

STUDI AGRIBISNIS USAHA KERUPUK KULIT SAPI DI KOTA MATARAM

AGRIBUSINESS STUDY OF SKIN CRACKERS BUSINESS IN MATARAM CITY

Diana Eka Safitri^{1*}, Syarif Husni²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*e-mail Penulis korespondensi: dianaeka3@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis biaya dan pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram; (2) menganalisis nilai tambah usaha kerupuk kulit di Kota Mataram; (3) mengetahui efisiensi pemasaran usaha kerupuk Kulit di Kota Mataram. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha kerupuk kulit di Kota Mataram. Pengambilan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* yaitu Kecamatan Mataram dan Kecamatan Cakranegara karena sebagai sentra produksi kerupuk kulit. Kemudian dari 2 kecamatan tersebut dipilih 3 kelurahan yaitu Pagesangan Barat mewakili Kecamatan Mataram, Kelurahan Cakranegara Selatan dan Kelurahan Cakranegara Selatan Baru mewakili Kecamatan Cakranegara. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha kerupuk kulit. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan teknik wawancara dengan responden berpedoman daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Analisis data yang digunakan adalah: aliran proses; analisis biaya dan penerimaan; Metode hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Rata-rata pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram sebesar Rp 1.211.055,- per proses produksi; (2) Rasio nilai tambah 55,31%; (3) Saluran pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram melalui 3 (tiga) saluran pemasaran, yaitu: Saluran Pemasaran-I (Produsen → Pedagang Pengepul Kecamatan → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir) sebanyak 50,55% dari seluruh produknya; 25,28% melalui Saluran Pemasaran-II (Produsen → Pr → KA); dan 9,10% melalui Saluran Pemasaran-III (Produsen → KA); Saluran pemasaran-III (Produsen → KA) lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA) dan saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA) karena tidak memiliki margin pemasaran, sementara itu margin pemasaran pada saluran pemasaran-I dan II sebesar Rp 25.000/kg; Share produsen pada saluran pemasaran-I dan saluran pemasaran-II adalah 80% > 60%, yang berarti pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram efisien; Distribusi keuntungan pada saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA) sebesar 0,16 < 0,5 yang berarti pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram melalui saluran pemasaran-I dapat dikatakan tidak efisien dimana keuntungan pemasaran tidak terdistribusi secara adil diantara lembaga pemasaran yang terlibat (PPK dan Pr). Nilai ratio keuntungan dengan biaya pemasaran (Π/C) pada pedagang pengepul (PPK) adalah 19,67 lebih besar dibandingkan nilai ratio keuntungan dengan biaya pemasaran (Π/C) pada pedagang pengecer (Pr) adalah 3,24, artinya pedagang pengepul menerima keuntungan lebih besar dibandingkan pedagang pengecer dan biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Kata Kunci: Kerupuk Kulit, Biaya dan Pendapatan, Nilai Tambah, Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

This research aims to: (1) analyze the costs and income of the skin cracker business in Mataram City; (2) analyze the added value of the skin cracker business in Mataram City; (3) determine the marketing efficiency of the Leather cracker business in Mataram City. The research method used in this research is a descriptive method. The unit of analysis in this research is the skin cracker business in Mataram City. The research locations were taken using purposive sampling, namely Mataram District and Cakranegara District because they are centers for the production of skin crackers. Then from these 2 sub-districts, 3 sub-districts were selected, namely Pagesangan Barat representing Mataram District, Cakranegara Selatan Sub-district and Cakranegara Selatan Baru Sub-district representing Cakranegara District. The respondents in this research were skin cracker entrepreneurs. The types of data used are qualitative data and quantitative data. The data collection technique used was an interview technique with respondents guided by a list of questions that had been prepared. The data analysis used is: process flow; cost and revenue analysis; Hayami method.

The research results show that: (1) The average income from the skin cracker business in Mataram City is IDR 1,211,055 per production process or IDR 12,110,547 per month; (2) Added value of IDR 25,851.52/kg bw, with a value added ratio of 55.31%; (3) The marketing channels for skin crackers in Mataram City are through 3 (three) marketing channels, namely: Marketing Channel-I (Producer → PPK → Pr → KA) for 50.55% of all products; 25.28% via Marketing Channel-II (Producer → Pr → KA); and 9.10% via Marketing Channel-III (Producer → KA); Marketing channel-III (Producer → KA) is more efficient than marketing channel-I (Producer → PPK → Pr → KA) and marketing channel-II (Producer → Pr → KA) because it has no marketing margin, meanwhile the marketing margin in marketing channels-I and II is IDR 25,000/kg; The producer share in marketing channel-I and marketing channel-II is 80% > 60%, which means marketing of skin crackers in Kota Mataram is efficient; The distribution of profits in marketing channel-I (Producer → PPK → Pr → KA) is $0.16 < 0.5$, which means that marketing of skin crackers in Mataram City through marketing channel-I can be said to be inefficient where marketing profits are not distributed fairly between institutions marketing involved (PPK and Pr). The value of the ratio of profits to marketing costs ($\frac{\Pi}{C}$) for collectors (PPK) is 19.67, which is greater than the ratio of profits to marketing costs ($\frac{\Pi}{C}$) for collectors (PPK) is 3.24. meaning that collectors receive greater profits than retailers from the marketing costs incurred.

