, subsistem pengolahan hasil atau agroindustri, subsistem pemasaran dan sarana penunjang. peranan agroindustri terhadap perekonomian nasional dapat dilihat dari kemampuan 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, berikut manfaat dari sebuah proses pengolahan komoditi pertanian, ada beberapa manfaat dari sebuah proses pengolahan komoditi pertanian antara lain (Soekartawi, 2003) antara lain:

1. Meningkatkan Nilai Tambah

Pengolahan yang baik oleh produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang di proses karena dengan pengolahan yang baik maka nilai



tambah barang pertanian meningkat sehingga mampu memasuki domestik maupun pasar luar negeri.

2. Kualitas Hasil

Salah satu tujuan dari pertanian adalah meningkatkan kualitas, dengan kualitas yang baik maka nilai barang juga menjadi lebih tinggi dan kebutuhan konsumen terpenuhi, perbedaan kualitas dapat menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.

3. Penyerapan Tenaga Kerja

Jika pengolahan hasil dilakukan, maka banyak tenaga kerja yang diserap. komoditas pertanian justru kadang menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada kegiatan pengolahan.

4. Meningkatkan Keterampilan

Keterampilan dalam pengolahan hasil akan menjadi peningkatan keterampilan secara kualitatif sehingga pada akhirnya dapat memperoleh hasil penerimaan usaha tani yang lebih besar.

5. Peningkatan Pendapatan

Konsekuensi logis dari proses pengolahan yang baik akan menyebabkan total penerimaan yang lebih tinggi, nilai keadaan memungkinkan maka sebaiknya petani mengolah sendiri hasil pertanian untuk mendapatkan kualitas hasil penerimaan atau total keuntungan yang lebih besar.

Agroindustri merupakan salah satu cabang industri yang mempunyai kaitan erat dan langsung dengan pertanian apabila pertanian diartikan sebagai proses yang menghasilkan produk pertanian di tingkat primer, maka kaitannya



dengan industri dapat berkaitan ke belakang maupun ke depan. Agroindustri sangat penting karena terdapat beberapa hal yang diperoleh antara lain: 1) meningkatkan nilai tambah, 2) meningkatkan kualitas hasil, 3) meningkatkan penyerapan tenaga kerja, 4) meningkatkan keterampilan produsen, 5) meningkatkan pendapatan produksi (Soekartawi, 2000).

Agroindustri merupakan industri yang memproduksi hasil pertanian dari bahan nabati ataupun hewani menjadi produk jadi dalam rangka meningkatkan nilai tambahnya. Adapun proses yang digunakan berupa pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik atau kimiawi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi. Agroindustri merupakan sistem terintegrasi yang melibatkan sumberdaya hasil pertanian, manusia, ilmu dan teknologi, uang dan informasi, produk agroindustri dapat berupa produk akhir yang siap dikonsumsi ataupun sebagai produk bahan baku industri lainnya.

2.2.2 Bahan Baku

Bahan baku pengolahan kerupuk atom yaitu ikan tenggiri segar, menurut Asri dkk (2011), bahan baku dibedakan menjadi dua antara lain sebagai berikut:

1. Bahan baku langsung

Bahan baku langsung yaitu seluruh bahan baku yang merupakan bagian dari barang jadi yang telah dihasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini sangat berhubungan dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan.



2. Bahan baku tidak langsung

Bahan baku tidak langsung adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang dihasilkan.

2.2.3. Bahan Penunjang

Bahan penunjang adalah bahan pelengkap kebutuhan. Bahan penunjang juga dapat diartikan sebagai barang yang dimanfaatkan dalam proses produksi, namun bukan merupakan bagian dari bahan baku utama untuk produksi yang dihasilkan. Beberapa ahli berpendapat bahwa bahan penunjang merupakan item yang dapat meningkatkan efisiensi dan keamanan produk tetapi bukan menjadi bagian dari bagian utama produk jadi (Zahir, 2020).

2.2.4. Penggunaan Input Produksi

Faktor produksi secara umum ada empat yakni lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen. Keempat faktor tersebut harus ada ketika melakukan produksi. Faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Menurut Griffin (2005) menyatakan bahwa secara total ada lima hal yang dianggap sebagai faktor produksi, yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya fisik, kewirausahaan, dan sumber daya informasi.

1) Lahan

Menurut Purwodidodo (1983), lahan merupakan suatu lingkungan fisik, yang mencakup iklim, relief, tanah, hidrologi dan tumbuhan yang sampai pada batas tertentu akan mempengaruhi kemampuan penggunaan lahan alam merupakan semua kekayaan yang kemampuan penggunaan lahan alam merupakan



semua kekayaan yang terdapat di alam untuk dimanfaatkan dalam proses produksi, karena sudah ada sejak dulu dimanfaatkan untuk produksi, maka sumber daya alam (SDA) ini termasuk faktor produksi yang meliputi tanah, air, iklim, udara dan sebagainya dalam agroindustri yang dimaksud seperti bangunan yang digunakan sebagai tempat berusaha dan tempat melakukan kegiatan produksi.

2) Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi dimana dapat diperoleh dari dalam keluarga dan luar keluarga. Tenaga kerja terbagi lagi menjadi tenaga kerja laki-laki, tenaga kerja perempuan, serta tenaga kerja anak-anak dimana batasan tenaga kerja anak-anak berumur 14 tahun ke bawah (Hermanto, 2009).

3) Modal

Menurut Hanggana (2010), modal dalam agroindustri digunakan untuk pembelian bahan baku dan bahan penunjang. Bahan baku adalah bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan sesuatu produk yang mana bahan tersebut dapat dijadikan wujud yang lainnya. Bahan penunjang adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan yang disatukan menjadi suatu barang jadi bahan baku dan bahan penunjang ini memiliki arti yang sangat penting dikarenakan modal terjadinya proses produksi sampai hasil produksi dengan mengelompokkan bahan baku dan penunjang untuk pengendalian, diprioritaskan pada bahan yang relatif lebih tinggi yaitu bahan baku. Selain dari itu modal juga akan digunakan untuk pengadaan peralatan, upah tenaga kerja.

4) Manajemen

Manajemen merupakan suatu seni untuk mengelola kegiatan agar berjalan



dengan baik dan terarah sehingga tujuan organisasi bisa tercapai. Manajemen merupakan suatu hal yang penting dalam melakukan kegiatan, karena dalam melaksanakan usaha perlu menerapkan fungsi-fungsi manajemen untuk mendapatkan hasil terbaik yang efektif dan efisien. Manajemen dikonsepsikan dan sering disebut sebagai konsep 6 M yaitu: *Money, Markets, Material, Machine, Methode*, dan *Man* (Downy dan Erikson, 1992).

2.2.5. Teknologi dan Proses Produksi

Pembuatan kerupuk atom membutuhkan teknologi yang sederhana, yaitu hanya membutuhkan peralatan rumah tangga seperti alat-alat untuk pencucian, penggilingan, kompor, kuai untuk penggorengan dan sebagainya. Untuk menjaga kualitas kerupuk atom maka penggunaan bahan baku seperti ikan tenggiri yang digunakan harus berkualitas artinya ikan tenggiri yang digunakan harus terlihat segar, karena itu dapat menurunkan mutu dari kerupuk atom. Disamping itu, kebersihan diri, alat dan lingkungan kerja harus diperhatikan oleh pengusaha.

Teknologi proses produksi sangat beragam yang dapat digunakan dan diterapkan pada agroindustri, mulai dari yang sederhana (fisik, mekanik contohnya pengeringan), teknologi yang sedang (reaksi hidrolisis) dan teknologi tinggi (seperti proses bioteknologi), dengan adanya ragam teknologi yang begitu luas, perlu adanya strategi pemilihan teknologi yang tepat untuk mengembangkan agroindustri dengan prinsip pendayagunaan (Mangunwidjaja dalam Prawinata, 2020).

Proses produksi merupakan proses pengubahan (transformasi) dari bahan atau komponen (input) menjadi produk lain mulai dari penyiapan bahan baku



sampai dengan produk jadi yang nantinya akan mempunyai nilai lebih tinggi atau dalam proses terjadinya penambahan nilai tambah (Yamit, 2011). Menurut (Assauri, 2008) proses produksi dapat dibedakan menjadi tiga jenis, antara lain :

1. Proses produksi yang terus-menerus, adalah proses produksi yang dipersiapkan untuk memperoleh produk dalam jangka waktu yang lama atau panjang, tanpa mengalami perubahan untuk jenis produk yang sama.
2. Proses produksi yang terputus-putus, adalah proses produksi yang menggunakan waktu yang pendek dalam persiapan peralatan untuk perubahan yang cepat untuk menghadapi variasi produk yang berganti-ganti.
3. Proses intermediate, dalam kenyataannya kedua macam proses produksi diatas tidak berlaku sepenuhnya, biasanya merupakan campuran dari keduanya, hal ini disebabkan karena jenis barang yang dikerjakan memang berbeda, tetapi jenisnya tidak terlalu banyak, dan jumlah barang setiap jenisnya tidak terlalu sedikit.

Tahapan dalam proses produksi kerupuk atom adalah sebagai berikut :

1. Ikan tenggiri yang masih segar dicuci/dibersihkan dan diambil dagingnya.
2. Daging ikan tenggiri digiling sampai halus, kemudian diberi gula, garam, lalu diremas-remas hingga merata.
3. Kemudian gula, garam, penyedap rasa, telur dihaluskan.
4. Setelah itu ikan tenggiri dan bumbu yang sudah dihaluskan dicampur dengan tepung tapioca menggunakan mesin pengaduk sambil diuleni sampai adonan kalis dan bisa dibentuk.



5. Adonan yang sudah kalis diambil sedikit demi sedikit, kemudian adonan dibentuk secara manual dengan menggunakan telapak tangan sehingga berbentuk bulat panjang kira-kira sebesar kelingking.
6. Adonan yang sudah dicetak secara manual kemudian diiris-iris dengan menggunakan pisau setebal kurang lebih 1 cm.

2.3. Analisis Usaha

Analisis usaha digunakan untuk menganalisis usaha produksi kerupuk atom dengan melakukan perencanaan, meriset, memprediksi, bahkan mengevaluasi kegiatan usaha agroindustri kerupuk atom pada usaha Hanafa Food, tujuannya untuk menghindari kemungkinan buruk yang terjadi ketika proses usaha tersebut dijalankan.

2.3.1. Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2017), biaya adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan dalam kegiatan produksi, biaya produksi akan muncul pada setiap kegiatan ekonomi karena suatu usaha selalu berkaitan dengan produksi. Pada hakikatnya biaya merupakan sejumlah uang yang telah diputuskan untuk pembelian ataupun pembayaran input yang diperlukan untuk produksi, ketersediaan uang tersebut telah diperhitungkan agar produksi dapat berlangsung.

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau bahkan kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu.

Biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku dari pemasok dan pengubahnya menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Harga jual suatu produk ditentukan dari harga produksi yang ada, karena



tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian maka sebaliknya jika tingkat harga melebihi semua biaya yang ada seperti biaya produksi, biaya operasional maupun biaya non operasional yang akan menghasilkan keuntungan, biaya produksi memiliki dua aspek antara lain sebagai berikut (Firdaus, 2008):

1. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu masa produksi, output produksi sangat menentukan besar kecilnya biaya tetap yang akan digunakan dan tetap dikeluarkan apabila tidak ada produksi. Biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food meliputi penyusutan peralatan seperti Mesin pendingin, Mesin penggilingan, Mesin pengaduk, Mesin peniris, Mesin pengemas, Mesin blender, Pisau sterilis, Kualiti, Kompor, Sendok goreng dan sendok saringan, Ember besar, Baskom, Tong besar, Timbangan, Meja sterilis.

2. Biaya tidak tetap (*variabel cost*)

Biaya tidak tetap merupakan biaya yang berubah-ubah secara proporsional dengan adanya kualitas produksi dan penjualan, jika kualitas produk bagus atau bertambah maka biaya variabel ikut bertambah, dan sebaliknya jika kualitas produk menurun maka biaya variabel yang digunakan juga akan menurun.

Adapun komponen biaya tidak tetap (variabel) pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food yaitu meliputi biaya bahan baku, karena bahan baku adalah bahan yang secara langsung digunakan dalam produksi yang nantinya akan



menghasilkan produk jadi yang siap untuk di jual atau dipasarkan, biaya upah tenaga kerja, dan biaya bahan penunjang.

2.3.2. Produksi

Produksi mempunyai ragam batasan dari ahli, produksi dapat diartikan yaitu penghasil sejumlah output. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan produk baik berupa barang maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Dalam teori ekonomi seorang produsen harus mengambil dua keputusan yaitu bagaimana output harus diproduksi serta berapa dan dalam kondisi bagaimana faktor-faktor produksi (input) digunakan. Produksi adalah hasil yang diperoleh sebagai akibat dari bekerjanya faktor-faktor produksi, yang termasuk dalam produksi ini adalah modal, tenaga kerja dan berbagai input lainnya (Mubyarto, 2005).

Produksi adalah berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran). Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input (Tati Suhartati dan Fathorrozi, 2003). Produksi atau memproduksi menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula (Putong, 2004).

2.3.3. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat diartikan secara halus harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk



keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Harga dalam fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu as-saman dan as-si'r. As-saman adalah patokan harga suatu barang sedangkan as-si'r adalah harga yang berlaku secara actual didalam pasar. Ulama fiqh membagi as-si'r menjadi dua macam, Pertama harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya.

Semua ibadah pada dasarnya akan menjadi haram jika tidak ada dalil yang memerintahkannya, begitupun juga termasuk dalam bermuamalah atau bertransaksi hukumnya halal kecuali ada dalil yang melarangnya, seperti dalil yang berkaitan dengan muamalah berikut sebagaimana firman Allah SWT dalam surah an-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.



Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai didalam al-Qur'an. Adapun dalam hadits Rasulullah SAW, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum at-tas'ir al-jabbari, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah al-maslahah al-mursalah (kemaslahatan).

2.3.4. Pendapatan

Menurut Baridwan (2011), pendapatan merupakan aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu usaha atau pelunasan utang usaha atau bahkan gabungan dari keduanya selama periode dari penyerahan/pembuatan barang, penyerahan jasa bahkan kegiatan utama lain dari usah tersebut.

Menurut Tohar (2010), pendapatan bagi sejumlah pelaku ekonomi adalah uang yang diterima oleh pelanggan dari perusahaan sebagai hasil penjualan barang dan jasa, arti pendapatan yaitu jumlah penghasilan yang berasal dari perorangan ataupun keluarga dari kegiatan atau jasa perbulannya yang diberikan dalam bentuk uang ataupun diartikan sebagai bentuk keberhasilan suatu usaha, besar kecilnya pendapatan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu: efisiensi biaya produksi yang artinya produk yang efisiensi akan dapat meningkatkan pendapatan bersih pengusaha, karena adanya proses produksi yang efisien akan menjadikan biaya produksi pada setiap produksi semakin rendah, selain itu faktor efisiensi pengadaan bahan baku dan pengadaan faktor-faktor produksi.



Menurut Soekartawi (2006), Pendapatan dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

A. Pendapatan kotor

Penerimaan merupakan produksi total dalam jangka waktu tertentu baik yang dijual maupun yang tidak dijual, total biaya (pengeluaran total) berasal dari semua nilai masukan yang habis terpakai atau tidak terpakai dalam skala satu kali proses produksi.

B. Pendapatan bersih

Merupakan selisih penerimaan dengan pengeluaran total, penerimaan sendiri yaitu produk total dalam waktu tertentu baik yang dijual atau yang tidak dijual.

C. Pendapatan tenaga kerja dalam keluarga

Diartikan sebagai sejumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan sebagai upah biaya tenaga kerja luar keluarga akan menjadi bagian pendapatan keluarga usaha. Pemanfaatan tenaga kerja dalam keluarga merupakan sumbangan biaya terhadap kegiatan usaha atau dengan kata lain akan mengurangi pengeluaran biaya atau upah tenaga kerja (Suratman, 2015).

2.3.5. Efisiensi

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara nilai output dan nilai input. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Efisiensi yang dijelaskan oleh Nicholson (2002), efisiensi adalah sebagai pencapaian output 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.

Menurut Soekartawi (1995), Efisiensi usaha dapat dihitung dengan menggunakan perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, dengan menggunakan R/C Rasio atau *Return cost of ratio*, dalam hitungan analisis sebaiknya R/C dibagi menjadi dua antara lain, R/C menggunakan biaya riil yang dikeluarkan pengusaha dan R/C untuk menghitung semua biaya baik biaya riil yang dikeluarkan ataupun biaya tidak riil dikeluarkan.

Tujuan utama dari suatu usaha adalah untuk memperoleh keuntungan yang besar disamping ada tujuan yang lebih utama, tujuan tersebut untuk mencapai suatu tingkat efisiensi yang tinggi. Adapun keuntungan yang tinggi tidak selalu dapat menunjukkan efisiensi yang tinggi pula, karena bisa jadi keuntungan yang diperoleh tersebut merupakan hasil dari investasi yang besar. Efisiensi juga mempunyai tujuan untuk memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah dicapai guna memperbesar produksi tanpa adanya peningkatan biaya keseluruhan (Rahardi, 2010).

2.3.6. Nilai Tambah

Menurut Mulyadi (2017), nilai tambah (*value added*) merupakan suatu pertambahan nilai komoditi karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi, dari nilai tambah inilah nantinya yang menggambarkan tingkat kemampuan menghasilkan pendapatan di usaha



tersebut. Dalam proses pengolahan, nilai tambah dapat didefinisikan sebagai selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja. Sedangkan margin adalah selisih antara nilai produk dengan harga bahan bakunya. Dalam margin ini mencakup komponen faktor produksi yang dipergunakan yaitu tenaga kerja, input lainnya dan balas jasa pengusaha pengolahan (Hayami dalam Nuryani, 2016).

