



**NILAI TAMBAH, HARGA POKOK PRODUKSI DAN
STRATEGI PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI
ISIS (IKAN SEGAR HIGIENIS) FINDARI *FOOD*
DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Oleh
Rian Bachtiar
NIM 151510601016

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**NILAI TAMBAH, HARGA POKOK PRODUKSI DAN
STRATEGI PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI
ISIS (IKAN SEGAR HIGIENIS) FINDARI *FOOD*
DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Menyelesaikan
Program Sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Jember

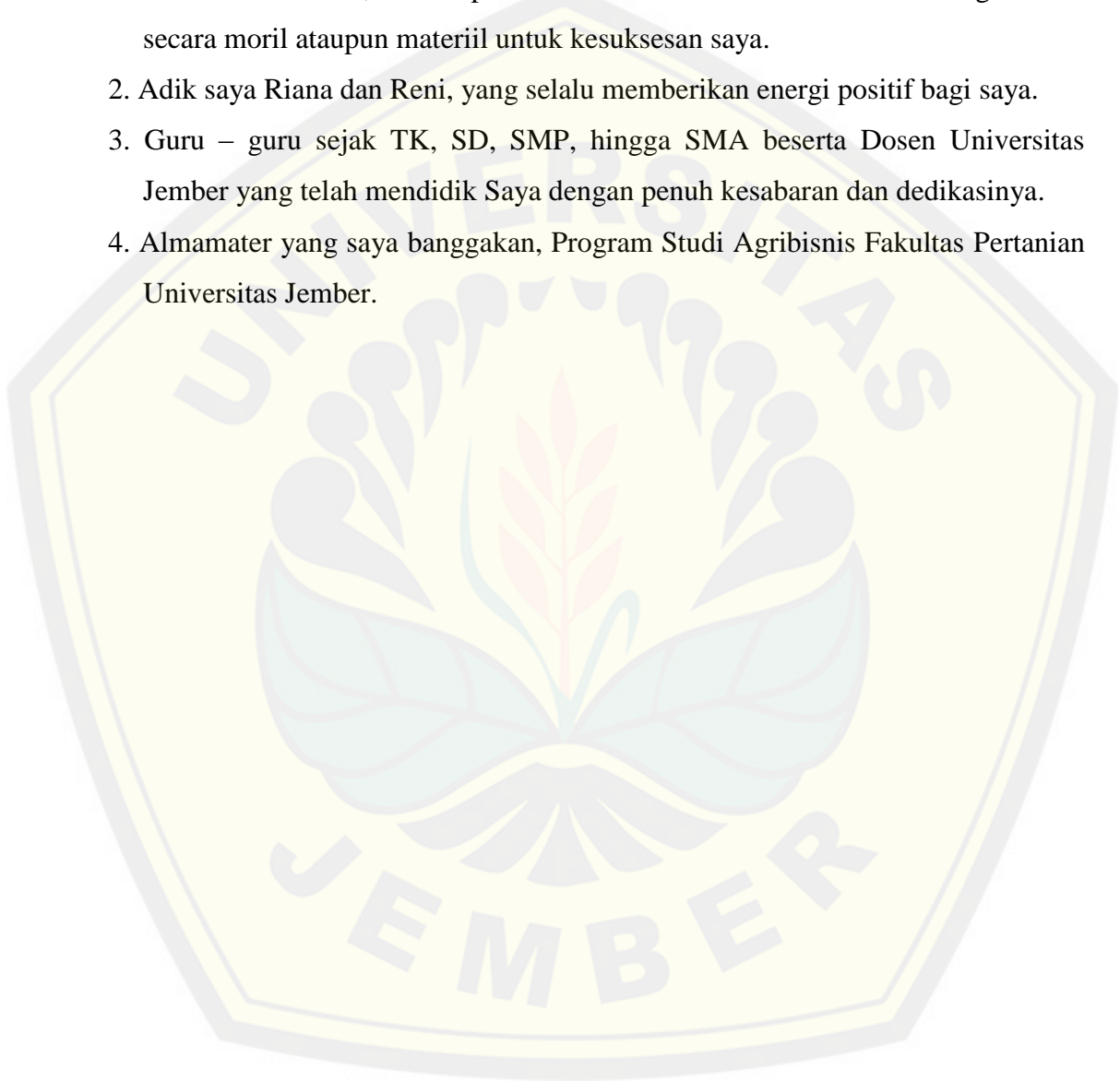
Oleh
Rian Bachtiar
NIM 151510601016

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua saya tercinta, Ayahanda Syukuryadi dan Ibunda Sri Wahyuni yang selalu mendoakan, selalu perhatian dan selalu memberikan dukungan baik secara moril ataupun materiil untuk kesuksesan saya.
2. Adik saya Riana dan Reni, yang selalu memberikan energi positif bagi saya.
3. Guru – guru sejak TK, SD, SMP, hingga SMA beserta Dosen Universitas Jember yang telah mendidik Saya dengan penuh kesabaran dan dedikasinya.
4. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.



MOTTO

“Pendidikan adalah tiket ke masa depan. Hari esok dimiliki oleh orang-orang yang mempersiapkan dirinya sejak hari ini”

(Malcolm X)

“Saya benar-benar percaya bahwa waktu terbaik bagi setiap orang adalah saat ketika ia sudah bekerja dengan sepenuh hati dengan sebuah alasan yang bagus dan tergeletak kelelahan dimedan pertempuran penuh kemenangan”

(Vince Lombardi)

“Untuk mencapai hal-hal yang hebat, tidak hanya bertindak, kita juga harus bermimpi, tidak hanya berencana, kita juga harus percaya”

(Anatole France)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rian Bachtiar

NIM : 151510601016

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul **“Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS (Ikan Segar Higienis) Findari Food Di Kabupaten Lumajang”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember,

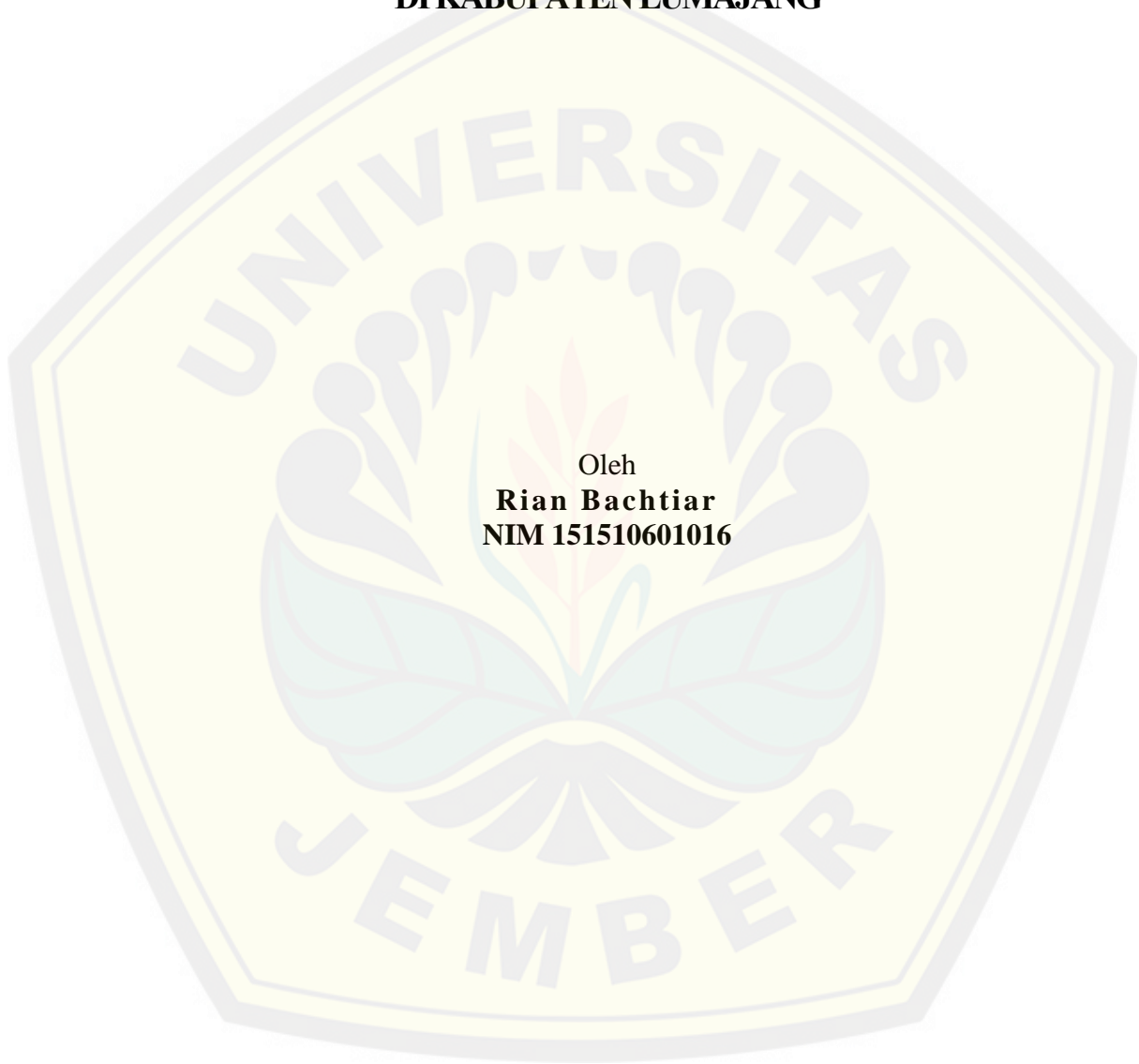
Yang menyatakan,

Rian Bachtiar

NIM. 151510601016

SKRIPSI

**NILAI TAMBAH, HARGA POKOK PRODUKSI DAN
STRATEGI PEMASARAN PADA AGROINDUSTRI
ISIS (IKAN SEGAR HIGIENIS) FINDARI *FOOD*
DI KABUPATEN LUMAJANG**



Oleh
Rian Bachtiar
NIM 151510601016

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Skripsi : Djoko Soejono,SP.,MP.
NIP. 196111101988021001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS (Ikan Segar Higienis) Findari Food Di Kabupaten Lumajang**” telah diuji dan disahkan pada :

Hari, tanggal : 04 Juli 2019

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Skripsi,

Djoko Soejono,SP.,MP.
NIP. 196111101988021001

Dosen Penguji 1,

Dosen Penguji 2,

Prof. Dr. Ir. Rudi Wibowo, MS.
NIP. 195207061976031006

Dr. Ir. Sri Subekti, M.Si.
NIP. 196606261990032001

Mengesahkan
Dekan

Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D
NIP. 196005061987021001

RINGKASAN

Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS (Ikan Segar Higienis) Findari Food Di Kabupaten Lumajang; Rian Bachtiar, 151510601016; Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi / Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Produksi perikanan di Kabupaten Lumajang mayoritas dijual dalam bentuk ikan segar berupa produk mentah, sehingga perlu adanya agroindustri pengolahan agar produksi komoditas perikanan yang sifatnya mudah rusak ini dapat dikonsumsi dengan jangka waktu yang panjang. Salah satu agroindustri di bidang perikanan yang saat ini sedang dikembangkan di kabupaten Lumajang yaitu Agroindustri ISIS. Berbagai macam produk olahan ikan segar yang diproduksi oleh Agroindustri ISIS antara lain yaitu abon ikan tuna, abon ikan patin, abon ikan lele, abon ikan gabus. Dari permasalahan umum agroindustri tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) nilai tambah produk olahan ikan segar, (2) harga pokok produksi dan (3) strategi pemasaran pada agroindustri ISIS di Kabupaten Lumajang. Penentuan daerah penelitian menggunakan *Purposive Method*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis nilai tambah dengan metode hayami, analisis perhitungan HPP dengan metode *full costing* dan analisis deskriptif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa 1) Nilai tambah pada pengolahan ikan tuna, lele, patin dan gabus menjadi abon pada agroindustri ISIS bernilai positif, dengan nilai tambah masing-masing sebesar Rp. 51960,2, Rp. 55797,2, Rp. 49232,7, Rp.77400,6 per kgbahan baku. 2) Harga pokok produksi pada produk abon ikan tuna sebesar Rp. 143277,95/kg, abon ikan lele sebesar Rp. 168599,83/kg, abon ikan patin sebesar Rp. 224881,96/kg, dan abon ikan gabus sebesar Rp. 262285,31/kg. 3) Strategi pemasaran yang dilakukan agroindustri ISIS dengan metode bauran pemasaran (*Mix Marketing*) 4P yaitu lebih menonjolkan strategi *product* (ragam, kualitas, desain, nama merek, kemasan dan layanan).

SUMMARY

Value Added, Cost of Production and Marketing Strategy at ISIS (Ikan Segar Higienis) Agroindustri Findari Food in Lumajang Regency; Rian Bachtiar, 151510601016; Agribusiness Study Program, Department of Social Economics / Agribusiness, Faculty of Agriculture, University of Jember.

The majority of fisheries production in Lumajang Regency is sold in the form of fresh fish in the form of raw products, so it is necessary to have processing agro-industries so that the production of fisheries commodities which are perishable can be consumed for a long period of time. One of the agro-industries in the fisheries sector which is currently being developed in Lumajang district is ISIS Agroindustri. Various kinds of fresh fish processed products produced by ISIS Agroindustri include tuna abon, patin abon, abon catfish, abon cork fish.

This study aims to determine: (1) value added, (2) cost of production and (3) marketing strategy in ISIS agroindustri in Lumajang Regency. Determination of the study area using the Purposive Method. The research method used is descriptive and analytical methods. Determination of samples in the study using Purposive Sampling. The tools of analysis used in this study is value added analysis with hayami method, cost of production with variable costing method and descriptive analysis.

The results of the analysis show that 1) Value added to the processing of tuna, patin, catfish and cork became shredded on ISIS agroindustri with positive values, with added value of Rp. 51960.2, Rp. 55797.2, Rp. 49232.7, Rp.7,7400.6 per kg of raw material. 2) The cost of production in abon tuna products is Rp. 143277.95 / kg, abon catfish Rp. 168599.83 / kg, abon catfish is Rp. 224881.96 / kg, and sabon cork fish Rp. 262285.31 / kg. 3) Marketing strategies carried out by ISIS agroindustri with 4P marketing mix (Mix Marketing) method, which further emphasizes the product strategy (variety, quality, design, brand name, packaging and service).

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS (Ikan Segar Higienis) Findari Food Di Kabupaten Lumajang”**. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. Ir. Sigit Soeparjono, MS., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember
2. M. Rondhi, SP., MP., Ph. D., selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian / Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Djoko Soejono, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing Utama, Prof. Dr. Ir. Rudi Wibowo, MS. selaku Dosen Penguji Utama, dan Dr. Ir. Sri Subekti M.Si. selaku Dosen Penguji Anggota yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasihat, pengalaman, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ayahku Syukuryadi, Ibuku Sri Wahyuni dan seluruh keluarga besar atas seluruh kasih sayang, motivasi, tenaga, materi, dan do'a yang selalu diberikan dengan tulus ikhlas sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Kautsaril Barida, S.P owner dari agroindustri ISIS Findari Food yang telah mendukung dan membantu meberikan informasi data selama pencarian data penelitian sehingga saya bisa menyelesaikan penelitian dan menghasilkan skripsi ini.
7. Teman-teman Agribisnis 2015 Fakultas Pertanian Universitas Jember, terimakasih atas semua bantuan dan kebersamaan selama menjadi mahasiswa.