Keywords: Skin Crackers, cost and Income, Added value, Marketing efficiency

PENDAHULUAN

Mengingat eratnya keterkaitan antara sektor pertanian dan sektor industri maka paradigma baru dalam pembangunan ekonomi yang berorientasi pada agroindustri merupakan strategi industrialisasi yang tepat bagi Indonesia. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar sumber daya berada di sektor pertanian dan sebagian besar penduduk Indonesia masih bergantung pada sektor pertanian (Nandika Aisyah Pratiwi, *et.al*, 2017)

Agroindustri merupakan kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku utama dengan menghasilkan produk baru dan memiliki nilai tambah. Agroindustri memiliki dua pengertian yaitu, agroindustri hulu merupakan subsektor industri yang menghasilkan sarana produksi pertanian. Agroindustri hilir merupakan subsektor industri yang mengolah hasil-hasil pertanian (terutama produk pertanian primer yaitu hasil dari pertanian) (Saragih, 2010).

Salah satu Agroindustri yang banyak berkembang di NTB khususnya di Kota Mataram adalah Agroindustri kerupuk kulit. Kerupuk kulit merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari kulit sapi atau kerbau. Kulit sapi mentah basah adalah kulit yang di dapat dari hasil pemotongan ternak sapi, dimana kulit tersebut telah dipisahkan dari seluruh bagian dagingnya baik yang segar maupun yang sudah digarami. Kriteria serta spesifikasi kulit sapi yaitu: (a) Berbau khas kulit sapi. (b) Tidak ada warna yang mencurigakan, bersih serta segar. (c) Bulu tidak rontok. (d) Kulit sapi mentah basah berdasarkan berat dibagi menjadi 2 bagian. Bagian A yaitu <25 kg, bagian B >25 kg. (e) Kandungan air kulit mentah segar maksimum 60%. (f) Cacat mekanis seperti adanya luka akibat cambukan dan cacat teknis seperti terkena cap bakar atau parasit akibat diserang caplak dll (Ibrahim, 2021). Melalui proses pembuangan bulu, pengembangan kulit, perebusan, pengeringan, dan dikukus untuk kerupuk kulit mentah atau dilanjutkan dengan penggorengan untuk kerupuk kulit siap konsumsi. Di Kota Mataram ada Kecamatan Mataram dan Kecamatan Cakranegara yang menjadi salah satu pusat industri kerupuk kulit. Usaha kerupuk kulit diproduksi pada dua kecamatan yaitu kecamatan dimulai dari persiapan bahan baku dan input lainnya kemudian dilakukan pengolahan kerupuk kulit hingga menjadi produk kerupuk kulit siap konsumsi. Sebagai agroindustri yang mengolah bahan baku menjadi produk, dalam hal ini bahan baku kulit segar menjadi kerupuk kulit tentu saja harus dapat menghasilkan nilai tambah. Selain itu, sebagai suatu usaha, biaya dan pendapatan adalah penting. Hal ini berarti menghitung biaya yang

digunakan dalam proses produksi dengan lebih cermat harus dilakukan oleh setiap jenis usaha, karena biaya yang telah dikeluarkan harus dapat memberikan pendapatan. Lebih lanjut, pemasaran hasil agroindustri sangat diperlukan sehingga produk yang dihasilkan dapat terdistribusi ke konsumen akhir secara efisien. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis biaya dan pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram; (2) menganalisis nilai tambah usaha kerupuk kulit di Kota Mataram; (3) mengetahui efisiensi pemasaran usaha kerupuk kulit di Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, tehnik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik survei dan wawancara langsung dengan responden mengacu pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya (Surakhmad, 2002). Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha kerupuk kulit di Kota Mataram.