Besarnya nilai tambah tergantung dari teknologi yang digunakan selama proses produksi dilakukan, serta adanya perlakuan lebih lanjut yang diberikan terhadap produk yang akan dihasilkan, dengan menggunakan teknologi yang baik akan menghasilkan produk yang berkualitas baik, maka akan meningkatkan harga jual produk yang nantinya akan memperbesar nilai tambah yang diperoleh pengusaha (Suryana, 1990).

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

Menurut Hayami dalam Nuryani (2016), tujuan dari analisis nilai tambah adalah untuk menaksir balas jasa yang diterima oleh tenaga kerja langsung dan pengelola. Analisis nilai tambah Hayami memperkirakan perubahan bahan bahan



baku setelah mendapatkan perlakuan. Secara umum konsep nilai tambah yang digunakan adalah nilai tambah bruto, dimana komponen biaya antara yang yang diperhitungkan meliputi biaya bahan baku, biaya bahan penunjang serta biaya transportasi. Besarnya nilai tambah ini tidak seluruhnya menyatakan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, karena masih mengandung imbalan terhadap pemilik faktor produksi lain dalam proses pengolahan yaitu sumbangan input lain. Besarnya nilai output produk dipengaruhi oleh besarnya bahan baku, sumbangan input lain, dan keuntungan.

2.4. Konsep Pemasaran

2.4.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) merupakan suatu rangkaian proses kegiatan yang tidak hanya mencakup penjualan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan jasa, dimana kegiatan tersebut hanya berorientasi pada masalah penjualan akan tetapi jauh lebih mendalam dari itu, kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan pada waktu sebelum maupun sesudah kegiatan penjualan barang atau jasa terjadi, dengan proses yang dilakukan sejak mulai direncanakan produk tersebut sampai dengan cara penyampaian produk pada pelanggan (Wiliam, 2008).

Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Bila ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dinyatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran



pertanian dapat meningkatkan guna waktu (*time utility*), guna tempat (*place utility*), guna bentuk (*form utility*) dan guna pemilikan (*passession utility*). Dalam proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen diperlukan tindakan-tindakan yang dapat mempelancar kegiatan pemasaran dan kegiatan tersebut dinamakan sebagai fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran (*exchange function*), fungsi fisik (*physical function*) dan fungsi fasilitas (*facilitating function*) (Sudiyono, 2001).

2.4.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran

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

Kotler (2005), mengemukakan 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.

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

- Produsen - Konsumen
- Produsen – Pengecer - Konsumen
- Produsen - Pedagang Besar – Pengecer- Konsumen



d. Produsen – Agen - Pengecer - Konsumen

e. Produsen – Agen - Pedagang Besar - Pengecer – Konsumen

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 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).

2.4.3. Fungsi Fungsi Pemasaran

Menurut Saefudin dan Hanafi (1986), fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran dan struktur pemasaran atau dalam perkataan lain fungsi pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata saluran barang-barangnya.

Fungsi pemasaran meliputi :

1. Fungsi pertukaran meliputi penjualan dan pembelian.
2. Fungsi pengadaan secara fisik meliputi : pengangkutan dan penyimpanan
3. Fungsi pelancar meliputi : permodalan, penanggung resiko, standarisasi dan grading, serta informasi pasar.

ISLAM RIAU



Penjelasan masing-masing fungsi pemasaran adalah :

- 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 perpindahannya barang-barang dari tempat produksi dan tempat penjualan ke tempat dimana barang-barang tersebut akan dipakai.
- d. Fungsi penyimpanan, yaitu menahan barang-barang selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu, disamping bertendensi meratakan harga (cenderung berusaha untuk menstabilkan harga).
- e. Fungsi permodalan, yaitu mencari dan mengurus modal atau uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dan arus barang dan sektor produksi sampai sektor konsumsi.
- f. Fungsi penanggung resiko, yaitu sebagai ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian atau kerusakan.
- g. Fungsi standarisasi dan grading, yaitu penentuan atau penetapan 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, yaitu tindakan-tindakan lapangan mencakup pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana kebijakan perusahaan atau orang bersangkutan.

2.4.4. Biaya Pemasaran

Secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usaha taninya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat ukur berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usaha taninya. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi biaya angkut, biaya pemungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain (Surtiyah, 2006).

Menurut Hansen dan Mowen (2001), mengemukakan bahwa biaya pemasaran ialah biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan produk atau jasa yang meliputi biaya gaji, dan konsumsi tenaga jual, biaya iklan, biaya pergudangan dan biaya pelayanan pelanggan.

2.4.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga antara kurva permintaan turunan dengan kurva permintaan primer. Permintaan primer diturunkan oleh respon akhir dari konsumen biasanya didasarkan pada hubungan harga di tingkat eceran, permintaan turunan didasarkan pada hubungan harga dan jumlah yang disebabkan oleh adanya perubahan masing – masing tingkat lembaga pemasaran dari tingkat produsen sampai pengecer.



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

2.4.6. Profit Margin

Profit margin adalah rasio profitabilitas yang berkaitan erat dengan pendapatan bersih (*net income*), pendapatan (*revenue*), laba bersih (*net profit*), dan penjualan (*sales*). Rasio ini mengukur jumlah rupiah penjualan yang mampu dipertahankan oleh perusahaan sebagai laba.

Menurut Munawir (2007), *profit margin* adalah 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.

Profit margin sangat berguna untuk membandingkan perusahaan-perusahaan dalam industri yang sama. Margin yang tinggi mengindikasikan suatu perusahaan memiliki potensi keuntungan yang besar. Profit margin biasanya ditampilkan dalam bentuk persentase. Misalnya, perusahaan yang berhasil memperoleh profit margin 20%, maka ia memiliki laba bersih sebesar 20 rupiah untuk setiap rupiah penjualannya, (Guinan 2009).



2.4.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan memasarkan suatu produk untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dengan menggunakan input yang serendah-rendahnya untuk memperoleh output semaksimal mungkin.

Efisiensi pemasaran terjadi jika lembaga pemasaran mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari semua keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir pada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Mubyarto, 1984).

Pada pemasaran yang efisien, harga-harga barang harus bergerak serempak serta merespon kekuatan pemerintah dan penawaran, akurasi dan kecepatan perubahan harga pasar terbentuk oleh saling berpengaruhnya satu pasar dengan pasar yang lainnya (Rahim dan Hastuti, 2007).

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya berupa skripsi dan jurnal-jurnal. Adapun Penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi penulis yaitu sebagai berikut:

Dongoran dan Sisca (2019) melakukan penelitian tentang Analisis Agroindustri Lempuk Durian Di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Tujuan Penelitian untuk mengetahui karakteristik pengusaha dan profil usaha agroindustri lempuk durian, penggunaan bahan baku, bahan penunjang, penggunaan tenaga kerja, teknologi pengolahan serta proses produksi agroindustri lempuk durian, besarnya biaya produksi, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah



agroindustri lempuk durian dan pemasaran hasil produk olahan durian. Penelitian menggunakan metode survey, di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. Responden pengusaha diambil dengan cara sensus dengan jumlah 4 pengusaha, data dianalisis dengan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Karakteristik pengusaha lempuk durian rata-rata berumur 47 tahun, lama pendidikan pengusaha 12 tahun, pengalaman berusaha 14 tahun dan jumlah tanggungan keluarga 5 jiwa. Profil usaha agroindustri lempuk durian berbentuk skala industri kecil. (2) Rata-rata penggunaan bahan baku berupa daging durian 225 kg/proses produksi, penggunaan bahan penunjang berupa: gula 56,25 kg/proses produksi, kayu bakar 45 ikat, plastik packing (ukuran 150 gram 1 kg, 200 gram 2 kg, 250 gram 2 kg, 400 gram 1 kg, 500 gram 1,75 kg, dan ukuran 1 kg 1,25 kg), upih 11,75 ikat, tali 1 gulung, label 1 rim, isolasi 2,5 gulungan, solar 4,5 liter, menghabiskan 8,5 tabung gas ukuran 3 kg. (3) Rata-rata penggunaan biaya tetap Rp. 1.968.633/proses produksi, biaya produksi Rp 15.886.133/proses produksi. Pendapatan kotor Rp 26.937.500/proses produksi dan pendapatan bersih Rp 11.051.367/proses produksi. Nilai RCR 1,70, dengan nilai tambah Rp 51.016. (4) Pemasaran produk lempuk durian memiliki dua saluran pemasaran.

Leonardo dan Fahrial (2020) melakukan penelitian tentang Agroindustri Teh Daun Gaharu Di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Pekanbaru (Studi Kasus Cv. Gaharu Plaza Indonesia). Tujuan Penelitian ini yaitu 1) menganalisis karakteristik pengusaha dan profil usaha Agroindustri Teh Daun Gaharu Pada CV. Gaharu Plaza Indonesia. 2) menganalisis penggunaan bahan



baku, bahan penunjang, teknologi pengolahan, penggunaan tenaga kerja dan proses produksi Agroindustri Teh Daun Gaharu Pada CV. Gaharu Plaza Indonesia. 3) Biaya produksi, pendapatan, keuntungan, efisiensi dan nilai tambah (*value added*). Penelitian ini menggunakan metode survey, studi kasus pada CV. Gaharu Plaza Indonesia yang dilaksanakan di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Pekanbaru. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Agroindustri Teh Daun Gaharu Pada CV. Gaharu Plaza Indonesia merupakan usaha kecil atau usaha mikro. Teknologi dalam pengolahan teh daun gaharu adalah semi mekanis, sudah memiliki sertifikat produksi pangan industri rumah tangga, izin usaha perdagangan kecil dan dinas kesehatan. Bahan baku yang digunakan untuk satu kali proses produksi untuk agroindustri teh daun gaharu adalah daun gaharu sebanyak 4 kg, dengan bahan penunjang berupa bunga melati, kantung bag the celup, kotak kemasan, kemasan standing pouch, plastic roll transparan dan label kemasan. Biaya produksi sebesar Rp. 1.175.894, pendapatan Rp. 4.250.000, keuntungan bersih sebesar Rp. 2.534.106, nilai tambah dari pengolahan daun gaharu sebesar Rp. 13.269. Untuk nilai RCR sebesar 2,48 dengan kriteria nilai $RCR > 1$ menguntungkan dan layak.

Vaulina dan Sri (2019) melakukan penelitian tentang Analisis Usaha Dan Pemasaran Madu Kelulut Di Kabupaten Kampar. Tujuan penelitian untuk menganalisis karakteristik peternak madu kelulut dan profil usaha madu kelulut, mengetahui teknologi budidaya madu kelulut, mengetahui proses pengolahan (agroindustri) madu kelulut, mengetahui biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi madu kelulut dan menganalisis pemasaran madu kelulut di



Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan metode survey. Sampel ditentukan berdasarkan purposive sampling sebanyak 26 orang peternak. Data dianalisis dengan menggunakan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik peternak dengan kategori umur produktif (26-55 thun), pendidikan SD-Sarjana dan pengalaman beternak 1-6 tahun. Profil usaha dirintis pada tahun 2016 dengan nama kelompok madu galo-galo kuok lestari yang beranggota sebanyak 26 orang peternak dengan jumlah kotak lebah masin-gmasing 2 - 40 buah, dan menggunakan tenaga kerja dalam keluarga. Teknologi budidaya terdiri dari mendapatkan koloni induk; pemindahan koloni/pemecahan koloni; pembuatan dan penempatan stup; pemeliharaan dan pemanenan. Proses pengolahan bersifat tradisional. Usaha madu kelulut membutuhkan biaya produksi Rp. 487.883,33/proses produksi; dengan rata-rata produksi madu pada saat musim berbunga 20,04 liter dan pada saat tidak musim berbunga 7,79 liter. Rata-rata pendapatan bersih pada musim bunga sebesar Rp 2.973.655,13 per orang per panen per kotak lebah dan pada saat tidak musim bunga Rp 858.270,52 per orang per panen per kotak lebah. Pemasaran madu kelulut hanya menjual ke kota Pekanbaru.

Intyas (2020) melakukan penelitian dengan judul tentang Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi di Desa Weru Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis nilai tambah yang diperoleh dari ikan segar dan cumi-cumi setelah diolah menjadi kerupuk ikan cumi oleh rumah tangga nelayan skala kecil yaitu UKM Barokah Sejati. Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui nilai tambah suatu komoditi



karena adanya input fungsional yang dilakukan pada komoditi tersebut. Jenis penelitian menggunakan metode studi kasus. Analisis data yang digunakan yaitu analisis nilai tambah metode Hayami. Hasil penelitian didapatkan bahwa nilai tambah pengolahan kerupuk ikan cumi Rp -1.697,- /kg dengan rasio nilai tambah sebesar -3,20% sedangkan setelah investasi sebesar Rp. 36.925,-/kg dengan rasio nilai tambah 34,87% (memperhitungkan Nilai Kerja Keluarga) yang artinya setiap Rp. 100 nilai produk kerupuk ikan cumi sebelum investasi diperoleh nilai tambah Rp. -76,82 (merugi) tetapi setelah investasi setiap Rp. 100 diperoleh nilai tambah Rp.34,87.

Kholidah (2017) berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan judul Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Kerupuk Ikan Janggalak (Gabus Laut). Kerupuk ikan janggalak adalah salah satu kerupuk yang di produksi di Desa Lesanan Lor Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Industri rumah tangga kerupuk ikan janggalak merupakan industri padat karya yaitu kegiatan proses produksi yang banyak menggunakan tenaga manusia dibandingkan dengan tenaga mesin. Tujuan penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui proses pengolahan kerupuk ikan janggalak, 2) untuk mengetahui nilai tambah dari proses pengolahan kerupuk ikan janggalak, 3) untuk mengetahui berapa besar pendapatan dan tingkat efisiensi dari agroindustri ikan janggalak. Metode pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis pendapatan , dan nilai tambah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan untuk satu kali produksi kerupuk ikan janggalak sebesar Rp 1.283.540 dan penerimaan yang diterima dari usaha kerupuk ikan sebesar Rp



2.599.415 sehingga diperoleh pendapatan sebesar Rp 1.315.875. Nilai R/C ratio sebesar 1,702 . Pengolahan kerupuk ikan janggalak memberikan nilai tambah sebesar Rp. 13.447 per satu kg tepung tapioka dan rasio nilai tambah sebesar 52%.

Husniah (2019) melakukan penelitian dengan judul Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Tempe Di Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai tambah kerupuk tempe yang diperoleh agroindustri pada berbagai skala usaha di Kecamatan Puger. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analitik. Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis nilai tambah menggunakan metode Hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai tambah kerupuk tempe pada masing-masing skala usaha di Kecamatan Puger adalah positif dengan nilai tambah terbesar dimiliki oleh agroindustri skala menengah sebesar Rp 1.706,93 per kilogram bahan baku dikarenakan biaya penyusutannya terendah diantara skala agroindustri lainnya.

Hargandari (2020) melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha Agroindustri Keripik Ubi Ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan, dan keuntungan usaha agroindustri keripik ubi ungu, menganalisis efisiensi dan BEP usaha agroindustri keripik ubi ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Metode penentuan lokasi dilakukan dengan metode *purposive* (sengaja) yang dilakukan di Desa Karanglo



dan Desa Bandardawung, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Responden pada penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha agroindustri keripik ubi ungu di Desa Karanglo dan Desa Bandardawung, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, 34 unit usaha agroindustri keripik ubi ungu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis biaya, penerimaan, keuntungan, analisis efisiensi usaha dan analisis BEP (Break Even Point). Hasil penelitian menunjukkan total biaya rata-rata usaha agroindustri keripik ubi ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar adalah Rp 1.291.366,15 per hari, rata-rata penerimaan sebesar Rp 1.719.705,88 per hari sehingga diperoleh keuntungan sebesar Rp 428.339,73 per hari. Efisiensi usaha agroindustri keripik ubi ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar sebesar 1,33 hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan sudah efisien yang ditunjukkan dengan nilai R/C ratio lebih dari satu. Usaha agroindustri keripik ubi ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar layak untuk diusahakan karena penerimaan rata-rata Rp 1.719.705,88 per hari lebih besar dari BEP Rp 132.955,301 per hari, produksi rata-rata sebesar 94,56 kg per hari lebih besar dari BEP 7 kg per hari, dan harga rata-rata sebesar Rp 18.323,53 per kg lebih besar dari BEP Rp 13.656,579 per kg.

Ma'sum (2021) dengan melakukan penelitiannya yang berjudul Analisis Saluran Pemasaran Keripik Gadung (*dioscorea hispida L*) Pada Usaha Home Industri Dua Putra Jaya di Kabupaten Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang



diterima produsen dan efisiensi pemasaran keripik gadung pada home industry “Dua Putra Jaya” di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penentuan sampling dilakukan secara purposive. Responden meliputi produsen, pengecer, pengumpul, dan konsumen. Data diperoleh dari observasi langsung di lapangan melalui wawancara, penyebaran angket dan tracing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran keripik Gadung “ Dua Putra Jaya” terdiri atas tiga saluran pemasaran yaitu; saluran tingkat nol terdiri atas produsen, konsumen, Saluran tingkat 1 terdiri atas produsen, pengecer, konsumen; saluran pemasaran tingkat 2 terdiri atas produsen, pengumpul, pengecer, konsumen. Margin total pada saluran tingkat nol tidak ada, saluran pemasaran tingkat 1 sebesar Rp 20.000 dan saluran pemasaran tingkat 2 sebesar Rp 20.000. Bagian harga yang diterima oleh pada saluran tingkat nol tidak ada, bagian harga pada saluran tingkat 1 sebesar 75%; sedangkan pada saluran tingkat 2 sebesar 55,5%. Nilai efisiensi pada saluran pemasaran tingkat nol tidak ada, pada saluran pemasaran tingkat 1 sebesar 31,6% dan pada saluran pemasaran tingkat 2 sebesar 35,5% sehingga dapat dilihat bahwa saluran pemasaran pada saluran satu lebih efisien karena biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran pertama lebih sedikit.

