

**KERAGAAN AGROINDUSTRI BACANG AYAM EL SHADDAI FOOD
MELALUI PEMASARAN KONVENSIIONAL DAN ONLINE
DI KECAMATAN PENJARINGAN, KOTA JAKARTA UTARA**

(Performance and Marketing Mix of Chicken Bacang Agroindustry with Conventional Marketing and Online Marketing in Penjaringan District, North Jakarta City)

Evelyn Faviana, Dyah Aring Hepiana Lestari, Ktut Murniati

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1
Bandar Lampung 35145, e-mail: dyah.aring@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the raw materials procurement based on six right components, standard cost, distribution channels, marketing margins, and the role of supporting services. This research uses a case study method at El Shaddai Food Agroindustry, Penjaringan District, North Jakarta City. The research data was collected in December 2019 to February 2020 and the data analysis method used were qualitative and quantitative descriptive analysis. The results showed that the six components of raw material procurement process had been done precisely. The standard cost of chicken bacang was less than the selling price so the business was profitable and the marketing channels consisted of two channels. Support services that have been utilized to the fullest were market and transportation.

Key words: agroindustry, bacang, marketing, online, performance

PENDAHULUAN

Industri pengolahan beras berperan penting untuk mengatasi fluktuasi harga beras yang menyulitkan petani mencapai kesejahteraan, sesuai dengan pendapat Suprihatini (2004) bahwa risiko fluktuasi harga dapat dikurangi dengan adanya agroindustri. Salah satu agroindustri olahan beras adalah agroindustri bacang, yaitu agroindustri yang memproduksi penganan seperti lontong yang diisi dengan daging bumbu kecap. Kandungan daging dalam bacang bisa meningkatkan konsumsi protein hewani masyarakat mengingat berdasarkan data BPS (2018) konsumsi protein hewani (16,67 gram/kapita/hari) lebih kecil dibandingkan nabati (28,72 gram/kapita/hari). Padahal protein hewani penting bagi tubuh karena mengandung seluruh asam amino esensial.

Berdasarkan penelitian Widjaya (2010), bacang dapat disimpan maksimal tiga hari dengan perlakuan khusus, yaitu vakum pasteurisasi, yang akhirnya akan meningkatkan biaya agroindustri. Untuk menghindari peningkatan biaya, maka agroindustri bacang sebaiknya dekat dengan konsumen. Menurut BPS (2019), sebagian besar penduduk Indonesia berada di DKI Jakarta (15.764 jiwa/km²), artinya konsumen potensial paling banyak berada di DKI Jakarta. Salah satu agroindustri bacang yang berlokasi di DKI Jakarta adalah Agroindustri El Shaddai Food yang sudah

beroperasi selama 26 tahun. Agroindustri ini kurang mengalami perkembangan usaha ditinjau dari rendahnya peningkatan penjualan produk setiap tahunnya, dikarenakan adanya kendala yang ditemui agroindustri.

Agroindustri memiliki kendala berupa keterbatasan modal yang mengakibatkan agroindustri sulit meningkatkan kapasitas produksinya. Keterbatasan modal juga mengakibatkan agroindustri memiliki jangkauan pasar yang lebih sempit karena sampai tahun 2018, agroindustri masih menggunakan pemasaran langsung. Agroindustri juga terkendala akibat harga daging ayam yang semakin mahal dan waktu penyimpanan sarana produksi yang singkat mengingat produk pertanian yang mudah rusak. Waktu penyimpanan bacang yang singkat juga menyulitkan pemasaran produk ke luar wilayah agroindustri karena lamanya waktu pengiriman. Hingga saat ini di wilayah sekitar agroindustri belum terdapat koperasi yang bisa membantu pemasaran dan modal, sedangkan prosedur peminjaman bank yang cukup rumit dengan bunga yang cukup tinggi. Lembaga penunjang khusus untuk bacang yang belum tersedia dan sedikitnya penelitian mengenai bacang menyulitkan agroindustri untuk mengembangkan usahanya.