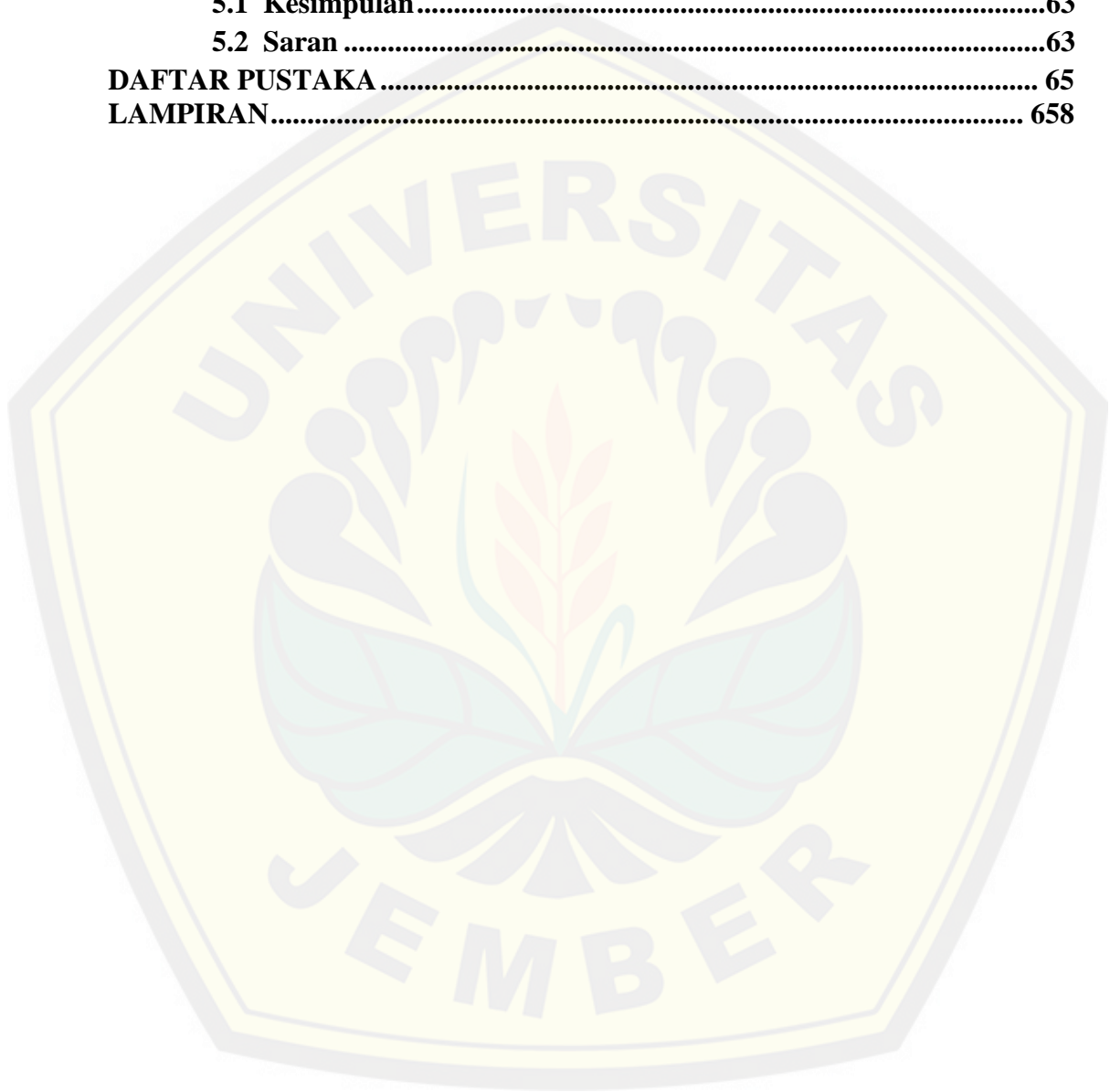
8. Teman-teman tercinta Insan, Ricky, Adam, Fibri, Rani, Ragil, Silvi, Nitha, Rahma, Willy dll terimakasih atas kebersamaan, semangat, motivasi, doa dan bantuan yang telah diberikan dengan tulus dan ikhlas selama perkuliahan.
9. Semua Pihak yang telah membantu terselesaikannya karya tulis ilmiah ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	7
1.3.1 Tujuan.....	7
1.3.2 Manfaat.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Konsep Agroindustri.....	12
2.2.2 Konsep Nilai Tambah	13
2.2.3 Konsep Biaya Produksi.....	15
2.2.4 Konsep Pemasaran	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5 Metode Analisis Data	28
3.6 Definisi Operasional.....	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum agroindustri ISIS Findari Food di Kabupaten Lumajang.....	35
4.2 Nilai Tambah Agroindustri ISIS Findari Food di Kabupaten Lumajang.....	37

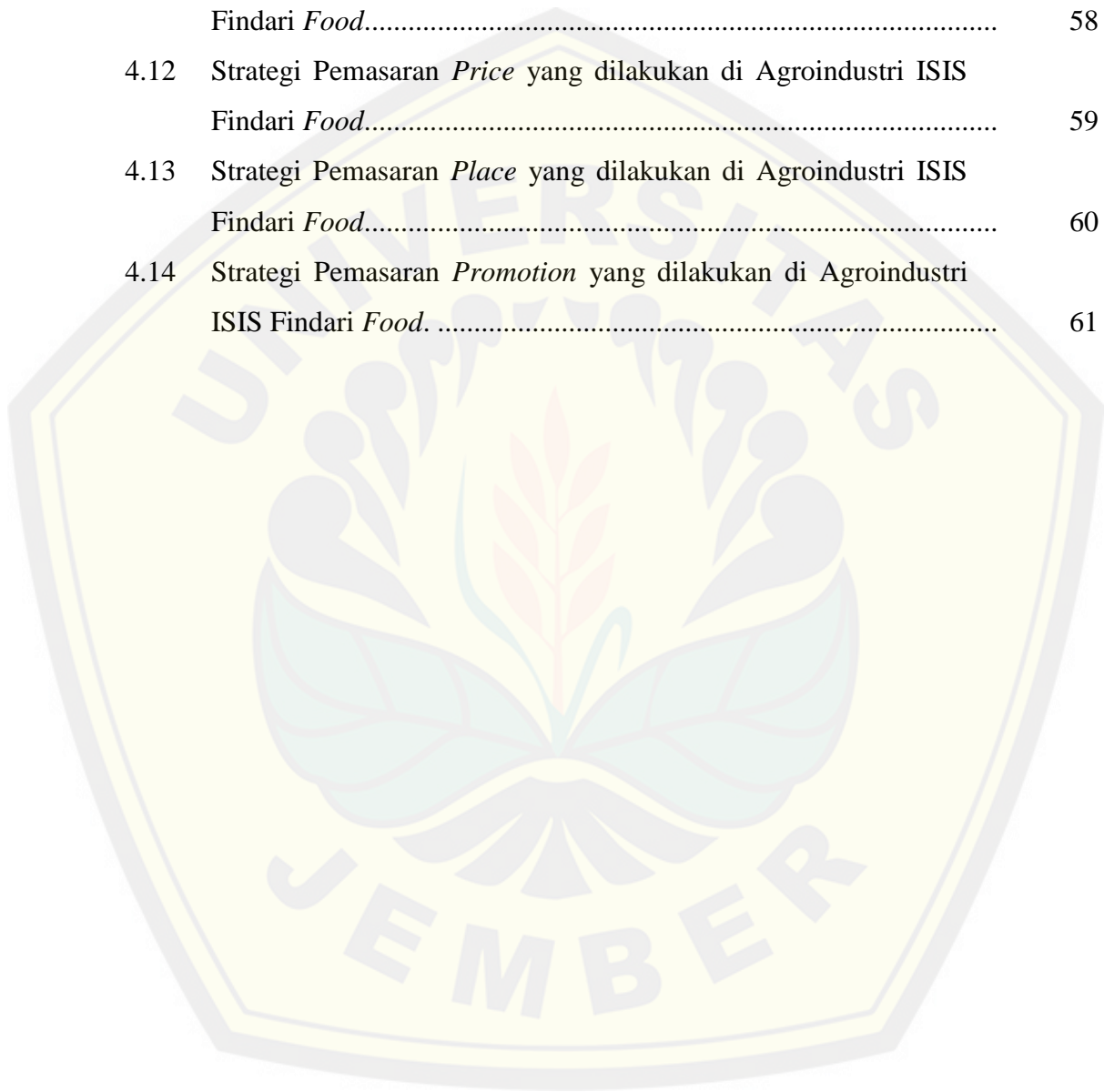
4.3 Harga Pokok Produksi pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> Di Kabupaten Lumajang.....	45
4.4 Strategi Pemasaran pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang.....	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	658



DAFTAR TABEL

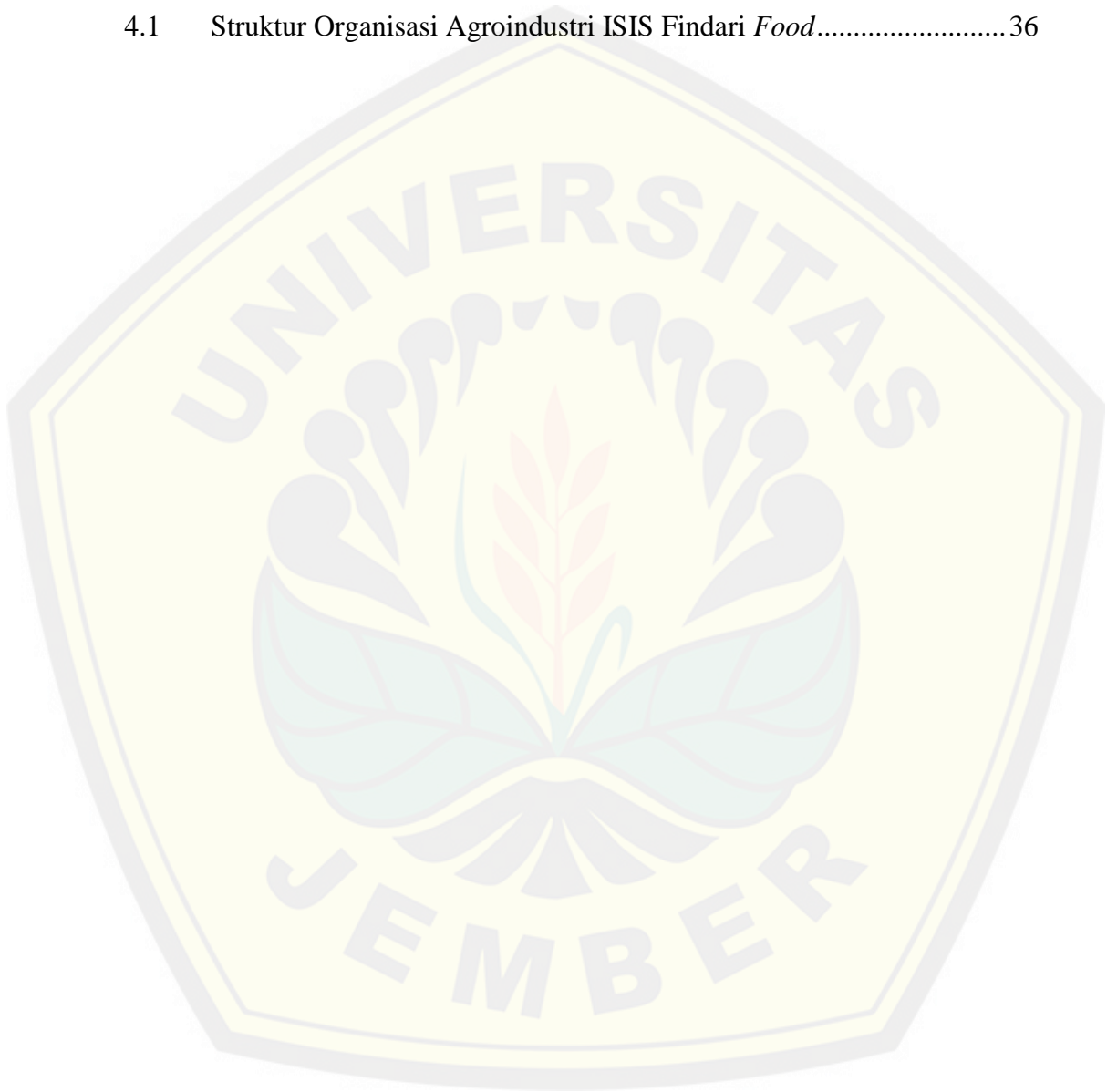
Tabel	Halaman
1.1 Produksi Perikanan Budidaya di Provinsi Jawa Timur pada Tahun 2011-2015	2
1.2 Produksi, Produksi perikanan di Kabupaten Lumajang tahun 2017.....	3
1.3 Produksi Perikanan Budidaya Kabupaten Lumajang 2017	4
3.1 Perhitungan Nilai Tambah (<i>Value Added</i>).....	31
4.1 Nilai Tambah abon ikan tuna pada agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	38
4.2 Nilai Tambah abon ikan lele pada agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	40
4.3 Nilai Tambah abon ikan patin pada agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	41
4.4 Nilai Tambah abon ikan gabus pada agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	43
4.5 Rekapitulasi Nilai Tambah Berbagai Macam Produk abon ikan pada agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	45
4.6 Rata-Rata Total Produksi Abon Ikan Tuna, Total Biaya dan Harga Pokok Produksi Abon Ikan Tuna pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang Per Proses Produksi.....	46
4.7 Rata-Rata Total Produksi Abon Ikan Lele, Total Biaya dan Harga Pokok Produksi Abon Ikan Lele pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang Per Proses Produksi.....	49
4.8 Rata-Rata Total Produksi Abon Ikan Patin, Total Biaya dan Harga Pokok Produksi Abon Ikan Patin pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang Per Proses Produksi.....	51
4.9 Rata-Rata Total Produksi Abon Ikan Gabus, Total Biaya dan Harga Pokok Produksi Abon Ikan Gabus pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang Per Proses Produksi.....	54

4.10	Rekapiulasi Harga Pokok Produksi Beberapa Macam Produk pada Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> di Kabupaten Lumajang Per Proses Produksi.....	56
4.11	Strategi Pemasaran <i>Product</i> yang dilakukan di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	58
4.12	Strategi Pemasaran <i>Price</i> yang dilakukan di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	59
4.13	Strategi Pemasaran <i>Place</i> yang dilakukan di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	60
4.14	Strategi Pemasaran <i>Promotion</i> yang dilakukan di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	24
4.1 Struktur Organisasi Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Data Biaya Tetap Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> pada tahun 2018.....	68
2 Data Biaya Variabel pada Produk Abon Lele di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> pada tahun 2018	69
3 Data Biaya Variabel pada Produk Abon Tuna di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> pada tahun 2018	70
4 Data Biaya Variabel pada Produk Abon Patin di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> pada tahun 2018	71
5 Data Biaya Variabel pada Produk Abon Gabus di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i> pada tahun 2018	72
6 Perhitungan Nilai Tambah pada produk abon ikan tuna di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	73
7 Perhitungan Nilai Tambah pada produk abon ikan lele di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	74
8 Perhitungan Nilai Tambah pada produk abon ikan patin di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	75
9 Perhitungan Nilai Tambah pada produk abon ikan gabus di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	76
10 Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Lele di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	77
11 Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Tuna di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	77
12 Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Patin di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	78
13 Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Gabus di agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	78
14 Data Perhitungan Upah Penggunaan Tenaga Kerja di Agroindustri ISIS Findari <i>Food</i>	78

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian adalah kegiatan produksi yang berlandaskan pada pertumbuhan makhluk hidup. Makhluk hidup tersebut dapat berupa flora maupun fauna yang diusahakan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan. Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia serta dalam pembangunan nasional. Sektor pertanian terdiri atas beberapa subsektor yaitu subsektor tanaman pangan, subsektor tanaman hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, dan subsektor perikanan (Nasution, 2016).

Subsektor perikanan merupakan salah satu subsektor yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaat sumber daya laut dan lingkungannya. Subsektor perikanan merupakan subsektor yang diharapkan tumbuh dengan baik oleh pemerintah yang merupakan potensi untuk pertumbuhan ekonomi pusat daerah atau negara. Indonesia memiliki luas lautan yang lebih banyak daripada daratan sehingga perikanan merupakan sektor yang harus ditonjolkan. Potensi perikanan di Indonesia cukup menjanjikan jika dilakukan dengan baik dalam hal eksplorasi dan eksploitasi sumberdaya alam (Ameriyani, 2014).

Subsektor perikanan dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu perikanan tangkap, perikanan budidaya, dan pengolahan hasil perikanan. Perikanan tangkap merupakan kegiatan eksplorasi dan eksploitasi atau pemanfaatan sumberdaya ikan di alam tanpa ada upaya untuk mengembalikannya ke alam. Perikanan budidaya merupakan kegiatan pemanfaatan sumberdaya ikan disertai dengan upaya melestarikannya yaitu melalui budidaya. Pengolahan hasil perikanan yaitu penanganan pasca panen terhadap ikan untuk menciptakan nilai tambah pada ikan tersebut. Perikanan budidaya tersebut biasanya dilakukan di darat sehingga sering kali disebut perikanan budidaya air tawar (Syarief *et al.*, 2014). Berikut merupakan produksi subsektor perikanan budidaya Jawa Timur berdasarkan jenisnya pada tahun 2011-2015.

Tabel 1.1 Produksi Perikanan di Provinsi Jawa Timur pada Tahun 2011-2015

Komoditi	Produksi (Ton)						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Perikanan Tangkap							
1. Perikanan Laut (Tangkap)	338915	362622	367921	381574	385879	390269	414644
2. Perikanan Perairan Umum (Tangkap)	13859	13202	13882	13473	13494	17545	12814
Perikanan Budidaya							
1. Budidaya Laut	516586	549311	563087	580683	601413	640819	540922
2. Budidaya Tambak	118651	132402	170434	177063	191611	214025	311666
3. Budidaya Kolam	65125	90843	110269	124621	192566	229401	272730
4. Budidaya Keramba	189	677	428	346	592	61770	1881
6. Budidaya Japung	2557	9346	11700	12726	11695	11555	10888
7. Budidaya Sawah dan Mina Padi	57508	60496	73255	100509	46011	61770	62874
Total	1110833	1218899	1310976	1390995	841848	743210	878407

Sumber: Badan Pusat Statistika (2018)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa produksi perikanan di Jawa Timur pada tahun 2011 adalah sebesar 1110833 ton kemudian meningkat pada tahun 2012 menjadi sebesar 1218899 ton. Peningkatan produksi tersebut terjadi secara terus menerus yaitu pada tahun 2013 sebesar 1310976 ton, pada tahun 2014 sebesar 1390995 ton. Pada tahun 2015 produksi perikanan di Jawa Timur mulai mengalami penurunan. Angka produksi yang di dapat pada tahun 2015 yaitu sebesar 841848 ton, dan kembali mengalami penurunan produksi di tahun 2016 yaitu sebesar 743210 ton. Pada tahun 2016 produksi perikanan di Jawa Timur kembali meningkat dengan angka produksi sebesar 878407 ton.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan letak geografis Jawa Timur yang memiliki luas perairan cukup tinggi yaitu kurang lebih 75.700 km² yang artinya luas tersebut dua kali luas daratannya (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013). Terdapat beberapa kabupaten yang menyumbang produksi perikanan yang cukup tinggi untuk wilayah Jawa Timur. Salah satu kabupaten tersebut yaitu Kabupaten Lumajang. Berikut merupakan data produksi perikanan di Kabupaten Lumajang tahun 2017.

