

**ANALISA PEMASARAN KERUPUK KULIT PADA INDUSTRI KECIL
KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh :

EKO SEPTIAWAN

01 164 059



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2006

**ANALISA PEMASARAN KERUPUK KULIT PADA INDUSTRI KECIL
KERUPUK KULIT SARI JANGEK DI KOTA PADANG**

Eko Septiawan, dibawah bimbingan
Ir. Syafril, Ms dan Ir. Boyon, Mp
Program Studi Sosial Ekonomi
Jurusan Produksi Ternak Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang 2006

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Industri Kecil Kerupuk Kulit Sari Jangek yang beralamat di Kampung Kelawi Timur No. 33 Padang dari tanggal 20 Juni sampai 25 Juli 2006. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bauran pemasaran dan menghitung besarnya biaya dan margin pemasaran pada industri kerupuk kulit Sari Jangek.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui pengamatan langsung dilapangan dan melakukan wawancara dengan pimpinan industri serta pedagang yang terlibat, dengan menggunakan bantuan daftar pertanyaan (kuisisioner). Data sekunder diambil dari instansi terkait dan berhubungan dengan judul penelitian. Dalam kajian ini akan digunakan dua teknik analisa data yaitu analisa kualitatif dan kuantitatif

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek terdiri dari dua jenis yaitu kerupuk "latua" (kerupuk kulit siap saji) 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 Sari Jangek ini adalah promosi penjualan dengan personal seling dan publisitas. Biaya pemasaran untuk masing-masing saluran adalah sebesar Rp. 1.223,64,-/kg dan untuk saluran yang pertama sedangkan biaya pemasaran untuk saluran yang kedua yaitu sebesar Rp.2.489,77,-/kg. Margin pemasaran pada saluran yang pertama adalah sebesar Rp.13.857,96,-/kg sedangkan margin pada saluran yang kedua berjumlah sebesar Rp.17.930,68,-/kg, yang terdiri dari sebesar Rp.9.868,18,-/kg pedagang grosir dan Rp.8.062,5,-/kg.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Biaya Pemasaran, dan Margin Pemasaran

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Program pengembangan industri dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis berskala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia, sehingga berdampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Di Kota Padang terdapat sebanyak 4212 unit usaha industri kecil, diantaranya terdapat industri berbagai macam kerupuk dan sejenisnya sebanyak 178 unit usaha dengan kapasitas produksi tahun 2005 sebanyak 905.241 Kg dengan nilai produksi sebesar Rp.9.441.204.000.- dan nilai investasinya Rp.525.780.000.- (Diperindag, 2005). Salah satu industri kerupuk yang menggunakan bahan baku utama produk peternakan yang menghasilkan kerupuk kulit adalah Industri Kerupuk Kulit Sari Jangek.

Industri kerupuk kulit Sari Jangek ini dirintis sejak tahun 1975 dan pertama kali didirikan di daerah Air Camar Kelurahan Parak Gadang Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Seiring dengan berkembangnya usaha pada tahun 1986 industri kerupuk kulit Sari Jangek pindah lokasi yaitu di Kampung Kelawi Timur no 33 Padang. Usaha kerupuk kulit Sari Jangek saat ini memanfaatkan 12 orang tenaga kerja. Dilihat dari jumlah penggunaan tenaga kerja, maka usaha kerupuk kulit Sari Jangek ini digolongkan kepada industri kecil (Dinas Peternakan, 2005).

Industri kerupuk kulit Sari Jangek adalah Industri pengolahan kulit temak menjadi kerupuk kulit. Dalam proses produksinya industri ini menghasilkan 3 jenis komoditi atau produk yaitu ; kerupuk mentah, kerupuk "latua" (kerupuk setengah jadi), dan kerupuk yang siap untuk dikonsumsi. Bahan bakunya berupa kulit hewan kerbau dan sapi.

Keberhasilan usaha industri kerupuk kulit disamping ditentukan pada aspek teknis usaha kerupuk kulit tersebut juga harus ditunjang oleh aspek ekonomis yang meliputi aspek pasar dan pemasaran. Pemasaran sebagai salah satu mata rantai sistim 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 pada konsumen.

Pada awal berdirinya usaha, pemasaran kerupuk kulit pada industri kerupuk kulit Sari Jangek ini hanya dilakukan di dalam kota Padang saja. Seiring dengan berkembangnya usaha ini maka permintaan terhadap produk kerupuk kulit semakin meningkat, saat ini Pemasaran kerupuk kulit yang diproduksi oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek sudah tersebar di kota Padang maupun diluar Kota Padang seperti Pesisir Selatan, Sawahlunto Sijunjung, Payakumbuh dan Pangkalan serta kota Medan.