Agroindustri El Shaddai Food berupaya mengembangkan usahanya melalui penggunaan

pemasaran *online* pada April 2018. Upaya pengembangan ini tentunya akan menimbulkan tambahan biaya, sehingga perlu diketahui pengaruh upaya ini terhadap usaha Agroindustri El Shaddai Food. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengadaan bahan baku, biaya pokok produksi, keragaan pasar, dan pemanfaatan jasa layanan pendukung di Agroindustri El Shaddai Food.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Agroindustri El Shaddai Food, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa agroindustri bacang ini masih aktif memproduksi, telah beroperasi dalam jangka waktu yang cukup lama, dan telah memasarkan produknya setiap hari secara konvensional dan melalui *online* (Tokopedia dan WhatsApp). Waktu pengumpulan data dilakukan pada Desember 2019 - Februari 2020.

Responden pada penelitian ini adalah pemilik Agroindustri El Shaddai Food, karyawan agroindustri, pedagang, dan pemasok. Responden pedagang ditentukan secara *snowball sampling*, yaitu penentuan sampel dengan penelusuran sampel melalui informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara menggunakan kuesioner dan pengamatan langsung tentang keadaan di lapangan. Data sekunder berasal dari agroindustri, seperti struktur agroindustri, data penjualan, dan daftar tenaga kerja agroindustri, serta data yang dikutip dari instansi pemerintah terkait dengan penelitian. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis pengadaan bahan baku yang didasarkan pada konsep enam tepat (tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga) dan pemanfaatan jasa layanan penunjang. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya pokok, saluran distribusi, margin pemasaran.

Soekartawi (2000) mengemukakan rumus dari biaya pokok adalah:

$$\text{Biaya pokok} = \frac{\text{Total Cost}}{\text{Output}} \dots\dots\dots(1)$$

Perhitungan biaya pokok ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan Kemala, Hudoyo, dan Soelaiman (2019) yang mengemukakan bahwa biaya pokok atau biaya total rata-rata merupakan pembagian antara biaya total dengan produk yang dihasilkan.

Menurut Kasmir (2008) Analisis margin pemasaran mengacu pada Hasyim (2012) dengan rumus sebagai berikut:

$$Mj - Pr = Pf \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- Mji = Total margin pemasaran
- Pr = Harga pada tingkat konsumen akhir
- Pf = Harga pada tingkat produsen

RPM menunjukkan penyebaran margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- RPM = Rasio profit margin
- b_{ti} = Biaya total lembaga pemasaran ke-i
- π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i
- i = 1,2,3,....,n

Menurut Hasyim (2012), pangsa produsen atau *producer share* (PS) adalah perbandingan antara harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dilihat dari sisi produsen. Ali, Situmorang, dan Murniati (2017) mengemukakan bahwa analisis pangsa produsen digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen dari harga yang dibayarkan konsumen akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Pemilik Agroindustri dan Pedagang Bacang Ayam

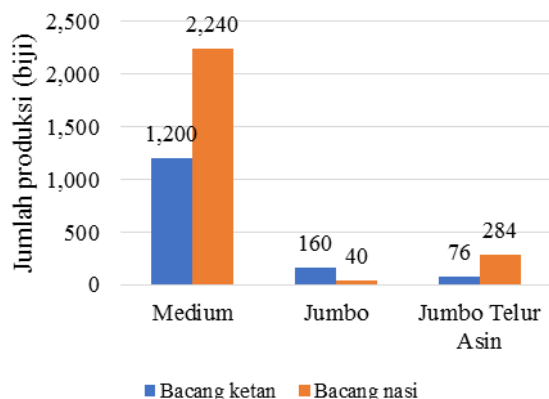
Pemilik Agroindustri El Shaddai Food yang menjadi responden penelitian ini adalah Bapak Sutono yang berusia 65 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir adalah tidak tamat SD (Sekolah Dasar). Jumlah tanggungan keluarga sebanyak satu orang. Agroindustri ini telah berjalan selama 26 tahun dan termasuk dalam skala usaha mikro.