Tabel 1.2 Produksi perikanan di Kabupaten Lumajang tahun 2017 (ton)

No	Kecamatan	Laut	Perikanan Air Tawar		Jumlah
			Perairan Umum	Budidaya	
1.	Tempursari	582,482	30,939	4,687	618,11
2.	Pronojiwo	-	3,49	9,645	13,14
3.	Candipuro	-	7,803	13,664	21,47
4.	Pasirian	216,748	28,096	8,274	253,12
5.	Yosowilangun	125,02	66,019	9,229	200,27
6.	Kedungjajang	-	13,772	2,769	16,54
7.	Klakah	-	16,92	354,99	371,91
8.	Jatiroto	-	-	10,758	10,76
8.	Dll	-	10,442	151,311	153,610
Jumlah		924,25	177,481	506,8	1.667,058

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang (2018)

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui jumlah produksi perikanan tertinggi di Kabupaten Lumajang yaitu terletak di Kecamatan Tempursari dengan total produksi perikanan yaitu sebesar 618,11 ton. Jumlah produksi perikanan tertinggi kedua di Kabupaten Lumajang yaitu terletak di Kecamatan Klakah dengan total produksi perikanan yaitu sebesar 371,91 ton. Jumlah produksi perikanan tertinggi ketiga di Kabupaten Lumajang yaitu terletak di Kecamatan Pasirian dengan total produksi perikanan yaitu sebesar 253,12 ton. Sedangkan jumlah produksi perikanan terendah di Kabupaten Lumajang yaitu terletak di Kecamatan Jatiroto dengan total produksi perikanan yaitu sebesar 10,76 ton. Meskipun ada beberapa Kecamatan di Kabupaten Lumajang yang memiliki produksi perikanan yang masih terbilang cukup rendah, namun Kabupaten Lumajang memiliki potensi yang cukup besar untuk bisa terus berproduksi lebih tinggi lagi.

Kabupaten Lumajang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi sumberdaya perikanan yang cukup besar dan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk usaha perikanan, tangkap, budidaya, pengolahan maupun *aqua* wisata. Kabupaten Lumajang berpotensi dalam usaha pembesaran atau budidaya perikanan dengan sumberdaya alamnya yang melimpah. Perikanan budidaya merupakan kegiatan pemanfaatan sumberdaya ikan disertai dengan upaya melestarikannya yaitu melalui budidaya (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Lumajang, 2013). Berikut merupakan data produksi perikanan di Kabupaten Lumajang tahun 2017.

Tabel 1.3 Produksi Perikanan Budidaya Kabupaten Lumajang 2017 (Kg)

No.	Jenis Ikan	Produksi (Kg)				Jumlah Produksi
		Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	
1	Mas	51	53	56	125	285
2	Nila	282.699	277.215	298.165	292.275	1.150.354
3	Tawes	65	54	56	80	255
4	Patin	670	-	-	-	670
5	Lele	223.953	218.743	225.900	257.250	925.846
Jumlah		507.438	496.065	524.177	549.730	2.077.410

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang (2018)

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui jumlah produksi perikanan budidaya di Kabupaten Lumajang tertinggi yaitu pada komoditas ikan nila dengan jumlah produksi sebesar 1.150.354 Kg. Jumlah produksi perikanan budidaya di Kabupaten Lumajang tertinggi kedua yaitu pada komoditas ikan lele dengan jumlah produksi sebesar 925.846 Kg. Jumlah produksi perikanan budidaya di Kabupaten Lumajang tertinggi ketiga yaitu pada komoditas ikan patin dengan jumlah produksi sebesar 670 Kg. Sedangkan Jumlah produksi perikanan budidaya di Kabupaten Lumajang terendah yaitu pada komoditas ikan tawes dengan jumlah produksi sebesar 255 Kg. Meskipun beberapa komoditas perikanan budidaya di Kabupaten Lumajang memiliki produksi yang cukup rendah, namun komoditas tersebut memiliki prospek yang baik untuk dibudidayakan di Kabupaten Lumajang. Produksi perikanan di Kabupaten Lumajang mayoritas dijual dalam bentuk ikan segar berupa produk mentah, sehingga perlu adanya industri pengolahan agar produksi komoditas perikanan yang sifatnya mudah rusak ini dapat dikonsumsi dengan jangka waktu yang panjang. Salah satu industri pengolahan yang biasanya dilakukan untuk kegiatan pengolahan produk perikanan yaitu agroindustri.

Agroindustri merupakan suatu usaha untuk menciptakan suatu produk olahan dalam produk pertanian yang memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk pertanian dalam keadaan segar atau setelah panen (Rahman, 2015). Usaha tersebut meliputi proses pengolahan yang berupa proses transformasi dan pengawetan melalui perubahan fisik atau kimiawi, proses penyimpanan, pengepakan, dan distribusi. Pengolahan dapat berupa pengolahan sederhana seperti pembersihan, pemilihan (*grading*), pengepakan atau dapat pula berupa

pengolahan yang lebih canggih, seperti penggilingan (*milling*), penepungan (*powdering*), ekstraksi dan penyulingan (*extraction*), penggorengan (*roasting*), pemintalan (*spinning*), pengalengan (*canning*) dan proses lainnya. Proses pengolahan pada agroindustri bertujuan untuk memperoleh nilai tambah sehingga keuntungan yang didapat agroindustri menjadi lebih maksimal. Dalam kerangka pembangunan pertanian, agroindustri merupakan penggerak utama dalam pengembangan sektor pertanian, dimana terdapat subsektor perikanan didalamnya. Sektor pertanian akan menjadi salah satu sektor andalan dalam pembangunan nasional pada masa yang akan datang sehingga peranan agroindustri akan semakin besar.

Dilihat dari perkembangannya, secara umum agroindustri masih mengalami beberapa permasalahan yang masih sering dihadapi. Permasalahan tersebut diantaranya yaitu sifat produk pertanian maupun perikanan yang biasa dijadikan bahan baku utama dalam pengolahannya bersifat mudah rusak sehingga diperlukan teknologi pengemasan dan transportasi yang mampu mengatasi masalah tersebut. Selain itu, sebagian besar produk pertanian bersifat musiman dan tentunya sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim sehingga aspek kontinuitas produksi agroindustri menjadi tidak terjamin. Kualitas produk pertanian dan agroindustri yang dihasilkan pada umumnya masih rendah sehingga mengalami kesulitan dalam persaingan pasar baik didalam negeri maupun di pasar internasional dan juga permasalahan yang sering dihadapi yaitu sebagian besar industri berskala kecil dengan teknologi yang rendah (Udayana, 2011).

Salah satu agroindustri di bidang perikanan yang saat ini sedang dikembangkan di kabupaten Lumajang yaitu Agroindustri ISIS Findari *Food*. Agroindustri ISIS (Ikan Segar Higienis) Findari *Food* terletak di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Agroindustri ISIS Findari *Food* tersebut mulai dirintis sejak tahun 2015. Agroindustri ISIS Findari *Food* merupakan *Home* industri yang mengolah ikan segar sebagai bahan baku pembuatan produknya. Berbagai macam produk olahan ikan segar yang diproduksi oleh Agroindustri ISIS Findari *Food* antara lain yaitu abon ikan tuna, patin, lele, dan gabus.

Berbagai macam produk olahan ikan segar yang ada di Agroindustri ISIS Findari *Food* dijual dengan harga yang bervariasi. Produk abon ikan tuna dan ikan lele dijual dengan harga Rp.23.000 pada kemasan satu ons. Produk abon ikan patin dijual dengan harga Rp.25.000 pada kemasan satu ons dan produk abon ikan gabus dijual dengan harga Rp.35.000 pada kemasan satu ons. Agroindustri ISIS Findari *Food* memproduksi berbagai macam produknya dengan mendapatkan bahan baku atau bahan mentah ikan segar di beberapa wilayah yang ada di dalam kota maupun diluar kota. Produk yang memiliki bahan dasar ikan tuna didapat dengan kisaran harga Rp.27.000/kg, ikan lele didapat dengan kisaran harga Rp. 18.000/kg, ikan patin didapat dengan kisaran harga Rp. 28.000/kg dan ikan gabus didapat dengan kisaran harga Rp. 45.000/kg.

Dilihat dari perkembangan usahanya, agroindustri ISIS Findari *Food* berproduksi hampir setiap hari. Peningkatan nilai tambah yang dilakukan agroindustri ISIS Findari *Food* meliputi pengolahan bahan baku ikan segar hingga menjadi abon. Agroindustri ISIS Findari *Food* juga memberikan nilai tambah melalui pengembangan produk dengan pemberian merek atau label pada kemasan sehingga menarik perhatian konsumen. Fungsi dari agroindustri ISIS Findari *Food* adalah mengubah bahan baku ikan segar menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan memasarkan produk tersebut, sampai saat ini agroindustri ini mampu memproduksi dalam bentuk kemasan. Upaya agroindustri ISIS Findari *Food* telah mengarah pada pengembangan produk yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah.

Agroindustri ISIS Findari *Food* terbilang agroindustri yang maju apabila dilihat dari perkembangannya yang sangat pesat. Saat ini agroindustri ISIS Findari *Food*, selain memasarkan produknya ke pasar lokal yang ada di Kabupaten Lumajang, juga telah memasarkan produknya ke berbagai wilayah di seluruh Indonesia, seperti di Jember, Surabaya, Jakarta, dan Bali. Selain itu, agroindustri ini telah memasarkan salah satu produknya yaitu abon ikan tuna hingga sampai menembus pasar ekspor.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya kegiatan agroindustri yang mengolah bahan baku perikanan yang memiliki sifat mudah rusak sehingga perlu adanya perlakuan yang akan menyebabkan produk tersebut dapat dikonsumsi dengan jangka waktu yang panjang. Agroindustri ISIS yang mengubah bentuk primer menjadi produk baru yang lebih tinggi nilai ekonomisnya, maka nilai tambah dapat diberikan melalui biaya-biaya yang dikeluarkan sehingga terbentuklah harga baru yang lebih tinggi dengan keuntungan yang lebih besar, sehingga menyebabkan agroindustri ISIS Findari Food sampai saat ini masih memproduksi hingga memasarkan produknya ke manca negara. Maka dengan hal tersebut perumusan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu:

1. Bagaimana nilai tambah produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari Food di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?
2. Bagaimana harga pokok produksi produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari Food di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari Food di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

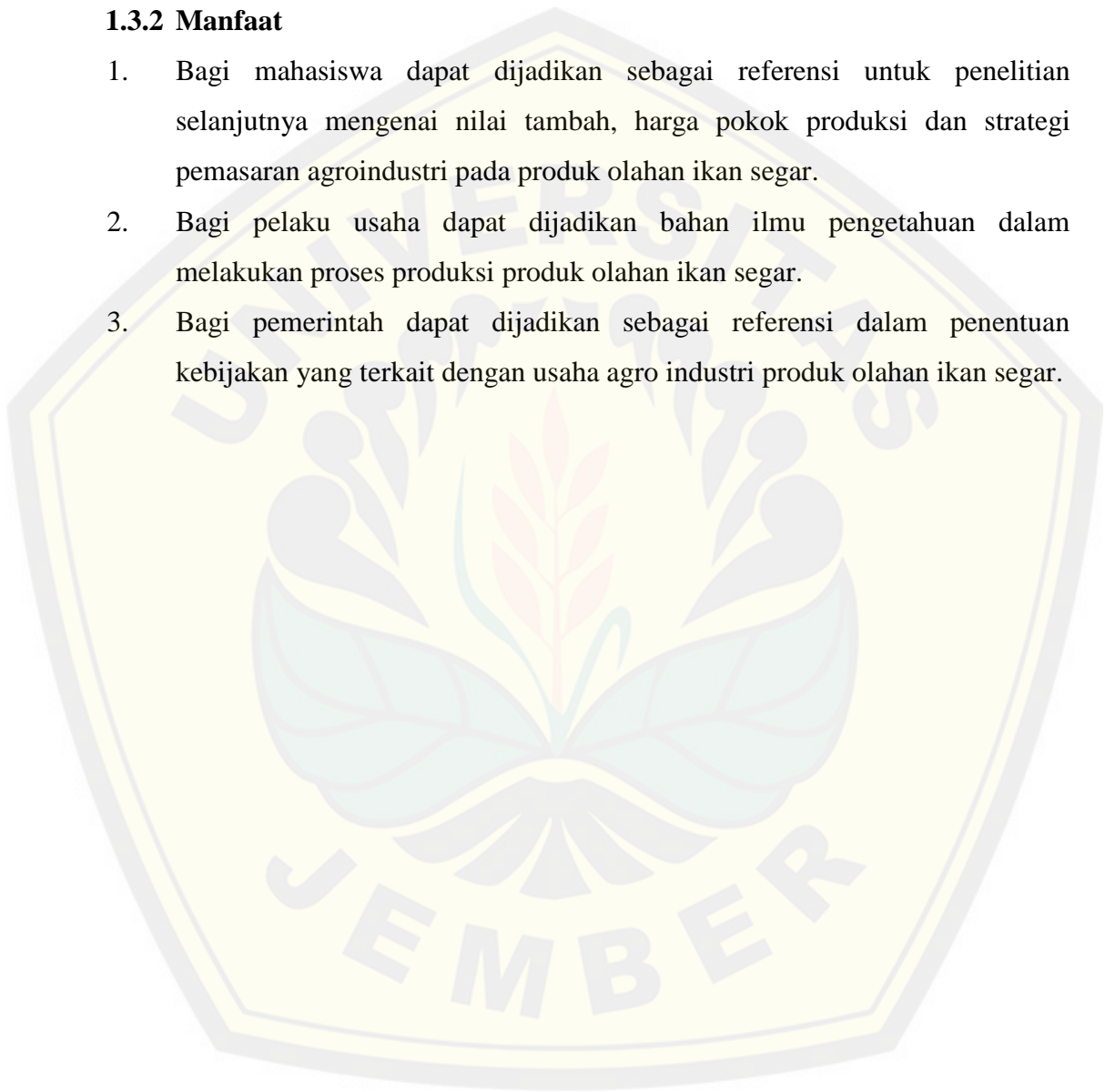
1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui nilai tambah produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari Food di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?
2. Untuk mengetahui harga produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari Food di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?

3. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?

1.3.2 Manfaat

1. Bagi mahasiswa dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai tambah, harga pokok produksi dan strategi pemasaran agroindustri pada produk olahan ikan segar.
2. Bagi pelaku usaha dapat dijadikan bahan ilmu pengetahuan dalam melakukan proses produksi produk olahan ikan segar.
3. Bagi pemerintah dapat dijadikan sebagai referensi dalam penentuan kebijakan yang terkait dengan usaha agro industri produk olahan ikan segar.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sundari, dkk (2017), memiliki judul “Komparasi Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Lele Dan Ikan Patin di Tasikmalaya” memiliki keterkaitan dengan permasalahan pertama mengenai nilai tambah. Penelitian tersebut melakukan analisis nilai tambah menggunakan metode hayami. Hasil dari penelitian menjelaskan nilai konversi produk abon lele sebesar 0,35. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap satu kilogram ikan lele segar yang diolah akan menghasilkan 0,35 kg produk abon lele. Agroindustri pengolahan ikan lele segar menjadi abon ikan lele mampu menghasilkan nilai tambah sebesar Rp. 14.295 per kilogram. Rasio nilai tambah yang dimiliki adalah 25,53%. Agroindustri pengolahan abon ikan lele memiliki margin sebesar Rp.43.000 per kilogram dengan tingkat keuntungan pengusaha sebesar 33,24 persen dan dari sumbangan input lain sebesar 66,76%.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamidi (2016), berjudul “Analisis Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Patin di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus Pada CV. Graha Pratama Fish)” juga memiliki keterkaitan dengan konsep permasalahan yang pertama yaitu mengenai nilai tambah. Nilai tambah dalam penelitian ini di analisis menggunakan metode hayami. Penelitian ini menerangkan pada studi kasus CV. Graha Pratama Fish di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau bertujuan untuk mengetahui nilai tambah yang diperoleh setelah patin segar diolah menjadi olahan berupa abon ikan patin. Jumlah responden 5 orang. Salah satu orang sebagai pemilik *home* industri dan empat sebagai karyawan. Nilai tambah dari penelitian ini adalah perbedaan antara nilai output, kontribusi input lain dan harga bahan baku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tambah dari pengolahan ikan patin adalah nilai tambah positif yaitu sebesar adalah Rp. 12.121,83 / kg , pangsa tenaga kerja 12,37%. Keuntungan usaha yang diperoleh Rp. 10.621,83 , dengan jumlah margin 91,84%.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariyanto, dkk (2015), memiliki judul “Analisis Nilai Tambah Dan Pemasaran Produk Olahan Ikan Lele (*Clarias Sp.*) di Desa Hangtuh Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau” memiliki keterkaitan juga dengan permasalahan mengenai nilai tambah. Penelitian tersebut melakukan analisis nilai tambah menggunakan metode hayami. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat tiga produk olahan ikan lele yaitu bakso, nugget dan kerupuk. Besar biaya bahan baku untuk bakso atau produksi adalah Rp.180.000, nugget adalah Rp. 180.000, dan kerupuk adalah Rp.84.000. biaya antara bakso adalah Rp.62.500, nugget adalah Rp.116.500, dan kerupuk adalah Rp.314.000. Nilai tambah pengolahan bakso adalah Rp.36.200/Kg, rasio nilai tambah adalah 40,2222%, marjin adalah Rp.50.000/Kg, balas jasa dari pengolahan bakso adalah Rp.32.567/Kg. Nilai tambah pengolahan nugget adalah Rp.64.112/Kg, rasio nilai tambah adalah 49,3169%, marjin adalah Rp.90.000/Kg, balas jasa dari pengolahan nugget adalah Rp.60.479/Kg. Dan nilai tambah pengolahan kerupuk adalah Rp.19.448/ Kg, rasio nilai tambah adalah 50,6458%, marjin adalah Rp.34.400/Kg, dan balas jasa dari pengolahan bakso adalah Rp.15.820,9/Kg.