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha kerupuk kulit di Kelurahan Pagesangan Barat, Cakranegara Selatan dan Cakranegara Selatan Baru. Berdasarkan hasil survey pendahuluan, terdapat 37 unit usaha kerupuk kulit. Penentuan jumlah responden pada penelitian ini menggunakan metode Sensus, (Arikunto, 2006). jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 37 responden, yaitu 23 unit usaha di Cakranegara Selatan, 7 unit usaha di Cakranegara Selatan Baru, dan 7 unit usaha di Pagesangan. Jumlah lembaga pemasaran dilakukan dengan cara penelusuran menggunakan *Snowball Sampling*, yaitu digunakan untuk mencari informasi dengan cara mewawancarai lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran yang ada.

Analisis Data

Data yang terkumpul dijelaskan secara langsung tahapan dari proses produksi, diolah berdasarkan analisis biaya dan pendapatan, dan analisis nilai tambah menggunakan Metode Hayami, dan efisiensi pemasaran. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Analisis Biaya dan Pendapatan, Analisis Nilai Tambah dan Analisis Efisiensi Pemasaran.

1. Pendapatan Produsen

Untuk mengetahui pendapatan produsen dari usaha kerupuk kulit, digunakan analisis biaya dan penerimaan, dengan rumus:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π = Pendapatan

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya (biaya variabel+biaya tetap)

2. Menganalisis Nilai Tambah

Untuk nilai tambah produksi kerupuk kulit sapi dihitung dengan menggunakan “Metode Hayami” yang disajikan berikut ini:

Tabel 1. Metode Hayami

No	Variabel	Formula
1	Output, Input dan Harga	
a.	Produksi (Kg)	A
b.	Bahan Baku (Kg)	B
c.	Tenaga Kerja (HKO)	C

d.	Faktor Konversi (Kg/kg BB)	$d = a / b$
e.	Koefesien Tenaga Kerja (HKO/kg BB)	$e = c / b$
f.	Harga Output Rata-Rata (Rp/kg)	F
g.	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja (Rp/HKO)	G
2	Penerimaan dan Keuntungan	
h.	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	H
i.	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg BB)	$i (i1+i2+i3)$
i1	Sumbangan Bhn. Penolong (Rp/kg BB)	i1
i2	Sumbangan Bhn. Pendukung (Rp/kg BB)	i2
i3	Sumbangan Input Tetap (Rp/kg BB)	i3
j.	Nilai Produksi (Rp/Kg BB)	$j = d \times f$
k1	Nilai Tambah (Rp/Kg BB)	$k1 = j - i - h$
k2.	Rasio Nilai Tambah (%)	$k2 = (k1 / j) \times 100\%$
l1.	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg BB)	$l1 = e \times g$
l2.	Rasio Bagian Tenaga Kerja (%)	$l2 = (l1 / k1) \times 100\%$
m1.	Keuntungan (Rp/Kg BB)	$m1 = k1 - l1$
m2.	Tingkat Keuntungan (%)	$m2 = (m1 / j) \times 100\%$
3	Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi	
n1.	Margin (Rp/kg BB)	$n1 = j - h$
n2.	Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$n2 = (l1 / n1) \times 100\%$
n3.	Sumbangan Input Lain (%)	$n3 = (i / n1) \times 100\%$
o	Keuntungan Kegiatan Produksi (%)	$o = (m1 / n1) \times 100\%$

3. Efisiensi Pemasaran

Secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), yaitu sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran Kerupuk Kulit (%)

TC = Total Biaya Pemasaran Kerupuk Kulit (Rp/kg)

TNP = Total Nilai Produk Kerupuk Kulit (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Kerupuk Kulit

Dalam analisis biaya dan pendapatan, terdapat beberapa komponen penting yaitu komponen biaya produksi, produksi, harga produk per satuan dan penerimaan. Perhitungan biaya-biaya tidak hanya bertujuan untuk menghitung harga pokok produksi, namun lebih dari itu, perhitungan biaya merupakan satu rangkaian untuk mengidentifikasi biaya-biaya yang muncul dalam setiap aktivitas perusahaan mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran (Suryantara & Animah, 2021). Rata-rata produksi, harga, penerimaan, total biaya produksi, pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Produksi, Harga, Penerimaan, Total Biaya Produksi, dan Pendapatan Usaha Kerupuk Kulit di Kota Mataram Tahun 2023