Responden pedagang Agroindustri El Shaddai Food berjumlah empat orang yang terdiri dari dua orang perempuan dan dua orang laki-laki dengan tingkat pendidikan tidak sekolah untuk dua orang dan dua orang pedagang lainnya adalah lulusan SD. Kisaran umur pedagang dari 50-65 tahun dengan pengalaman usaha sekitar 16-18 tahun.

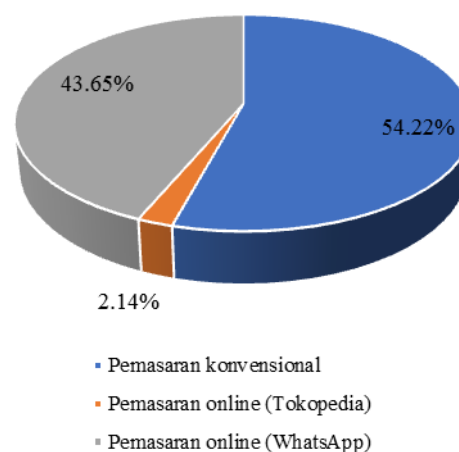
Produksi Bacang

Agroindustri El Shaddai Food melakukan kegiatan produksi sebanyak 5 hari dalam seminggu. Rata-rata produksi bacang setiap harinya adalah 200 biji bacang dan dalam sebulan memproduksi rata-rata 4.000 biji bacang. Produksi bisa meningkat ketika Hari Bacang, yaitu 25 Juni, yang bisa mencapai 5.000 biji dalam sebulan. Produksi bacang setiap bulan dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa produksi terbesar adalah pada bacang medium. Hal ini disebabkan konsumen lebih memilih bacang medium dengan harga yang lebih murah sehingga jumlah produk yang diperoleh lebih banyak dibandingkan pembelian bacang jumbo dan jumbo telur asin. Beberapa konsumen pada awal pembelian juga membeli bacang medium untuk mencoba rasa produk agroindustri. Bacang medium juga selalu diproduksi dan ditampilkan pedagang konvensional, sedangkan untuk varian lainnya konsumen perlu memesan pada hari sebelumnya. Bacang yang telah diproduksi dipasarkan dengan metode konvensional dan *online* sehingga menghasilkan penerimaan bagi agroindustri. Penerimaan Agroindustri El Shaddai Food disajikan pada Gambar 2.



Gambar 1. Produksi Agroindustri El Shaddai Food



Gambar 2. Penerimaan Agroindustri El Shaddai Food setiap bulan

Agroindustri menerima rata-rata Rp30.499.750,00 setiap bulan dari usaha bacangnya. Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa penerimaan terbesar berasal dari pemasaran konvensional karena pemasaran konvensional telah diterapkan cukup lama, sehingga pelanggan lebih banyak dibandingkan pemasaran *online* yang baru dilakukan dan sedang mencari pelanggan. Penerimaan terbesar pada pemasaran *online* diperoleh dari penjualan melalui WhatsApp karena jumlah pelanggan yang lebih banyak dibandingkan melalui Tokopedia. Hal ini disebabkan penjual dapat menawarkan produknya dengan aktif melalui fitur status, fitur *broadcast*, maupun secara personal kepada pelanggan di aplikasi WhatsApp.

Agroindustri dalam memproduksi bacang membutuhkan bahan baku (beras dan beras ketan), peralatan, bahan penunjang berupa daging ayam, garam, gula, kecap, penyedap rasa, bawang putih, bawang merah, minyak goreng, daun bambu, bawang goreng, dan tambahan telur asin untuk varian jumbo telur asin. Agroindustri juga menggunakan faktor produksi lain, yaitu dus, tali rafia, biaya transportasi, serta biaya listrik dan air. Peralatan yang digunakan agroindustri adalah dandang, spatula, kompor gas besar dan kecil, tong air, pompa air, tampah, lima kual, kulkas, dan motor. Secara keseluruhan agroindustri mengeluarkan biaya bahan baku, bahan penunjang, faktor produksi lain, tenaga kerja langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan penyusutan peralatan. Penggunaan biaya per produksi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya penggunaan sarana produksi di Agroindustri El Shaddai Food