Jamalludin (2018) yang melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ubi Kayu di Desa Pulau Aro Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis jumlah produksi, harga jual pengusaha kerupuk ubi kayu, dan pemasaran dari aspek saluran pemasaran. Pengambilan sampel untuk pengusaha



agroindustri kerupuk ubi kayu diambil secara Proposif sebanyak 30. Sedangkan pedagang pengumpul, yang diambil masih aktif melakukan kegiatan pemasaran kerupuk ubi kayu selama 6 tahun terakhir. Hasil penelitian jumlah produksi pengusaha kerupuk ubi kayu berkisar 145/Kg/bulan. Dengan pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp. 3.195.133,- dengan harga Rp.20.000,- sampai Rp.22.000,- Saluran pemasaran I kerupuk ubi kayu dipasarkan langsung di rumah, konsumen yang langsung datang ke rumah membeli kerupuk ubi kayu dalam bentuk mentah. Saluran Pemasaran II kerupuk ubi kayu dalam bentuk mentah di pasarkan langsung dari rumah maupun ke tempat pasar-pasar tradisional yang terdekat ke pedagang pengumpul yang ada di pasar. Dalam memasarkan kerupuk ubi kayu, pengusaha hanya mengeluarkan biaya transportasi dari rumah ke pasar sebesar Rp. 2000,- adapun jarak rumah dengan pasar berkisar 3 km dan ada juga kerupuk ubi kayu dijemput langsung oleh pedagang pengumpul ke rumah, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya operasional, rata-rata Rp. 23.000,-/bulan atau sebesar Rp. 260,-/kg. Margin pemasaran kerupuk ubi kayu di peroleh sebesar Rp. 2.400,-/kg. Margin pemasaran saluran pemasaran II yang dikelaurkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 3.000,-/kg. dengan harga jual 24.400,-/kg. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I adalah 0 %, lebih kecil nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran II adalah 1,07%. Hal ini berarti saluran pemasaran I lebih efisien dari pada saluran pemasaran II. Pada saluran pemasaran I margin pemasarannya adalah Rp. 0,-.

Salsabilla (2019), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Desa Sungai Langka



Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan dan nilai tambah agroindustri keripik pisang di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian menggunakan metode studi kasus di Desa Sungai Langka yang dipilih secara sengaja (*purposive*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari wawancara dan data sekunder yang didapatkan dari literature, dokumentasi, dan pustaka terkait. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis tujuan pertama dan kedua yaitu menghitung pendapatan dan nilai tambah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa agroindustri keripik pisang di Desa Sungai Langka menguntungkan karena nilai $R/C > 1$, yaitu R/C sebesar 1,37 atas biaya tunai dan 1,35 atas biaya total. Agroindustri di Desa Sungai Langka memiliki nilai tambah yang positif yaitu Rp. 3.758,26 per kilogram bahan baku, sehingga menguntungkan dan layak diusahakan.

2.6. Kerangka Pemikiran

Usaha Agroindustri Kerupuk Atom merupakan salah satu usaha industri rumah tangga yang terdapat di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Usaha Agroindustri Kerupuk Atom telah berdiri sejak 11 tahun, Usaha Agroindustri Kerupuk Atom yaitu usaha agroindustri yang mengolah ikan tenggiri menjadi kerupuk atom.

Dahulu Usaha Agroindustri Kerupuk Atom memproses produksi setiap hari namun dikarenakan adanya covid-19 selama 2019 sampai sekarang mereka



hanya memproduksi 3 (tiga kali) dalam seminggu, sampai pada saat sekarang ini agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau masih bisa bertahan dengan kondisi harga bahan baku yang terus melonjak dan persaingan bisnis yang cukup tinggi.

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 dan pedagang kerupuk atom yaitu meliputi (umur pengusaha, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, jumlah tanggungan keluarga) dan serta profil usaha nya meliputi dari (sejarah usaha, skala usaha dan bentuk usaha, tujuan usaha, modal usaha, tenaga kerja). Serta teknologi pengolahan, penggunaan faktor produksi dan proses produksi. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis usaha agroindustri kerupuk atom ialah biaya produksi, produksi, harga, pendapatan, efesiensi usaha dan nilai tambah.

Selanjutnya, untuk menganalisis pemasaran yaitu meliputi lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *profit margin*, dan efesiensi pemasaran yang menganalisis secara analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan uraian diatas tersebut, untuk mencapai tujuan maka disusun dengan kerangka pemikiran seperti yang dicantumkan pada Gambar 1.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau

Permasalahan :

1. Terjadinya penurunan dalam berproduksi
2. Harga bahan baku yang terus melonjak
3. Persaingan usaha yang cukup tinggi

Analisis Karakteristik

Pengusaha, Pedagang & Profil Usaha

1. Karakteristik, pengusaha & pedagang
 - a. Umur
 - b. Tingkat pendidikan
 - c. Pengalaman usaha
 - d. Jumlah tanggungan keluarga
2. Profil usaha
 - a. Sejarah usaha
 - b. Skala & Bentuk usaha
 - c. Tujuan usaha
 - d. Modal usaha
 - e. Tenaga kerja

Usaha Agroindustri

1. Penggunaan bahan baku dan bahan penunjang
2. Teknologi Produksi
3. Proses produksi

Analisis Usaha

1. Biaya produksi
2. Produksi
3. Pendapatan
4. Harga
5. Efisiensi
6. Nilai tambah

Analisis Pemasaran

1. Lembaga pemasaran
2. Saluran pemasaran
3. Fungsi pemasaran
4. Biaya pemasaran
5. Margin pemasaran
6. Profit margin
7. Efisiensi pemasaran

Analisis Deskriptif Kuantitatif dan Kualitatif

Kesimpulan dan Saran

Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey pada usaha agroindustri pengolahan kerupuk atom “Hanafa Food” yang terletak di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa usaha agroindustri pengolahan kerupuk atom “Hanafa Food” adalah satu satunya usaha kerupuk atom yang ada di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan dimulai dari bulan Juli 2022 sampai bulan Desember 2022, yang terdiri dari tahap pembuatan proposal, pelaksanaan pengumpulan data, perumusan hasil data, analisis data hingga penulisan laporan akhir penelitian.

3.2. Teknik Pengambilan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha agroindustri kerupuk atom “Hanafa Food” di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. yang diambil secara sensus yang terdiri dari 1 pengusaha dan 1 orang tenaga kerja yaitu tenaga kerja dalam keluarga (istri dari pengusaha). Pemasarannya diambil 5 orang pedagang yang ada di daerah penelitian tersebut, baik sebagai pengumpul ataupun pengecer.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu dapat diperoleh dari dua sumber sebagai berikut:



1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui wawancara dari subjek penelitian dengan menggunakan kuesioner pada subjek sebagai sumber informasi (Nazir, 2009). Adapun data primer yang diperoleh berupa: 1) karakteristik pengusaha, pedagang dan profil usaha meliputi umur pengusaha, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah anggota keluarga, skala usaha, umur usaha, modal usaha, tenaga kerja. 2) subsistem agroindustri meliputi penyediaan bahan baku dan bahan penunjang, teknologi produksi. (3) biaya produksi, proses produksi, produksi, harga, pendapatan, efisiensi dan nilai tambah. Dari data yang telah diperoleh tersebut nantinya dapat dianalisis dengan metode kualitatif dan kuantitatif, (4) Pemasaran kerupuk atom meliputi lembaga, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber-sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan, seperti instansi terkait yang terhubung dalam penelitian seperti, KKP (kementrian kelautan dan perikanan), BPS Kota Pekanbaru serta literatur dan buku-buku pendukung lainnya seperti buku, laporan, jurnal dan skripsi yang dianggap dapat memberikan informasi untuk melengkapi penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh berupa keadaan umum daerah penelitian, batas-batas daerah penelitian, jumlah penduduk, pendidikan, produksi kerupuk atom, serta data-data lain yang dapat mendukung penelitian ini. Data



sekunder nantinya dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

3.4. Konsep Operasionl

Pengertian dan istilah tentang variable yang digunakan dalam penelitian ini disajikan batasan-batasan dalam bentuk konsep operasional sebagai berikut.

1. Karakteristik pengusaha diartikan sebagai suatu yang berhubungan dengan perilaku, ciri khas, sikap dan watak seseorang yang menjalankan usaha yang memiliki beberapa unsur yang terdapat pada diri seseorang pengusaha yaitu umur (tahun), pengalaman berusaha (tahun), lama pendidikan (tahun) dan jumlah tanggungan keluarga (orang).
2. Profil usaha yaitu gambaran usaha yang berisi sejarah (tahun), skala usaha, modal usaha (Rp) dan tenaga kerja.
3. Agroindustri adalah kegiatan atau usaha industri yang mengolah bahan baku dari produk pertanian untuk mendapatkan nilai tambah.
4. Kerupuk atom adalah jenis makanan kecil (snack) yang berbentuk kerupuk dengan bahan baku utama adalah ikan tenggiri.
5. Bahan baku adalah bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan kerupuk atom yaitu ikan tenggiri (Kg/Proses produksi)
6. Bahan penunjang adalah bahan yang digunakan untuk mendukung proses pengolahan kerupuk atom yaitu berupa : tepung tapioca, telur, garam, gula pasir, penyedap rasa dan bahan lainnya (Kg/Proses produksi)
7. Teknologi industri kerupuk atom adalah penggunaan ilmu teknik dan teknologi manufaktur untuk menjadikan produksi lebih cepat dan efisien.



8. Produksi kerupuk atom adalah produks dari hasil olahan ikan tenggiri menjadi kerupuk atom (Kg/Proses Produksi).
9. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang diperlukan dalam pengolahan ikan tenggiri menjadi produksi kerupuk atom (Kg/Proses Produksi).
10. Harga jual adalah harga yang ditetapkan dalam penjualan kerupuk atom (Rp/Kg/Bungkus).
11. Tenaga kerja adalah orang yang bekerja untuk kegiatan proses produksi kerupuk atom mulai dari pengolahan sampai pengemasan produk.
12. Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja dalam keluarga (HOK/Proses Produksi).
13. Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi: Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
14. Biaya variable (*variable cost*) adalah besar kecilnya biaya tergantung pada besar kecilnya proses produksi yang dilakukan (Rp/Proses Produksi).
15. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang selalu dikeluarkan yang hasilnya tidak dipengaruhi oleh proses produksi (Rp/Proses Produksi).
16. Penyusutan adalah berkurangnya nilai alat atau barang modal setelah digunakan dalam proses produksi agroindustry (Rp/Proses Produksi).
17. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil kali jumlah produksi dengan harga yang berlaku (Rp/Proses Produksi).



18. Pendapatan bersih merupakan selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan usaha (Rp/Proses Produksi).
19. Efisiensi merupakan ketepatan cara usaha, kerja dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang waktu, tenaga, dan biaya.
20. Nilai tambah adalah selisih antara nilai output dengan harga bahan baku serta sumbangan input lainnya dengan satuan kilogram (Kg).
21. Pemasaran kerupuk atom adalah suatu proses penyaluran produksi kerupuk atom dari produsen ke konsumen.
22. Lembaga pemasaran kerupuk atom adalah lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran produk kerupuk atom sampai kepada konsumen.
23. Saluran pemasaran kerupuk atom adalah menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen.
24. Fungsi-fungsi pemasaran adalah proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen.
25. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan kerupuk atom dari produsen ke konsumen akhir.
26. Margin pemasaran adalah selisih harga produk kerupuk atom yang dibayarkan ke pengolahan kerupuk atom dengan harga yang diterima dari konsumen.
27. Efisiensi pemasaran adalah rasio biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan (%).



3.5. Analisis Data

Data penelitian ini data yang telah terkumpul dikelompokkan sesuai dengan jenisnya, disajikan dalam bentuk tabel dan gambar. Selanjutnya, akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5.1. Analisis Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha

Data karakteristik responden yang diambil berupa umur pengusaha, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga. Untuk data profil usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food yaitu berupa sejarah usaha, skala usaha, bentuk usaha, tujuan usaha, modal usaha dan tenaga kerja. Setelah data diperoleh maka akan ditabulasikan dan dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif, untuk mendapatkan rata-rata maupun presentase yang akan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5.2. Analisis Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang, Penggunaan Teknologi dan Proses Produksi Agroindustry Kerupuk Atom Hanafa Food

Analisis yang digunakan untuk mengetahui penggunaan bahan baku, bahan penunjang, teknologi pengolahan dan proses produksi pada usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food di analisis dengan deskriptif kualitatif. Penggunaan bahan baku dilakukan dengan menggambarkan apakah bahan baku yang digunakan cukup dan tersedia setiap saat. Selanjutnya pengolahan dan proses produksi.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



3.5.3. Analisis Biaya Produksi, Produksi, Harga, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food

a. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan total seluruh biaya yang dikeluarkan pada suatu usaha yang terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, untuk menghitung besar biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengusaha Hanafa Food dapat dihitung secara matematis dengan cara sebagai berikut. Menurut Firdaus (2008) yang dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan peneliti:

1. Biaya Variabel (*variable cost*)

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

$$D + \{(X_1PX_1) + (X_2PX_2) + (X_3PX_3)\} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

TC : *Total Cost* atau biaya total (Rp/Kg/Proses produksi)

TFC : *Total Fixed Cost* atau total biaya tetap (Rp/Kg/Proses produksi)

TVC : *Total Variable Cost* atau total biaya variabel

X₁ :Jumlah penggunaan bahan baku ikan tenggiri segar (Kg/Proses produksi)

PX₁ : Harga bahan baku ikan tenggiri segar (Rp/Kg)

X₂ : Jumlah penggunaan tenaga kerja (HOK/Proses produksi)

PX₂ : Upah tenaga kerja (Rp/HOK)

X₃ :Jumlah penggunaan bahan penunjang (Rp/Proses produksi)

PX₃ : Harga bahan penunjang (Rp/Proses produksi)

ISLAM RIAU



2. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk menghasilkan kerupuk atom yaitu berasal dari penyusutan peralatan. Berikut adalah rumus untuk menghitung penyusutan alat produksi antara lain:

$$D = \frac{NB - NS}{UE} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- D : Biaya penyusutan alat produksi (Rp/Unit/Priode produksi)
- NB : Nilai beli alat (Rp)
- NS : Nilai Sisa dari harga beli (Rp/Unit/Priode produksi)
- UE : Umur ekonomis alat (Tahun)

b. Produksi

Untuk produksi kerupuk atom pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food dapat dipaparkan atau dideskripsikan dan dibuat dalam bentuk tabel maupun penjelasan produksi yang diperoleh pengusaha dibandingkan dengan teori.

c. Harga

Harga jual yang digunakan pada Usaha Agroindustri Keupuk Atom Hanafa Food yaitu berdasarkan HET (harga eceran tertinggi), HET adalah salah satu bentuk dari penetapan harga jual melalui MSRP atau Manufacturer Suggested Retail Price. MSRP adalah harga jual yang sudah ditentukan oleh pemilik merk atau usaha. Melalui metode ini, penjual tidak perlu lagi repot menentukan berapa harga jual produk. Pemilik merk biasanya sudah menentukan berapa harga maksimal dari produk yang mereka jual.



d. Pendapatan

Pendapatan terbagi menjadi dua yaitu pendapatan kotor, pendapatan bersih adapun rumus perhitungan sebagai berikut (Soekartawi, 2006):

1. Pendapatan Kotor

$$TR = (Y_1 \cdot Py_1) \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

TR : Pendapatan kotor kerupuk atom (Rp/Kg/Proses produksi)

Y_1 : Jumlah produksi kerupuk atom (Kg/proses produksi)

Py_1 : Harga jual kerupuk atom (Rp/Kg)

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih yang diterima pengusaha hanafa food dalam produksi kerupuk atom dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

π : Pendapatan bersih kerupuk atom (Rp/Proses produksi)

TR : Pendapatan kotor kerupuk atom (Rp/Proses produksi)

TC : *Total Cost* atau total biaya kerupuk atom (Rp/Proses produksi)

Rumus tersebut kemudian di formulasikan dalam bentuk:

$$\pi = Y \cdot Py - (X_1 \cdot PX_1 + X_2 \cdot PX_2 + \dots + D) \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan:

π = Pendapatan bersih (Rp/proses produksi)

Y = Produksi kerupuk atom (kg/proses produksi)

Py = Harga produksi (Rp/kg)



X_1 = Jumlah bahan baku ikan tenggiri (kg)

PX_1 = Harga bahan baku ikan tenggiri (Rp/kg)

X_2 = Jumlah bahan penunjang (tepung tapioka, bumbu lainnya)
kerupuk atom (kg/proses produksi)

PX_2 = Harga bahan baku penunjang (tepung tapioka, bumbu lainnya)
kerupuk atom (Rp/kg)

D = Biaya penyusutan peralatan kerupuk atom (Rp/unit/tahun)

3. Pendapatan Kerja Keluarga

Pendapatan kerja keluarga pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Suratman, 2015):

$$PKK = PB + BTKDK \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan :

PKK = Pendapatan kerja keluarga (Rp/Proses produksi)

PB = Pendapatan bersih (Rp/Proses produksi)

$BTKD$ = Biaya tenaga kerja dalam keluarga (Rp/Proses produksi)

e. Efisiensi

Efisiensi usaha agroindustry kerupuk atom dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan *Return Cost Ratio* (RCR) sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

RCR : *Return Cost Of Ratio* kerupuk atom (perbandingan antara penerimaan dengan biaya)

TR : Pendapatan kotor kerupuk atom (Rp/Proses produksi)



TC : Biaya produksi kerupuk atom (Rp/Proses produksi)

Kriteria yang digunakan dalam penilaian efisiensi usaha antara lain yaitu:

$RCR > 1$ = Usaha agroindustri hanafa food sudah efisien dan menguntungkan.