No.	Uraian	Satuan Fisik	Jumlah Fisik dan Nilai				Persen (%)
			per Proses Produksi		per Bulan		
			Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	Jumlah Fisik	Nilai (Rp.)	
1	Produksi/Penerimaan	kg	33,15	3.314.594,59	331,46	33.145.945,95	
2	Komponen Biaya						
	a. Bahan Baku Utama						
	(1) Kulit Sapi	(kg)	59,19	1.481.351,35	591,89	14.813.513,51	70,42
	b. Bahan Penolong :						
	Garam	(kg)	0,97	11.594,59	9,66	115.945,95	0,55
	Bawang Putih	(kg)	1,27	38.027,03	12,68	380.270,27	1,81
	Penyedap/MSG	(Kg)	0,57	27.405,41	5,71	274.054,05	1,30
	Masako	(Kg)	0,75	27.000,00	7,50	270.000,00	1,28
	Minyak Goreng	(kg)	6,78	94.972,97	67,84	949.729,73	4,51
	Jumlah Bhn Penolong			199.000,00		1.990.000,00	9,46
	c. Bahan Pendukung :						
	Plastik Besar	(m)	13,46	13.459,46	134,59	134.594,59	0,64
	Plastik Kecil	(pcs)	44,05	8.810,81	440,54	88.108,11	0,42
	Tali Rafia	(glg)	0,75	1.491,89	7,46	14.918,92	0,07
	Gas	(tbg)	4,27	76.864,86	42,70	768.648,65	3,65
	Air	(m3)	1,51	1.664,86	15,14	16.648,65	0,08
	Listrik	(Rp)		1.820,95		18.209,46	0,09
	Jumlah Bhn Pendukung			104.112,84		1.041.128,38	4,95
	Total Bahan	(Rp)		1.784.464,19		17.844.641,89	84,83
3	Tenaga Kerja:						
	(1) TK Dalam Klg.	HKO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(2) TK Luar Klg.	HKO	3,82	293.338,92	38,20	2.933.389,19	13,95
			3,82	293.338,92	38,20	2.933.389,19	13,95
4	Biaya Tetap	Rp.		25.736,79		257.367,89	1,22
5	Total Biaya Produksi	Rp.		2.103.539,90		21.035.398,97	100,00
6	Pendapatan	Rp.		1.211.054,70		12.110.546,98	
7	R/C-ratio			1,58		1,58	

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata produksi yang diperoleh usaha kerupuk kulit di Kota Mataram adalah 33,15 kg per proses produksi atau 331,46 kg per bulan dengan rata-rata harga produk Rp 100.000,- per kg. Rata-rata penerimaan diperoleh sebesar Rp 3.314.595,- per proses produksi dengan rata-rata biaya produksi sebesar Rp 2.103.539,90 per proses produksi. Rata-rata pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram sebesar Rp 1.211.055,- per proses produksi. Apabila dibandingkan antara penerimaan (R) yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi (C) diperoleh nilai rasio antara penerimaan dan biaya produksi (R/C) sebesar $1,58 > 1$ maka dapat dikatakan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram layak untuk dikembangkan.

Analisis Nilai Tambah Usaha Kerupuk Kulit

Berdasarkan hasil perhitungan nilai tambah untuk kerupuk kulit sebagai mana yang tampak pada Tabel 3 dapat diuraikan beberapa variabel yang meliputi: (1) Input, Output dan Harga; (2) Penerimaan dan Keuntungan per kilogram bahan baku; dan (3) Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi.

Output, Input dan Harga Produk Kerupuk Kulit Sapi

Beberapa items pada variabel ini (Tabel 3.) mencakup: Produksi; Bahan Baku; Tenaga Kerja; Faktor Konversi; Koefisien Tenaga Kerja; harga Output Rata-rata; dan Upah Rata-rata Tenaga Kerja.

Tabel 3. Analisis Nilai Tambah per Proses Produksi pada Usaha Kerupuk Kulit di Kota Mataram Tahun 2023

No	Uraian	Formula	Nilai
1	Output, Input dan Harga:		
a.	Produksi (Kg)	A	33,15
b.	Bahan Baku (Kg)	B	59,19
c.	Tenaga Kerja (HKO)	C	3,82
d.	Faktor Konversi (Kg/kg BB)	$d = a / b$	0,56
e.	Koefisien Tenaga Kerja (HKO/kg BB)	$e = c / b$	0,06
f.	Harga Output Rata-Rata (Rp/kg)	F	100.000,00
g.	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja (Rp/HKO)	G	76.780,98
2	Penerimaan dan Keuntungan:		
h.	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	H	25.027,40
i.	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg BB)	$i (i.1+i.2)$	5.121,08
i.1	Sumbangan Bhn. Penolong (Rp/kg BB)	i.1	3.362,10
i.2	Sumbangan Bhn. Pendukung (Rp/kg BB)	i.2	1.758,98
j.	Nilai Produksi (Rp/Kg BB)	$j = d \times f$	56.000,00
k1.	Nilai Tambah (Rp/Kg BB)	$k1 = j - i - h$	25.851,52
k2.	Rasio Nilai Tambah (%)	$k2 = (k1 / j) \times 100\%$	46,16
l1.	Imbalan Tenaga Kerja (Rp/Kg BB)	$l1 = e \times g$	4.955,95
l2.	Rasio Bagian Tenaga Kerja (%)	$l2 = (l1 / k1) \times 100\%$	19,17
m1.	Keuntungan (Rp/Kg BB)	$m1 = k1 - l1$	20.895,56
m2.	Tingkat Keuntungan (%)	$m2 = (m1 / j) \times 100\%$	37,31
3	Balas Jasa Pemilik Faktor-Faktor Produksi:		
n1.	Margin (Rp/kg BB)	$n1 = j - h$	30.972,60
n2.	Pendapatan Tenaga Kerja (%)	$n2 = (l1 / n1) \times 100\%$	16,00
n3.	Sumbangan Input Lain (%)	$n3 = (i / n1) \times 100\%$	16,53
o	Keuntungan Kegiatan Produksi (%)	$o = (m1 / n1) \times 100\%$	67,47