Biaya	Varian bacang			Total (Rp)	Persen (%)
	Medium (Rp)	Jumbo (Rp)	Jumbo telur asin (Rp)		
Bacang nasi					
Beras	85.318,56	3.047,09	21.634,35	110.000,00	10,77
Tenaga kerja langsung	49.122,81	1.754,39	12.456,14	63.333,34	6,20
Bahan penunjang	217.982,46	7.785,09	97.874,12	323.641,67	31,70
Sumbangan faktor produksi lain	24.807,02	885,96	6.290,35	31.983,33	3,13
Tenaga kerja tidak langsung	88.421,05	3.157,89	22.421,05	114.000,00	11,17
Penyusutan peralatan	6.262,63	223,67	1.588,02	8.074,32	0,79
Total	471.914,53	16.854,09	162.264,03	651.032,66	63,76
Bacang ketan					
Beras ketan	50.239,23	13.397,13	6.363,64	70.000,00	6,86
Tenaga kerja langsung	26.315,79	7.017,54	3.333,33	36.666,66	3,59
Bahan penunjang	116.776,32	31.140,35	26.191,67	174.108,34	17,05
Sumbangan faktor produksi lain	13.289,47	3.543,86	1.683,33	18.516,66	1,82
Tenaga kerja tidak langsung	47.368,42	12.631,58	6.000,00	66.000,00	6,46
Penyusutan peralatan	3.354,98	894,66	424,96	4.674,60	0,46
Total	257.344,21	68.625,12	43.996,93	369.966,26	36,24
Total keseluruhan	729.258,73	85.479,21	206.260,97	1.020.998,93	100,00

Tabel 2. Pengadaan bahan baku di Agroindustri El Shaddai Food

Komponen	Harapan	Kenyataan
Waktu	Pengadaan bahan baku dapat dilakukan setiap hari dan bahan baku selalu tersedia pada saat dibutuhkan.	Pengadaan bahan baku dapat dilakukan setiap hari dan bahan baku selalu tersedia pada saat dibutuhkan.
Tempat	Tempat pemasok bahan baku yang terjangkau dari lokasi agroindustri.	Tempat pemasok dekat (± 2 km) dan terjangkau dari lokasi agroindustri, sehingga pemilik bisa datang ke tempat pemasok.
Jenis	Semua jenis beras dapat digunakan sebagai bahan baku.	Semua jenis beras dapat digunakan, jenis beras dipilih yang terbaik agar dihasilkan produk yang bagus. Agroindustri saat ini menggunakan campuran beras ramos dan pandan wangi.
Kualitas	Setengah beras berkualitas premium dan setengah beras berkualitas rendah.	Beras yang diberikan pemasok sesuai dengan permintaan agroindustri, yaitu beras premium yang dicampur dengan beras berkualitas rendah (1:1).
Kuantitas	Jumlah beras yang diterima sesuai dengan permintaan agroindustri.	Pemasok selalu memberikan jumlah beras yang diinginkan, yaitu 10 liter per hari dan beras ketan sebanyak 5 liter per hari.
Harga	Harga beras tidak terlalu tinggi dan diharapkan tidak ada kenaikan harga.	Pemasok memberikan harga yang lebih murah (Rp11.000,00 untuk beras dan Rp14.000,00 untuk beras ketan) dibandingkan penjual lain di pasar tersebut (Rp12.000,00 – Rp13.000,00 untuk beras dan Rp15.000,00- Rp16.000,00 untuk beras ketan), dan tidak ada kenaikan harga.