Penelitian yang dilakukan oleh Djumali, dkk (2014), memiliki judul “Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Variable costing* Dalam Proses Penentuan Harga Jual Pada PT. Sari Malalugis Bitung” memiliki relevansi dengan permasalahan kedua terkait dengan harga pokok produksi. Relevansi yang dimaksud adalah harga pokok produksi dalam penelitian ini di analisis menggunakan metode *variable costing*. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa harga pokok produksi yang didapat yaitu pada ikan cakalang sebesar Rp.4.200/kg dan ikan deho sebesar Rp.9.640/kg. Hasil tersebut diperoleh dari pembagian total harga pokok produk ikan cakalang sebesar Rp.5.329.377.197/kg dibagi dengan jumlah produk yang dihasilkan sebesar Rp.1.268.496/kg. Pada produk olahan ikan deho yaitu harga pokok produk sebesar Rp.574.608.972/kg dibagi dengan jumlah produk yang dihasilkan sebesar Rp.59.294/kg.

Penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2018), memiliki judul “Analisis Strategi Pemasaran Abon Ikan Tuna Pada Kelompok Wanita Nelayan Fatimah Az-Zahra Di Kota Makassar” memiliki relevansi dengan permasalahan ketiga terkait dengan strategi pemasaran. Penelitian tersebut menjelaskan strategi pemasaran yang dihasilkan yaitu (1) strategi pemasaran “*product*” meliputi pencantuman merek dagang pada produk yang dihasilkan, memiliki tiga ukuran kemasan 100gr, 250gr dan 500gr, dan 1kg, pemberian label dengan mencantumkan informasi mengenai kandungan dari abon ikan dan tanpa pengawet, memberikan jaminan bahwa abon yang produksi dapat bertahan selama tiga bulan (2) strategi pemasaran “*price*” yaitu harga yang ditetapkan oleh Kelompok Wanita Nelayan Fatimah Az- Zahra untuk setiap kemasan bervariasi diantaranya kemasan 100 gram adalah Rp.20.000, kemasan 250gr adalah Rp.35.000, kemasan 500gr adalah Rp.60.000 dan untuk kemasan 1kg adalah Rp.120.000. (3) strategi “*place*” yaitu dengan menggunakan 3 saluran distribusi yaitu langsung, semi langsung, tidak langsung (4) strategi pemasaran “*promotion*” yaitu membagikan brosur, melakukan promosi penjualan langsung kepada kenalan, teman, kerabat keluarga dan rekan kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmaida, dkk (2019), memiliki judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan (Suatu Kasus Pada Umkm Citra Permata Kendari)” memiliki relevansi dengan permasalahan ketiga terkait dengan strategi pemasaran. Penelitian tersebut menjelaskan Pengolahan Abon Ikan Citra Permata Kendari telah menjalankan kegiatan pemasaran yang dapat dianalisa melalui bauran pemasaran 4P, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat (distribusi). Pada setiap bauran pemasaran memiliki sub-bauran operasional yang berbeda-beda. Keseluruhan sub-bauran yang dijalankan di antaranya kualitas, kemasan, variasi, kuantitas, untuk bauran produk; untuk bauran harga yaitu berat abon/kemasan per penyajian, jenis abon, dan kemasan/cara penyajian; kerabat/teman, media cetak, media elektronik dan bazar atau pameran untuk bauran promosi; dan untuk bauran tempat (distribusi) sub baurannya adalah lokasi, kebersihan dan kenyamanan, ketersediaan produk.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Agroindustri

Agroindustri dapat diartikan sebagai berbagai tindakan atau perlakuan yang diberikan kepada hasil pertanian setelah tahapan panen sampai komoditas berada di tangan konsumen atau dapat juga disebut sebagai pasca produksi. Agroindustri merupakan suatu usaha untuk menciptakan suatu produk olahan dalam produk pertanian yang memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk pertanian dalam keadaan segar atau setelah panen. Agroindustri berperan penting dalam penanganan produk pertanian dimana ketika terjadi panen raya yang menyebabkan bahan baku pertanian melimpah sehingga produk pertanian tersebut dapat terserap dengan baik dengan harga yang tidak jauh turun yang dikarenakan permintaan pasar yang relatif tetap. Agroindustri juga berperan dalam menambah lapangan pekerjaan diluar sektor pertanian secara sempit (Rahman, 2015).

Agroindustri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan industri yang terkait dengan kegiatan pengolahan produk pertanian. Agroindustri dapat diartikan dalam dua hal yaitu pertama adalah industri dengan bahan baku utama produk pertanian. Arti yang kedua adalah bahwa suatu agroindustri merupakan suatu tahapan dalam pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian. Pembangunan agroindustri merupakan lanjutan dari pembangunan pertanian, dibuktikan bahwa agroindustri dapat meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, sehingga dapat mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong akan munculnya industri lain (Soekartawi, 2000).

Agroindustri apabila dilihat dari sistem agribisnis, merupakan bagian (subsistem) agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian (bahan makanan, kayu dan serat) menjadi barang-barang setengah jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan barang hasil produksi industri yang digunakan dalam proses produksi yaitu traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian dan lain-lain. Agroindustri jika dilihat dari batasan tersebut, merupakan sub sektor yang meliputi industri sektor pertanian sampai dengan industri hilir. Industri hulu adalah industri yang memproduksi alat-alat dan mesin pertanian serta industri sarana produksi yang digunakan dalam proses budidaya pertanian, sedangkan

industri hilir merupakan industri yang mengolah hasil pertanian menjadi bahan baku atau barang yang siap dikonsumsi atau merupakan industri pasca panen dan pengolahan hasil pertanian (Udayana, 2011).

Menurut Austin dalam Prianto (2013), dalam proses agroindustri akan terdapat berbagai macam tahapan yang harus dilalui yaitu salah satu tahap terpenting adalah penanganan pasca panen. Penanganan pasca panen merupakan pengolahan produk primer pertanian agar dapat digunakan dan dikonsumsi dalam keadaan baik. Pengolahan produk pertanian secara teknis dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu:

1. Proses sederhana, yaitu yang tidak merubah bentuk (pemilihan, pembersihan, dan pengepakan).
2. Proses yang menggunakan peralatan atau mesin, yaitu yang menghasilkan perubahan pada bentuk fisik (penggilingan, penepungan, pemisahan, pemotongan atau pencacahan, dan pencampuran).
3. Proses yang menggunakan peralatan dan mesin, yaitu yang bertujuan merubah bentuk fisik dan kimia bahan baku (pemasakan, pemanasan, pengalengan, pengeringan, penenunan, perakitan, ekstraksi dan penyulingan).
4. Proses yang menggunakan peralatan, mesin, bahan kimia dan enzim, yaitu yang bertujuan merubah bentuk fisik dan kimia bahan baku (pembuatan bahan kimia, pembuatan bahan pengganti).

2.2.2 Konsep Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan proses pertambahan nilai dari suatu produk karena telah mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan penyimpanan dalam suatu proses produksi. Nilai tambah dalam proses pengolahan dapat diartikan juga sebagai selisih antara nilai produk itu sendiri dengan semua biaya bahan baku atau input yang digunakan termasuk biaya tenaga kerja. Output yang diperoleh dari hasil analisis nilai tambah adalah besarnya nilai tambah, rasio nilai tambah, margin dan balas jasa yang diterima oleh pemilik-pemilik faktor produksi (Syafrizal, 2008).

Menurut Sudiyono (2002), nilai tambah merupakan pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan dalam suatu proses produksi. Komoditi yang biasanya dipakai untuk diproses sehingga menghasilkan nilai tambah yaitu komoditi pertanian. Komoditi pertanian rata-rata menghasilkan bahan mentah dan sifatnya mudah rusak sehingga perlu adanya pengolahan agar hasil pertanian bisa dikonsumsi tahan lama. Nilai tambah juga bisa digambarkan melalui proses pengolahan bahan baku yang menyebabkan adanya pertambahan nilai produksi. Besarnya nilai tambah karena proses pengolahan didapat dari pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja. Nilai tambah menggambarkan imbalan tenaga kerja, modal dan manajemen yang dinyatakan secara matematik sebagai berikut :

$$\text{Nilai tambah} = f(K, B, T, U, H, h, L)$$

Keterangan:

K = Kapasitas Produksi

B = Bahan baku yang digunakan

T = Tenaga kerja yang digunakan

U = Upah tenaga kerja

H = Harga output

h = Harga bahan baku

L = Nilai input

Analisis nilai tambah juga digunakan untuk melihat informasi terkait besarnya pendapatan bagi tenaga kerja serta keuntungan tanpa memperhatikan biaya tetap. Hasil nilai tambah tersebut akan diperoleh dari besarnya nilai produk dikurangi dengan besarnya harga bahan baku dan nilai sumbangan input lain. Formulasi nilai tambah sebagai berikut :

$$VA = NP - IC$$

Keterangan :

VA = *Value Added* atau nilai tambah suatu produk.

NP = Nilai produksi atau harga jual suatu produk.

IC = *Intermediate Cost* atau biaya yang menunjang selama produksi.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh selanjutnya akan dapat disimpulkan besarnya nilai tambah pada perusahaan dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan, sebagai berikut :

- a. $VA > 0$, proses olahan bahan baku perusahaan mampu memberikan nilai tambah yang positif.
- b. $VA \leq 0$, proses olahan bahan baku perusahaan mampu memberikan nilai tambah yang negatif.

Menurut Hamidah *et al* (2015), perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami adalah, dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas, dan besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi sehingga akan lebih dapat memudahkan perhitungan nilai tambah dari adanya pengolahan.

Perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami adalah pertama, dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas, kedua, dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi, serta ketiga, prinsip nilai tambah menurut Hayami dapat diterapkan untuk subsistem lain diluar pengolahan, misalnya untuk kegiatan pemasaran (Suprpto, 2006).

2.2.3 Konsep Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya produksi dapat dibedakan menjadi dua yaitu biaya implisit dan biaya eksplisit. Biaya implisit adalah biaya taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan, biaya eksplisit adalah biaya pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan (Sukirno, 2013).

Menurut Mursyidi (2008), biaya diartikan sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai suatu tujuan. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya-biaya dalam penentuan harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur penggolongan biaya produksi yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya produksi membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung biaya harga pokok produk. Pengumpulan harga pokok produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Cara memproduksi produk umumnya dibagi menjadi dua macam, yaitu produksi dasar pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan harga pokok pesanan. Perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan harga pokok produksi dengan menggunakan harga pokok proses (Mulyadi, 1993).

Biaya pokok produksi merupakan pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi. Artinya penentuan biaya yang melekat pada produk jadi dan persediaan barang dalam proses. Ada dua cara untuk menentukan harga pokok produksi, yaitu:

a. *Full costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhatikan semua unsur biaya. Biaya tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel dan biaya *overhead* pabrik tetap.

b. *Variable costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memasukkan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Penentuan harga pokok produksi berdasarkan *variabel costing* pada umumnya ditunjukkan untuk pihak manajemen dalam rangka pengambilan kebijakan harga, sedangkan *full costing* pada umumnya ditujukan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan untuk pihak eksternal. Kedua metode ini akan menghasilkan informasi umum yang sama apabila semua produk laku terjual seluruhnya pada satu periode akuntansi. Perbedaan akan terjadi apabila masih ada persediaan produk awal dan akhir periode akuntansi (Mursidi, 2008).

Metode *full costing* yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun yang berperilaku variabel kepada produk. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel dan tetap). Pada metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik yang berperilaku tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya.

Metode *variable costing* memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi dengan metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

Pada metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai biaya periodik dan bukan sebagai unsur harga pokok produksi. Biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Biaya *overhead* pabrik tetap dalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya (Mulyadi, 1993).

2.2.4 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan dalam mengalirkan produk, mulai dari petani sebagai produsen primer sampai konsumen akhir. Aktivitas mengalirnya produk sampai ke tangan konsumen akhir, akan banyak dilakukan kegiatan produktif yang terjadi dalam upaya menciptakan nilai guna (bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan) dengan tujuan memenuhi kepuasan konsumen. Pada kondisi ekonomi global saat ini, produk-produk pertanian yang dipasarkan tidak hanya merupakan produk primer pertanian, akan tetapi juga berupa produk setengah jadi atau produk jadi dari pertanian (Asmarantaka, 2014).

Penerapan strategi sangat dibutuhkan seorang produsen untuk berdaya saing. Strategi pemasaran berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan penjualan yang tidak stabil serta untuk bersaing baik dalam negeri maupun luar negeri. Perlunya analisis strategi yang membahas mengenai hal-hal tepat yang harus diperhatikan dalam penerapan strategi hingga menghasilkan suatu keputusan. Keputusan strategi yang diterapkan salah satunya adalah strategi bauran pemasaran. Konsep bauran pemasaran yang paling diperhatikan mengenai keunggulan produk dari produk lainnya sehingga mampu melakukan kegiatan pemasaran hingga pemasaran ekspor (Siregar *et al.*, 2017).

Pemasaran membutuhkan suatu program atau rencana pemasaran dalam alat pemasaran melaksanakan kegiatannya guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Program pemasaran tersebut terdiri dari sejumlah keputusan tentang bauran alat pemasaran disebut bauran pemasaran yang lebih dikenal dengan *marketing mix*. Menurut Kotler dan Armstrong (2006), Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) tersebut digunakan oleh

perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran tersebut menggambarkan pandangan penjual tentang alat pemasaran yang digunakan untuk member pengaruh kepada pembeli. Dari sudut pandang pembeli, masing-masing alat pemasaran harus dirancang untuk memberikan suatu manfaat bagi pelanggan dan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Terdapat empat komponen yang tercakup dalam kegiatan *marketing mix* yang terkenal dengan sebutan 4P, antara lain:

1) Produk (*product*)

Produk adalah titik sentral dari kegiatan *marketing*. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa sub kategori yang menjelaskan dua jenis seperti barang dan jasa yang ditujukan kepada target pasar. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Strategi produk meliputi ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan dan layanan.

2) Harga (*price*)

Masalah kebijaksanaan harga adalah turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satusatunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya adalah (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya

(pengeluaran). Harga juga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dimana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat meningkat atau menurun yang terdapat pada pendapatan dari hasil penjualan. Strategi harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran, persyaratan kredit.

3) Tempat/distribusi (*place*)

Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Tempat juga berarti kemana tempat atau lokasi yang dituju, bagaimana saluran distribusinya, berapa banyak saluran, dan kondisi para penyalur yang diperlukan. Menurut Kotler dan Amstrong (2006), saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Produsen sebelum memasarkan produknya, akan terlebih dahulu melakukan perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Strategi tempat meliputi saluran, cakupan, pemilihan lokasi, transportasi.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan salah satu kegiatan dalam pemasaran yang tidak bisa diabaikan. Menurut Tjiptono (2008), mengungkapkan bahwa promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak. Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Strategi promosi meliputi iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Subsektor perikanan terdiri dari tiga bagian yaitu perikanan tangkap, perikanan budidaya, dan pengolahan hasil perikanan. Indonesia sebagai negara yang sebagian besar wilayahnya merupakan perairan sangat potensial dalam pengembangan sektor perikanan. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi di bidang perikanan yaitu Jawa Timur. Jawa Timur dikatakan memiliki potensi dalam subsektor perikanan karena jika dilihat dari letak geografisnya, luas perairan Jawa Timur cukup tinggi yaitu kurang lebih 75.700 km².

Salah satu wilayah di Jawa Timur yang juga memiliki potensi di bidang perikanan yaitu Kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang dikatakan memiliki potensi yang baik di bidang perikanan karena Kabupaten Lumajang merupakan salah satu wilayah yang dilewati oleh jalur lintas selatan, dimana wilayah-wilayah yang dilewati oleh jalur lintas selatan merupakan wilayah yang dekat dengan perairan. Produksi perikanan di Kabupaten Lumajang rata-rata dikonsumsi dalam keadaan segar atau mentah. Hal tersebut terjadi karena produk perikanan memiliki sifat yang mudah rusak dan tidak tahan lama untuk dikonsumsi sehingga diperlukan adanya industri olahan yang bisa membuat produk perikanan dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Industri olahan yang dimaksud adalah agroindustri.

Agroindustri merupakan suatu usaha untuk menciptakan suatu produk olahan dalam produk perikanan yang memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk perikanan dalam keadaan segar atau mentah. Saat ini, agroindustri masih mengalami beberapa permasalahan yang masih sering dihadapi. Permasalahan tersebut diantaranya yaitu sifat produk perikanan yang biasa dijadikan bahan baku utama dalam pengolahannya bersifat mudah rusak. Permasalahan lain yang juga dihadapi yaitu produk perikanan sebagian besar bersifat musiman dan tentunya sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim, sehingga aspek kontinuitas produksi agroindustri menjadi tidak terjamin. Kualitas produk pertanian dan agroindustri yang dihasilkan pada umumnya masih rendah sehingga mengalami kesulitan dalam persaingan pasar baik didalam negeri maupun di pasar internasional.

Salah satu agroindustri yang mengolah ikan segar menjadi produk olahan yaitu agroindustri ISIS Findari *Food* (Ikan Segar Higienis). Agroindustri ini menggunakan ikan segar sebagai bahan baku untuk pembuatan produknya. Produk yang dihasilkan dari olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* ini adalah abon ikan segar. Bahan baku ikan segar tersebut diolah menjadi suatu produk baru (abon ikan segar) yang pastinya memiliki nilai tambah karena adanya suatu proses pengolahan tersebut. Input-input lain selain bahan baku juga ditambahkan oleh agroindustri ISIS Findari *Food* untuk menunjang kegiatan produksinya. Penambahan input tersebut tentunya membuat agroindustri ISIS Findari *Food* harus mengeluarkan biaya untuk mendapatkan bahan tambahan tersebut. Agroindustri ISIS Findari *Food* juga memberikan nilai tambah melalui pengembangan produk dengan pemberian kemasan atau *packaging* sehingga menarik perhatian konsumen. Hal tersebut membuat agroindustri ISIS Findari *Food* banyak mendapat permintaan sehingga menyebabkan agroindustri ini melakukan penambahan dalam produksinya hingga membuat agroindustri ISIS Findari *Food* tambah berkembang seiring berjalannya waktu. Produksi yang semakin bertambah, menyebabkan produk olahan ikan segar menjadi banyak dikenal sampai ke manca negara. Hal ini menyebabkan produk olahan ikan segar bisa menembus pasar ekspor yaitu ke Jepang. Oleh karena itu, pada agroindustri ISIS Findari *Food* akan dilihat terkait dengan nilai tambah, harga pokok produksi dan strategi pemasaran olahan ikan segar.