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian (Tabel 3) diketahui rata-rata produksi untuk responden yang memproduksi kerupuk kulit, tampak bahwa rata-rata produksi yang diperoleh adalah 33,15 kg/proses dengan harga output rata-rata sebesar Rp 100.000,00/kg. Rata-rata jumlah bahan baku utama yang digunakan untuk menghasilkan sejumlah produksi tersebut adalah sebanyak 59,19 kg, sehingga diperoleh faktor konversi sebesar 0,56. Nilai faktor konversi 0,56 berarti setiap 1 kg bahan baku kulit segar dapat menghasilkan 0,56 kg produk kerupuk kulit (33,15 / 59,19).

Berdasarkan Tabel 3 diketahui rata-rata tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi kerupuk kulit per proses produksi untuk responden yang menggunakan bahan baku kulit segar 3,82 HKO dengan koefisien tenaga kerja secara berurutan sebesar 0,06. Nilai koefisien tenaga kerja sebesar 0,06 berarti untuk mengolah 1 kg bahan baku kulit sapi kering hingga menjadi produk kerupuk kulit dibutuhkan tenaga kerja 0,06 HKO.

Penerimaan dan Keuntungan Produk Kerupuk Kulit Sapi

Beberapa items pada variabel ini (Tabel 3) mencakup: Harga bahan baku utama; Sumbangan input lain; Sumbangan bahan penolong dan bahan pendukung; Nilai produksi; Nilai tambah; Rasio nilai tambah; Imbalan tenaga kerja; Rasio bagian tenaga kerja; Keuntungan dan Tingkat keuntungan. Nilai-nilai setiap items pada variabel ini diperhitungkan untuk setiap kilogram bahan baku.

Berdasarkan hasil penelitian (Tabel 3) diketahui rata-rata harga bahan baku kulit sapi adalah Rp 25.027,40/kg. Dalam proses produksi kerupuk kulit sapi, terdapat juga sumbangan input lain yang terdiri atas sumbangan bahan penolong dan bahan pendukung. Bahan penolong yang digunakan. Diketahui bahwa sumbangan bahan penolong dan pendukung sebesar Rp 3.362,10/kg bb; dan Rp 1.758,98/kg bb.

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 3 diketahui rata-rata nilai produksi yang diperoleh untuk setiap kilogram bahan baku sebesar Rp 56.000,00,-/kg bb, dan selisih antara nilai produksi dengan harga bahan baku serta sumbangan bahan penolong dan bahan pendukung menghasilkan nilai tambah Rp 25.851,52/kg bb, dengan rasio nilai tambah 46,16%. Nilai tambah pada kerupuk kulit sapi lebih rendah dari pada nilai tambah produk kerupuk berbahan baku ikan dan udang (studi kasus di Perusahaan Sri Tanjung Kabupaten Indramayu) sebesar 55,20% dan 75,52% (Berlia, 2017).

Imbalan tenaga kerja diperoleh dari hasil kali antara koefisien tenaga kerja dengan upah rata-rata tenaga kerja. Imbalan tenaga kerja untuk produk kerupuk kulit adalah: Rp 4.955,95/kg bb dengan rasio bagian tenaga kerja sebesar 19,17%. Keuntungan untuk setiap kilogram bahan baku yang digunakan usaha kerupuk kulit sapi diperoleh melalui selisih antara nilai tambah dengan imbalan tenaga kerja. Pada Tabel 2., keuntungan yang diperoleh pada produk kerupuk kulit di Kota Mataram adalah Rp 20.895,56/kg bb dengan tingkat keuntungan 37,31%.

Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi

Berdasarkan hasil penelitian (Tabel 3), margin sebesar Rp 30.972,60 per kg BB) atau 55,31% dari nilai produksi, pendapatan tenaga kerja sebesar 16% dan sumbangan input lain (bahan penolong dan bahan pendukung) sebesar 16,53%, sehingga tingkat keuntungan kegiatan produksi pada jenis produk kerupuk kulit sapi dengan bahan baku kulit adalah 67,47%.

Saluran dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Kulit

Suatu proses produksi seperti halnya usaha kerupuk kulit di Kota Mataram pada akhirnya akan bermuara ke pasar atau dengan kata lain ada proses pendistribusian produk dari produsen ke konsumen akhir. Dalam proses pendistribusian produk tersebut dapat langsung dari produsen ke konsumen akhir dan dapat pula melalui lembaga pemasaran. Secara umum, semakin pendek rantai saluran pemasaran maka pemasaran akan lebih efisien (Kotler, 2005). Dalam membahas efisiensi pemasaran, beberapa hal yang dikemukakan dalam penelitian ini meliputi: Saluran pemasaran, Margin pemasaran, Share produsen, Distribusi Keuntungan dan Volume penjualan (Tabel 4).

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram, yaitu:

Saluran pemasaran-I : Produsen → PPK → Pr → KA

Saluran pemasaran-II : Produsen → Pr → KA

Saluran pemasaran-III : Produsen → KA

Keterangan: PPK (Pedagang Pengepul Kecamatan); Pr (Pedagang Pengecer); KA (Konsumen Akhir).

Berbeda dengan analisis usaha agroindustri dan pemasaran kerupuk kulit sapi dengan jumlah saluran pemasaran hanya terdapat 2 saluran (Prawinata, 2020).

1. Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I terdapat 2 (dua) lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram, yaitu: Pedagang Pengepul (PPK) dan Pedagang Pengecer (Pr). Rata-rata harga jual Rp 100.000,-/kg. Selanjutnya PPK menjual kepada pengecer dengan rata-rata harga Rp 110.000,-/kg (margin Rp 10.000,-/kg) yang selanjutnya pengecer menjual kepada konsumen akhir dengan rata-rata harga Rp 125.000,-/kg (margin Rp 15.000,-/kg). Total margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 25.000,-/kg.

2. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran-II hanya melibatkan pedagang pengecer (Pr) yang selanjutnya Pr menjual kepada konsumen akhir (KA). Rata-rata harga jual pedagang pengecer (Pr) ke konsumen akhir sebesar Rp 125.000,-/kg.

3. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran-III, produsen langsung menjual produknya kepada konsumen akhir, dimana konsumen membeli kerupuk kulit dengan cara langsung mendatangi produsen. Saluran pemasaran-III merupakan saluran pemasaran terpendek dibandingkan saluran pemasaran-I dan II. Saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran pada usaha kerupuk kulit di Kota Mataram disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Saluran dan Efisiensi Pemasaran Kerupuk Kulit di Kota Mataram Tahun 2023

No.	Pelaku Pasar	Saluran Pemasaran		
		Saluran Pemasaran I	Saluran Pemasaran II	Saluran Pemasaran III
1	Produsen:			
	Harga Jual (Rp/kg)	100.000,00	100.000,00	100.000,00
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan (PPK)			
	Harga Beli (Rp/kg)	100.000,00		
	Harga Jual (Rp/kg)	110.000,00		
	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	483,87		
	Keuntungan (Rp/kg)	9.516,13		
	Margin (Rp/kg)	10.000,00		
	Π/C	19,67		
3	Pengecer (Pr)			
	Harga Beli (Rp/kg)	110.000,00	100.000,00	
	Harga Jual (Rp/kg)	125.000,00	125.000,00	
	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	3.541,67	3.798,61	
	Keuntungan (Rp/kg)	11.458,33	21.201,39	
	Margin (Rp/kg)	15.000,00	25.000,00	
	Π/C	3,24	1,63	
	Konsumen Akhir (Rp/kg)	125.000,00	125.000,00	100.000,00
4	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	4.025,54	3.798,61	0,00
	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)	20.974,46	21.201,39	0,00
	Total Margin Pemasaran (Rp/kg)	25.000,00	25.000,00	0,00
	Share Produsen (%)	80,00	80,00	100,00
	Distribusi Keuntungan	0,16	1,00	0,00

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Margin Pemasaran

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa harga jual kerupuk kulit dari produsen pada ketiga saluran pemasaran (I, II, dan III) rata-rata sebesar Rp 100.000,-/kg. Adapun harga jual di tingkat konsumen akhir (KA) (harga jual Pr) atau harga beli konsumen akhir adalah Rp 125.000/ Kg pada saluran pemasara-I dan saluran pemasaran-II sehingga diperoleh margin pemasaran pada kedua saluran pemasaran tersebut sebesar Rp 25.000/kg. Berbeda halnya dengan pada saluran pemasaran-III, tidak ada margin pemasaran atau margin pemasaran sama dengan nol, karena pada saluran pemasaran-III tidak melibatkan lembaga pemasaran dimana konsumen akhir melakukan pembelian langsung ke produsen dengan harga beli konsumen akhir sebesar Rp 100.000,-/kg.