$RCR < 1$ = Usaha agroindustri hanafa food tidak menguntungkan.

$RCR = 1$ = Usaha agroindustri hanafa food berada pada titik impas/balik modal (BEP).

f. Nilai Tambah

Nilai tambah dianalisis dengan menghitung nilai tambah pengolahan ikan tenggiri segar menjadi kerupuk atom dengan menggunakan metode Hayami.

Secara operasional perhitungan Hayami dibuat keterangan sebagai berikut:

- Output adalah kerupuk atom yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi (kg).
- Input adalah bahan baku ikan tenggiri yang diolah menjadi kerupuk atom dalam satu proses produksi (kg).
- Tenaga kerja adalah jumlah hari orang kerja yang digunakan untuk proses pengolahan ikan tenggiri menjadi kerupuk atom (HOK).
- Faktor konversi menunjukkan banyaknya output yang dihasilkan dari setiap bahan baku yang digunakan.
- Koefisien Tenaga Kerja menunjukkan jumlah tenaga kerja langsung dalam proses pengolahan dari jumlah bahan baku yang digunakan (HOK/Kg).
- Harga Output adalah nilai jual kerupuk atom yang diterima pengusaha (Rp/Kg).



- g. Upah Tenaga Kerja adalah biaya yang dibayarkan untuk tenaga kerja langsung berdasarkan jam kerja (Rp/HOK).
- h. Harga Bahan Baku adalah nilai jumlah biaya yang dikeluarkan pengusaha untuk memperoleh input penunjang (Rp/Proses produksi).
- i. Harga input lain adalah jumlah biaya yang dikeluarkan pengusaha untuk memperoleh input penunjang (Rp/Proses produksi).
- j. Nilai Output adalah menunjukkan nilai yang diterima dari konversi output terhadap bahan baku dengan harga output (Rp/Kg).
- k. Nilai tambah adalah selisih antara nilai output kerupuk atom dengan harga bahan baku ikan tenggiri dan sumbangan input lainnya (Rp/Kg).
- l. Rasio nilai tambah menunjukkan besarnya nilai tambah dari nilai produk(%).
- m. Pendapatan tenaga kerja menunjukkan nilai upah yang diterima oleh tenaga kerja langsung untuk mengolah satu-satunya bahan baku dalam satu kali proses produksi (Rp).
- n. Pangsa tenaga kerja menunjukkan persentase pendapatan tenaga kerja dari nilai tambah yang diperoleh (Rp).
- o. Keuntungan merupakan bagian yang diterima oleh pengusaha (Rp/Kg).
- p. Tingkat keuntungan menunjukkan tingkat keuntungan dari nilai produk (%).
- q. Keuntungan merupakan bagian yang diterima oleh pengusaha (Rp/Kg).

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam perhitungan nilai tambah

menurut Hayami:

Tabel 3. 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. Koefisien 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)	$(10) = (4) \times (6)$
11. a. Nilai Tambah (Rp/kg) b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11a) = (10) - (9) - (8)$ $(11b) = (11a/10) \times 100\%$
12. a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg) b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	$(12a) = (5) \times (7)$ $(12b) = (12a/11a) \times 100\%$
13. a. Keuntungan (Rp/kg) b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13a) = (11a) - (12a)$ $(13b) = (13a/11a) \times 100\%$
III. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi	
14. Marjin (Rp/kg)	$(14) = (10) - (8)$
a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung (%) b. Sumbangan Input Lain (%) c. Keuntungan Pemilik Perusahaan (%)	$(14a) = (12a/14) \times 100\%$ $(14b) = (9/14) \times 100\%$ $(14c) = (13a/14) \times 100\%$

Sumber: Hayami, et, al (1987)

Kriteria uji antara yaitu:

1. Jika Rasio VA > 50 % maka nilai tambah tergolong tinggi.
2. Jika Rasio VA ≤ 50 % maka nilai tambah tergolong rendah.

3.5.4. Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran agroindustry meliputi teknologi produksi dianalisis melalui deskriptif kualitatif: lembaga, saluran, fungsi, biaya, margin, profit margin, dan efisiensi pemasaran.



a. Biaya Pemasaran

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

$$B_p = B_1 + B_2 + B_n \dots\dots\dots (9)$$

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).

b. Margin Pemasaran

Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus azzaino (1983) sebagai berikut :

$$MP = H_k - H_p \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

H_k = Harga konsumen (Rp/Kg)

H_p = Harga pada pengolahan kerupuk atom (Rp/Kg)

c. Profit Pemasaran

Untuk menghitung keuntungan usaha atas biaya total secara matematis digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\pi = MP - B_p \dots\dots\dots (11)$$



Keterangan:

π = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Bp = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

d. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu usaha terhadap penggunaan satu input dapat digambarkan juga oleh nilai resiko keuntungan dan biaya yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima usaha pengolahan kerupuk atom dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi. Untuk menghitung efisiensi pemasaran (EP), secara umum dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100 \% \dots\dots\dots(12)$$

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 efisiensi dan begitu juga sebaliknya semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran akan semakin tidak efisiensi.

ISLAM RIAU



BAB IV

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Keadaan Wilayah

Kelurahan Binawidya adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Kelurahan Binawidya memiliki luas 7 km², Kelurahan Binawidya berada di ketinggian 28 meter di atas permukaan laut (Mdpl). Kelurahan Binawidya memiliki 39 RT dan 11 RW. Kelurahan Binawidya terbentuk dari wilayah Kelurahan Simpang Baru pada pemekaran wilayah kota Pekanbaru pada tahun 2016. Dasar pembentukan Kelurahan Binawidya adalah peraturan daerah Kota Pekanbaru nomor 2 tahun 2020, Kelurahan Binawidya memiliki batasan wilayah antara lain sebagai berikut.

Sebelah Utara	: Kelurahan Tobek Gadang
Sebelah Timur	: Kelurahan Air Putih Kecamatan Tuah Madani
Sebelah Selatan	: Kelurahan Sungai Sibam Kecamatan Binawidya
Sebelah Barat	: Jl. Air Hitam Kecamatan Payung Sekaki

4.2. Kependudukan

Penduduk merupakan semua orang yang berdomisili di wilayah tertentu selama enam bulan atau lebih dan mereka yang berdomisili kurang dari enam bulan tetapi bertujuan menetap (BPS Kota Pekanbaru, 2022).



4.2.1. Penduduk Berdasarkan Tingkatan Umur

Jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin di kelurahan Binawidya yang dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Umur dan Jenis Kelamin di Kelurahan Binawidya Tahun 2021.

No	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah Penduduk		Total Jiwa	Persentase (%)
		Jenis Kelamin(Jiwa)			
		Laki-Laki	Perempuan		
1	0-14	1.497	3.021	4.518	27,84
2	15-64	5.774	3.997	9.771	60,21
3	65 keatas	1.208	730	1.938	11,94
Jumlah		8.479	7.748	16.227	100,00

Sumber : Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa total penduduk di Kelurahan Binawidya sebanyak 16.277 jiwa, dan total penduduk tertinggi yaitu pada golongan umur 15-64 tahun sebesar 60,21 persen, dan golongan penduduk yang paling rendah pada golongan umur 65 keatas sebesar 11,94 persen, sedangkan untuk golongan usia produktif yaitu pada golongan umur 15-64 tahun dapat dilihat pada data diatas bahwa semakin bertambahnya usia golongan umur produktif maka semakin berkurang jumlah penduduk setiap tahunnya.

4.2.2. Penduduk Berdasarkan Agama

Penduduk di kelurahan Binawidya menganut lima agama yaitu yaitu Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Budha pada Tabel 5 dapat dilihat persentase penduduk berdasarkan agama yang dianut di kelurahan Binawidya sebagai berikut.



Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Agama di Kelurahan Binawidya Tahun 2021.

No	Agama	Jumlah Penduduk Kelurahan Binawidya Menurut Agama	
		Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1	Islam	10.210	62,91
2	Katolik	1.980	12,20
3	Protestan	2.993	18,44
4	Hindu	23	0,14
5	Budha	1.021	6,29
	Jumlah	16.227	100,00

Sumber: Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk di Kelurahan Binawidya menganut agama Islam dengan persentase 62,91 persen dan minoritas penduduk di Kelurahan Binawidya menganut agama Hindu 0,14 persen. Dari kelima agama yang ada penduduk di Kelurahan Binawidya dapat hidup berdampingan dan memiliki toleransi tinggi.

4.2.3. Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah sesuatu hal yang penting dalam menentukan arah pembangunan daerah, karena mempengaruhi pola pikir penduduk suatu daerah, semakin maju pendidikan yang ada maka akan membawa berbagai pengaruh positif bagi masa depan berbagai macam bidang kehidupan. Tingkat pendidikan masyarakat di Kelurahan Binawidya bervariasi mulai dari yang belum sekolah sampai dengan tingkat perguruan tinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada

Tabel 6.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Tabel 6. Jumlah Penduduk Di kelurahan Binawidya Menurut Pendidikan Terakhir Tahun 2021.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Presentase (%)
1	Tidak/Belum Sekolah	2.504	15,43
2	Tidak/Tamat SD	1.210	7,45
3	Tamat SD Sederajat	3.602	22,19
4	SLTP/Sederajat	3.225	19,87
5	SLTA/Sederajat	4.022	24,78
6	Diploma I/II	502	3,09
7	Akademi/Strata I	733	4,51
8	Strata II	421	2,59
9	Strata III	8	0,04
Jumlah		16.227	100,00

Sumber : Kelurahan Binawida, 2022.

Dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa penduduk di Kelurahan Binawidya memiliki tingkat pendidikan terbanyak yaitu SLTA/Sederajat sebanyak 24,78 persen disusul dengan tingkat pendidikan Strata III merupakan kelompok yang paling sedikit sebesar 0,04 persen (8 jiwa). Dapat disimpulkan bahwa pendidikan cukup tinggi yang nantinya dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam mengembangkan dan mengelola usahanya. Maka dari itu diperlukan adanya pendidikan non formal seperti pelatihan, magang, penyuluhan, dan lain-lain.

4.3. Sarana dan Prasarana Penunjang

Sarana dan prasarana merupakan faktor penting yang menunjang keberhasilan pelaksanaan pembangunan. Sarana merupakan segala sesuatu yang dipakai sebagai alat untuk mencapai maksud dan tujuan. Sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha. Pembangunan, proyek, dan sebagainya).



4.3.1. Sarana dan Prasarana Ekonomi

Lancarnya perekonomian suatu daerah sangat dipengaruhi oleh jumlah sarana dan prasarana yang terdapat pada daerah tersebut, baik sarana bangunan maupun sarana perhubungan. Jika suatu daerah mempunyai sarana yang memadai serta ditunjang oleh sumber daya alam yang cukup, maka kegiatan perekonomian pada daerah tersebut berjalan lancar.

Salah satu unsur peningkatan perekonomian suatu daerah adalah terletak pada sarana perekonomian yang mana di Kelurahan Binawidya jumlah sarana perekonomian dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Sarana Dan Prasarana Ekonomi di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.

No	Jenis Sarana /Prasarana Ekonomi	Jumlah
1	Pertokoan	6
2	Pasar Tanpa Bangunan	0
3	Minimarket	13
4	Toko/Warung Kelontong	42
5	Restoran/Rumah Makan	73
6	Warung/Kedai Makan	175
7	Hotel	1
8	Penginapan	4
9	Bank Umum Pemerintas	5
10	Bank Umum Swasta	1
11	Bank Perkreditna Rakyat	1

Sumber: Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 7 dapat dilihat bahwa sarana perekonomian yang paling dominan adalah warung/kedai makan pada Kelurahan Binawidya sebanyak 175 warung/kedai makan,. Sedangkan untuk sarana perekonomian hotel, bank swasta dan bank pekreditan rakyat berada pada sarana perekonomian yang paling rendah yaitu berjumlah 1, serta Kelurahan Binawidya tidak memiliki pasar tanpa bangunan.



4.3.2. Sarana dan Prasarana Pendidikan

Sama seperti daerah lainnya, Kelurahan Binawidya juga memiliki beberapa sarana dan prasarana. Baik berupa bangunan pemerintah, maupun bangunan umum yang dibangun secara swasta dan untuk kepentingan masyarakat umum. Mengenai jenis sarana dan prasarana pendidikan di Kelurahan Binawidya beserta jumlahnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Banyaknya Sekolah di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.

No	Kelurahan Air Dingin	Nama Sekolah	
		Negeri	Swasta
1	Sekolah Dasar (SD)	1	4
2	Madrasah Ibtidaiyah (MI)	0	0
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	2	4
4	Madrasah Tsanawiyah (MTs)	0	0
5	Sekolah Menengah Atas (SMA)	1	1
6	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	0	1
7	Akademi/Perguruan Tinggi	0	0

Sumber: Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 8, dapat dilihat bahwa sarana dan prasarana yang terdapat pada Kelurahan Binawidya untuk sekolah terdiri dari SD Negeri sebanyak 1 sekolah, SMP Negeri sebanyak 2 sekolah, SMA Negeri sebanyak 1 sekolah dan SD swasta sebanyak 4 sekolah, SMP swasta sebanyak 4 sekolah dan SMA, SMK swasta terdiri dari 1 sekolah.

4.3.3. Sarana dan Prasarana Tempat Ibadah

Tempat ibadah masyarakat di Kelurahan Binawidya terdiri dari Masjid, Mushollah. Untuk lebih jelasnya lagi dapat dilihat pada Tabel 9 dibawah ini:



Tabel 9. Jumlah Tempat Ibadah di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.

No	Kelurahan	Tempat Ibadah			
		Masjid	Mushollah	Gereja	Jumlah
1	Binawidya	14	13	0	27

Sumber : Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 9 dijelaskan, masyarakat di Kelurahan Binawidya dominan menganut agama islam, karena itu disediakan sarana beribadah untuk masyarakat di Kelurahan Binawidya, namun untuk tempat ibadah gereja di Kelurahan Binawidya belum tersedia.

4.3.4. Sarana dan Prasarana Kesehatan

Selain sarana kesehatan juga tersedia untuk tempat untuk membantu masyarakat memperoleh perawatan atau penanganan yang cepat, adapun sarana kesehatan tersebut dapat dilihat dari Tabel 10 dibawah ini.

Tabel 10. Jumlah Sarana Kesehatan di Kelurahan Binawidya Tahun 2020.

No	Jenis Sarana Kesehatan	Jumlah Sarana Kesehatan di Kelurahan Binawidya
1	Rumah Sakit Umum Daerah	1
2	Rumah Sakit Umum	3
3	Rumah Sakit Jiwa	1
4	Tempat Praktik Dokter	4
5	Tempat Praktik Bidan	7
6	Apotik	10
Total		26

Sumber : Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 10 dapat dilihat bahwa total jumlah sarana kesehatan yang ada di Kelurahan Binawidya sebanyak 26 unit yang terdiri dari rumah sakit umum daerah sebanyak 1 unit, rumah sakit umum sebanyak 3 unit, rumah sakit jiwa sebanyak 1 unit, dan tempat praktik dokter sebanyak 4 unit, tempat praktik bidan sebanyak 7 unit dan apotik 10 unit.



4.4. Mata Pencapaian Penduduk

Mata pencapaian warga Kecamatan Binawidya adalah wiraswasta, pedagang, guru dan dosen, pegawai negeri sipil, TNI/Polri, tenaga kesehatan, petani, karyawan BUMN dan BUMD, pelajar dan mahasiswa, serta pensiunan dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat Tabel 11.

Tabel 11. Mata Pencapaian Penduduk di Kelurahan Binawidya Tahun 2021.

No	Jenis Mata Pencapaian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	3.602	22,19
2	Pedagang	1.212	7,46
3	Guru dan Dosen	1.517	9,34
4	Pegawai Negeri Sipil	1.020	6,28
5	TNI/Polri	2.317	14,27
6	Tenaga Kesehatan	3.210	19,78
7	Petani	980	6,03
8	Pelajar dan Mahasiswa	2.369	14,60
Jumlah		16.227	100,00

Sumber Kelurahan Binawidya, 2022.

Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa mata pencapaian warga yang dominan adalah wiraswasta sebanyak 22,19 persen, tenaga kesehatan sebanyak 19,78 persen, pelajar dan mahasiswa sebanyak 14,60 persen, TNI/Polri sebanyak 14,27 persen, guru dan dosen sebanyak 9,34 persen, pedagang sebanyak 7,46 persen, pegawai negeri sipil sebanyak 6,28 persen dan yang terakhir petani sebanyak 6,03 persen.

4.5. Potensi Pengembangan Agroindustri

Potensi pengembangan agroindustri berdasarkan jenis usahanya di Kecamatan Binawidya terdiri dari Industri kecil, Industri kerajinan sedang dan Industri kerajinan besar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 12.