Tabel 1 menunjukkan bahwa bahan penunjang adalah biaya terbesar agroindustri dan biaya terkecil berasal dari penyusutan peralatan. Hal ini disebabkan bahan penunjang berperan penting dalam menghasilkan cita rasa produk, selain itu biaya pembelian daging ayam dalam biaya bahan penunjang cukup besar. Biaya penyusutan peralatan pada Agroindustri El Shaddai Food termasuk biaya terkecil karena peralatan yang digunakan cukup murah mengingat proses produksi masih dilakukan dengan cukup sederhana. Perhitungan biaya produksi dilakukan dengan *joint cost* karena agroindustri menghasilkan bacang nasi dan ketan dengan tiga varian.

Pengadaan Bahan Baku

Kegiatan pengadaan bahan baku pada Agroindustri El Shaddai Food dapat dilihat pada Tabel 2. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan bacang di Agroindustri El Shaddai Food adalah beras. Pengadaan bahan baku di agroindustri ini sudah memenuhi komponen enam tepat, karena kegiatan pengadaan bahan baku yang diharapkan sudah sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

Pemilik memperoleh 10 liter beras atau 7,53 kg dan lima liter beras ketan atau 3,765 kg dari Pasar Jembatan Dua yang bisa ditempuh sekitar enam menit dengan sepeda motor. Pengadaan bahan baku dilakukan sekali dalam satu hari produksi

karena jarak yang dekat dan menghindari kerusakan kualitas beras akibat waktu simpan dan banjir. Agroindustri juga mempertimbangkan kondisi lalu lintas DKI Jakarta yang cukup buruk yang berakibat pada waktu tempuh dan biaya penggunaan bahan bakar, sehingga pemilik memilih lokasi tersebut.

Agroindustri El Shaddai Food menggunakan campuran beras pulen dan pera untuk membuat bacang yang sempurna. Apabila hanya menggunakan beras pulen, maka konsumen akan cepat kenyang dan jumlah produk yang dibeli sedikit, selain itu harga beras pulen cukup mahal bagi agroindustri (sekitar Rp13.000,00 per liter).

Apabila agroindustri hanya menggunakan beras pera, maka bacang akan sulit dibentuk menjadi prisma segitiga dan keras untuk dikonsumsi, meskipun harganya lebih murah (sekitar Rp9.000,00 per liter). Harga yang diterima agroindustri lebih rendah jika membeli di pemasok lain karena pemilik agroindustri sudah berlangganan cukup lama dengan pemasok tersebut. Jika pemasok tersebut tidak memiliki jumlah dan jenis beras yang diinginkan, maka agroindustri akan membeli beras di pemasok lain yang berjualan di pasar tersebut.

Analisis Biaya Pokok Produksi

Biaya pokok merupakan total biaya produksi dibagi dengan jumlah produksi. Selisih antara

biaya pokok dengan pemasaran konvensional dan pemasaran *online* disajikan pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, maka dapat diketahui bahwa penerapan harga pada pemasaran *online* lebih tinggi jika dibandingkan pada pemasaran konvensional, baik pada kondisi produksi normal, yaitu pada hari-hari biasa, maupun pada produksi tinggi, yaitu pada Hari Bacang.

Hal ini dapat dilihat dari nilai selisih yang positif antara biaya pokok produksi dengan harga jualnya, selisih yang akan menjadi keuntungan agroindustri ini menunjukkan pemasaran *online* memberikan sumbangan keuntungan yang lebih tinggi. Pemasaran *online* memberikan keuntungan yang lebih tinggi karena nilai selisih yang lebih tinggi dibandingkan pemasaran konvensional.

Secara keseluruhan, bacang nasi memberikan nilai selisih yang lebih tinggi dibandingkan pada bacang ketan. Hal ini disebabkan harga beras ketan (Rp14.000,00) lebih mahal dibandingkan harga beras (Rp11.000,00), namun agroindustri menerapkan harga jual yang sama, sehingga bacang nasi memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan bacang ketan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rosita, Hudoyo, dan Soelaiman (2019) tentang Analisis Usaha, Nilai Tambah, dan Kesempatan Kerja Agroindustri Tahu di Bandar Lampung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan biaya pokok agroindustri tahu di Bandar Lampung kurang dari harga jualnya sehingga pengrajin tahu sudah memperoleh keuntungan.