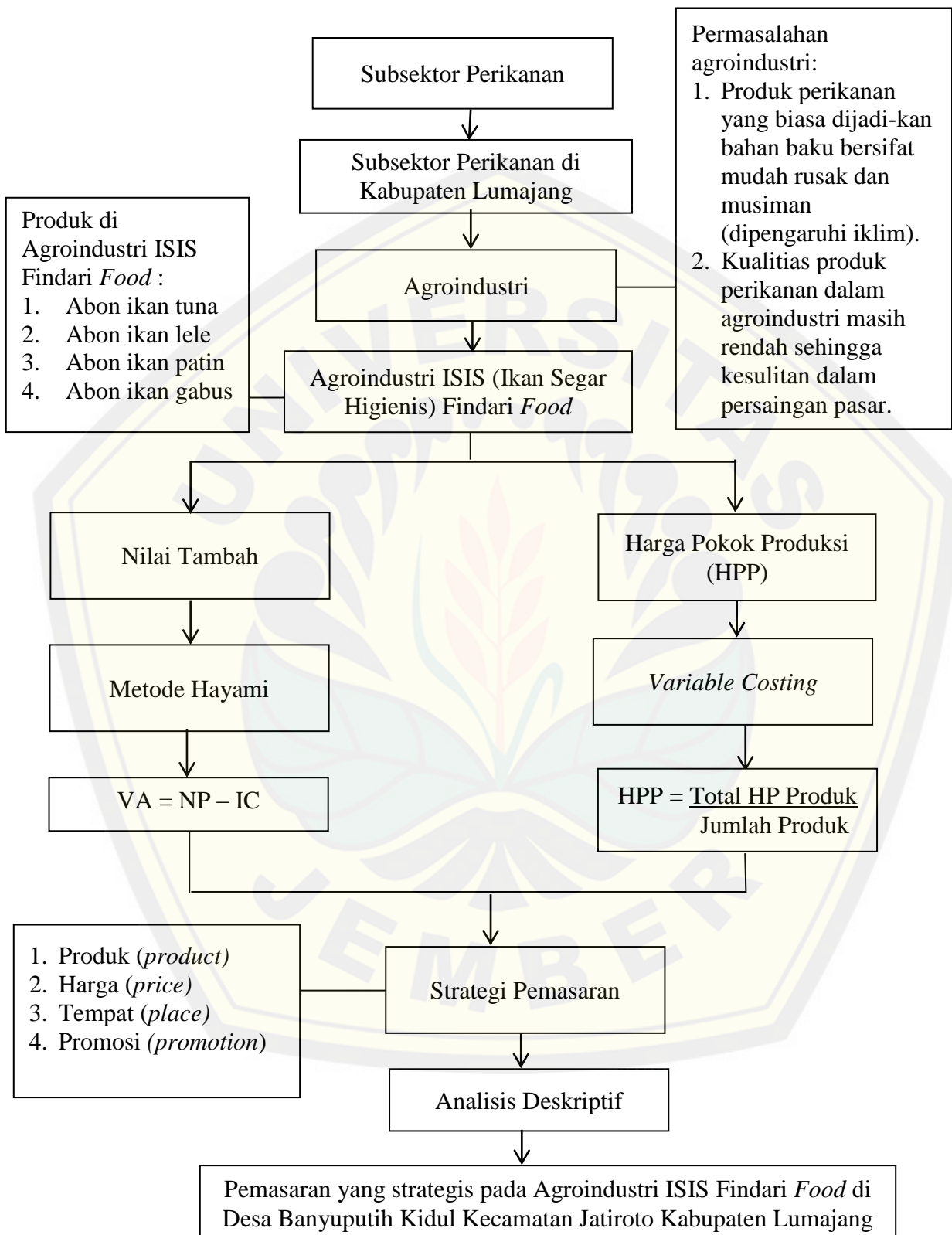
Perumusan masalah yang pertama tentang nilai tambah pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang, di analisis menggunakan metode Hayami. Nilai tambah yang ingin diteliti mengenai proses pengolahan bahan baku ikan segar yang nantinya akan menyebabkan adanya pertambahan nilai produksi olahan ikan segar menjadi produk abon ikan segar. Terdapat formulasi yang digunakan untuk menghitung nilai tambah dalam metode Hayami yaitu $VA = NP - IC$.

Perumusan masalah yang kedua terkait tentang penentuan harga pokok produksi pada Agroindustri ISIS Findari *Food* dianalisis menggunakan metode *variable costing* sebagai bahan pertimbangan yang digunakan untuk kebijakan

dalam menentukan harga dari produk olahan ikan segar yang dihasilkan. Analisis harga produksi pada agroindustri ISIS Findari *Food* ini dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan harga pokok produksi (HPP) menggunakan metode

variable costing adalah
$$HPP = \frac{\text{Total HP Produk}}{\text{Jumlah Produk}}$$

Perumusan masalah yang ketiga terkait strategi pemasaran pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang, dianalisis menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*mix marketing*). Analisis deskriptif pada strategi pemasaran akan melihat strategi pemasaran pada produk olahan ikan segar yaitu abon ikan segar. Empat komponen yang tercakup dalam kegiatan *marketing mix* ini yang terkenal dengan sebutan 4P, yang akan dianalisa satu persatu. Komponen 4P tersebut antara lain *Product, Price, Place/Distribution, Promotion*. Sehingga berdasarkan analisis dari ketiga rumusan masalah tersebut diperoleh tujuan dari penelitian ini yaitu pemasaran yang strategis pada agroindustri olahan ikan segar menjadi abon ikan segar (Agroindustri ISIS Findari *Food*) di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

1. Nilai tambah produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang yaitu nilai tambah positif karena $VA > 0$ dan memiliki nilai tambah yang sedang karena rasio nilai tambah berkisar 15%-40%.
2. Harga Pokok Produksi pada produk olahan ikan segar di agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang yaitu nilainya akan lebih besar dari nilai harga jualnya, artinya nilai tersebut sudah sesuai karena HPP lebih kecil dari harga jual produk.
3. Strategi pemasaran pada produk olahan ikan segar di agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang yaitu strategi *product* pasti lebih diutamakan agar produk yang dihasilkan bisa diterima oleh konsumen.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Metode penentuan daerah penelitian dilakukan dengan menggunakan metode yang disengaja (*purposive method*). Menurut Nazir (2014) *Purposive Method* merupakan penentuan daerah penelitian secara sengaja dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Kabupaten Lumajang dipilih menjadi lokasi penelitian karena termasuk salah satu wilayah jalur lintas selatan, artinya wilayahnya dekat dengan perairan sehingga memiliki potensi dalam bidang perikanan. Pertimbangan lain memilih Kabupaten Lumajang menjadi lokasi penelitian karena terdapat agroindustri yang fokus mengolah ikan segar sebagai bahan baku utama untuk pembuatannya. Agroindustri yang dimaksud adalah agroindustri ISIS Findari *Food*, dimana agroindustri ini memang fokus mengolah ikan segar menjadi beberapa berbagai macam produk, selain itu juga salah satu produk dari agroindustri ISIS *Findari Food* sudah bisa dipasarkan tidak hanya di pasar lokal ataupun pasar dalam negeri saja, namun sudah bisa menembus pasar ekspor yaitu ke Jepang.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu metode deskriptif dan analitik. Menurut Nazir (2014), metode penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang memberikan penjelasan berupa deskripsi, gambaran, atau lukisan untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan secara umum. Metode deskriptif dilakukan dengan sistematis, faktual dan akurat mengenai data, fakta-fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Metode analitik merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan pengujian dalam hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam, selain itu juga untuk memperkuat metode deskriptif.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan populasi dan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dimana penggunaan teknik ini harus memperhatikan karakteristik populasi, karena berdasarkan pengetahuan terhadap populasi, setiap unit-unit populasi dianggap sebagai kunci dan diambil sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2014). *Unit sampling* dalam penelitian ini yaitu agroindustri ISIS Findari *Food*. Agroindustri ISIS Findari *Food* secara sengaja dipilih sebagai *unit sampling* karena sesuai dengan kebutuhan peneliti. *Unit sampling* yang dipilih oleh peneliti untuk membantu dalam penelitiannya yaitu orang-orang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian dan tentunya sangat mengetahui tentang agroindustri ISIS Findari *Food*. Peneliti secara sengaja menentukan orang-orang yang akan dipilih untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian yaitu sebanyak 4 orang yang terdiri dari beberapa unsur, antara lain :

- a. Ketua agroindustri ISIS Findari *Food*
- b. Tenaga kerja sejumlah satu orang
- c. Konsumen sejumlah satu orang
- d. Agen sejumlah satu orang

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik pengumpulan data yang pertama dengan cara wawancara. Wawancara merupakan metode yang dapat dilakukan dengan komunikasi dan tatap muka secara langsung antara peneliti dengan responden (Darmawan, 2013). Data yang diperoleh yaitu berupa informasi yang didapat dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan kebutuhan informasi dan data yang akan digunakan dalam penelitian. Data tersebut terkait informasi biaya-biaya produksi hingga nilai tambah serta strategi pemasaran pada agroindustri ISIS

Findari *Food*. Teknik wawancara yang digunakan adalah melalui kuesioner sebagai panduan. Wawancara dilakukan kepada para responden yaitu seseorang yang mengetahui segala kegiatan di agroindustri tersebut.

2. Teknik pengumpulan data yang kedua dengan cara observasi. Observasi merupakan metode pengamatan langsung terhadap kondisi yang ada di lapang, dimana peneliti mencatat seluruh informasi sebagaimana yang peneliti saksikan selama penelitian (Sugiyono, 2014). Observasi yaitu dengan mendatangi lokasi agroindustri yaitu agroindustri ISIS Findari *Food* yang berada di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Observasi yang dilakukan di lokasi agroindustri untuk dapat mengetahui dengan baik bagaimana keadaan gambaran penelitian yang akan dilakukan dan mendapatkan gambaran bagaimana penelitian akan dijalankan.
3. Teknik pengumpulan data yang ketiga menggunakan metode penggunaan studi dokumen. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai berbagai hal ataupun variabel yang telah terjadi pada kegiatan dan peristiwa pada waktu yang lalu (Darmawan, 2013). Penggunaan dokumen adalah pemanfaatan data dengan menggunakan catatan peristiwa yang telah lalu yang berupa data tertulis, gambar serta karya-karya monumental seseorang. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah analisis mengenai kegiatan produksi agroindustri yang berkaitan dengan biaya produksi sehingga mampu menganalisis nilai tambah yang dihasilkan dan harga pokok produksi yang diperoleh dari kegiatan agroindustri yang dilakukan.

3.5 Metode Analisis Data

Pengujian rumusan masalah yang pertama terkait dengan nilai tambah pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang menggunakan metode analisis nilai tambah komiditi yaitu dengan metode Hayami. Menurut Sudiyono (2002) metode hayami yang digunakan memiliki formulasi sebagai berikut:

$$\text{Nilai tambah} = f(K, B, T, U, H, h, L)$$

Keterangan:

- K = Kapasitas Produksi
 B = Bahan baku yang digunakan
 T = Tenaga kerja yang digunakan
 U = Upah tenaga kerja
 H = Harga output
 h = Harga bahan baku
 L = Nilai input

Analisis nilai tambah juga digunakan untuk melihat informasi terkait besarnya pendapatan bagi tenaga kerja serta keuntungan tanpa memperhatikan biaya tetap. Hasil nilai tambah tersebut akan diperoleh dari besarnya nilai produk olahan ikan segar dikurangi dengan besarnya harga bahan baku (ikan segar) dan nilai sumbangan input lain. Nilai tambah olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* dapat diketahui dengan formulasi sebagai berikut :

$$VA = NP - IC$$

Keterangan :

- VA = *Value Added* atau nilai tambah produk olahan ikan segar.
 NP = Nilai produksi atau harga jual produk olahan ikan segar.
 IC = *Intermediate Cost* atau biaya-biaya yang menunjang selama produksi produk olahan ikan segar selain biaya tenaga kerja.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh selanjutnya akan dapat disimpulkan besarnya nilai tambah pada agroindustri ISIS Findari *Food* dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan, sebagai berikut :

- a. $VA > 0$, proses pengolahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* mampu memberikan nilai tambah yang positif.
- b. $VA \leq 0$, proses pengolahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* mampu memberikan nilai tambah negatif.

Setelah diketahui besarnya nilai tambah olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food*, maka selanjutnya akan diperoleh besar keuntungan dari imbalan modal dan manajemen serta imbalan tenaga kerja proses pengolahan ikan segar, dilakukan dengan menggunakan formulasi sebagai berikut:

- a. Keuntungan $= \pi = VA - BTK$
- b. Tingkat keuntungan $= \frac{\pi}{VA} \times 100\%$
- c. Bagian tenaga kerja $= \frac{BTK}{VA} \times 100\%$

Keterangan :

π = Nilai keuntungan olahan ikan segar (Rp/kg bahan baku)

VA = Nilai tambah olahan ikan segar (Rp/kg bahan baku)

BTK = Biaya tenaga kerja pada proses pengolahan (Rp/kg bahan baku)

Perhitungan nilai tambah selanjutnya juga dapat diketahui atau disimpulkan berdasarkan rasio nilai tambahnya. Perhitungan yang diperoleh selanjutnya akan dapat disimpulkan besarnya nilai tambah pada agroindustri ISIS Findari *Food* dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan rasio nilai tambahnya apakah nilai tambah tersebut berada dalam kategori agroindustri bernilai tambah rendah, sedang dan tinggi. Kriteria nilai tambah menurut Hubeis dalam Apriadi (2003), yaitu :

- a. Nilai tambah dikatakan rendah jika nilai rasio <15%
- b. Nilai tambah dikatakan sedang jika nilai rasio berkisar 15-40%
- c. Nilai tambah dikatakan tinggi jika nilai rasio >40%.

Menurut Hamidah *et al* (2015), perhitungan nilai tambah yang diperoleh dari proses pengolahan suatu produk dapat menggunakan Metode Hayami. Kelebihan dari analisis nilai tambah dengan menggunakan Metode Hayami adalah, dapat diketahui besarnya nilai tambah, nilai output, dan produktivitas, dan besarnya balas jasa terhadap pemilik-pemilik faktor produksi sehingga akan lebih dapat memudahkan perhitungan nilai tambah dari adanya pengolahan. Berikut ini prosedur perhitungan analisis nilai tambah pada produk olahan ikan segar di agroindustri ISIS Findari *Food* dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Perhitungan Nilai Tambah (*Value Added*)

Variabel	Notasi
Output, input, dan Harga	
Output (kg/minggu)	A
Bahan baku (kg/minggu)	B
Tenaga Kerja (HOK/minggu)	C
Faktor konversi	$D = A/B$
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$
Harga output (Rp/kg)	F
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan nilai tambah	
Harga bahan baku (Rp/kg)	H
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I
a. Biaya bahan bakar	
b. Biaya bahan tambahan	
c. Biaya packaging	
d. Biaya listrik	
total biaya	
Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$
Rasio nilai tambah (%)	$L = (K/J) \times 100\%$
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$
Balas Jasa untuk Faktor Produksi	
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$
<i>Input</i> lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$

Sumber: Hayami dalam Maharani., (2013)

Pengujian rumusan masalah yang kedua terkait penentuan harga pokok produksi pada agroindustri ISIS Findari *Food* dilakukan dengan menggunakan metode *variable costing*. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *variable costing* dilakukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total HP Pokok Produk Abon Ikan Segar}}{\text{Total Produksi Abon Ikan Segar}}$$

$$\text{HPP} = \frac{\text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{BOP Variabel}}{\text{Total Produksi Abon Ikan Segar}}$$

Analisis harga pokok produksi pada agroindustri ISIS Findari *Food* ini menggunakan metode *variable costing*. Menurut Mursyidi (2008), penentuan harga pokok produksi berdasarkan *variabel costing* pada umumnya ditunjukkan untuk pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan yang digunakan untuk kebijakan dalam menentukan harga dari produk olahan ikan segar yang dihasilkan (Mursyidi, 2008). *Variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memasukkan unsur-unsur biaya produksi yang bersifat variabel yang terdiri atas biaya bahan baku ikan segar (tuna, lele, patin dan gabus), biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel (biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan penolong, biaya bahan bakar, biaya listrik dan biaya transportasi).

Pengujian rumusan masalah yang ketiga terkait dengan strategi pemasaran pada agroindustri ISIS Findari *Food* di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang menggunakan metode analisis deskriptif. Dalam metode ini akan dianalisis menggunakan analisis bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler dan Armstrong (2006), *marketing mix* merupakan sekumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Ada 4 komponen yang tercakup dalam kegiatan *marketing mix* ini yang terkenal dengan sebutan 4P. Komponen 4P antara lain terdiri dari *Product*, *Price*, *Place/Distribution*, *Promotion*. Komponen tersebut kemudian akan dianalisa serta di deskripsikan satu persatu.