Tabel 12. Jumlah Industri Berdasarkan Jenis Usaha di Kelurahan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2021.

Jenis Industri	Jumlah
Industri Kecil	39
Industri Kerajinan Sedang	5
Industri Kerajinan Besar	2
Jumlah	46

Sumber Kelurahan Binawidya, 2022.

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa jumlah industri di Kecamatan Binawidya sebanyak 46 unit. Yang terdiri dari industri kecil sebanyak 39 unit, industri kerajinan sedang sebanyak 5 unit, dan industri kerajinan besar sebanyak 2 unit.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha Kerupuk Atom di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau

5.1.1. Karakteristik Pengusaha, Pedagang dan Profil Usaha

Kemampuan pengusaha dalam mengelola agroindustri tergantung pada faktor internal itu sendiri, seperti umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga. Rincian mengenai karakteristik pengusaha dan pedagang kerupuk atom dapat dilihat pada tabel 13 dan lampiran 1.

Tabel 13. Karakteristik pengusaha dan pedagang, Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Tahun, 2022.

No	Responden	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tanggungan Keluarga (Jiwa)
A	Pengusaha	43	15	11	4
B	Tenaga Kerja				
	Pekerja 1	39	15	11	-
C	Pedagang				
	Pedagang 1	39	12	5	2
	Pedagang 2	43	9	7	3
	Pedagang 3	41	12	9	4
	Pedagang 4	42	12	8	3
	Pedagang 5	38	12	5	3

1). Umur

Umur merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi pengusaha dalam pengelolaan usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food mempengaruhi cara berfikir, bertindak dan keterbukaan dalam menerima dan mengadopsi inovasi, selanjutnya umur akan berpengaruh terhadap kemampuan fisik pengusaha dalam bekerja, umumnya yang berumur lebih muda (produktif) lebih kuat fisiknya



dan lebih tinggi keinginan untuk mencoba suatu inovasi baru, lebih berani mengambil resiko dan lebih dinamis.

Pada Tabel 13 menunjukkan umur pengusaha kerupuk atom hanafa food adalah 43 tahun yang termasuk kedalam usia produktif. Sedangkan untuk umur pedagang juga merupakan umur yang masih tergolong dalam kelompok penduduk umur produktif , diantara lain 38-43 tahun dengan rata-rata 40,71 tahun yang berjumlah 5 jiwa.

2). Tingkat Pendidikan

Keberhasilan pembangunan suatu daerah sangat dipengaruhi oleh sumberdaya manusia, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula produktivitas orang tersebut dalam mengelola usahanya. Tingkat pendidikan adalah suatu hal untuk menilai kemampuan berpikir dan kemampuan menganalisa lingkungan sekitarnya dalam melakukan aktivitas. Hal ini mengisyaratkan pentingnya pendidikan dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Pendidikan akan mampu memberikan dorongan untuk mempercepat peningkatan pendapatan.

Pada Tabel 13 menunjukkan bahwa lama pendidikan pengusaha kerupuk atom hanafa food yakni 15 tahun (D3), sedangkan pedagang berkisar 9-12 tahun dengan rata-rata lama pendidikan 12,43 tahun (SLTA). Hal ini dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan pengusaha dan pedagang sudah cukup tinggi.

3). Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang menentukan keberhasilan yang akan dicapai pengusaha, yang berpengaruh terhadap



keterampilan dan dalam pengambilan keputusan seseorang, maka semakin luas dan banyak pula pengalamannya, sehingga dapat memberikan pedoman untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan agroindustri. Pengalaman dapat menjadi resiko kegagalan dalam berusaha, hal ini erat kaitan dengan keterampilan pengusaha dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi.

Pengusaha memulai usahanya dari skala yang kecil, dari keuntungan yang diterimanya juga relative kecil. Namun pengusaha selalu ingin mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Tidak mudah dalam mencapai semua itu, dengan keuntungan yang sedikit pengusaha mampu mengembangkan usahanya menjadi besar dan maju sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan keluarganya.

Pada Tabel 13 dapat dijelaskan bahwa pengalaman usaha pengusaha kerupuk atom hanafa food yakni 11 tahun, artinya usaha kerupuk atom hanafa food ini memiliki pengalaman usaha yang cukup tinggi. Sedangkan pedagang dengan pengalaman berusaha nya yakni 5-9 tahun.

4). Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga merupakan jumlah seluruh anggota keluarga yang kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Besar kecilnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh pada besar kecilnya pengeluaran rumah tangga tersebut.

Jumlah tanggungan keluarga pada Tabel 13 dapat dijelaskan bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha kerupuk atom hanafa food yakni 4 jiwa yang terdiri satu istri dan ketiga anak. Seluruh tanggungan tersebut ada salah satu diantaranya yaitu istri pengusaha merupakan pekerja dalam pengolahan kerupuk



atom, pengusaha mempunyai tanggung jawab yang banyak sebagai kepala keluarga. Maka dari itu usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food menjadi mata pencaharian bagi pengusaha. Menurut Hasyim (2006) semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga pengusaha maka akan mengacu pengusaha untuk selalu meningkatkan pendapatannya demi memenuhi kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga dapat dijadikan sebagai sumber tenaga kerja yang dapat dimanfaatkan terutama anggota keluarga yang tergolong usia produktif. Sama seperti halnya usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food menjadikan salah satu anggota keluarganya sebagai sumber pekerja. Sedangkan jumlah tanggungan keluarga pedagang adalah berkisar 2-4 jiwa dengan rata-rata 2,71 jiwa.

5.1.2. Profil Usaha Agroindustri Kerupuk Atom

A. Sejarah Usaha

Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru adalah usaha yang dimulai sejak tahun 2011, yang dikembangkan oleh anggota keluarga. Usaha agroindustri kerupuk atom ini berbentuk usaha rumah tangga yang bertujuan mendapatkan keuntungan. Pengusaha mengetahui cara pembuatan kerupuk atom melalui keluarga. Karena kerupuk atom belum ada di Pekanbaru, maka muncul lah ide untuk memulai usaha kerupuk atom. Dari ide tersebut pengusaha berupaya mengembangkan usahanya dengan mencoba membuat kerupuk atom dengan variasi sendiri. Dalam pengembangan usaha, pengusaha menggunakan modal sendiri tanpa melakukan pinjaman dengan pihak lain. Usaha kerupuk atom dimulai dengan menggunakan teknologi sederhana. Dalam satu minggu hanya terdapat 3 kali proses produksi.



Pada tahap awal kerupuk atom ini hanya dipasarkan disekitar rumah pengusaha, namun usaha kerupuk atom tersebut mengalami perkembangan yang cukup baik dengan semakin banyaknya permintaan terhadap produk tersebut sehingga pemasaran mulai berkembang di Kota Pekanbaru. Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usaha dengan mengikuti pelatihan dan pembinaan yang bertujuan untuk memperluas pengalaman dalam mengembangkan usahanya. Pelatihan tersebut diberikan oleh Departemen dan Perdagangan, seperti : pelatihan pengolahan manajemen yang bertujuan untuk mengetahui cara pengolahan yang terbaik, untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam mengelola dan memproduksi hasil agroindustri yang baik serta memiliki mutu yang terjamin.

B. Skala dan Bentuk Usaha

Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food merupakan usaha pengolahan ikan tenggiri menjadi kerupuk atom. Usaha agroindustri kerupuk atom tergolong industri kecil rumah tangga dan bentuk usaha merupakan usaha perseorangan karena tenaga kerja yang digunakan dari tenaga kerja dalam keluarga berjumlah 2 orang. Pengolahan kerupuk atom menggunakan peralatan yang sudah semi modern, jika terjadi permasalahan dalam usaha maka tanggung jawab usaha ditanggung sendiri oleh pemilik usaha. Hal ini berdasarkan Dominick (2020), yang menyatakan bahwa tenaga kerja yang digunakan berjumlah sedikit, produksi terbatas dan tanggung jawab usaha ditanggung sendiri oleh individu tersebut.



C. Tujuan Usaha

Usaha ini merupakan usaha milik perorangan dengan lengkap ijin usaha dari Dinas Kesehatan P-IRT No. 206147101953, Sertifikat halal dari LPPOM 05030025981221. Visi usaha menjadikan usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food menjadi perusahaan kerupuk atom terbaik di Provinsi Riau. Melalui visi usaha maka didapatkan misi usaha agroindustry kerupuk atom yaitu :

1. Melakukan pengolahan yang higienis dan aman
2. Melakukan perluasan pemasaran ditingkat nasional dan internasional
3. Memberikan pelayanan konsultasi dan bimbingan teknis

Hal ini berdasarkan (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008) bahwa tujuan usaha yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha, serta meningkatkan peran usaha dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan.

D. Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan untuk awal menjalankan usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food menggunakan modal sendiri yaitu sebesar Rp. 25.000.000.- dengan modal yang ada digunakan pengusaha untuk pengadaan peralatan, bahan baku dan bahan penunjang pengolahan kerupuk atom.

Hal ini berdasarkan pendapat dari Nugraha (2020), bahwa modal merupakan uang yang digunakan sebagai pokok induk untuk berdagang yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu. Modal juga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis.



E. Tenaga Kerja

Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food menggunakan tenaga kerja dalam keluarga jumlah tenaga kerja yang digunakan berjumlah 2 orang yang terdiri dari istri dan pemilik usaha yang sekaligus menjadi pekerja. Pekerjaan yang dilakukan dalam proses pengolahan kerupuk atom pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food yaitu meliputi pembersihan ikan tenggiri/pencucian, penggilingan, pencampuran, pencetakan adonan, pemotongan adonan, penggorengan, penirisan/pendinginan, dan proses pengemasan kerupuk atom.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari Tabel 14 dan Lampiran 3

Tabel 14. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan Pada Usaha Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

No	Tahapan Kerja	Jumlah TK
1	Pembersihan/Pencucian	1
2	Penggilingan	1
3	Pencampuran	1
4	Pencetakan adonan	1
5	Pemotongan adonan	1
6	Penggorengan	1
7	Penirisan/Pendinginan	1
8	Pengemasan Kerupuk Atom	2

Dari Tabel 14 dapat dilihat tahapan kegiatan pengolahan kerupuk atom pada tahapan pembersihan/pencucian ikan dan penggilingan dikerjakan oleh pemilik usaha, kemudian tahap pencampuran, tahap pencetakan, tahap pemotongan adonan dikerjakan oleh istri, tahap penggorengan dikerjakan oleh pemilik usaha, tahap penirisan/pendinginan serta tahap akhir pengemasan kerupuk atom dikerjakan oleh pemilik usaha dan istri. Pekerjaan dilakukan oleh pekerja



secara bergantian dan pekerja tidak memiliki tugas yang khusus dikerjakan dengan saling membantu.

5.2. Penggunaan Bahan baku, Bahan Penunjang, Teknologi dan Proses Produksi Kerupuk atom Pada Usaha Agroindustri Hanafa Food

5.2.1. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang

a. Bahan Baku

Jenis ikan yang digunakan untuk proses pembuatan kerupuk atom adalah ikan tenggiri. Ketersediaan bahan baku ikan tenggiri tidak selalu tersedia dipasaran tetapi pengusaha sudah mempunyai langganan tetap. Proses produksi yang dilakukan dalam satu bulan yaitu sebanyak 12 kali produksi. Bahan baku ikan tenggiri yang digunakan dalam sekali produksi adalah 5 Kg/Proses produksi dengan harga Rp 120.000/Kg. Bahan baku yang dibeli oleh pengusaha berupa ikan tenggiri dimasukkan kedalam mesin pendingin (*freezer*) sebagai tempat penyimpanan khusus bahan baku, agar ikan yang dibeli tidak cepat busuk dan bertahan lama.

b. Bahan Penunjang

Bahan penunjang merupakan bahan tambahan yang digunakan dalam memproduksi kerupuk atom. Dalam memperoleh bahan penunjang tidak memiliki masalah, hanya saja harga bahan penunjang ini akan terjadi peningkatan dalam jangka waktu yang ditentukan dengan penjual toko dan pasar tradisional sama halnya harga bahan baku ikan tenggiri. Untuk lebih jelasnya penggunaan bahan baku dan bahan penunjang untuk satu kali proses produksi dapat dilihat pada Tabel 15.



Tabel 15. Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Penunjang Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

No	Uraian	Proses Produksi	Per bulan
1.	Bahan Baku		
	Ikan Tenggiri (kg)	5	60
2.	Bahan Penunjang		
	1. Tepung Tapioka (kg)	5	60
	2. Telur (butir)	3	36
	3. Minyak Goreng (liter)	4	48
	4. Gula (kg)	0.50	6
	5. Garam (kg)	0.25	3
	6. Bawang Merah (kg)	0.25	3
	7. Bawang Putih (kg)	0.50	6
	8. Penyedap Rasa (kg)	0.25	3
	9. Gas LPG (kg)	3	36
	10. Plastic Kemasan (kg)	1	12
	11. Label Kemasan (lembar)	100	1.200
	12. Listrik,(mesin penggilingan, mesin pengaduk, mesin peniris, freezer, mesin pengemas, blender, lampu, mesin air) Kwh	2.3	28

Pada Tabel 15, memperlihatkan bahwa bahan baku ikan tenggiri yang digunakan dalam setiap kali proses produksi adalah sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan, bahan baku tersebut didapat dipasar tradisional yang mempunyai langganan tetap yang beralokasi di kota pekanbaru. Demikian untuk bahan penunjang, semuanya didapat mudah dibeli dipasar tradisional maupun toko swalayan/warung kelontong terdekat sesuai dengan kebutuhan pengusaha saat diperlukan.

Tepung tapioka sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan, telur sebanyak 3 butir/proses produksi dan 36 butir/bulan, minyak makan sebanyak 4 liter/proses produksi dan 48 liter/bulan, gula sebanyak 0,50 kg/proses produksi dan 6 kg/bulan, garam sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan, bawang



merah sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan, bawang putih sebanyak 0,50 kg/proses produksi dan 6 kg/bulan serta penyedap rasa yang digunakan untuk menambah cita rasa pada kerupuk atom sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan. Tabung gas berisi 3 kg/proses produksi dan 36 kg/bulan, plastic kemasan sebanyak 1 kg/proses produksi dan 12 kg/bulan, label sebanyak 100 lembar/proses produksi dan 1.200 lembar/bulan. listrik sebanyak 2,3 kWh/proses produksi dan 28 kWh/bulan. Hal ini sesuai dengan pendapat Zahir (2020), mengatakan bahwa bahan penunjang merupakan item yang dapat meningkatkan efisiensi dan keamanan produk tetapi bukan menjadi bagian utama produk jadi.

5.2.2. Penggunaan Teknologi Produksi

Dalam melaksanakan suatu usaha diperlukan teknologi untuk dapat mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, baik usaha yang berskala kecil maupun berskala besar, dengan adanya teknologi pengolahan baik pengolahan tradisional maupun modern pengusaha dapat melihat dan mengetahui cara terbaik dalam menjalankan usahanya. Kegiatan proses produksi kerupuk atom perlu adanya peralatan agar proses produksi berjalan dengan lancar dan efisiensi serta mempermudah pekerjaan. Adapun peralatan yang digunakan antara lain dapat dilihat pada Tabel 16 dan Lampiran 4.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



Tabel 16. Penggunaan Peralatan dan Jumlah Peralatan yang Digunakan dalam Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022

No	Jenis Peralatan	Jumlah Unit
1	Bangunan Permanen Ukuran 6 x 10 M	1
2	Mesin pendingin (<i>Freezer</i>)	1
3	Mesin penggilingan	1
4	Mesin pengaduk	1
5	Mesin peniris	1
6	Mesin pengemas	1
7	Mesin blender	1
8	Pisau	2
9	Kuali	1
10	Kompor gas	1
11	Sendok goreng	1
12	Sendok saringan	1
13	Ember besar	2
14	Baskom	3
15	Tong besar	4
16	Timbangan	1
17	Meja stenlis	2
Jumlah		25

Pada Tabel 16 dapat dilihat bahwa jumlah peralatan untuk digunakan dalam proses pengolahan kerupuk atom sebanyak 25 unit. Peralatan digunakan dalam kegiatan proses produksi kerupuk atom cukup banyak, jumlah setiap unit peralatan yang dibutuhkan juga berbeda-beda dan setiap jenis peralatan memiliki fungsi kegunaan masing masing diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bangunan permanen, digunakan untuk melakukan proses produksi mulai dari pencucian ikan tenggiri sampai dengan pengemasan.
2. Mesin pendingin (*freezer*) digunakan untuk tempat penyimpanan ikan tenggiri agar dapat bertahan lama dan tidak cepat busuk.
3. Mesin penggilingan (*new star*) digunakan untuk menggiling daging ikan tenggiri.