Tabel 3. Analisis biaya pokok produksi bacang ayam di Agroindustri El Shaddai Food

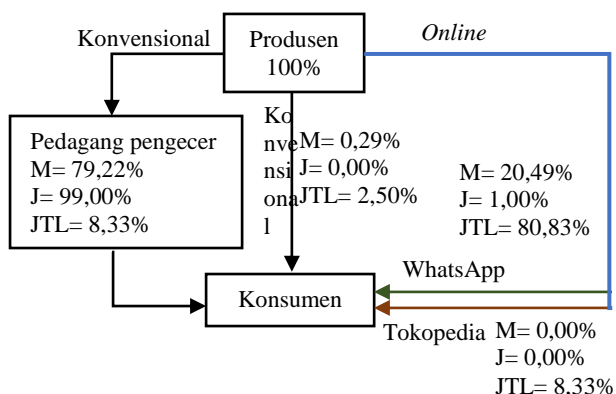
Jenis bacang	Harga Jual (Rp)	Biaya Pokok (Rp)		Selisih (Rp)	
		Nasi	Ketan	Nasi	Ketan
Kondisi produksi normal					
Pemasaran konvensional					
Medium	5.000,00	4.213,52	4.289,07	786,48	710,93
Jumbo	11.000,00	8.427,05	8.578,14	2.572,95	2.421,86
Jumbo telur asin	17.500,00	11.427,05	11.578,14	6.072,95	5.921,86
Pemasaran online					
Medium	9.775,00	4.213,52	4.289,07	5.561,48	5.485,93
Jumbo	18.000,00	8.427,05	8.578,14	9.572,95	9.421,86
Jumbo telur asin	21.875,00	11.427,05	11.578,14	10.447,95	10.296,86
Kondisi produksi tinggi					
Pemasaran konvensional					
Medium	10.000,00	4.573,17	4.648,72	5.426,83	5.351,28
Jumbo	15.000,00	9.146,34	9.297,44	5.853,66	5.702,56
Jumbo telur asin	25.000,00	12.146,34	12.297,44	12.853,66	12.702,56
Pemasaran online					
Medium	15.000,00	4.573,17	4.648,72	10.426,83	10.351,28
Jumbo	22.000,00	9.146,34	9.297,44	12.853,66	12.702,56
Jumbo telur asin	27.000,00	12.146,34	12.297,44	14.853,66	14.702,56

Keragaan Pasar

Agroindustri memasarkan produknya melalui dua saluran distribusi, yaitu produsen langsung ke konsumen dan produsen menyampaikan produknya ke konsumen melalui pedagang pengecer. Saluran distribusi bacang dapat dilihat pada Gambar 3. Gambar 3 menunjukkan bahwa sebagian besar bacang medium dan jumbo diserap pada pemasaran konvensional, sedangkan bacang jumbo telur asin paling banyak dijual pada pemasaran *online*. Tabel 4 menunjukkan margin pemasaran pada saluran II. Nilai RPM menunjukkan bahwa setiap Rp1,00 yang dikeluarkan pedagang pengecer akan mendatangkan keuntungan baginya sebesar Rp0,15 untuk bacang medium, Rp0,22 untuk bacang jumbo, dan Rp0,39 untuk bacang jumbo telur asin. Saluran distribusi I yang dibagi melalui konvensional dan *online* merupakan saluran distribusi yang paling efisien karena keuntungan pemasaran dinikmati produsen atau pangsa produsen pada saluran I adalah 100 persen. Hal ini sejalan dengan penelitian Aryiansyah, Widjaya, dan Situmorang (2015) yang meneliti pemasaran susu kambing di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedung Tataan, Kabupaten Pesawaran yang menyatakan saluran 2, yaitu produsen menjual langsung ke konsumen lebih menguntungkan produsen.

Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung berperan penting dalam pengembangan agroindustri. Shafira, Lestari dan Affandi (2018) menyatakan bahwa jasa layanan pendukung berdampak positif bagi kegiatan agroindustri. Pemanfaatan jasa layanan pendukung di Agroindustri El Shaddai Food disajikan pada Tabel 5.



