

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN USAHA KERUPUK KULIT
DI KOTA BUKITTINGGI**
(Studi Kasus: Pada Industri kecil Kerupuk Kulit Gunung Merapi
di Kelurahan Pakan Labuh, Kecamatan Aur Birugo Tigo Baluh Bukittinggi)

SKRIPSI

Oleh:

NEFRIZAL
05 164 002



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2010**

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN USAHA KERUPUK KULIT
DI KOTA BUKITTINGGI**
**(Studi Kasus: Pada Industri kecil Kerupuk Kulit Gunung Merapi
di Kelurahan Pakan Labuh, Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Bukittinggi)**

NEFRIZAL, dibawah bimbingan
Ir. Ismet Iskandar dan Nurhayati, S.Pt, MM
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang 2009

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Kecil Kerupuk Kulit Gunung Merapi di Jalan Pendidikan No. 15, Kelurahan Pakan Labuh, Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh, Kota Bukittinggi dari tanggal 30 Juni sampai 30 Juli 2009. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis karakteristik pedagang perantara, bauran pemasaran dan menghitung margin pemasaran pada Industri Kerupuk Kulit Gunung Merapi di Kota Bukittinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada produsen kerupuk kulit dan metode survey pada lembaga pemasaran yang terlibat. Sedangkan penentuan responden dengan menggunakan metode sensus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui pengamatan langsung dilapangan dan melakukan wawancara dengan produsen serta pedagang yang terlibat, dengan menggunakan bantuan daftar pertanyaan (kuisisioner). Data sekunder diambil dari instansi terkait. Dalam analisis ini akan digunakan dua teknik analisa data yaitu analisa kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh Industri kerupuk kulit Gunung Merapi terdiri dari dua jenis yaitu Kerupuk *latua* dan kerupuk kulit siap konsumsi, harga produk ditetapkan dengan metode penetapan harga biaya tambahan dengan tetap memperhatikan harga pasar, jenis saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Bentuk promosi yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Gunung Merapi ini adalah promosi penjualan dengan *personal selling* dan publisitas. Rataan biaya pemasaran untuk saluran II yaitu sebesar Rp. 414.34,-/kg, pada saluran III sebesar Rp. 826,67,-/kg untuk pedagang besar dan untuk pedagang pengecer sebesar Rp. 1.082,98,-/kg. Margin pemasaran pada saluran II adalah sebesar Rp. 21.666,67,-/kg. Sedangkan pada saluran III margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 29.375,-/kg yang terdiri dari Rp. 11.000,-/kg pada pedagang besar dan Rp. 18.375,-/kg pada pedagang pengecer.

Kata Kunci: Analisis, Sistem Pemasaran, Usaha Kerupuk Kulit

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan subsektor peternakan merupakan bagian dari pembangunan sektor pertanian yang mempunyai peranan sangat penting dalam menunjang kebutuhan protein hewani. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya makanan bergizi seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, pengetahuan, taraf hidup, dan pendapatan masyarakat (Dinas Peternakan Sumatera Barat, 2007).

Dalam meningkatkan nilai tambah baik produk pertanian maupun peternakan, ini mencakup dalam ruang lingkup agroindustri atau industri rumah tangga. Agroindustri adalah usaha yang berbahan baku pertanian atau peternakan. Salah satu agroindustri yang menekankan pada *food processing* adalah usaha kerupuk kulit. Upaya merebut peluang pasar merupakan salah satu dari tujuan perusahaan. Dimana persaingan dimenangkan oleh perusahaan yang mampu menawarkan kualitas produk bagus dan relatif murah.

Salah satu industri kecil yang bergerak dalam pengolahan hasil peternakan yang ada Sumatera Barat adalah khususnya di kota Bukittinggi adalah industri kecil Kerupuk Kulit Gunung Merapi yang didirikan pada tahun 1972 oleh Hj. Yasmi dengan izin usaha yang keluar pada tahun 1986 dan telah diperbaharui pada tahun 2007.

Diawal berdirinya Industri kecil kerupuk kulit Gunung Merapi ini, merupakan industri rumah tangga yang kemudian berkembang menjadi industri kecil. Mula berdirinya usaha ini telah memproduksi kerupuk kulit 50 kg/minggu dan sampai saat sekarang ini sudah memproduksi \pm 1ton/bulan, ini merupakan suatu perkembangan yang sangat bagus bagi industri kecil Usaha kerupuk Kulit Gunung

Merapi. Usaha kerupuk kulit ini merupakan usaha kerupuk kulit terbesar di kota Bukittinggi (Dinas Perindagkop Bukittinggi, 2008).

Jumlah usaha yang bergerak didalam usaha kerupuk kulit dikota Bukittinggi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Usaha Kerupuk Kulit dikota Bukittinggi pada tahun 2008.

No	Nama Usaha	Alamat	Jumlah produk/ tahun/kg	Nilai Usaha /Tahun (000)			
				Nilai bahan baku	Nilai produk	Nilai Investasi	Omset
1	Kerupuk jangek gunung merapi	Kec. Aur Birugo Tigo Baleh	12.000	660.000	74.210	3.900	907.200
2	Kerupuk jangek Iwan	Kec. Aur Birugo Tigo Baleh	10.800	400.000	481.070	2.000	604.800
3	New Guci MAs	Mandi angin Koto Selayan	7.200	232.650	450.000	6.000	510.000

Sumber: Dinas Perindagkop Bukittinggi, 2008

Dari tiga usaha kerupuk kulit tersebut, usaha kerupuk jangek Gunung Merapi adalah usaha yang memiliki nilai Omzet terbesar yaitu Rp.907.200.000,-/tahun dengan jumlah produksi 12.000 kg/tahun.