Dari aspek margin pemasaran, saluran pemasara-III (Produsen → KA) lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA) dan saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA) karena tidak ada margin pemasaran. Pada saluran pemasaran-III, konsumen akhir membeli dari produsen secara langsung.

Share Produsen

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa share produsen pada saluran pemasaran-I dan saluran pemasaran-II adalah $80\% > 60\%$. Hal ini berarti pemasaran kerupuk kulit melalui kedua saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien. Sementara itu, pada saluran pemasaran-III tidak melibatkan lembaga pemasaran (Produsen → KA) sehingga share produsen bernilai 1 (satu) yang berarti 100% harga beli konsumen akhir dinikmati oleh produsen.

Dalam kaitannya dengan share produsen yang merupakan perbandingan antara harga jual di tingkat produsen dengan harga jual di tingkat konsumen akhir, ketiga saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien karena share produsen $> 60\%$. Menurut Mubyarto (1995), semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyaluran barang, maka semakin besar pula harga yang harus dibayar oleh konsumen akhir yang pada akhirnya menyebabkan bagian harga yang diterima produsen (share produsen) semakin kecil.

Distribusi Keuntungan

Berdasarkan Tabel 4 distribusi keuntungan sebagaimana telah diuraikan di atas, maka pada saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA), keuntungan pemasaran tidak terdistribusi secara adil antara PPK dan Pr dengan nilai $DK = 0,16 < 0,50$ atau keuntungan pemasaran kerupuk kulit tidak terdistribusi secara merata (tidak efisien) di antara pedagang (PPK dan Pr) dimana: Pedagang Pengepul mendapatkan keuntungan $\Pi/C = (9.516,13/ 483,87) = 19,67$, artinya setiap 1 rupiah biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengepul akan mendapatkan keuntungan 19,67 rupiah sedangkan Pedagang Pengecer mendapatkan keuntungan $\Pi/C = (11.458,33/ 3.541,67) = 3,24$, artinya setiap 1 rupiah biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer akan mendapatkan keuntungan 3,24 rupiah.

Volume Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa total produksi seluruh responden (37 unit usaha kerupuk kulit) adalah sebanyak 1.226,40 kg kerupuk kulit dalam sekali proses produksi. Sebagaimana telah diuraikan di atas bahwa saluran pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram melalui 3 (tiga) saluran pemasaran, yaitu: Saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA); Saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA); dan Saluran pemasaran-III (Produsen → KA). Dari total volume produksi kerupuk kulit yang dihasilkan produsen kerupuk kulit di Kota Mataram, 50,55% volume penjualan melalui Saluran Pemasaran-I (SP-I); 40,35% melalui Saluran Pemasaran-II (SP-II); dan 9,10%

melalui Saluran Pemasaran-III (SP-III). Volume penjualan kerupuk kulit di Kota Mataram melalui ketiga saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Volume Penjualan Kerupuk Kulit di Kota Mataram Tahun 2023

Produsen	SP-I (kg)	SP-II (kg)	SP-III (kg)	Jumlah (kg)
Cakranegara Selatan dan Selatan Baru (%)	620,00 (50,55%)	310,00 (25,28%)	111,60 (9,10%)	1.041,60 (84,93%)
Pagesangan (%)	0,00 (0%)	184,80 (15,07%)	0,00 (0%)	184,80 (15,07%)
Jumlah (%)	620,00 (50,55%)	494,80 (40,35%)	111,60 (9,10%)	1.226,40 (100%)

Sumber: Data primer diolah, (2023)

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa produsen kerupuk kulit di Kota Mataram ada di Cakranegara Selatan, Cakranegara Selatan baru dan Pagesangan. Produsen kerupuk kulit yang ada di Cakranegara (Selatan dan Selatan Baru) memasarkan produk melalui tiga saluran pemasaran di atas, sementara produsen kerupuk kulit yang di Pagesangan memasarkan produknya melaluinya melalui saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA).