Gambar 3. Saluran distribusi agroindustri bacang

Tabel 4. Margin pemasaran agroindustri bacang

Produk bacang	Pf	Pr	Mj	
	(Rp/biji)	(Rp/biji)	Rp/biji	%
Medium	4.750,00	7.000,00	2.250,00	32,14
Jumbo	10.000,00	12.000,00	2.000,00	16,67
Jumbo telur asin	15.000,00	17.000,00	2.000,00	11,76

Produk bacang	RPM	PS
	(%)	(%)
Medium	0,15	67,86
Jumbo	0,22	83,33
Jumbo telur asin	0,39	88,24

Keterangan:

- M = Produk bacang medium
- J = Produk bacang jumbo
- JTL = Produk bacang jumbo telur asin
- Pf = Harga produsen
- Pr = Harga pedagang pengecer
- Mj = Margin pemasaran
- RPM = Rasio profit margin
- PS = *Producer share*/pangsa produsen

Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung berperan penting dalam pengembangan agroindustri. Shafira, Lestari dan Affandi (2018) menyatakan bahwa jasa layanan pendukung berdampak positif bagi kegiatan agroindustri. Pemanfaatan jasa layanan pendukung di Agroindustri El Shaddai Food disajikan pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa jasa layanan pendukung yang tersedia di sekitar lokasi agroindustri sebagian besar belum dimanfaatkan, yaitu lembaga keuangan, lembaga penelitian, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan pemilik, suku bunga pinjaman yang tinggi pada bank, serta terbatasnya pelatihan dan penyuluhan dari lembaga terkait. Jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan maksimal adalah pasar dan sarana transportasi.

Hingga saat ini, pemilik belum memanfaatkan bank yang tersedia di sekitar lokasi agroindustri karena suku bunga pinjaman yang cukup tinggi, syarat yang rumit, dan modal yang dianggap pemilik masih memadai. Jika modal agroindustri lebih banyak, maka agroindustri memungkinkan untuk membuka toko agar produknya bisa ditampilkan dan dipasarkan langsung ke konsumen. Lembaga penelitian yang tersedia bagi agroindustri adalah perguruan tinggi dan BPOM, namun belum dimanfaatkan karena lokasi yang cukup jauh dan anggapan bahwa produk bacang memiliki kandungan bahan yang umum dan sudah diketahui masyarakat.

Tabel 5. Ketersediaan dan pemanfaatan jasa layanan pendukung oleh Agroindustri El Shaddai Food

Jasa layanan pendukung	Pengadaan bahan baku		Pengolahan		Pemasaran	
	Keberadaan	Pemanfaatan	Keberadaan	Pemanfaatan	Keberadaan	Pemanfaatan
Lembaga keuangan	Ada	Belum	Ada	Belum	Ada	Belum
Lembaga penelitian	Ada	Belum	Ada	Belum	Ada	Belum
Kebijakan pemerintah	Ada	Sudah	Ada	Sudah	Ada	Belum
Pasar	Ada	Sudah	Ada	Sudah	Ada	Sudah
Sarana transportasi	Ada	Sudah	-	Sudah	Ada	Sudah
Teknologi informasi dan komunikasi	Ada	Belum	Ada	Belum	Ada	Sudah

Hasil penelitian resmi dari lembaga penelitian mengenai bacang hingga saat ini masih sedikit sehingga upaya pengembangan agroindustri masih terbatas pada pengetahuan dan pengalaman pemilik. Agroindustri belum mendaftarkan izin usahanya karena keterbatasan pengetahuan pemilik. Agroindustri juga belum memanfaatkan internet dalam pengadaan *input* dan pengolahan karena pemilik kurang memahami cara penggunaan internet dan telepon genggam.