1. *Product* produk meliputi ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan dan layanan.
2. *Price* meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran, persyaratan kredit.
3. *Place/Distribution* meliputi saluran dan cakupan, Pemilihan Lokasi, Transportasi.
4. *Promotion* meliputi iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

3.6 Definisi Operasional

1. Biaya pokok produksi merupakan pembebanan unsur biaya produksi terhadap produk yang dihasilkan dari suatu proses produksi (Rp/kg)
2. Output merupakan produk abon ikan segar yang dihasilkan oleh agroindustri ISIS Findari *Food* selama satu kali proses produksi (Kg).
3. Faktor Konversi merupakan nilai perbandingan antara output abon ikan segar yang dihasilkan dengan input ikan segar yang digunakan (Kg).
4. Koefisien tenaga kerja merupakan rata-rata input tenaga kerja yang dibutuhkan pemilik agroindustri ISIS Findari *Food* untuk mengolah 1 kg bahan baku ikan segar menjadi abon ikan segar setiap melakukan proses produksi (HOK/Kg).
5. Sumbangan input lain merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri ISIS dalam melakukan proses produksi, selain biaya bahan baku (Rupiah/kg)
6. Nilai output merupakan nilai yang didapat dari hasil perkalian antara faktor konversi abon ikan segar dengan harga jual abon ikan segar (Rp/kg).
7. Nilai tambah merupakan nilai yang didapat dari pengurangan nilai output abon ikan gabus dengan sumbangan input lain serta harga bahan baku (Rp/kg)/
8. Rasio nilai tambah adalah nilai yang didapat dari pembagian antara nilai tambah dengan nilai output yang kemudian dikali 100% (%).
9. Margin keuntungan merupakan selisih antara nilai output abon ikan segar dengan harga bahan baku ikan segar (Rp/Kg).
10. Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh agroindustri ISIS Findari *Food* untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan produk olahan ikan segar yang diproduksi agroindustri ISIS Findari *Food* tersebut (Rp/proses produksi).
11. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri ISIS Findari *Food* untuk mendapatkan bahan baku ikan segar (Rp/proses produksi).

12. Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan oleh agroindustri ISIS Findari *Food* untuk tenaga kerja yang melakukan proses produksi, mulai dari bahan baku masih dalam keadaan mentah sampai berubah menjadi produk baru berupa abon (Rp/HOK).



BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Nilai tambah pada pengolahan ikan tuna menjadi abon ikan tuna pada agroindustri ISIS Findari *Food* bernilai positif, dengan nilai tambah sebesar Rp. 51.960,2 per kg bahan dan memiliki rasio nilai tambah yang tinggi yaitu sebesar 50%. Nilai tambah pada pengolahan ikan lele menjadi abon ikan lele pada agroindustri ISIS Findari *Food* bernilai positif, dengan nilai tambah sebesar Rp. 55.797,2 per kg bahan dan memiliki rasio nilai tambah yang tinggi yaitu sebesar 54%. Nilai tambah pada pengolahan ikan patin menjadi abon ikan patin pada agroindustri ISIS Findari *Food* bernilai positif, dengan nilai tambah sebesar Rp. 49.232,7 per kg bahan dan memiliki rasio nilai tambah yang tinggi yaitu sebesar 44%. Nilai tambah pada pengolahan ikan gabus menjadi abon ikan gabus pada agroindustri ISIS Findari *Food* bernilai positif, dengan nilai tambah sebesar Rp.77.400,6 per kg bahan dan memiliki rasio nilai tambah yang tinggi yaitu sebesar 49%.
2. Harga pokok produksi pada produk abon ikan tuna sebesar Rp. 143.277,95/kg, abon ikan lele sebesar Rp. 168.599,83/kg, abon ikan patin sebesar Rp. 224.881,96/kg, dan abon ikan gabus sebesar Rp. 262.285,31/kg. Harga yang digunakan oleh owner terhadap empat produk olahan ikan segar (abon) sudah sesuai karena nilai harga jual lebih tinggi dari harga pokok produksi.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan agroindustri ISIS Findari *Food* dengan metode bauran pemasaran (*Mix Marketing*) 4P yaitu lebih menonjolkan strategi *product* (ragam, kualitas, desain, nama merek, kemasan dan layanan) artinya strategi pemasaran yang dilakukan lebih fokus memperhatikan pada produk yang diproduksi dengan menawarkan berbagai macam produk olahan ikan segar, menjaga kualitas dari produk yang diproduksi, memberikan desain kemasan yang menarik dan disertai dengan nama merk yang juga menarik serta mencantumkan label halal, PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), komposisi, tanggal kadaluwarsa, LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan,

Obat-obatan, dan Kosmetika) dan netto untuk memberikan keyakinan konsumen terhadap produk dari agroindustri ISIS Findari *Food*.

5.2 Saran

1. Tenaga kerja di agroindustri ISIS Findari *Food* saat ini bekerja dengan kurang disiplin dalam hal waktu artinya pembagian waktu tenaga kerja masih belum jelas sehingga diharapkan pelaku agroindustri mampu memperbaiki disiplin waktu tenaga kerja yang terjadi saat ini agar nilai tambah atau keuntungan yang diperoleh bisa lebih maksimal.
2. Owner dari agroindustri ISIS Findari *Food* diharapkan mampu mendapatkan pemasok bahan baku yang lebih banyak karena memang bahan baku yang digunakan (ikan segar) bersifat musiman sehingga nantinya tidak akan mengalami kesusahan dalam mendapatkan bahan baku.
3. Owner dari agroindustri ISIS Findari *Food* diharapkan mampu meningkatkan promosi melalui internet atau media sosial sehingga nantinya produk olahan ikan segar yang dihasilkan dapat mampu dipasarkan melalui pasar online yang saat ini sudah *booming* di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, A. 2003. Analisis Usaha dan Nilai Tambah Pengolahan Ikan Pada Industri Kerupuk Udang atau Ikan di Indramayu. *Skripsi*. Bogor: Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Ameriyani, P. 2014. Perencanaan Pengembangan Sub Sektor Perikanan Laut di Lima Kecamatan di Kabupaten Rembang. *EDAJ*, 3(1): 225-234.
- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Ariyanto, T., L. Bathara., H. Hamid. 2015. Lele (*Clarias Sp.*) Di Desa Hangtuah Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Skripsi*. Riau: Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan, Universitas Riau.
- Asmarantaka, R.W. 2014. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor : IPB Press.
- Badan Pusat Statistika. 2017. Produksi Perikanan Menurut Subsektor (ribu ton), 1999-2015. [http:// www.bps.go.id/](http://www.bps.go.id/). [Diakses 02 April 2018].
- Darmawan, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang. 2018. *Database Daerah Kabupaten Lumajang*. Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang. Lumajang
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang. 2013. *Profil Potensi Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Lumajang*. Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lumajang. Lumajang.
- Djumali, I., J. Jullie., M. Lidia. 2014. Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Variable costing* dalam Proses Penentuan Harga Jual pada Pt. Sari Malalugis Bitung. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2):1-10
- Febrianti, H. 2018. Analisis Strategi Pemasaran Abon Ikan Tuna Pada Kelompok Wanita Nelayan Fatimah Az-Zahra Di Kota Makassar. *Skripsi*. Departemen Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.

- Firdaus, M. 2012. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Gustiawan. I., Yusmini dan S. Hadi. 2015. Analisis Finansial Usaha Agroindustri Lempuk Durian (Studi Kasus : Agroindustri Lempuk Durian Elvia di Desa Bantan Tengah Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis). *Jom Faperta*, 2(2): 1-12.
- Hamidi, Wahyu. 2016. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Patin Di Desa Koto Mesjid Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Studi Kasus Pada Cv. Graha Pratama Fish). *Agribisnis*,18(1):54-64
- Hamidah, M., A. A.H.A. Yusra., dan J. Sudrajat. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Kripik Ubi di Kota Pontianak. *Social Economic of Agriculture*, 4(2): 60-74.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2006, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Maharani, C. N. D., A. H. L. Dyah., dan K. Eka. 2013. Nilai Tambah Dan Kelayakan Usaha Skala Kecil Dan Skala Menengah Pengolahan Limbah Padat Ubi Kayu (Onggok) Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *JIA*, 1(4):1-7.
- Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya*. Bandung : Refika Aditama.
- Mulyadi, 1993, *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*, Edisi Kelima, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Nasution, Z. 2016. Model Pembiayaan Syariah Untuk Sektor Pertanian. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2):324-343.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Pt. Ghalia Indonesia.
- Nurjanah, S. 2013. Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Pada Pt Dagang Jaya Jakarta. *The Winners*, Vol. 14 No. 1, Maret 2013: 20-28.
- Nurmaida, E.A., M.A. Tuwo., Surni. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Produk Abon Ikan (Suatu Kasus Pada Umkm Citra Permata Kendari). *Ilmiah Agribisnis*. 4(2):45-51.
- Prianto. F. W. 2013. Pola Pengembangan Agroindustri yang Berdaya Saing (Studi Kasus Kabupaten Malang). *JEAM*. 10(1) : 48-71.
- Rahman. S. 2015. Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. *Aplikasi Teknologi Pangan*. 4(3): 1-4.

- Siregar, Y.H.I., Sunarti., M.K.Marwadi. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor (Studi Pada Perusahaan Pt Kaltim Prima Coal). *Administrasi Bisnis*, 42(1):36-45.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2013. *Pengantar teori Mikroekonomi*. Jakarta : Bima Grafika.
- Sundari, R. S., Kusmayadi, Dan D. S. Umbara. 2017. Komparasi Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Lele Dan Ikan Patin Di Tasikmalaya. *Pertanian Agros*, 19(1):45-54.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Syarief, A., E. Rustiadi., dan A. Hidayat. 2014. Analisis Subsektor Perikanan Dalam Pengembangan Wilayah Kabupaten Indramayu. *Tata Loka*, 16(2):84-93.
- Syafrizal. 2008. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Udayana, I G. B. 2011. Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. <download.portalgaruda.org/article.php?article=57560&val=4320>. Di akses pada tanggal 11 Maret 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Biaya Tetap Agroindustri ISIS Findari *Food* pada tahun 2018

No	Peralatan	Jmlah	Harga Satuan	Nilai Investasi	Umur Ekonomis	Penyusutan/ Tahun	Penyusutan/ Bulan	Penyusutan/ Hari
1	Kompore	4	300000	1200000	8	150000	12500	416,67
2	wajan besar	4	260000	1040000	4	260000	21666,67	722,22
3	sutil panjang	4	50000	200000	4	50000	4166,67	138,89
4	sutil pendek	4	35000	140000	4	35000	2916,67	97,22
5	Nampan	15	10000	150000	4	37500	3125	104,17
6	pisau	4	35000	140000	4	35000	2916,67	97,22
7	timba	3	25000	75000	4	18750	1562,5	52,08
8	dandang besar	4	275000	1100000	8	137500	11458,33	381,94
9	dandang oval	4	250000	1000000	8	125000	10416,67	347,22
10	timbangan digital	1	320000	320000	5	64000	5333,33	177,78
11	timbangan portable	3	40000	120000	4	30000	2500	83,33
12	spiner	1	4300000	4300000	8	537500	44791,67	1493,06
13	meja stainless	1	3200000	3200000	20	160000	13333,33	444,44
14	continous sealer	1	5200000	5200000	10	520000	43333,33	1444,44
15	vacum sealer	1	1300000	1300000	10	130000	10833,33	361,11
16	hand sealer	1	400000	400000	10	40000	3333,33	111,11
17	box chiller	2	1200000	2400000	10	240000	20000	666,67
18	blender	1	250000	250000	8	31250	2604,17	86,81
19	tabung gas besar	3	300000	900000	8	112500	9375	312,50
20	tabung gas kecil	8	120000	960000	6	160000	13333,33	444,44

Lampiran 2. Data Biaya Variabel pada Produk Abon Lele di Agroindustri ISIS Findari *Food* pada tahun 2018

No	Keterangan	satuan	Jumlah	harga/satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah/Proses Produksi (Kg)	biaya/Proses Produksi (Rp/Kg)	Biaya/Jumlah bahan baku (Rp/kg)
			1	2	3 = 1 x 2	4 = 1/12	5= 3/12	6= 5/57,5
1	ikan lele	kg	690	17000	11730000	57,50	977500	17000,00
2	Bawang Merah	kg	32	25000	800000	2,67	66666,67	1159,42
3	Bawang Putih	kg	14	23000	322000	1,17	26833,33	466,67
4	Bawang Bombay	kg	17	15500	263500	1,42	21958,33	381,88
5	Ketumbar	kg	3,5	10500	36750	0,29	3062,5	53,26
6	Gula Jawa	kg	14	20000	280000	1,17	23333,33	405,80
7	Garam	kg	5,5	12000	66000	0,46	5500	95,65
8	Penyedap Jamur	kg	7	340000	2380000	0,58	198333,33	3449,28
9	Minyak Goreng	liter	272	26000	7072000	22,67	589333,33	10249,28
10	plastik packaging	lembar	3200	1140	3648000	266,67	304000,00	5286,96
11	kertas sticker	rim	0,5	900000	450000	0,04	37500,00	652,17
12	biaya listrik		1	1200000	1200000	0,08	100000,00	1739,13

Lampiran 3. Data Biaya Variabel pada Produk Abon Tuna di Agroindustri ISIS Findari *Food* pada tahun 2018

No	Keterangan	satuan	jumlah	harga/satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah/Proses Produksi (Kg)	biaya/Proses Produksi (Rp/Kg)	Biaya/Jumlah bahan baku (Rp/kg)
			1	2	3 = 1 x 2	4 = 1/12	5 = 3/12	6 = 5/104,5
1	ikan tuna	kg	1254	27000	33858000	104,50	2821500	27000,00
2	Bawang Merah	kg	56	25000	1400000	4,67	116666,6667	1116,43
3	Bawang Putih	kg	25	23000	575000	2,08	47916,66667	458,53
4	Bombay	kg	31	15500	480500	2,58	40041,66667	383,17
5	Ketumbar	kg	6,5	10500	68250	0,54	5687,5	54,43
6	Gula Jawa	kg	25	20000	500000	2,08	41666,66667	398,72
7	Garam	kg	10	12000	120000	0,83	10000	95,69
8	Penyedap Jamur	kg	2,5	340000	850000	0,21	70833,33333	677,83
9	Minyak Goreng plastik	liter	500	26000	13000000	41,67	1083333,333	10366,83
10	packaging	lembar	3200	1140	3648000	266,67	304000	2909,09
11	kertas sticker	rim	0,5	900000	450000	0,04	37500	358,85
12	biaya listrik		1	1200000	1200000	0,08	100000	956,94
Total							4679145,833	44776,52

Lampiran 4. Data Biaya Variabel pada Produk Abon Patin di Agroindustri ISIS Findari *Food* pada tahun 2018

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga/Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah/Proses Produksi (Kg)	Biaya/Proses Produksi (Rp/Kg)	Biaya/Jumlah Bahan Baku (Rp/Kg)
			1	2	3 = 1 X 2	4 = 1/12	5 = 3/12	6 = 5/45,50
1	Ikan Patin	Kg	546	28000	15288000	45,50	1274000	28000
2	Bawang Merah	Kg	22	25000	550000	1,83	45833,33333	1007
3	Bawang Putih	Kg	11	23000	253000	0,92	21083,33333	463
4	Bawang Bombay	Kg	14	15500	217000	1,17	18083,33333	397
5	Ketumbar	Kg	3	10500	31500	0,25	2625	58
6	Gula Jawa	Kg	11	20000	220000	0,92	18333,33333	403
7	Garam	Kg	4,5	12000	54000	0,38	4500	99
8	Penyedap Jamur	Kg	11	340000	3740000	0,92	311666,6667	6850
9	Minyak Goreng	Liter	200	26000	5200000	16,67	433333,3333	9524
10	Plastik Packaging	Lembar	3200	1140	3648000	266,67	304000	6681
11	Kertas Sticker	Rim	0,5	900000	450000	0,04	37500	824
12	Biaya Listrik		1	1200000	1200000	0,08	100000	2198
Total							2570958,333	56505

Lampiran 5. Data Biaya Variabel pada Produk Abon Gabus di Agroindustri ISIS Findari *Food* pada tahun 2018

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga/Satuan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah/Proses Produksi (Kg)	Biaya/Proses Produksi (Rp/Kg)	Biaya/Jumlah Bahan Baku (Rp/Kg)
			1	2	3 = 1 X 2	4 = 1/12	5 = 3/12	6 = 5/45,50
1	Ikan Gabus	Kg	546	45000	24570000	45,50	2047500	45000,00
2	Bawang Merah	Kg	22	25000	550000	1,83	45833,33333	1007,33
3	Bawang Putih	Kg	9	23000	207000	0,75	17250	379,12
4	Bombay	Kg	14	15500	217000	1,17	18083,33333	397,44
5	Ketumbar	Kg	3	10500	31500	0,25	2625	57,69
6	Gula Jawa	Kg	9	20000	180000	0,75	15000	329,67
7	Garam	Kg	4	12000	48000	0,33	4000	87,91
8	Penyedap Jamur	Kg	11	340000	3740000	0,92	311666,6667	6849,82
9	Minyak Goreng Plastik	Liter	200	26000	5200000	16,67	433333,3333	9523,81
10	Packaging	Lembar	3200	1140	3648000	266,67	304000	6681,32
11	Kertas Sticker	Rim	0,5	900000	450000	0,04	37500	824,18
12	Biaya Listrik		1	1200000	1200000	0,08	100000	2197,80
Total							3336791,667	73336,08

Lampiran 6. Perhitungan Nilai Tambah pada Produk Abon Tuna di Agroindustri
ISIS Findari *Food*