Keberhasil usaha Kerupuk Kulit Gunung merapi dalam merintis usahanya tidak terlepas dari aspek teknis yang ditunjang oleh aspek ekonomis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran.pemasaran salah satu mata rantai sistem usaha dan mempunyai peranan yang penting bagi pengembangan usaha tersebut. Pemasaran merupakan proses lanjutan dari produksi dimana pemasaran sangat penting bagi pengusaha dalam rangka menyampaikan hasil produksinya ke konsumen.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai "Analisa Pemasaran Kerupuk Kulit pada Industri Kerupuk Kulit Gunung Merapi di Kota Bukittinggi" selama satu bulan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik masing-masing pedagang perantara berdasarkan umur, masih berkisar dalam umur yang produktif kecuali 2 orang yaitu satu orang berusia pra-produktif dan satu orang berusia pro-produktif. Sedangkan tingkat pendidikan mayoritas berada pada tingkat tamat SLTA dan pengalaman usaha berkisar satu sampai lima tahun (58,06% pedagang pengecer dan 60% pedagang besar).
2. Industri kerupuk kulit Gunung Merapi sudah menerapkan keempat komponen bauran pemasaran atau 4P dalam sistem pemasarannya, adapun bauran pemasaran yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:
 - a. Produk (*Product*) yang dihasilkan oleh industri kerupuk kulit Gunung Merapi dari dua jenis yaitu kerupuk "*latua*" dan kerupuk kulit siap konsumsi yang tergolong kedalam produk konsumsi jenis konvenien.
 - b. Harga produk dijual dengan harga yang beragam yaitu untuk kerupuk "*latua*" berkisar antara Rp.70.000,- hingga Rp. 72.000,- per kilogram.
 - c. Dalam sistem distribusi industri kerupuk kulit Gunung Merapi menerapkan 2 jenis saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung perusahaan menjual langsung produk kerupuk kulit "*latua*" dan kerupuk kulit siap konsumsi kepada pelanggan, dan dengan distribusi tidak

langsung yaitu perusahaan menggunakan jasa perantara dalam hal ini adalah pedagang besar dan pedagang pengecer untuk menjual produknya kepada konsumen.

- d. Sementara itu, bentuk promosi yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Gunung Merapi ini adalah promosi penjualan dengan *personal selling* dan *publisitas*.
3. Rataan margin pemasaran pada saluran yang kedua adalah Rp. 21.666,67,-/kg sedangkan rataan margin pada saluran yang ketiga berjumlah Rp. 29.375,-/kg, dimana untuk pedagang grosir memiliki rataan sebesar Rp.11.000,-/kg dan pada pedagang pengecer memiliki rataan margin sebesar Rp.18.375,-/kg.

B. Saran

Dari analisa Bauran Pemasaran, bagian promosi sangat perlu ditingkatkan lagi, misalnya memberikan potongan harga atau diskon khusus untuk pembeli dalam jumlah yang banyak, karena itu dapat meningkatkan minat beli konsumen, pedagang pengecer maupun pedagang besar. Selanjutnya kerupuk kulit siap konsumsi agar ditimbang terlebih dahulu, sehingga berat kerupuk kulit siap konsumsi dapat diketahui dengan pasti yang dikonversikan kedalam kilogram. Hal ini bertujuan untuk mempermudah perhitungan tingkat keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwilaga. 1982. Ilmu Usaha Tani. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Atmakusuma, Y. 1998. Tataniaga Peternakan. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Azzaino, Z. 1881. Pengantar Tataniaga Pertanian. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2000. Statistik Industri Rumah Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat, Padang.
- Daniel, R.M. 2002. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Dawney, W.D dan I.B Ericson. S.P. 1992. Manajemen Agribisnis, Edisi II. Terjemahan: Rachidayat Ganda S. Erlangga, Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Bukittinggi. 2008. Laporan Tahunan Departemen Perindustrian dan Perdagangan 2007/2008. Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Bukittinggi.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Padang. 2000. Laporan Tahunan Departemen Perindustrian dan Perdagangan 1999/2000. Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Padang.
- Dinas Peternakan. 2007. Program Pembangunan Peternakan Tahun 2007. Pemerintah Daerah Propinsi Sumatera Barat, Padang
- Djalil, M., I.M, Sughita dan L. Ibrahim. 1982. Teknologi kulit. Diktat. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang
- Hanafiah dan Saefuddin. A.M. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Indonesia University Press, Jakarta.
- Haryati, R. 2001. Analisis usaha dan bauran pemasaran kerupuk kulit. studi kasus industri kecil kerupuk kulit sejati di Desa Tigo Tumpuak Kecamatan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang.
- Hilda. 2005. Prospek pengembangan usaha kerupuk kentang pada industri milano food di Padang. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang.
- Ibrahim, Y. 2003. Studi Kelayakan Usaha. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Judoamidjojo, R.M. 1979. Dasar Teknologi Kimia Kulit. Institut Pertanian Bogor, Bogor