Adanya persaingan dari perusahaan sejenis, baik dalam pengelolaan produksi maupun pada sistim pemasaran suatu produk akan mempengaruhi penerimaan laba perusahaan yang pada gilirannya akan mempengaruhi perkembangan perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus senantiasa memperhatikan bidang pemasaran produknya karena pemasaran

merupakan faktor penentu bagi besarnya volume penjualan yang berarti mempengaruhi perolehan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, industri kerupuk kulit Sari Jangek harus memilih dan menetapkan sistem pemasaran yang berkaitan erat dengan jalannya usaha yaitu variabel-variabel produk, harga, distribusi dan promosi sehingga upaya perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan produk dapat tercapai.

Untuk melihat sistem pemasaran yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek selama ini dalam upaya untuk menghadapi persaingan dimasa yang akan datang, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul ” **Analisa Pemasaran Pada Industri Kecil Kerupuk Kulit Sari Jangek Di Kota Padang** ”

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai “Analisa Pemasaran Kerupuk Kulit Pada Industri Kerupuk Kulit Sari Jangek di Kota Padang “ selama tahun 2006, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Industri kerupuk kulit Sari Jangek 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 Sari Jangek terdiri dari dua jenis yaitu kerupuk “*latua*” dan kerupuk kulit siap konsumsi yang tergolong kedalam produk konsumsi jenis konvenien yaitu barang yang mudah dipakai, membelinya dapat disembarang tempat, dan setiap waktu. Kerupuk kulit yang dihasilkan memiliki rasa yang renyah dan gurih
 - b. Hasil produksi dijual dengan harga yang beragam yaitu untuk kerupuk “*latua*” berkisar antara Rp.65.000,- hingga Rp.72.000,- per kilogram dan harga kerupuk kulit siap konsumsi mulai dari harga yang terendah yaitu Rp 400,- hingga harga tertinggi yaitu Rp 2000,- perbungkus. Harga produk ditetapkan dengan metode penetapan harga biaya tambahan dengan tetap memperhatikan harga pasar.
 - c. Dalam sistim distribusi industri kerupuk kulit Sari Jangek menerapkan 2 jenis saluran distribusi yaitu saluran distribusi langsung berarti

perusahaan menjual langsung produk kerupuk "latua" dan sebagian kecil produk kerupuk kulit siap konsumsi kepada pelanggan, dan dengan distribusi tidak langsung yaitu perusahaan menggunakan jasa perantara, dalam hal ini adalah pedagang besar (Wholesaler) dan pedagang pengecer (retailer) untuk menjual produknya kepada konsumen.

- d. Sementara itu bentuk promosi yang dilakukan oleh industri kerupuk kulit Sari Jangek ini adalah promosi penjualan dengan personal selling dan publisitas
2. Biaya pemasaran untuk masing-masing saluran adalah sebesar Rp.1.223,64,-/kg dan untuk saluran yang kedua sedangkan biaya pemasaran untuk saluran yang ketiga yaitu sebesar Rp.2.489,77,-/kg.
3. Margin pemasaran pada saluran yang kedua adalah sebesar Rp.13.857,96,-/kg sedangkan margin pada saluran yang ketiga berjumlah sebesar Rp.17.930,68,-/kg, yang terdiri dari sebesar Rp.9.868,18,-/kg pedagang grosir dan Rp.8.062,5,-/kg untuk pedagang pengecer.
4. laba atau keuntungan yang didapatkan oleh pedagang pada masing-masing saluran adalah Rp.12.634,32,-/kg pada saluran yang kedua sedangkan untuk saluran yang ketiga adalah Rp.8.290,9,-/kg untuk pedagang grosir dan Rp.7150,-/kg untuk pedagang pengecer.
5. Dari hasil perbandingan dengan industri sejenis, tidak terlihat perbedaan yang begitu mendasar dari dua industri kerupuk kulit. Perbedaan yang terlihat yaitu pada mutu produk, bentuk dan ukuran serta harga produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. H. 1978. *Pola Pemasaran Hasil Ternak di Sumatera Barat*. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.
- Atmakusuma, Yuniar. 1998. *Tataniaga Peternakan*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Azzaino, Z. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Biro Pusat Statistik. 1997. *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. BPS Sumatera Barat. Padang.
- Daniel, R. Moehar. 2002. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi aksara. Jakarta.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 2005. *Laporan Tahunan Departemen Perindustrian dan Perdagangan 2004/2005*. Departemen Perindustrian dan Perdagangan Padang.
- Djalil, M, I. M, Sughita, L. Ibrahim. 1982. *Teknologi Kulit*. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. Padang.
- Hanafiah, dan Saefuddin, A.M. 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI-Press. Jakarta.
- Haryati, Rosi. 2000. *Analisis Usaha dan Bauran Pemasaran Kerupuk Kulit, Studi Kasus Industri Kecil Kerupuk Kulit Sejati di Desa Tigo Tumpuak Kecamatan Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar*. Fakultas Pertanian Unand. Padang.
- Judoamidjojo, R. M. 1979. *Dasar Teknologi Kimia Kulit*. IPB. Bogor.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Buku satu. Edisi Delapan. Penerbit Salemba Empat . Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen pemasaran; Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Buku satu. Edisi Kedelapan. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Prehallindo. Jakarta.