4. Mesin pengaduk digunakan untuk mencampurkan semua bahan baku menjadi satu sampai adonan kalis dan dapat dibentuk.
5. Mesin peniris minyak (*spinner*) yang digunakan untuk mengurangi kadar minyak pada kerupuk atom setelah penggorengan agar tahan lama.
6. Mesin pengemas (*yanmar*) digunakan untuk melindungi produk dari kerusakan pada saat penyimpanan, pengiriman hingga sampai ketangan konsumen.
7. Mesin blender digunakan untuk menghaluskan bahan-bahan bumbu yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk atom.
8. Pisau stenlis digunakan untuk membersihkan ikan tenggiri dan untuk memotong adonan kerupuk atom yang sudah dibentuk dengan ukuran 1 cm.
9. Kualiti dengan ukuran besar digunakan untuk menggoreng kerupuk atom.
10. Kompor gas digunakan untuk untuk proses penggorengan kerupuk atom.
11. Sendok goreng dan sendok saringan digunakan untuk mengaduk dan mengangkat kerupuk atom dari penggorengan.
12. Ember besar digunakan untuk mencuci ikan tenggiri.
13. Baskom digunakan sebagai tempat daging ikan tenggiri yang sudah dipisahkan dari tulangnya, dan sebagai tempat tepung tapioca yang sudah diayak maupun untuk tempat meletakkan adonan.
14. Tong besar digunakan untuk tempat penyimpanan kerupuk atom yang sudah digoreng maupun yang sudah ditiriskan dengan mesin (*spinner*).
15. Timbangan digunakan untuk memastikan bahwa setiap bahan makanan yang akan diolah dan dikemas memiliki berat dan takaran yang diinginkan.



16. Meja stenlis digunakan pada saat proses pencetakan dan proses pemotongan adonan kerupuk atom.

5.2.3. Proses Produksi

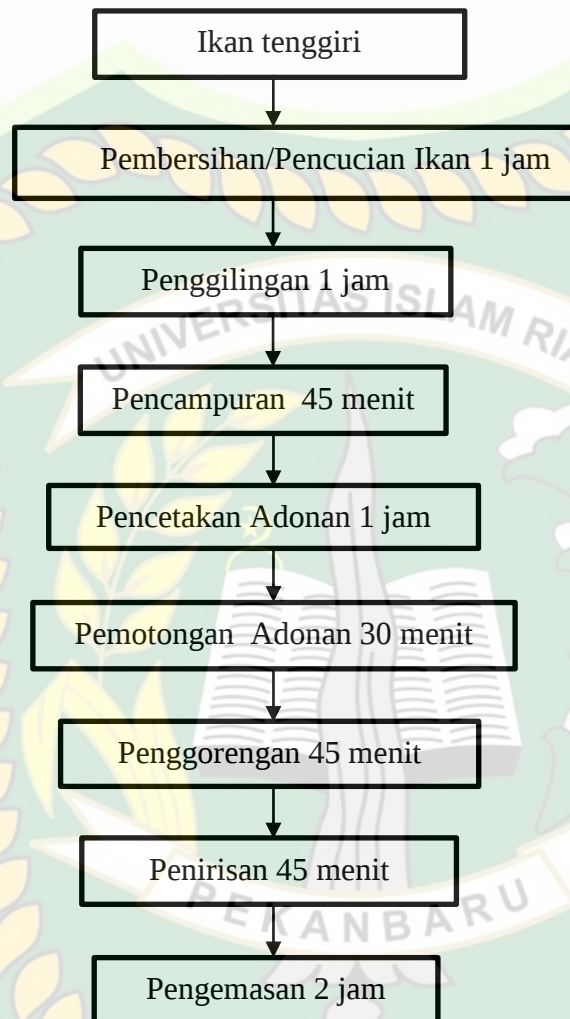
a. Proses Produksi Kerupuk Atom

Menurut Balai Besar POM Pekanbaru (2020), dibutuhkan sistem pengawasan yang komprehensif untuk menjamin keamanan, khasiat/manfaat dan mutu produk makanan, pengawasan tersebut dimulai dari penilaian pre-market produk, sertifikat sarana produksi, pengawasan post-market produk dan sarana, sampling dan pengujian serta sekaligus melakukan pengamanan pasar dalam negeri dari produk makanan yang tidak memenuhi syarat, mutu, ketentuan regulasi dari illegal/palsu.

Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food juga melakukan uji BPOM yang dilakukan sehingga dapat memperoleh sertifikat halal. Namun dalam proses produksi yang dilakukan pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food belum terdaftar di CPPOB, proses produksi yang dilakukan akan mempengaruhi kualitas kerupuk atom yang dihasilkan, dengan adanya proses produksi yang tepat akan menghasilkan kerupuk atom yang berkualitas baik pula.

Terdapat beberapa tahapan produksi dalam mengolah kerupuk atom, dalam sekali produksi pengusaha dapat mengolah kerupuk atom sebanyak 5 Kg yang memerlukan waktu 1 hari untuk menghasilkan kerupuk atom. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 2.

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Gambar 2. Skema proses pengolahan kerupuk atom pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food.

Tahapan proses produksi kerupuk atom pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food sebagai berikut :

- a. Ikan tenggiri

Ikan tenggiri yang diperoleh pengusaha dari pasar tradisional, ikan tenggiri merupakan bahan baku yang digunakan dalam usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food, bahan baku digunakan 5 Kg/proses produksi.



b. Pembersihan/pencucian

Ikan yang sudah ditimbang kemudian dibersihkan dengan membuang kotoran nya lalu dicuci dengan air bersih memerlukan waktu 1 jam. Alat yang digunakan untuk pencucian dalam pembersihan/pencucian adalah pisau dan baskom setelah itu pemisahan daging dengan tulang ikannya, dan dikerjakan oleh satu pekerja yaitu pemilik usaha.

c. Penggilingan

Daging ikan tenggiri yang sudah di bersihkan kemudian digiling sampai halus kemudian secara langsung daging mengalir kedalam baskom penampungan memerlukan waktu 1 jam, alat yang digunakan dalam proses penggilingan adalah mesin penggilingan dan baskom untuk tempat hasil penampungan yang dikerjakan oleh satu pekerja yaitu pemilik usaha.

d. Pencampuran

Daging ikan tenggiri yang sudah digiling halus dicampur dengan bahan penunjang seperti tepunga tapioka, telur, gula, garam, bawang merah, bawang putih dan penyedap rasa ini dilakukan dalam waktu 45 menit. Alat yang digunakan dalam proses pencampuran adalah mesin pengaduk yang dikerjakan oleh satu pekerja yaitu sang istri.

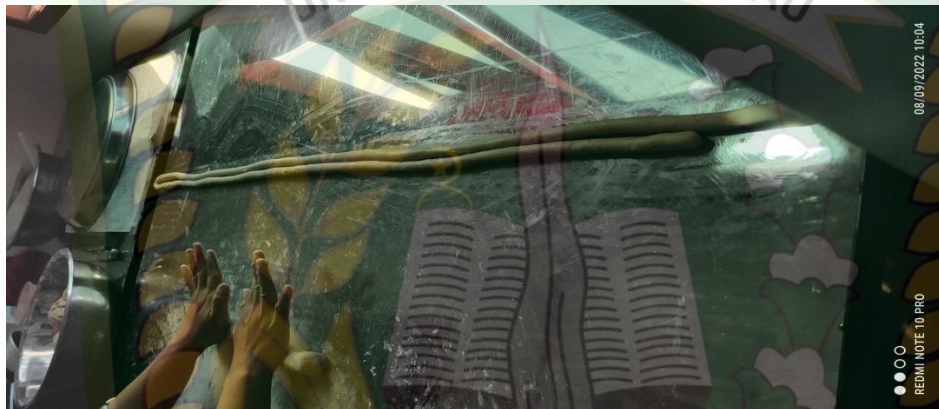


Gambar 3. Proses Pencampuran Adonan



e. Pencetakan adonan

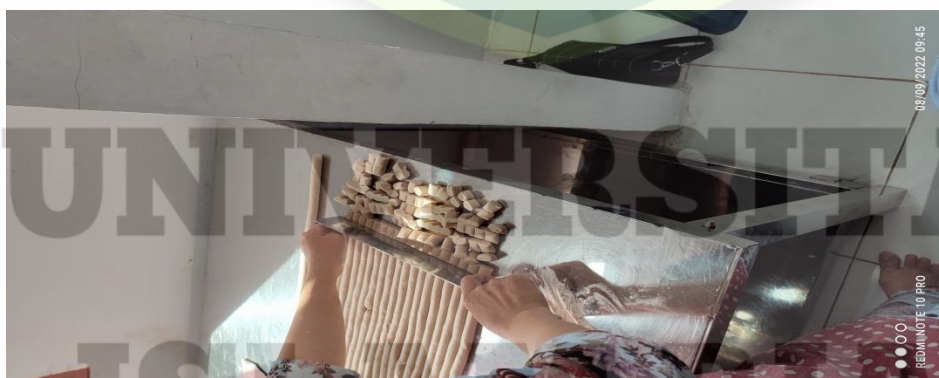
Adonan yang sudah tercampur rata kemudian dicetak secara manual menggunakan telapak tangan dengan meja stenlis khusus untuk mencetak adonan kerupuk atom memerlukan waktu 1 jam ini dikerjakan oleh satu pekerja yaitu sang istri.



Gambar 4. Proses Pencetakan Adonan

f. Pemotongan adonan

Adonan kerupuk atom yang sudah dicetak, kemudian dipotong-potong kurang lebih 1 cm, proses ini membutuhkan waktu selama 30 menit, alat yang digunakan untuk memotong adalah pisau dan dikerjakan oleh satu pekerja yaitu sang istri.



Gambar 5. Proses Pemotongan Adonan



g. Penggorengan

Adonana kerupuk atom yang sudah dipotong kemudian digoreng dengan menggunakan kualii besar hingga matang merata proses ini memerlukan waktu 45 menit. Alat yang digunakan dalam proses penggorengan adalah kualii besar, sendok penggoreng, sendok penyaring kompor dan gas LPG, dan dikerjakan oleh sang pemilik usaha.



Gambar 6. Proses Penggorengan

h. Penirisan

Kerupuk atom yang sudah digoreng kemudian ditiriskan dengan mesin peniris (*spineer*) agar kadar minyak sisa penggorengan dapat berkurang dari kerupuk juga dapat bertahan lama saat pengemasan waktu yang diperlukan saat penirisan dilakukan selama 45 menit, ini dikerjakan oleh pemilik usaha.

ISLAM RIAU



Gambar 7. Proses Penirisan

i. Pengemasan

Kerupuk atom yang sudah siap ditiriskan kemudian siap untuk dilakukan pengemasan dengan membutuhkan waktu selama 2 jam. Alat yang digunakan dalam proses pengemasan adalah mesin pengemas. Dan dikerjakan oleh 2 pekerja yaitu pemilik usaha dan sang istri.



Gambar 8. Proses Pengemasan Kerupuk Atom



5.3. Analisis Biaya, Produksi, Pendapatan, Efisiensi dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food

5.3.1. Biaya Produksi

Usaha agroindustri kerupuk atom merupakan suatu proses yang mengolah daging ikan tenggiri menjadi kerupuk atom. Biaya produksi dalam agroindustry kerupuk atom adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh pengusaha untuk kegiatan produksi kerupuk atom. Besarnya biaya input dalam suatu poses agroindustri akan mempengaruhi biaya yang digunakan sekaligus penerimaan yang akan diperoleh oleh pengusaha.

Biaya produksi dalam pengolahan kerupuk atom meliputi biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap dalam usaha pengolahan kerupuk atom terdiri dari biaya penyusutan alat yang digunakan dalam proses produksi dan biaya penggunaan listrik untuk usaha. Sedangkan yang termasuk biaya variable yaitu biaya bahan baku, bahan penunjang dan biaya tenaga kerja yang digunakan pada saat proses produksi.

Berdasarkan Tabel 17 biaya variabel merupakan biaya terbanyak yang dikeluarkan untuk memproduksi kerupuk atom. Biaya variable terdiri dari biaya bahan baku dan biaya bahan penunjang. Biaya bahan baku kerupuk atom adalah Rp. 600.000/proses produksi, Rp. 7.200.000/bulan. Dengan jumlah bahan baku sebanyak 5 Kg/proses produksi, 60 Kg/bulan. Sedangkan untuk jumlah variable sebanyak Rp. 952.260/proses produksi dan Rp 11.427.873/bulan. Dapat dilihat dari Tabel 17 dan Lampiran 5 .

ISLAM RIAU



Tabel 17. Distribusi Jumlah Penggunaan Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

No	Uraian	Unit	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp/Proses Produksi)	Unit	Nilai (Rp/Bulan)
A	Biaya Variabel					
	Bahan Baku					
	Ikan Tenggiri (Rp/kg)	5	120.000	600.000	60	7.200,000
	Bahan Penunjang					
	1. Tepung tapioca (kg)	5	8.000	40.000	60	480.000
	2. Telur (butir)	3	2.000	6.000	36	72.000
	3. Minyak Goreng (liter)	4	18.000	72.000	48	864.000
	4. Gula (kg)	0.5	12.000	6.000	6	72.000
	5. Garam (kg)	0.25	3.000	750.00	3	9.000
	6. Bawang Merah (kg)	0.25	29.000	7.250	3	87.000
	7. Bawang Putih (kg)	0.5	27.000	13.500	6	162.000
	8. Penyedap Rasa (kg)	0.25	10.000	2.500	3	30.000
	Input Lain					
	1. Gas LPG (kg)	3	20.000	60.000	36	720.000
	2. Plastik Kemasan (kg)	1	40.000	40.000	12	480.000
	3. Label kemasan (lembar)	100	400.00	40.000	1200	480.000
	4. Listrik (kwh)	2.3	1444.70	3.322,81	28	39.873
	Total Biaya Bahan Pendukung	120.05	170.844	291.322	1440.6	3.495,873
	Biaya Tenaga Kerja	1.22	50.000	60.937,50	14.64	732.000
	Total Biaya Variabel	126.27	340.844	952.260	1515.24	11.427,873
B	Biaya Tetap					
	Penyusutan Alat			447.111		5.365,33
C	Total Biaya Produksi			952.707,42		11.433,239
D	Produksi					
	Kerupuk Atom	10	160.000	1.600,000	120	19.200,000
E	Pendapatan Kotor			1.600,000		19.200,000
F	Pendapatan Bersih			647.292		7.766,760
G	Pendapatan Kerja Keluarga			708.230		7.827,698
H	RCR			1.68		1.68



5.3.2. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir dalam setiap proses produksi yang dilakukan. Pengusaha akan mengalokasikan faktor produksi seefisien dan seefektif mungkin untuk memperoleh produk yang optimum yang nantinya akan berdampak terhadap pendapatan pengusaha agroindustri kerupuk atom hanafa food. Berdasarkan Tabel 17 menunjukkan bahwa kerupuk atom hanafa food yang dihasilkan dalam satu kali produksi adalah 10 Kg. Produksi dikemas dalam plastik kemasan yang berukuran 1 kg.

5.3.3. Harga

Harga ikan tenggiri segar yang digunakan pada pengolahan kerupuk atom pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food yaitu Rp. 120.000/Kg, setelah melalui proses produksi ikan tenggiri segar menjadi kerupuk atom harga jual kerupuk atom menjadi Rp.160.000/kg. Harga jual tersebut telah ditetapkan oleh pengusaha, harga jual menjadi tinggi karena adanya proses produksi yang telah dilakukan. Hal tersebut pernyataan Kotler (2012), Harga merupakan nilai yang diterima pengusaha dari kesediaan pengusaha menjual barang atau jasa yang dimiliki kepada orang lain.

5.3.4. Pendapatan

Pendapatan dalam agroindustri kerupuk atom hanafa food meliputi pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan agroindustri kerupuk atom hanafa food dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan dan harga jual yang diterima pengusaha. Pendapatan kotor



diperoleh dari perkalian jumlah produksi yang dihasilkan dengan harga jual produk pada Tabel 16 pendapatan kotor yang diperoleh pengusaha adalah sebesar Rp. 1.600.000/proses produksi dan Rp. 19.200.000/bulan.

b. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih agroindustri kerupuk atom hanafa food adalah hasil dari produksi kerupuk atom dikurang dengan total biaya produksi. Pendapatan bersih yang diperoleh pengusaha kerupuk atom hanafa food adalah Rp. 647.292/proses produksi dan Rp. 7.766.760/bulan.

c. Pendapatan Kerja Keluarga

Pendapatan kerja keluarga yang diperoleh pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food yaitu sebesar Rp. 708.230/proses produksi dan sebesar Rp. 7.827.698/bulan, diperoleh dari pendapatan bersih ditambah biaya tenaga kerja dalam keluarga. Upah TKDK ini hanya diperhitungkan tetapi tidak dibayarkan sehingga tidak mempengaruhi pengeluaran biaya upah tenaga kerja dan nantinya upah yang dihasilkan akan kembali lagi ke modal usaha tersebut.

5.3.5. Efisiensi

Efisiensi usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food diperoleh dengan membandingkan pendapatan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan pada setiap proses produksi. Untuk melihat layak atau tidaknya suatu usaha untuk dijalankan dengan memberi keuntungan bagi pengusaha maka dapat dilihat dari efisiensi.

Pada Tabel 17 dapat dilihat bahwa efisiensi usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food sebesar 1,68 artinya setiap biaya Rp. 1,- yang dikeluarkan



pengusaha akan memperoleh pendapatan kotor sebesar Rp. 1,68 atau pendapatan bersih sebesar Rp. 0,68.

Menurut Soekartawi (2003), kriteria penilaian RCR suatu usaha dikatakan layak untuk dikembangkan jika RCR yang diperoleh lebih besar dari 1 yang artinya usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food tersebut dapat memberikan keuntungan bagi pengusaha. Hal ini juga berarti bagi usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food karena RCR yang diperoleh lebih besar dari 1 artinya usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food layak untuk dikembangkan.