Variabel	Notasi	Nilai
Output, input, dan Harga		
Output (kg/minggu)	A	47,025
Bahan baku (kg/minggu)	B	104,5
Tenaga Kerja (HOK/minggu)	C	336
Faktor konversi	$D = A/B$	0,45
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$	3,22
Harga output (Rp/kg)	F	230000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	6250
Pendapatan dan nilai tambah		
Harga bahan baku (Rp/kg)	H	27000
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I	24539,8
Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$	103500
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$	51960,2
Rasio nilai tambah (%)	$L = (K/J) \times 100\%$	50%
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$	20095,69
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$	39%
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$	31864,50
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$	61%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$	76500
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$	42%
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$	26%
<i>Input</i> lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$	32%

Lampiran 7. Perhitungan Nilai Tambah pada Produk Abon Lele di Agroindustri
ISIS Findari *Food*

Variabel	Notasi	Nilai
Output, input, dan Harga		
Output (kg/minggu)	A	25,875
Bahan baku (kg/minggu)	B	57,5
Tenaga Kerja (HOK/minggu)	C	336
Faktor konversi	$D = A/B$	0,45
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$	5,843478261
Harga output (Rp/kg)	F	230000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	6250
Pendapatan dan nilai tambah		
Harga bahan baku (Rp/kg)	H	17000
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I	30702,78
Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$	103500
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$	55797,22
Rasio nilai tambah (%)	$L = (K/J) \times 100\%$	54%
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$	36521,73913
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$	65%
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$	19275,48087
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$	35%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$	86500
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$	22%
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$	42%
<i>Input</i> lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$	35%

Lampiran 8. Perhitungan Nilai Tambah pada Produk Abon Patin di Agroindustri
ISIS Findari *Food*

Variabel	Notasi	Nilai
Output, input, dan Harga		
Output (kg/minggu)	A	20,475
Bahan baku (kg/minggu)	B	45,5
Tenaga Kerja (HOK/minggu)	C	336
Faktor konversi	$D = A/B$	0,45
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$	7,384615385
Harga output (Rp/kg)	F	250000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	6250
Pendapatan dan nilai tambah		
Harga bahan baku (Rp/kg)	H	28000
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I	35267,29
Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$	112500
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$	49232,71
Rasio nilai tambah (%)	$L = (K/J) \times 100\%$	44%
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$	46153,84615
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$	94%
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$	3078,863846
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$	6%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$	84500
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$	4%
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$	55%
<i>Input</i> lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$	42%

Lampiran 9. Perhitungan Nilai Tambah pada Produk Abon Gabus di Agroindustri
ISIS Findari *Food*

Variabel	Notasi	Nilai
Output, input, dan Harga		
Output (kg/minggu)	A	20,475
Bahan baku (kg/minggu)	B	45,5
Tenaga Kerja (HOK/minggu)	C	336
Faktor konversi	$D = A/B$	0,45
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$	7,38
Harga output (Rp/kg)	F	350000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	6250
Pendapatan dan nilai tambah		
Harga bahan baku (Rp/kg)	H	45000
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I	35099,36
Nilai <i>output</i> (Rp/kg)	$J = D \times F$	157500
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = J - I - H$	77400,64
Rasio nilai tambah (%)	$L = (K/J) \times 100\%$	49%
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$	46153,84615
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$	60%
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$	31246,79385
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$	40%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q = J - H$	112500
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$	28%
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$	41%
<i>Input</i> lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$	31%

Lampiran 10. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Lele di Agroindustri ISIS Findari Food

A.	Total Produksi Abon Lele	25,875 (Kg/Proses Poduksi)	
B.	Biaya Produksi	(Rp/Proses Produksi)	Presentase (%)
1	Biaya Bahan Baku	977500	22%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2100000	48%
3	Bop Variable		
	Biaya Tk Tidak Langsung	75000	2%
	Biaya Bahan Penolong	935020,83	21%
	Biaya Bahan Bakar (Gas Lpg 3kg Dan 12kg)	175000	4%
	Biaya Listrik	100000	2%
	Total Biaya	4362520,83	100%
C	Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	168599,8388	

Lampiran 11. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Tuna di Agroindustri ISIS Findari Food

A.	Produksi	(Kg/Proses Poduksi)	
	Total Produksi Abon Tuna	47,025	
B.	Biaya Produksi	(Rp/Proses Produksi)	Presentase (%)
1	Biaya Bahan Baku	2821500	42%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2100000	31%
3	Bop Variable		
	Biaya Tk Tidak Langsung	75000	1%
	Biaya Bahan Penolong	1416145,83	21%
	Biaya Bahan Bakar (Gas Lpg 3kg Dan 12kg)	175000	3%
	Biaya Listrik	100000	1%
	Biaya Transportasi	50000	1%
	Total Biaya	6737645,83	100%
C	Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	143277,9549	

Lampiran 12. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Patin di Agroindustri ISIS Findari Food

A.	Total Produksi Abon Patin	20,475 (Kg/Proses Poduksi)	
B.	Biaya Produksi	(Rp/Proses Produksi)	Presentase (%)
1	Biaya Bahan Baku	1274000	28%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2100000	46%
3	Bop Variable		
	Biaya Tk Tidak Langsung	75000	2%
	Biaya Bahan Penolong	855458,33	19%
	Biaya Bahan Bakar (Gas Lpg 3kg Dan 12kg)	175000	4%
	Biaya Listrik	100000	2%
	Biaya Transportasi	25000	1%
	Total Biaya	4604458,33	100%
C	Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	224881,9697	

Lampiran 13. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Produk Abon Gabus di Agroindustri ISIS Findari Food

A.	Total Produksi Abon Gabus	20,475 (Kg/Proses Poduksi)	
B.	Biaya Produksi	(Rp/Proses Produksi)	Presentase (%)
1	Biaya Bahan Baku	2047500	38%
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	2100000	39%
3	Bop Variable		
	Biaya Tk Tidak Langsung	75000	1%
	Biaya Bahan Penolong	847791,83	16%
	Biaya Bahan Bakar (Gas Lpg 3kg Dan 12kg)	175000	3%
	Biaya Listrik	100000	2%
	Biaya Transportasi	25000	0%
	Total Biaya	5370291,83	100%
C	Harga Pokok Produksi (Rp/Kg)	262285,3153	

Lampiran 14. Data Perhitungan Upah Penggunaan Tenaga Kerja di Agroindustri ISIS Findari Food

No	Tenaga kerja	Jumlah tk	Waktu pekerjaan / proses produksi	Upah tk/proses produksi	Upah/jam	Jumlah jam kerja
1	Pengolahan abon	6	56	350000	6250	336

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUESIONER

JUDUL : Analisis Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS Findari *Food* Di Kabupaten Lumajang

LOKASI : Desa Banyuputih Kiduk Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pendidikan :
Alamat :
Pekerjaan :
No. Telephone/HP :
Nama agroindustri :
Alamat agroindustri :

Pewawancara

Nama : Rian Bachtiar
NIM : 151510601016
Tanggal Wawancara :

Responden

()

A. GAMBARAN UMUM AGROINDUSTRI ISIS FINDARI *FOOD* DI KABUPATEN LUMAJANG

1. Bagaimana asal mula terbentuknya agroindustri ISIS Findari *Food*?

Jawab :

2. Sejak kapan usaha agroindustri ISIS Findari *Food* ini didirikan?

Jawab :

3. Berapa lama anda mendirikan usaha ini?

Jawab :

4. Apa alasan anda mendirikan usaha agroindustri ini?

- a. Harga bahan baku murah
- b. Biaya proses produksi rendah
- c. Tersedianya bahan baku
- d. Keinginan sendiri
- e. Dekat dengan pasar
- f. Lain-lain

Jawab :

5. Mengapa anda memberi nama perusahaan ini ISIS?

Jawab :

6. Dimana letak agroindustri ISIS Findari *Food* ini?

Jawab :

7. Mengapa anda memilih lokasi tersebut?

Jawab :

8. Apakah sudah ada ijin usaha dari pemerintah untuk agroindustri ISIS Findari *Food* yang telah didirikan?

Jawab :

9. Apa saja produk yang dihasilkan pada agroindustri ISIS Findari *Food*?

Jawab :

10. Apakah produk tersebut diproduksi secara berlanjut?

- a. Ya
- b. Tidak

Mengapa?

11. Dimana anda mendapatkan bahan baku untuk mengolah produk tersebut?

Jawab :

12. Apakah sudah terdapat pengembangan dari agroindustri ISIS Findari *Food* yang sedang berjalan ini?

a. Ya

b. Tidak

Mengapa?

13. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengembangkan agroindustri ISIS Findari *Food* di perusahaan anda?

Jawab :

14. Bagaimana bentuk struktur organisasi agroindustri ISIS Findari *Food* di kabupaten Lumajang ini?

Jawab :

15. Bagaimana pembagian tugas setiap anggota pada struktur organisasi tersebut?

Jawab :

16. Apakah sudah berjalan dengan baik pada masing-masing bagian dalam struktur organisasi dalam melaksanakan tanggungjawabnya?

Jawab :

B. BAHAN BAKU

1. Apa saja jenis bahan baku yang digunakan dalam melakukan proses produksi?

Jawab :

2. Apakah ada bahan baku penunjang yang dibutuhkan dalam proses produksi ikan segar?

Jawab :

3. Apakah ada kualitas khusus untuk jenis bahan baku yang digunakan?

a. Ada

b. Tidak ada

- Jika ada, apa saja?
4. Berasal darimanakah bahan baku yang diperoleh?
Jawab :
 5. Bagaimana cara memperoleh bahan baku?
Jawab :
 6. Bagaimana bahan baku sampai ke lokasi produksi?
Jawab :
 7. Apakah terdapat biaya angkut atau biaya yang harus dikeluarkan dalam memperoleh bahan baku?
Jawab :
 8. Bagaimana ketersediaan bahan baku?
 - a. Setiap hari
 - b. Beberapa hari sekali
 - c. Lain-lainJawab :
 9. Berapa kisaran bahan baku yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi dari masing-masing produk olahan ikan segar?
Jawab :
 10. Berapa harga bahan baku (per Kg) yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?
Jawab :
 11. Siapakah penentu harga dari bahan baku tersebut?
Jawab :
 12. Apakah dalam memperoleh bahan baku ada persaingan antara pengusaha agroindustri ISIS Findari *Food* dengan yang lain?
Jawab :
 13. Apakah bahan baku sering mengalami perubahan harga setiap waktu?
Jawab :

C. TEKNOLOGI

1. Jenis mesin apa saja yang digunakan dalam proses pengolahan ikan segar pada agroindustri ISIS?

Jawab :

2. Dari mana asal mesin pengolah tersebut?

- a. Beli sendiri
- b. Bantuan
- c. Lain-lain

Jawab :

3. Apakah terdapat kendala pada mesin pengolah tersebut?

Jawab :

4. Bagaimana mengatasi kendala mesin tersebut?

Jawab :

5. Apakah ada waktu untuk pembaruan mesin pengolah tersebut?

Jawab :

6. Apakah ada perawatan untuk mesin pengolah tersebut?

- a. Ada
- b. Tidak ada

Jika ada, berapa biaya yang dikeluarkan untuk perawatan tersebut?

D. PROSES PRODUKSI

1. Apa saja bahan baku yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi dari masing-masing produk yang ada di agroindustri ISIS Findari *Food*?

- a. Bahan baku utama;
- b. Bahan baku penunjang;

Jawab :

2. Berapa jumlah bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi?

- a. Bahan baku utama;
- b. Bahan baku penunjang;

Jawab :

3. Apa saja produk yang dihasilkan dari proses produksi?
Jawab :
4. Berapa jumlah seluruh produk yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?
Jawab :
5. Berapa lama produk tersebut diproses dari awal pengolahan hingga siap dipasarkan?
Jawab :
6. Berapa lama waktu kerja yang digunakan sehari?
Jawab :
7. Berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?
Jawab :
8. Apakah terdapat kendala pada saat proses produksi?
Jawab :
9. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
Jawab :
10. Berapa jumlah produk olahan dalam satu kali proses produksi?
Jawab :
11. Apakah terdapat bahan bakar yang digunakan dalam proses produksi dari mana bahan bakar sebut diperoleh?
Jawab :
12. Apakah pengadaan bahan baku hanya tergantung pada satu pemasok saja?
Jawab :
13. Apakah terdapat kualitas khusus untuk bahan baku yang digunakan?
Jawab :
14. Apakah ada kesulitan dalam penjualan produk olahan ikan segar?
Jawab :
15. Apa penyebab kerugian yang pernah dialami pada proses produksi olahan ikan segar Bagaimana bentuk kerugian tersebut?
Jawab :

16. Apakah terdapat peningkatan produksi tahun dari produk olahan ikan segar pada agroindustri?

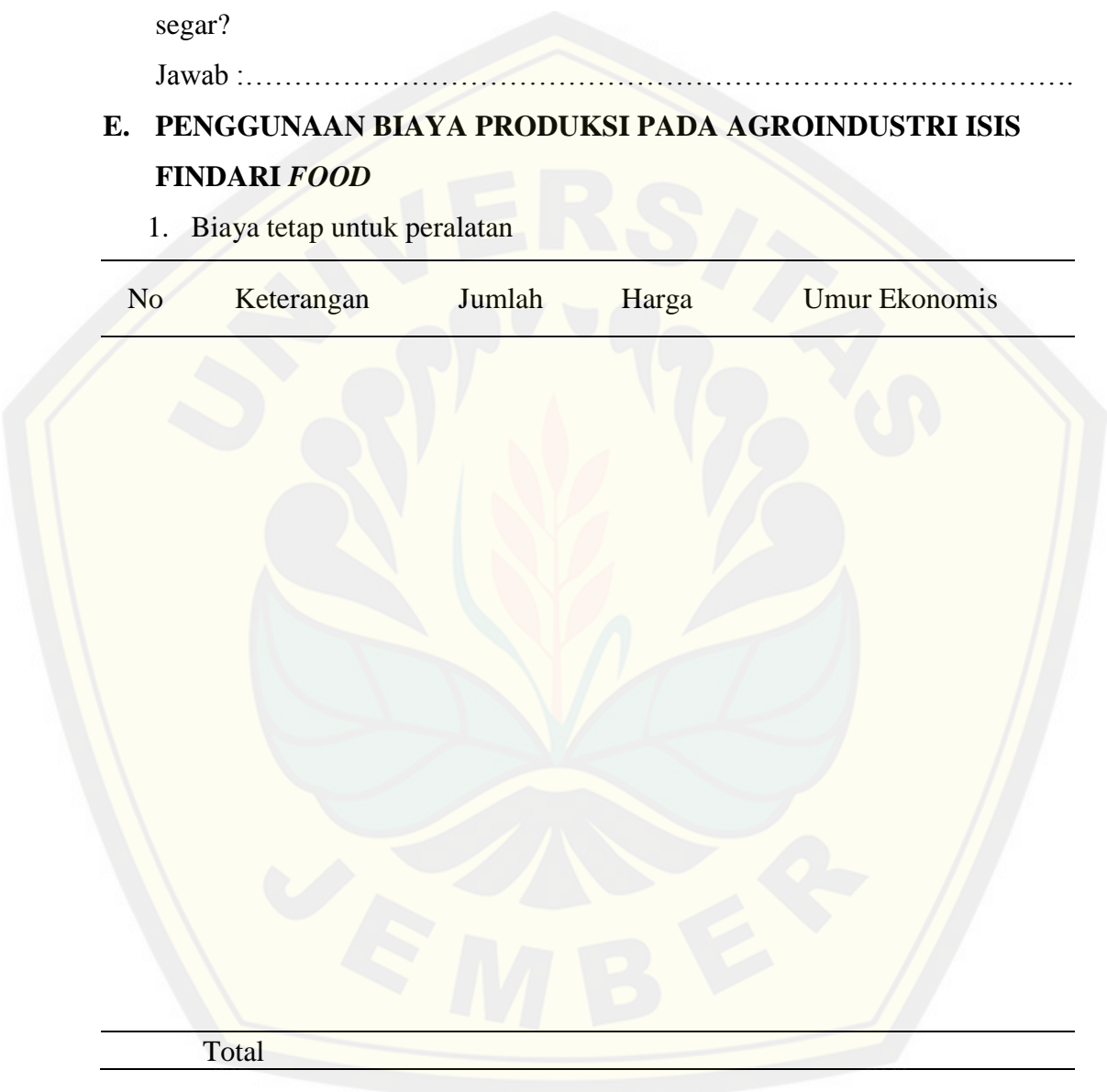
Jawab :

17. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan produksi olahan ikan segar?

Jawab :

**E. PENGGUNAAN BIAYA PRODUKSI PADA AGROINDUSTRI ISIS
FINDARI FOOD**

1. Biaya tetap untuk peralatan

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Umur Ekonomis
				
Total				

2. Biaya variabel sarana produksi

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Umur Ekonomis
total				

F. PRODUK JADI

1. Apakah produk olahan ikan segar pada agroindustri ISIS Findari *Food* dikemas?
 - a. Dikemas
 - b. Tidak dikemas
Jika dikemas dalam bentuk apa?
2. Produk olahan ikan segar tersebut jika dikemas menggunakan ukuran kemasan berapa?
Jawab :
3. Berapa harga jual dari masing-masing produk olahan ikan segar yang sudah dikemas tersebut?
Jawab :
4. Apakah ada nama atau label pada semua produk yang dihasilkan agroindustri ISIS Findari *Food* ini?

- a. Ada
- b. Tidak ada

Jika ada, apa nama atau label pada kemasan tersebut?