Volume penjualan produsen yang ada di Cakranegara melalui saluran pemasaran-1 (Produsen → PPK → Pr → KA) sebanyak 50,55% dari seluruh produknya; 25,28% melalui saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA); dan 9,10% melalui saluran pemasaran-III (Produsen → KA). Selanjutnya, produsen yang ada di Pagesangan mendistribusikan produknya ke konsumen akhir 100% melalui saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Rata-rata penerimaan diperoleh sebesar Rp 3.314.595,- per proses produksi dengan rata-rata biaya produksi sebesar Rp 2.103.539,90 per proses produksi. Rata-rata pendapatan usaha kerupuk kulit di Kota Mataram sebesar Rp 1.211.055,- per proses produksi.
- 2) Rata-rata nilai produksi yang diperoleh untuk setiap kilogram bahan baku sebesar Rp 56.000,00,-/kg bb, dan selisih antara nilai produksi dengan harga bahan baku serta sumbangan bahan penolong dan bahan pendukung menghasilkan nilai tambah Rp 25.851,52/kg bb, dengan rasio nilai tambah 55,31%.
- 3) a. Saluran pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram melalui 3 (tiga) saluran pemasaran, yaitu: Saluran Pemasaran-1 (Produsen → PPK → Pr → KA) sebanyak 50,55% dari seluruh produknya; 25,28% melalui Saluran Pemasaran-II (Produsen → Pr → KA); dan 9,10% melalui Saluran Pemasaran-III (Produsen → KA)
 - b. Saluran pemasara-III (Produsen → KA) lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA) dan saluran pemasaran-II (Produsen → Pr → KA) karena memiliki margin pemasaran terkecil (margin pemasaran = nol rupiah), sementara itu margin pemasaran pada saluran pemasaran-I dan II sebesar Rp 25.000/kg.
 - c. Share produsen pada saluran pemasaran-I dan saluran pemasaran-II adalah 80% > 60%, yang berarti pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram efisien.
 - d. Distribusi keuntungan pada saluran pemasaran-I (Produsen → PPK → Pr → KA) sebesar $0,16 < 0,5$ yang berarti pemasaran kerupuk kulit di Kota Mataram melalui

saluran pemasaran-I dapat dikatakan tidak efisien dimana keuntungan pemasaran tidak terdistribusi secara adil diantara lembaga pemasaran yang terlibat (PPK dan Pr). Nilai ratio keuntungan dengan biaya pemasaran (Π/C) pada pedagang pengepul (PPK) adalah 19,67 lebih besar dibandingkan nilai ratio keuntungan dengan biaya pemasaran (Π/C) pada pedagang pengecer (Pr) adalah 3,24, artinya pedagang pengepul menerima keuntungan lebih besar dibandingkan pedagang pengecer dari biaya pemasaran yang dikeluarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakart: Rineka Cipta.
- Berlina, M. (2017). Analisis Usaha dan Nilai Tambah Produk Kerupuk Berbahan Baku Ikan dan Udang (Studi Kasus di Perusahaan Sri Tanjung Kabupaten Indramayu). *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 8(2), 118-125.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Nusa Tenggara Barat Dalam Angka*. BPS Kota Matram. Mataram.
- Daniel, M. (2001). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hayami. (1987). Agricultural Marketing and Processing in Upland Java, A Prespective From Sinda Village. Coarse Grains Pulses Roots and Tuber Center (CGPRTC). Bogor. Hal 75.
- Ibrahim, A, M., Harapin, A., & Bain, A. (2021). Kualitas Kimia Kerupuk Kulit Sapi Pada Bagian Berbeda Dengan Lama Perendaman Campuran Kapur dan Kulit Nanas. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Tropis*. 8 (3).
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium II*. PT INDEX. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Mubyarto, 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi Ketiga. LP3ES. Jakarta.
- Pratiwi, N.A., Harianto, Daryanto, A. (2017). Peran Agroindustri Hulu dan Hilir dalam Perekonomian dan Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 14 (2).
- Prawinata, A. (2020). Analisis Usaha Agroindustri Dan Pemasaran Kerupuk Kulit Sapi (Kasus Pasa Usaha Pak Henry) Di Kelurahan Tuah Madani Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Riau.
- Saragih, B. (2010). Suara dari Bogor Membangun Opini Sistem Agribisnis. IPB Press. Bogor
- Singarimbun, M & Efendi. (1995). Metode Penelitian Survey. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.
- Soekartawi. (2002). Agroindustri: *Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 140 hal.
- Said, G. (1999). *Manajemen Agribisnis MMA*. IPB.
- Suryantara, Adhitya Bayu, & Animah. (2021). Analisis Biaya Strategi dengan Metode Activity Based Coasting pada UMKM Kerupuk Kulit Lombok. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 196.
- Surakhmad, W. (2002). Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Tehnik. Bandung.