Adanya koperasi akan membantu permodalan dan pemasaran bacang. Koperasi memberikan pinjaman modal dengan suku bunga yang lebih rendah, syarat yang lebih mudah dipahami, dan tambahan penerimaan dari SHU (Sisa Hasil Usaha) bagi pelaku agroindustri. Apabila pemilik agroindustri mendaftarkan izin usahanya, maka akan memudahkan agroindustri dalam peredaran produk, memberikan kepastian produk, kemudahan akses pembiayaan, serta pemberdayaan dari pemerintah dan lembaga lainnya. Penggunaan internet dalam pengadaan *input* dan pengolahan akan memberikan informasi mengenai harga *input* yang lebih murah serta pengolahan yang lebih modern dan inovatif.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 4/M-DAG/PER.1.2012 tentang cadangan beras pemerintah untuk stabilisasi harga yang memuat pelaksanaan operasi pasar. Operasi pasar mencegah terjadinya kenaikan harga sehingga harga beras yang diterima agroindustri stabil dalam tiga tahun terakhir.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diperhatikan bahwa pemerintah dan instansi terkait berperan penting dalam pengembangan UMKM, seperti membangun koperasi di wilayah sekitar agroindustri, panduan untuk memahami kebijakan yang ada, dan pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku UMKM untuk menghadapi industri 4.0.

KESIMPULAN

Pengadaan bahan baku pada Agroindustri El Shaddai Food sudah memenuhi komponen enam tepat. Penetapan harga jual bacang medium, jumbo, dan jumbo telur asin sudah melebihi biaya pokok produksi, sehingga usaha menguntungkan. Kegiatan pemasaran dilakukan pada dua saluran, saluran I adalah pemasaran langsung ke konsumen dengan pemasaran konvensional dan pemasaran *online*. Saluran II adalah produsen melalui pedagang pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen. Saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran I. Jasa layanan pendukung yang sudah dimanfaatkan maksimal adalah pasar dan sarana transportasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali MF, Situmorang S, dan Murniati K. 2017. Analisis efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(3): 258-266. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/1638/1464>. [28 Februari 2019].
- Arviansyah R, Widjaya S, dan Situmorang S. 2015. Analisis pendapatan dan sistem pemasaran susu kambing di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 3(4): 363-369. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/1085/990>. [20 Februari 2020].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2018. *Konsumsi Kalori dan Protein Penduduk Indonesia dan Provinsi*. Badan Pusat Statistik. Jakarta. <https://www.bps.go.id/publication/2019/06/28/6c3e612103685265b1c482dc/konsumsi-kalori-dan-protein-penduduk-indonesia-dan-provinsi--september-2018.html>. [13 Oktober 2019]
- _____. 2019. *Statistik Indonesia 2019*. Badan Pusat Statistik. Jakarta. <https://www.bps.go.id/publication/>

- 2019/07/04/daac1ba18cae1e90706ee58a/statistik-indonesia-2019.html. [7 Juli 2020].
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kemala VP, Hudoyo A, dan Soelaiman A. 2019. Analisis usaha, nilai tambah, dan kesempatan kerja agroindustri tempe di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(3): 361-367. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/3774/2775> . [13 Juli 2020].
- Rosita, Hudoyo A, dan Soelaiman A. 2019. Analisis usaha, nilai tambah, dan kesempatan kerja agroindustri tahu di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(2): 211-218. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/3383/2584>. [16 Juni 2020].
- Shafira F, Lestari DAH, dan Affandi MI. 2018. Analisis keragaan agroindustri tahu kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 6(3): 279-287. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/3025/2414>. [12 Oktober 2019].
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suprihatini R. 2004. Perkembangan dan pemilihan prioritas jenis industri hilir teh di Indonesia. *Media SOCA*, 4(3):299-304. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca/article/download/4058/3047/>. [13 Juli 2020].
- Widjaya, ES. 2010. Studi Perpanjangan Umur Simpan Produk Bakcang Ayam Dengan Kombinasi Perlakuan Pengemasan Vakum dan Pasteurisasi. Program Studi Teknologi Pangan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Skripsi*. <Http://Repository.Unika.Ac.Id/8208/1/06.70.0158%20edwin%20sugiharto%20widjaya%20cover.Pdf>. [16 Juni 2020]