5.3.6. Nilai Tambah

Pengolahan ikan tenggiri segar menjadi kerupuk atom menyebabkan adanya nilai tambah yang didapat terhadap komoditi ikan tenggiri. Nilai tambah tersebut dapat berupa nilai tambah produk dan nilai tambah ekonomis. Nilai tambah produk yang didapat dari pengolahan ikan tenggiri menjadi kerupuk atom dapat berupa daya tahan/simpan produk ikan tenggiri lebih lama, bau yang khas, rasa yang enak, warna yang menarik berwarna kuning keemasan. Kerupuk atom dapat bertahan selama lebih kurang 6 bulan, sehingga diperoleh peningkatan harga jual kerupuk atom lebih mahal dibandingkan ikan tenggiri segar.

Usaha agroindustri kerupuk atom juga dapat meningkatkan nilai ekonomis dimana bagi pengusaha kerupuk atom hanafa food akan mendapatkan tambahan peningkatan. Sehingga terjadi perubahan pendapatan yang diperoleh pengusaha. Adapun distribusi nilai tambah pada usaha kerupuk atom hanafa food dapat dilihat pada Tabel 18.



Tabel 18. Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

No	Variabel	Nilai/Proses Produksi
Output, Input dan Harga		
1	Output (Kg)	10
2	Input (Kg)	5
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	1,22
4	Faktor Konversi	2
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	0,24
6	Harga Output (Rp/Kg)	160.000
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	50.000
Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	120.000
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	2.059
10	Nilai Output (Rp/Kg)	320.000
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	197.940
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	61,85
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	12.000
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	6,2
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	185.740
	b. Tingkat Keuntungan (%)	93,83
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14	Margin (Rp/Kg)	200.000
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	6,10
	b. Sumbangan Input Lain (%)	1,029
	d. Keuntungan Pemilik Perusahaan (%)	92,87

a. Output, Input dan Harga

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan *Metode Hayami* pada Tabel 18 terlihat bahwa rata-rata pengolahan kerupuk atom yang menggunakan bahan baku ikan tenggiri segar sebesar 5 kg setelah di olah menghasilkan 10 kg adonan kerupuk atom dengan faktor konverensi 2. Konverensi diperoleh dari pembagian output dengan input dalam satu kali



produksi, ini menunjukkan bahwa 1 kg pengolahan ikan tenggiri dapat menghasilkan 2 kg adonan kerupuk atom. Sama hal-nya dengan perhitungan nilai tambah perbulan dimana bahan baku digunakan sebanyak 60 kg dengan jumlah output yang dihasilkan sebesar 120 kg, dengan faktor konverensi sebesar 2. Dalam proses tersebut menggunakan tenaga kerja sebanyak 1,22 HOK/proses produksi dan 14,63 HOK/bulan, dengan koefisien tenaga kerja untuk memproduksi 1 kg pengolahan ikan tenggiri adalah 0,24 HOK.

b. Penerimaan dan Keuntungan

Harga bahan baku pengolahan ikan tenggiri kerupuk atom adalah sebesar Rp. 120.000,00/kg, sumbangan input lain sebesar Rp. 2.059,57/kg diperoleh dari jumlah nilai sumbangan input lain dibagi dengan input produksi. Nilai output pengolahan kerupuk atom sebesar Rp. 320.000/kg

Nilai tambah diperoleh dari proses pengolahan kerupuk atom yaitu sebesar Rp. 197.940/kg, dengan rasio nilai tambah sebesar 61,85 persen. Pendapatan tenaga kerja diperoleh dari hasil kali antara koefisien tenaga kerja dengan upah tenaga kerja diperoleh sebesar Rp. 12.000/kg dengan nilai persentase terhadap nilai tambah sebesar 6,2 persen. Keuntungan diperoleh dari nilai tambah dikurangi dengan besarnya pendapatan tenaga kerja, keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 185.740/kg dengan tingkat keuntungan 93,83 persen.

c. Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi

Marjin diperoleh dari hasil pengurangan nilai output dengan bahan baku, maka marjin sebesar Rp. 200.000. Pendapatan tenaga kerja diperoleh dari perbandingan antara pendapatan tenaga kerja dengan marjin dikali 100%



diperoleh pendapatan tenaga kerja langsung sebesar 6,10 persen. Sumbangan input lain diperoleh dari perbandingan antara sumbangan input lain dengan margin dikali 100% maka diperoleh sumbangan input lain sebesar 1,030 persen. Dan keuntungan pengusaha diperoleh dari perbandingan antara keuntungan dengan margin dikali 100%, maka keuntungan pengusaha sebesar 92,87 persen. Hal ini dapat dilihat bahwa keuntungan pengusaha lebih besar dibandingkan dengan pendapatan tenaga kerja, ini tidak menjadi masalah karena tenaga kerja yang digunakan pada usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food berasal dari tenaga kerja dalam keluarga, yang nantinya pendapatan tenaga kerja yang diperoleh akan digunakan untuk kebutuhan dalam keluarga.

5.4. Pemasaran Kerupuk Atom

5.4.1. Saluran dan Lembaga Pemasaran

Saluran pemasaran atau yang disebut juga saluran distribusi dapat digambarkan sebagai suatu rute atau jalur. Saluran distribusi atau saluran pemasaran yang digunakan harus merupakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Dalam usaha memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien.

Setelah kerupuk atom dihasilkan pengusaha, produk dijual pada beberapa toko pengecer di daerah penelitian, tepatnya di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru. Adapun rantai pemasaran kerupuk atom di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Gambar 3.



Saluran I



Saluran II



Gambar 9. Saluran Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food Di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

Dapat dilihat dari Gambar 3 terlihat saluran pemasaran kerupuk atom hanafa food menjual kepada pedagang pengecer serta dijual kepada konsumen langsung. perilaku pasar sebagai cara untuk mengkaji sistem pemasaran yang berlaku terhadap suatu produk, dapat dinikmati melalui cara pembayaran dan penetapan harga jual oleh pengusaha maupun pedagang.

Adapun keuntungan yang diperoleh pedagang merupakan selisih harga yang ditetapkan pengusaha untuk konsumen dengan harga yang diterima oleh pengusaha. Terdapat dua cara pembayaran dalam penjualan kerupuk atom dari pengusaha kepada pedagang pengecer. Pertama, pembayaran secara kontan pada saat transaksi, dimana saat kerupuk atom diterima pedagang pengecer, langsung dibayar sesuai dengan harga yang telah ditetapkan. Kedua, pembayaran dilakukan setelah produk terjual dengan rentangan waktu kurang dari sebulan sedangkan dari pengusaha atau pedagang ke konsumen pembayaran dilakukan secara tunai.

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. Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu,



tempat dan bentuknya. Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa atas fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga konsumen. nilai balas jasa tersebut tercermin pada besarnya margin pemasaran. umumnya lembaga pemasaran dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan fungsi pemasaran yang dilakukan.

Adapun lembaga pemasaran kerupuk atom hanafa food di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru adalah:

1. Pengusaha merupakan pihak pertama dari alur pemasaran kerupuk atom. Dalam proses pemasaran, para pengusaha sebagai penjual langsung menjual produk yang dihasilkan, baik melalui pedagang pengecer maupun langsung ketangan konsumen.
2. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli kerupuk atom baik langsung dari produsen. Pedagang pengecer kerupuk atom banyak dijumpai swalayan terdekat. Pedagang pengecer kerupuk atom menjual kerupuk atom langsung kepada konsumen.

5.4.2. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam proses pemasaran kerupuk atom. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsinya untuk memperlancar penyampaian hasil produksi kerupuk atom dari pihak pengusaha hingga sampai ke pedagang pengecer dan konsumen. Melalui hasil penelitian



menunjukkan bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha dan pedagang dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, Tahun 2022.

No	Fungsi Pemasaran	Pengusaha	Pedagang Pengecer
1	Pembelian	-	✓
2	Penjualan	✓	✓
3	Pengangkutan	✓	-
4	Pengolahan	✓	-
5	Pengemasan	✓	-
6	Pembiayaan	✓	✓
7	Informasi Pasar	✓	-
8	Penanggung Resiko	✓	-

Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pengusaha dan pedagang adalah sebagai berikut :

1. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian tidak dilakukan oleh pengusaha karena pengusaha hanya menjadi produksi kerupuk atom, tetapi fungsi pembelian dilakukan oleh pedagang dan konsumen. Proses pembelian biasanya terjadi secara langsung tanpa perantara antara pedagang dan konsumen dan pengusaha produksi.

2. Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan dilakukan langsung oleh pengusaha kerupuk atom kepada pedagang pengecer tanpa adanya perantara lain. dimana pengusaha mengemas kerupuk atom dengan kemasan yang baik dan sudah diberi merk kemudian bisa langsung dijual oleh pengusaha kepada pedagang



pengecer yang kemudian pedagang pengecer menjualnya ke konsumen dan pengusaha juga menjual langsung kepada konsumen.

3. Fungsi Pengangkutan

Fungsi pengangkutan pengusaha mengangkut kerupuk atom dengan menggunakan sepeda motor. biaya pengangkutan ditanggung oleh pengusaha.

4. Fungsi Pengolahan

Fungsi pengolahan dilakukan hanya pengusaha yang melakukan pengolahan kerupuk atom tersebut.

5. Fungsi Pengemasan

Fungsi pengemasan hanya pengusaha yang melakukan pengemasan kerupuk atom tersebut. karena telah melalui proses yang baik dan terstandarisasi, ini karena hasil dari kemasan kerupuk atom yang menarik dan bersih. ini adalah sebagai bentuk penarik minat konsumen agar penjualannya pun baik.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



6. Fungsi Pembiayaan

Fungsi pembiayaan merupakan penyediaan modal yang diperlukan selama kegiatan pemasaran. lembaga pemasaran terlibat dalam kegiatan pemasaran kerupuk atom memerlukan modal untuk membiayai segala keperluan dalam proses pemasaran. Modal yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran adalah alat transportasi, pembelian bahan baku dan bahan penunjang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa modal yang dimiliki oleh pengusaha produksi dalam proses pembuatan kerupuk atom merupakan modal sendiri.

7. Fungsi Penanggung Risiko

Risiko dapat diartikan sebagai ketidakpastian dalam masalah harga, kerugian atau kerusakan dalam proses pemasaran kerupuk atom. Pengusaha bisa mengalami risiko seperti naiknya harga bahan baku.

8. Fungsi Informasi Pasar

Informasi pasar yang penting adalah penentuan harga yang dilakukan oleh pengusaha dan pedagang pengecer untuk memperoleh informasi tentang harga jual kerupuk atom.

5.4.3. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran

Perhitungan biaya pemasaran, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran kerupuk atom hanafa food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota

Pekanbaru Provinsi Riau dapat dilihat pada Tabel 20.



Tabel 20. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Pengusaha				
	- Harga Jual	160.000	88,9	160.000	100
	- Biaya Pemasaran (Transportasi) • BBM	10.000			
2.	Pedagang Pengecer				
	- Harga Beli	160.000			
	- Keuntungan Pedagang	10.000			
3.	Konsumen				
	- Harga Beli	180.000	100	160.000	100
4.	Margin	20.000			
5.	Profit Margin	10.000			
6.	Total biaya pemasaran	10.000			
7.	Efisiensi		6,25		-

a. Biaya Pemasaran

Pemasaran pengusaha kerupuk atom pada usaha hanafa food mengeluarkan pemasaran seperti biaya transportasi (BBM) yang ditanggung oleh pengusaha sebesar Rp. 10.000/Liter. Proses perpindahan barang dilakukan oleh pengusaha, pedagang pengecer sebagai penjual tidak mengeluarkan biaya transportasi, akan tetapi biaya transportasi ditanggung oleh pengusaha.

b. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang diterima oleh produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan besar kecilnya margin tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran. Saluran pemasaran I pada usaha agroindustry kerupuk atom hanafa food 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

c. Profit Margin

Profit pemasaran adalah selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan kerupuk atom. Besarnya keuntungan yang diterima lembaga pemasaran bergantung pada besarnya biaya pemasaran. sedangkan biaya pemasaran ditentukan antara lain banyaknya lembaga yang terlibat dalam pemasaran serta banyaknya fungsi pemasaran yang dilakukan. Dapat dilihat pada Tabel 20, bahwa keuntungan yang diterima pada saluran I sebesar Rp 10.000/kg sedangkan saluran II tidak memiliki keuntungan hal ini dikarenakan pada saluran II tidak memiliki margin dan biaya pemasaran.

d. Efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran untuk melihat apakah pemasaran tersebut efisien. Perubahan yang mengurangi biaya input tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan meningkatkan efisiensi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 20. Pada Tabel 20 dapat dilihat bahwa nilai efisiensi pemasaran saluran I sebesar 6,25 persen dan pada saluran II efisiensi 0 persen. hal tersebut karena pada saluran II tidak ada biaya yang dikeluarkan antara pengusaha dan konsumen. Sehingga dapat dilihat bahwa saluran II lebih efisien dibandingkan saluran I.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis usaha agroindustri dan pemasaran kerupuk atom hanafa food yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Umur pengusaha dan pedagang rata-rata tergolong usia produktif yaitu 43 tahun dan 40,71 tahun. Tingkat pendidikan pengusaha dan pedagang relative tinggi dengan lama pendidikan pengusaha 15 tahun (D3) dan 12,43 tahun (SLTA). Pengalaman usaha pengusaha dan rata-rata pedagang tergolong tinggi dengan lama berusaha pengusaha 11 tahun dan 8,00 tahun. Tanggungan keluarga pengusaha yaitu 4 jiwa dan pedagang rata-rata sebanyak 2,71 jiwa. Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food sudah berdiri sejak 2011 hingga sekarang. Usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food merupakan usaha industry kecil dan merupakan usaha perorangan. Usaha ini telah memiliki surat izin berusaha dari Dinas Kesehatan dan bersertifikat halal dari LPPOM. Modal usaha yang digunakan adalah milik sendiri. Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja dalam keluarga terdiri dari pemilik usaha dan istri.
- 2) Bahan baku yang digunakan adalah ikan tenggiri sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan, dan bahan penunjang yang digunakan yaitu Tepung tapioka sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan, telur sebanyak 3 butir/proses produksi dan 36 butir/bulan, minyak makan sebanyak 4 liter/proses produksi dan 48 liter/bulan, gula sebanyak 0,50 kg/proses

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



produksi dan 6 kg/bulan, garam sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan, bawang merah sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan, bawang putih sebanyak 0,50 kg/proses produksi dan 6 kg/bulan serta penyedap rasa yang digunakan untuk menambah cita rasa pada kerupuk atom sebanyak 0,25 kg/proses produksi dan 3 kg/bulan. Tabung gas berisi 3 kg/proses produksi dan 36 kg/bulan, plastic kemasan sebanyak 1 kg/proses produksi dan 12 kg/bulan, label sebanyak 100 lembar/proses produksi dan 1.200 lembar/bulan. listrik sebanyak 2,3 kWh/proses produksi dan 28 kWh/bulan. Teknologi produksi yang digunakan untuk menghasilkan output adalah dengan menggunakan teknologi modern. Jumlah bahan baku yang digunakan sebanyak 5 kg/proses produksi dan 60 kg/bulan setelah di olah akan menghasilkan adonan kerupuk atom sebanyak 10 kg/proses produksi dan 120 kg/bulan.

- 3) Rata-rata biaya produksi sebesar Rp 952.707,42/proses produksi dan Rp 11.433,239/bulan. Keuntungan yang dihasilkan sebesar Rp 647.292,58/proses produksi dan Rp 7.766.760,95/bulan, dengan tingkat RCR 1,68 dapat diartikan usaha agroindustri kerupuk atom hanafa food layak untuk dikembangkan, adapun upah yang diterima pekerja nantinya akan kembali ke usaha hanafa food karena pekerja berasal dari dalam keluarga. Usaha hanafa food mempunyai nilai tambah sebesar Rp 197.940,43 kg dengan rasio nilai tambah pengolahan kerupuk atom didaerah penelitian sebesar 61,58 persen itu artinya nilai tambah tergolong tinggi.



- 4) Pemasaran kerupuk atom 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 10.000/kg dan efisiensi sebesar 6,25 persen. Pada saluran II tidak memiliki margin dan tidak memiliki profit margin serta efisiensi karena pengusaha langsung menjual kepada konsumen.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian implikasi kebijakan (saran) adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pengusaha lebih meningkatkan kualitas kerupuk atom dari segi rasa, daya tahan dan kemasan yang dihasilkan dengan melakukan pengolahan yang baik, agar nilai tambah produk menjadi meningkat sehingga produk tersebut nantinya mampu bersaing dipasar serta dapat meningkatkan harga produk itu sendiri.
2. Menciptakan inovasi baru dalam pengolahan yang berbahan baku ikan tenggiri segar dan kerupuk atom. Hal ini dilakukan karena adanya persaingan baru dari produk sejenis dari usaha pengolahan kerupuk ditempat lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat memahami penelitian analisis usaha agroindustri dan pemasaran terutama pada kerupuk ikan serta dapat mengembangkan dan melengkapi penelitian ini menjadi penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUTAKA

Qur'an Surah An-Nisa Ayat 29. Al-Qur'an dan Terjemahan.

Qur'an Surah An-Nahl Ayat 14. Al-Qur'an dan Terjemahan.

Anonim. 2019. Kandungan Nilai Gizi Pada Ikan Tenggiri. Online pada [Http://id.wikipedia.com.blogspot](http://id.wikipedia.com.blogspot), {Diakses pada tanggal 15 juni 2022}.

Assauri, S. 2008. Manajemen Produksi dan Operasi Edisi 1. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Asri, Marwan dan G. Adisaputro. 2011. Anggaran Perusahaan. BPFE. Yogyakarta.

Azzaino Z, 1983, Pengantar Tataniaga Pertanian, Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian IPB, Bogor.

Badan Pusat Statistik. 2021. Provinsi Riau Dalam Angka. Pekanbaru, Riau.