5. Apa alasan pemberian nama atau label tersebut?

Jawab :

6. Apakah merk dagang produk olahan ikan segar ini sudah terdaftar di Dinas Perdagangan?

Jawab :

G. STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN AGROINDUSTRI ISIS FINDARI FOOD

a. Product

1. Apa nama produk-produk yang dihasilkan?

Jawab :

2. Bagaimana bentuk dari produk olahan ikan segar yang dihasilkan?

Jawab :

3. Bagaimana ukuran kemasan dari masing-masing produk yang dihasilkan?

Jawab :

4. Apa keunggulan produk olahan ikan segar yang diusahakan?

a. Keunggulan rasa :

b. Keunggulan kemasan :

c. Keunggulan Merk :

5. Apakah bahan baku menjadi penentu dari kualitas produk?

Jawab :

6. Apakah terdapat faktor lain yang menentukan kualitas produk?

Jawab :

7. Apa nama atau label dalam produk yang dihasilkan?

Jawab :

8. Apakah produk yang dihasilkan memiliki izin usaha (PIRT)?

Jawab :

9. Apakah produk yang dihasilkan sudah memiliki label halal dalam kemasannya?

Jawab :

b. Price

1. Berapa harga jual dari masing-masing produk olahan ikan segar?

Jawab :

2. Termasuk jenis golongan harga apa harga jual tersebut?

a. Harga murah b. Harga rata-rata c. Harga mahal

Alasan?

3. Apakah menurut anda harga tersebut sudah sesuai dengan produk yang dihasilkan?

Jawab :

4. Strategi apa yang digunakan dalam penetapan harga tersebut?

a. Berdasarkan biaya b. Berdasarkan nilai c. Berdasarkan persaingan

Alasan?

5. Apakah harga bahan baku menjadi dasar penentuan harga?

Jawab :

6. Apakah terdapat faktor lain yang digunakan sebagai penentu harga?

Jawab :

7. Apa sajakah faktor-faktor tersebut?

Jawab :

8. Apakah harga produk olahan ikan segar mengalami fluktuasi?

Jawab :

9. Apakah dengan adanya label dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?

Jawab :

10. Apakah dengan adanya kode izin usaha (PIRT) dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?

Jawab :

11. Apakah dengan adanya label halal dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?

Jawab :

c. Place

1. Dimana lokasi produksi produk olahan ikan segar anda?

Jawab :

2. Dimana lokasi pemasaran produk olahan ikan segar anda?

Jawab :

3. Apakah lokasi tersebut mudah dijangkau oleh konsumen?

Jawab :

4. Apakah terdapat perantara dalam proses penjuala produk olahan ikan segar?

Jawab :

5. Jika iya, dimana lokasi penjualan perantara lain tersebut?

Jawab :

6. Apakah lokasi tersebut sudah memberikan kenyamanan bagi pengunjung?

Jawab :

7. Apakah lokasi tersebut sudah strategis ditinjau dari segi lingkungan sekitar?

Jawab :

d. Promotion

1. Apakah anda melakukan promosi untuk usaha olahan ikan segar anda?

Jawab :

2. Jika iya, bentuk promosi apa yang anda lakukan untuk usaha anda?

Jawab :

3. Mengapa anda memilih bentuk promosi tersebut?

Jawab :

4. Apakah promosi tersebut sudah cukup meningkatkan penjualan dari produk anda?

Jawab :

5. Jika tidak, apakah terdapat bentuk promosi lain yang harus digunakan untuk meningkatkan penjualan?

Jawab :

6. Apa saja promosi lain tersebut?

Jawab :

7. Apakah agroindustri ISIS Findari *Food* pernah atau sering melakukan promosi berupa potongan harga pada produk yang dijual?

Jawab :

8. Apakah promosi yang dilakukan juga menggunakan media sosial?

Jawab :

9. Apakah nama ISIS juga menjadi salah satu strategi yang dilakukam untuk mempromosikan produk olahan yang dihasilkan?

Jawab :

H. KENDALA DAN SOLUSI AGROINDUSTRI ISIS FINDARI *FOOD*

1. Apakah terdapat kendala dalam menjalankan kegiatan usaha di agroindustri ISIS?

Jawab :

2. Menurut anda, apa penyebab adanya kendala tersebut?

Jawab :

3. Menurut anda, apa solusi terbaik untuk menyelesaikan kendala yang ada?

Jawab :

4. Apa harapan anda kedepannya terkait pengembangan agroindustri ISIS ini?

Jawab :

5. Apakah ada target tertentu yang ingin anda capai kedepannya dalam menjalankan kegiatan agroindustri ISIS?

Jawab :

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUESIONER

JUDUL : Analisis Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS Findari *Food* Di Kabupaten Lumajang
LOKASI : Desa Banyuputih Kiduk Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pendidikan :
Alamat :
Pekerjaan :
No. Telephone/HP :
Nama agroindustri :
Alamat agroindustri :

Pewawancara

Nama : Rian Bachtiar
NIM : 151510601016
Tanggal Wawancara :

Responden

()

A. GAMBARAN UMUM TENAGA KERJA

1. Berapa lama anda bekerja di agroindustri ISIS Findari *Food*?
Jawab :
2. Terkait pembagian kerja, anda masuk dalam bidang kerja yang mana?
Jawab :
3. Apa tugas anda selama bekerja?
Jawab :
4. Apakah anda dapat melakukan tanggungjawab pekerjaan dengan baik?
Jawab :
5. Berapa upah yang anda terima?
Jawab :
6. Bagaimana sistem pengupahan yang diberikan?
Jawab :
7. Apakah ada kenaikan upah selama anda bekerja?
 - a. Ya
 - b. Tidakjika Ya, berapa?
8. Berapa jam anda bekerja dalam sehari?
Jawab :
9. Berapa hari kerja dalam satu minggu?
Jawab :
10. Apakah ada jam lembur khusus dalam bekerja?
Jawab :
11. Apakah terdapat kendala ketika anda bekerja?
Jawab :
12. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
Jawab :
13. Apakah ada upaya khusus untuk mengembangkan agroindustri ISIS Findari *Food* ini?
Jawab :

14. Apakah harapan anda untuk agroindustri ISIS Findari *Food* kedepannya?

Jawab :

B. BAHAN BAKU

1. Apa saja jenis bahan baku yang digunakan dalam melakukan proses produksi?

Jawab :

2. Apakah ada bahan baku penunjang yang dibutuhkan dalam proses produksi ikan segar?

Jawab :

3. Apakah ada kualitas khusus untuk jenis bahan baku yang digunakan?

Ada

Tidak ada

Jika ada, apa saja?

4. Berasal darimanakah bahan baku yang diperoleh?

Jawab :

5. Bagaimana cara memperoleh bahan baku?

Jawab :

6. Bagaimana bahan baku sampai ke lokasi produksi?

Jawab :

7. Apakah terdapat biaya angkut atau biaya yang harus dikeluarkan dalam memperoleh bahan baku?

Jawab :

8. Bagaimana ketersediaan bahan baku?

Setiap hari

Beberapa hari sekali

Lain-lain

Jawab :

9. Berapa kisaran bahan baku yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi dari masing-masing produk olahan ikan segar?

Jawab :

10. Berapa harga bahan baku (per Kg) yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :

11. Siapakah penentu harga dari bahan baku tersebut?

Jawab :

12. Apakah dalam memperoleh bahan baku ada persaingan antara pengusaha agroindustri ISIS Findari *Food* dengan yang lain?

Jawab :

13. Apakah bahan baku sering mengalami perubahan harga setiap waktu?

Jawab :

C. TEKNOLOGI

1. Jenis mesin apa saja yang digunakan dalam proses pengolahan ikan segar pada agroindustri ISIS?

Jawab :

2. Dari mana asal mesin pengolah tersebut?

Beli sendiri

Bantuan

Lain-lain

Jawab :

3. Apakah terdapat kendala pada mesin pengolah tersebut?

Jawab :

4. Bagaimana mengatasi kendala mesin tersebut?

Jawab :

5. Apakah ada waktu untuk pembaruan mesin pengolah tersebut?

Jawab :

6. Apakah ada perawatan untuk mesin pengolah tersebut?

Ada

Tidak ada

Jika ada, berapa biaya yang dikeluarkan untuk perawatan tersebut?

D. PROSES PRODUKSI

1. Apa saja bahan baku yang dibutuhkan dalam melakukan proses produksi dari masing-masing produk yang ada di agroindustri ISIS Findari *Food*?

Bahan baku utama;

Bahan baku penunjang;

Jawab :

2. Berapa jumlah bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi?

Bahan baku utama;

3. Bahan baku penunjang;

Jawab :

4. Apa saja produk yang dihasilkan dari proses produksi?

Jawab :

5. Berapa jumlah seluruh produk yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :

6. Berapa lama produk tersebut diproses dari awal pengolahan hingga siap dipasarkan?

Jawab :

7. Berapa lama waktu kerja yang digunakan sehari?

Jawab :

8. Berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :

9. Apakah terdapat kendala pada saat proses produksi?

Jawab :

10. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

Jawab :

11. Berapa jumlah produk olahan dalam satu kali proses produksi?

Jawab :

12. Apakah terdapat bahan bakar yang digunakan dalam proses produksi dari mana bahan bakar sebut diperoleh?

Jawab :

13. Apakah pengadaan bahan baku hanya tergantung pada satu pemasok saja?

Jawab :

14. Apakah terdapat kualitas khusus untuk bahan baku yang digunakan?

Jawab :

15. Apakah ada kesulitan dalam penjualan produk olahan ikan segar?

Jawab :

16. Apa penyebab kerugian yang pernah dialami pada proses produksi olahan ikan segar Bagaimana bentuk kerugian tersebut?

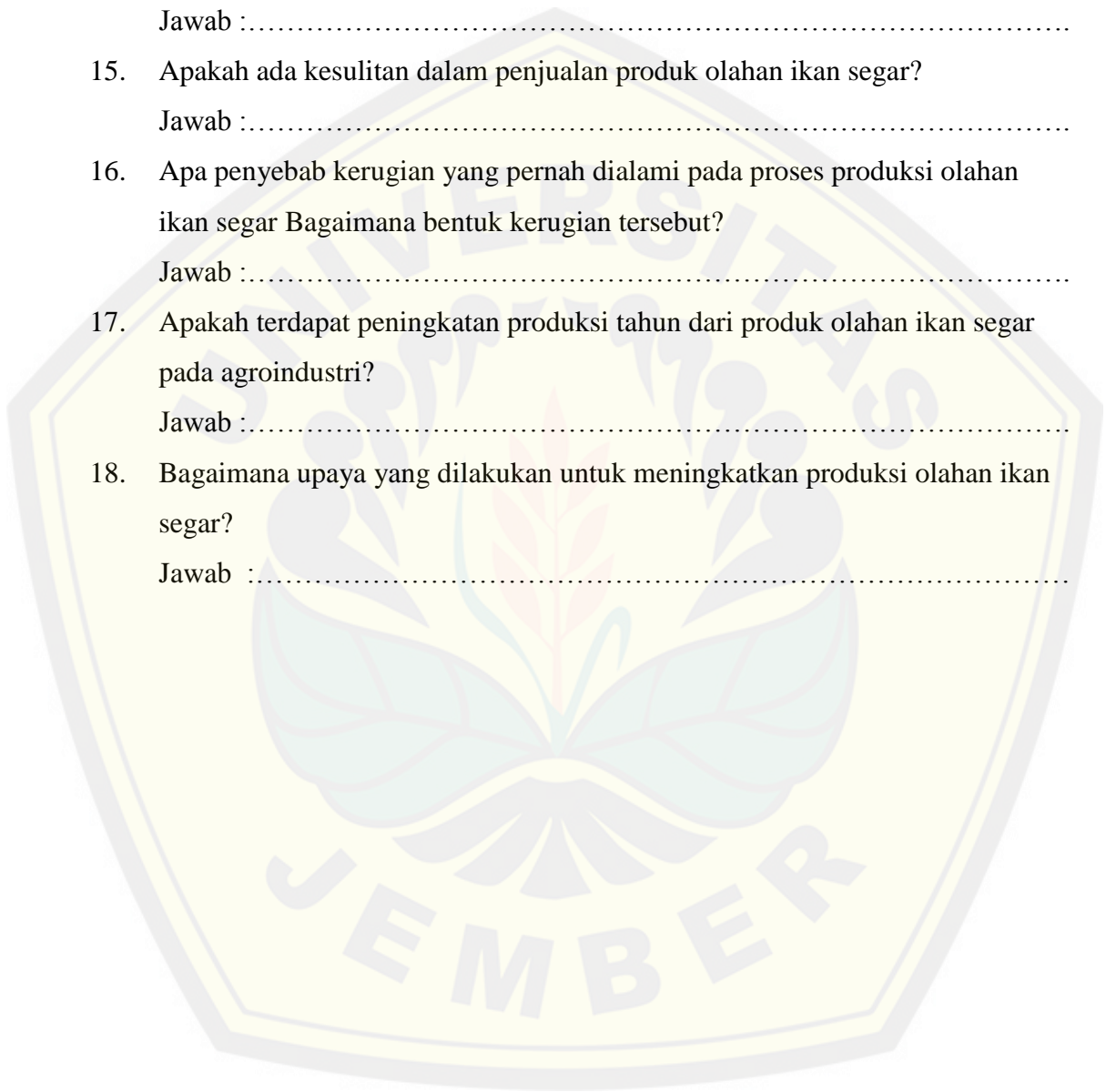
Jawab :

17. Apakah terdapat peningkatan produksi tahun dari produk olahan ikan segar pada agroindustri?

Jawab :

18. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan produksi olahan ikan segar?

Jawab :



UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUESIONER

JUDUL : Analisis Nilai Tambah, Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Pada Agroindustri ISIS Findari *Food* Di Kabupaten Lumajang

LOKASI : Desa Banyuputih Kiduk Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pendidikan :
Alamat :
Pekerjaan :
No. Telephone/HP :
Nama agroindustri :
Alamat agroindustri :

Pewawancara

Nama : Rian Bachtiar
NIM : 151510601016
Tanggal Wawancara :

Responden

()

**A. STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN AGROINDUSTRI
ISIS FINDARI FOOD**

a. Product

1. Apa nama produk-produk yang dihasilkan?

Jawab :

2. Bagaimana bentuk dari produk olahan ikan segar yang dihasilkan?

Jawab :

3. Bagaimana ukuran kemasan dari masing-masing produk yang dihasilkan?

Jawab :

4. Apa keunggulan produk olahan ikan segar yang diusahakan?

Keunggulan rasa :

Keunggulan kemasan :

Keunggulan Merk :

5. Apakah bahan baku menjadi penentu dari kualitas produk?

Jawab :

6. Apakah terdapat faktor lain yang menentukan kualitas produk?

Jawab :

7. Apa nama atau label dalam produk yang dihasilkan?

Jawab :

8. Apakah produk yang dihasilkan memiliki izin usaha (PIRT)?

Jawab :

9. Apakah produk yang dihasilkan sudah memiliki label halal dalam kemasannya?

Jawab :

b. Price

1. Berapa harga jual dari masing-masing produk olahan ikan segar?

Jawab :

2. Termasuk jenis golongan harga apa harga jual tersebut?

a. Harga murah

b. Harga rata-rata

c. Harga mahal

Alasan?

3. Apakah menurut anda harga tersebut sudah sesuai?
Jawab :
4. Strategi apa yang digunakan dalam penetapan harga tersebut?
a. Berdasarkan biaya b. Berdasarkan nilai c. Berdasarkan persaingan
Alasan?
5. Apakah harga bahan baku menjadi dasar penentuan harga?
Jawab :
6. Apakah terdapat faktor lain yang digunakan sebagai penentu harga?
Jawab :
7. Apa sajakah faktor-faktor tersebut?
Jawab :
8. Apakah harga produk olahan ikan segar mengalami fluktuasi?
Jawab :
9. Apakah dengan adanya label dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?
Jawab :
10. Apakah dengan adanya kode izin usaha (PIRT) dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?
Jawab :
11. Apakah dengan adanya label halal dalam kemasan mempengaruhi harga jual dari produk tersebut?
Jawab :

c. Place

1. Dimana lokasi produksi produk olahan ikan segar anda?
Jawab :
2. Dimana lokasi pemasaran produk olahan ikan segar anda?
Jawab :
3. Apakah lokasi tersebut mudaj dijangkau oleh konsumen?
Jawab :
4. Apakah terdapat perantara dalam proses penjuala produk olahan ikan segar?

Jawab :

5. Jika iya, dimana lokasi penjualan perantara lain tersebut?

Jawab :

6. Apakah lokasi tersebut sudah memberikan kenyamanan bagi pengunjung?

Jawab :

7. Apakah lokasi tersebut sudah strategis ditinjau dari segi lingkungan sekitar?

Jawab :

d. Promotion

1. Apakah anda melakukan promosi untuk usaha olahan ikan segar anda?

Jawab :

2. Jika iya, bentuk promosi apa yang anda lakukan untuk usaha anda?

Jawab :

3. Mengapa anda memilih bentuk promosi tersebut?

Jawab :

4. Apakah promosi tersebut sudah cukup meningkatkan penjualan dari produk anda?

Jawab :

5. Jika tidak, apakah terdapat bentuk promosi lain yang harus digunakan untuk meningkatkan penjualan?

Jawab :

6. Apa saja promosi lain tersebut?

Jawab :

7. Apakah agroindustri ISIS Findari *Food* pernah atau sering melakukan promosi berupa potongan harga pada produk yang dijual?

Jawab :

8. Apakah promosi yang dilakukan juga menggunakan media sosial?

Jawab :

9. Apakah nama ISIS juga menjadi salah satu strategi yang dilakukam untuk mempromosikan produk olahan yang dihasilkan?

Jawab :

DOKUMENTASI



Gambar 1. Beberapa Produk Olahan agroindustri ISIS Findari Food



Gambar 2. Produk Abon ikan segar yang dalam proses *packaging*



Gambar 3. Proses Pembuatan Abon Ikan Segar Di Rumah Produksi Agroindustri
ISIS Findari Food



Gambar 4. Kantor Pemasaran agroindustri ISIS Findar Food