Badan Pusat Statistik. 2022. Kota Pekanbaru Dalam Angka. Pekanbaru, Riau.

Balai Besar POM Pekanbaru. 2020. Rencana Strategi 2020-2024 Balai Besar POM di Pekanbaru.

Baridwan, Z. 2011. *Intermediate Accounting* Edisi 8. BPFE, Yogyakarta.

Dongoran, F. , Vaulina, S. 2019. Analisis Agroindustri Lempuk Durian Di Desa Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Jurnal Dinamika Pertanian, 35(2): 93-106.

Downey, W. dan Erickson, S. P. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga. Jakarta.

Firdaus, M. 2008. Manajemen Agribisnis. Bumi Aksara. Jakarta, Indonesia.

Griffin. 2005. Pengertian Faktor Produksi. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Guinan. 2009. Cara Mudah Memahami Istilah Investasi. Penerbit Hikmah, (PT. Mian Publika), Jakarta Selatan.

Hansen, D.R. dan Mowen, M.M. 2001. Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2. Salemba Empat, Jakarta.

Hargandari, D. R. Fajarningsih. dan W Rahayu. 2020. Analisis Usaha Agroindustri Keripik Ubi Ungu di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Journal of AFGARISTA, 8(4): 72-83.





Hanggana. 2010. Modul Akuntansi Biaya. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.

Hasyim. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara), *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(2): 357–367.

Hayami, Y. Thosinori, Muhamad. dan Masjidin, S. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: Aprospectif from Asunda Village*, Bogor.

Hermanto. 2009. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.

Husniah, F.A. D.H, Triana. dan A. Titin. 2019. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kerupuk Tempe Di Kecamatan Puger Kabupaten Jember, *Journal of Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1): 195-203.

Indriyanti, D. N. 2020. Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Peternakan Ayam Broiler di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau, Pekanbaru [Tidak dipublikasikan].

Intyas, C.A. M, Firdaus. 2020. Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Ikan Cumi di Desa Weru Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Journal of Fisheries and Marine Research*, 4(2): 214-221.

Jamalludin, W.M. P. Chezy, dan A. Alatas . 2018. Analisis Pemasaran Agroindustri Kerupuk Ubi Kayu di Desa Pulau Aro Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *Journal of Agriculture and Food Security*, 1(9): 199-209.

Kholidah, F. 2017. Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Kerupuk Ikan Janggalak (Gabus Laut). Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Perternakan Universitas Muhammadiyah Malang, Malang [dipublikasikan].

Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran : Marketing 9e Analisis, Perencanaan Impementasi dan Kontrol, Jilid I. PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, P. 2005. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta, Indonesia.

ISLAM RIAU



Latiffah, B. 2020. Analisis Usahatani dan Pemasaran Ikan Lele Kolam Bundar di Kampung Pangkalan Makmur Kecamatan Dayun Kabupaten Siak (Studi Kasus Pada Kolam Tani Jaya Makmur). Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau, Pekanbaru [Tidak dipublikasikan].

Leonardo, C dan Fahrial. 2020. Agroindustri The Gaharu di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Pekanbaru (Studi Kasus CV. Gaharu Plaza Indonesia). Jurnal Dinamika Pertanian, 36(1): 69-78

Lianti, R. F. 2019. Analisis Agroindustri Fillet Ikan Patin (Kasus pada CV. Graha Pratama Fish) di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Skripsi, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau, Pekanbaru [Tidak dipublikasikan].

Limbong, W. H dan P, Sitorus 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Maramba, U. 2018. Pengaruh Karakteristik Terhadap Pendapatan Petani Jagung di Kabupaten Sumba Timur (Studi Kasus: Desa Kiritana, Kecamatan Kampera, Kabupaten Sumba Timur). Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. Studi Agribisnis, 2(2): 94–101.

Ma'sum, M.A. dan U.K, Qurmariah. 2021. Analisis Saluran Pemasaran Keripik Gadung (*dioscorea hispida L*) Pada Usaha Home Industri Dua Putra Jaya di Kabupaten Jombang. Journal of SIMAGRI, 1(2): 67-79.

Mubyarto. 1984. Masalah Industri Gula di Indonesia. BPFE. Yogyakarta.

Mubyarto. 2005. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.

Mubyarto. 2009. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.

Mulyadi. 2017. Akuntansi Biaya. BPFE-UGM, Yogyakarta.

Munawir, S. 2007. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Liberty, Yogyakarta.

Nafisah, T. N. 2020. Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT BPRS Haji Miskin Pandai SIKEK KAB. Tanah Datar. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bukit Tinggi.

Natelda R. Timisela, dan P. U, Ambon. 2006. Analisis Usaha Sagu Rumah Tangga dan Pemasaran. Journal Agroforestry, 1(3): 72-83.

Nazir, M. 2009. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Bogor.



Nicholson, W, 2002. *Microekonomy Intermediate*. Edisi Kedelapan. Erlangga, Jakarta.

Nuryani, H. 2016. *Usaha Agroindustri Kerupuk Atom (Studi Kasus Hanafa) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau, Pekanbaru [Tidak dipublikasikan].

Putong. 2004. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Jakarta.

Purwowododo. 1983. *Teknologi Mulsa*. Dewaruci Press, Jakarta.

Prawinata, A. 2020. *Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Kerupuk Kulit Sapi (Kasus Pada Usaha Pak Henry) di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau, Pekanbaru [Tidak dipublikasikan].

Rahardi. 2010. *Agribisnis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya, Jakarta.

Rahim, A dan D. Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya, Yogyakarta.

Ratna. 2016. *Manajemen Produksi*. Edisi 4. Penerbit BPEF. Yogyakarta.

Saefudin, H. 1986. *Fungsi pemasaran*: Penerbit Andi, Yogyakarta.

Salsabilla, S, Haryono D, Syarief Y. (2019). *Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Pisang di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran*, *Jurnal of Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(1):217-221.

Soetpomo, G. 1997. *Kekalahan Manusia Petani*. Kansius, Yogyakarta.

Soekartawi. 1993. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka. Harapan, Jakarta.

Soekartawi. 1995. *Analisis Usaha Tani*. UI Press, Jakarta

Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soekartawi. 2002. *Penerapan Inovasi Petani*. UI Press, Jakarta.

Soekartawi. 2003. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. UI Press, Jakarta.



Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit University Muhammadiyah Malang, Malang.

Suratman, Y.Y. A. Agus. 2015. Kontribusi Tenaga Kerja Dalam Keluarga Terhadap Pendapatan Usahatani Terong (*Solanum melongena L.*) di Kelurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjarbaru. *J. Ziraa'ah*, 3(40): 218-225.

Surtiyah. 2006. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.

Suryana. 1990. Diversifikasi Pertanian dalam Proses Mempercepat Laju Pembangunan Nasional. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

Suwita. 2011. Analisis Pendaptan Petani Karet (Studi Kasus di Desa Dusun Curup Kecamatan Air Besi Kecamatan Bengkulu Utara), Universitas Bengkulu, Bengkulu.

Swasta. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Tati, S dan Fathorrozi. 2003. Teori Ekonomi Mikro. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Tohar. 2010. Permodalan dan Perkreditan Koperasi, Kanisius.

Udayana, I. G. B. 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 44(1): 3–8.

Undang-Undang. 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Nomor 20. Jakarta, Indonesia.

Undang-Undang. No.20 Tahun. 2008. Tentang Skala Usaha Yang Dibedakan Menjadi Usaha Mikro, Kecil Mengengah. Jakarta, Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia No 20. Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta, Indonesia.

Vaulina. S. Kurniati. A. S. 2019. Analisis Usaha Dan Pemasaran Madu Kelulut Di Kabupaten Kampar. *Jurnal Dinamika Pertanian* Edisi 35(3): 151-162.

Wahyuni, S. Pradhanawati, Ari. Hidayat, W. 2015. Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia (Studi Kasus Pada UMKM Kulit Lumpia di Kelurahan Kranggan Kota Semarang). *Journal of the Mining Institute of Japan*, 83(947): 421–42.

Wiliam J.S. 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2 PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.



Wirawan, K. E. B. I Wayan. G. P. A. J. Susila,. 2019. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Riset Manajemen, 7(1): 38–44.

Yamit, Z. 2011. Manajemen Produksi dan Operasi Edisi 1. Ekonisia, Yogyakarta

Yasin, A. Z. F. 2002. Masa Depan Agribisnis Riau. Universitas Riau Press, Pekanbaru.

Zahir. 2020. Perbedaan Bahan Baku dan Bahan Penolong. online pada <https://zahiraccounting.com/id/blogspot/perbedaan-bahan-baku-dan-bahan-penolong/>, {Diakses pada tanggal 15 Juni 2022}.

**UNIVERSITAS
ISLAM RIAU**



LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Pengusaha dan Pedagang Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Tanggungans Keluarga (Jiwa)
Pengusaha				
1. Doni Fajri	43	15	11	4
2. Erna	39	15	11	-
Pedagang				
1. Mamad	39	12	5	2
2. Toni	43	9	7	3
3. Surya	41	12	9	4
4. Kurniawan	42	12	8	3
5. Faisal	38	12	5	3
Jumlah	285	87	56	19
Rata-Rata	40.71	12.43	8.00	2.71

Lampiran 2. Profil Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

Pengusaha	Skala Usaha	Tenaga Kerja	Produksi/Proses Produksi (kg)	Produksi/Bulan (kg)	Proses Produksi	Modal
Doni Fajri	Kecil	2	10	120	Semi Modern	Sendiri



Lampiran 3. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Kerja Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Tahapan Kerja	Jumlah TK	Waktu (Jam)	Total Jam	Total HOK	Upah (Rp)	Nilai (Rp)	Persentase (%)	HOK/Bulan	Persentase (%)
1	Pembersihan/Pencucian	1	1.00	1.00	0.13	50,000	6,250.00	10.26	1.50	10.26
2	Penggilingan	1	1.00	1.00	0.13	50,000	6,250.00	10.26	1.50	10.26
3	Pencampuran	1	0.75	0.75	0.09	50,000	4,687.50	7.69	1.13	7.69
4	Pencetakan adonan	1	1.00	1.00	0.13	50,000	6,250.00	10.26	1.50	10.26
5	Pemotongan adonan	1	0.50	0.50	0.06	50,000	3,125.00	5.13	0.75	5.13
6	Penggorengan	1	0.75	0.75	0.09	50,000	4,687.50	7.69	1.13	7.69
7	Penirisan/Pendinginan	1	0.75	0.75	0.09	50,000	4,687.50	7.69	1.13	7.69
8	Pengemasan Kerupuk Atom	2	2.00	4.00	0.50	50,000	25,000.00	41.03	6.00	41.03
	Total	9	7.75	9.75	1.22	400,000	60,937.50	100	14.63	100

Keterangan:

Jam Kerja/Hari Yang Berlaku = 8 Jam/Hari

Upah/Hari Kerja Yang Berlaku = Rp. 50.000,00

Satuan Penggunaan Tenaga Kerja = Hari Orang Kerja (HOK)



Lampiran 4. Distribusi Penyusutan Peralatan Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Jenis Peralatan	Satuan	Jumlah	UE (Tahun)	Harga/ Satuan	Nilai Beli (Rp)	Nilai Residu (%)	NS	NB- NS/UE	Penyusutan/ Bulan	Penyusutan/ Minggu	Penyusutan/ PP
1	Bangunan Permanen	6x10 M	1	10	35.500,000	35,500,000	20%	7,100,000	34,790,000	2,899,167	724,792	241,597
2	Mesin Pendingin (Freezer)	Unit	1	10	3.000,000	3,000,000	20%	600,000	2,940,000	245,000	61,250	20,417
3	Mesin Penggiling	Unit	1	10	2.000,000	2,000,000	20%	400,000	1,960,000	163,333	40,833	13,611
4	Mesin Pengaduk	Unit	1	10	6.500,000	6,500,000	20%	1,300,000	6,370,000	530,833	132,708	44,236
5	Mesin Peniris	Unit	1	10	5.500,000	5,500,000	20%	1,100,000	5,390,000	449,167	112,292	37,431
6	Mesin Pengemas	Unit	1	10	4.500,000	4,500,000	20%	900,000	4,410,000	367,500	91,875	30,625
7	Mesin Blender	Unit	1	5	400.000	400,000	20%	80,000	384,000	32,000	8,000	2,667
8	Pisau	Unit	2	1	55.000	110,000	20%	22,000	88,000	7,333	1,833	611
9	Kuali	Unit	1	5	600.000	600,000	20%	120,000	576,000	48,000	12,000	4,000
10	Kompor Gas	Unit	1	5	500.000	500,000	20%	100,000	480,000	40,000	10,000	3,333
11	Sendok Goreng	Unit	1	3	120.000	120,000	20%	24,000	112,000	9,333	2,333	778
12	Sendok Saringan	Unit	1	3	100.000	100,000	20%	20,000	93,333	7,778	1,944	648
13	Ember Besar	Unit	2	2	70.000	140,000	20%	28,000	126,000	10,500	2,625	875
14	Baskom	Unit	3	2	30.000	90,000	20%	18,000	81,000	6,750	1,688	563
15	Tong Besar	Unit	4	5	40.000	1,600,000	20%	320,000	1,536,000	128,000	32,000	10,667
16	Timbangan	Unit	1	5	358.000	358,000	20%	71,600	343,680	28,640	7,160	2,387
17	Meja Stenliss	Unit	2	10	2,400,000	4,800,000	20%	960,000	4,704,000	392,000	98,000	32,667
Jumlah			25	106	62,033,000	65,818,000		13,163,600	64,384,013	5,365,334	1,341,333.61	447,111



Lampiran 5. Distribusi Jumlah Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, RCR Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Uraian	Unit	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp/Proses Produksi)	Unit	Nilai (Rp/Bulan)
A	Biaya Variabel					
	Bahan Baku					
	Ikan Tenggiri (Rp/kg)	5	120.000	600.000	60	7.200.000
	Bahan Penunjang					
	1. Tepung tapioca (kg)	5	8.000	40.000	60	480.000
	2. Telur (butir)	3	2.000	6.000	36	72.000
	3. Minyak Goreng (liter)	4	18.000	72.000	48	864.000
	4. Gula (kg)	0.5	12.000	6.000	6	72.000
	5. Garam (kg)	0.25	3.000	750.00	3	9.000
	6. Bawang Merah (kg)	0.25	29.000	7.250	3	87.000
	7. Bawang Putih (kg)	0.5	27.000	13.500	6	162.000
	8. Penyedap Rasa (kg)	0.25	10.000	2.500	3	30.000
	Input Lain					
	1. Gas LPG (kg)	3	20.000	60.000	36	720.000
	2. Plastik Kemasan (kg)	1	40.000	40.000	12	480.000
	3. Label kemasan (lembar)	100	400.00	40.000	1200	480.000
	4. Listrik (kwh)	2.3	1444.70	3.322.81	28	39.873
	Total Biaya Bahan Pendukung	120.05	170.844	291.322	1440.6	3.495.873
	Biaya Tenaga Kerja	1.22	50.000	60.937.50	14.64	732.000
	Total Biaya Variabel	126.27	340.844	952.260	1515.24	11.427.873
B	Biaya Tetap					
	Penyusutan Alat			447.111		5.365.33
C	Total Biaya Produksi			952.707.42		11.433.239
D	Produksi					
	Kerupuk Atom	10	160.000	1.600.000	120	19.200.000
E	Pendapatan Kotor			1.600.000		19.200.000
F	Pendapatan Bersih			647.292		7.766.760
G	Pendapatan Kerja Keluarga			708.230		7.827.698
H	RCR			1.68		1.68



Lampiran 6. Distribusi Nilai Tambah Metode Hayami Pada Usaha Agroindustri Kerupuk Atom Hanafa Food di Kelurahan Binawidya Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Variabel	Nilai/Proses Produksi
Output, Input dan Harga		
1	Output (Kg)	10
2	Input (Kg)	5
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	1,22
4	Faktor Konversi	2
5	Koefisien Tenaga Kerja (HOK/Kg)	0,24
6	Harga Output (Rp/Kg)	160.000
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	50.000
Penerimaan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	120.000
9	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	2.059
10	Nilai Output (Rp/Kg)	320.000
11	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	197.940
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	61,85
12	c. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	12.000
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	6,2
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	185.740
	b. Tingkat Keuntungan (%)	93,83
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
14	Marjin (Rp/Kg)	200.000
	b. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	6,10
	d. Sumbangan Input Lain (%)	1,029
	e. Keuntungan Pemilik Perusahaan (%)	92,87

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



Lampiran 7. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Atom Hanafa Food di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Provinsi Riau, Tahun 2022.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Biaya(Rp/Kg)	Persentase (%)	Biaya(Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Pengusaha				
	Harga Jual	160.000	88.9	160.000	100
	Biaya Pemasaran				
	Bahan Bakar Minyak	10.000			
	Total Biaya	10.000			
	Margin	20.000			
2	Pedagang Pengecer				
	Harga Beli	160.000			
	Keuntungan	10.000			
	Harga Jual	180.000			
3	Konsumen				
	Harga Beli	180.000	100	160.000	100
	Total Biaya	10.000			
	Total Margin	20.000			
	Total Keuntungan	10.000			
	Efisiensi		6.25		

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU



DOKUMENTASI



Gambar 1. Foto Bersama Bapak Doni Fajri & Istri Pemilik Usaha Kerupuk Atom



Gambar 2. Foto Bersama Staf Kantor Kelurahan Binawidya







Gambar 3. Peralatan Yang Digunakan Untuk Proses Produksi

UNIVERSITAS
ISLAM RIAU