

**ANALISIS PASOKAN BAHAN BAKU DAN PEMASARAN
KERIPIK UBI KAYU
(STUDI KASUS: DESA AIR HITAM KECAMATAN GEBANG
KABUPATEN LANGKAT)**

SKRIPSI

Oleh :

**EVI YULANDA
NPM : 1404300002
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**ANALISIS PASOKAN BAHAN BAKU DAN PEMASARAN
KERIPIK UBI KAYU
(STUDI KASUS: DESA AIR HITAM KECAMATAN GEBANG
KABUPATEN LANGKAT)**

SKRIPSI

Oleh :

**EVI YULANDA
NPM : 1404300002
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing

Ketua


Dr. Ir. Mhd Buchari Situmea, M.Si

Anggota


Sasmiza Siregar, S.P., M.Si

**Disahkan Oleh :
Dekan**




M. Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 27 Maret 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Evi Yulanda

Npm : 1404300002

Judul : "ANALISIS PASOKAN BAHAN BAKU DAN PEMASARAN KERIPIK UBI KAYU (STUDI KASUS: DESA AIR HITAM KECAMATAN GEBANG KABUPATEN LANGKAT)".

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Pasokan Bahan Baku dan Pemasaran Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus: Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programing yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan,

Yang Menyatakan


Evi Yulanda

RINGKASAN

EVI YULANDA (1404300002/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi **“ANALISIS PASOKAN BAHAN BAKU KERIPIK UBI KAYU” Studi Kasus : Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.** Dibimbing Oleh Dr. Ir. Mhd. Buchari Sibuea, M.Si dan Sasmita Siregar, S.P, M.Si.

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana rantai pasokan bahan baku, saluran pemasaran, dan tingkat efisiensi pemasaran keripik ubi kayu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pasokan bahan baku keripik ubi kayu, saluran pemasaran keripik ubi kayu, serta efisiensi pemasaran keripik ubi kayu.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposive berdasarkan pertimbangan bahwa daerah yang diteliti berdasarkan kriteria usaha dimana lokasi usaha lebih dominan dan salah satu sentra produksi keripik ubi kayu. Pengambilan sampel pelaku usaha keripik ubi kayu ditentukan dengan metode sensus, dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah dari populasi yang ada yaitu 10 pelaku usaha keripik ubi kayu. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk menganalisis pasokan bahan baku keripik ubi kayu digunakan dengan metode analisis deskriptif, sedangkan untuk mengetahui saluran pemasaran keripik ubi kayu dengan cara mengikuti jalur distribusi ataupun pemasaran keripik ubi kayu dan untuk menganalisis efisiensi pemasaran digunakan rumus efisiensi menurut buku Soekartawi (1993).

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa rantai pasokan bahan baku di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yaitu, (Petani Ubi Kayu → Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu). Di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat hanya ada satu saluran pemasaran yaitu (Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu→Konsumen), nilai efisiensi pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang adalah 48,53 % artinya terlihat jelas bahwa nilai efisiensi lebih kecil dari 50 %, jika nilai efisiensi lebih kecil dari 50 % maka pemasaran keripik ubi kayu efisien.

RIWAYAT HIDUP

Evi Yulanda, lahir di Kwala Pesilam, Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 20 November 1996. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Jumali dan Ibu Yuliana. Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2002 masuk Sekolah Dasar Negeri 050680 Padang Tualang Kabupaten Langkat, tamat pada tahun 2008.
2. Tahun 2008 masuk Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Tanjung Pura Kabupaten Langkat, tamat tahun 2011.
3. Tahun 2011 masuk Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tanjung Pura Kabupaten Langkat, tamat tahun 2014.
4. Tahun 2014 menempuh pendidikan di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
5. Tahun 2017 mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. SOCFINDO Bangun Bandar Tanjung Maria.
6. Bulan januari 2018 melaksanakan penelitian skripsi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penulisan skripsi ini, perlu banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin banyak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir.
2. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Jumali dan Ibunda Yuliana yang penuh kasih sayang telah mengasuh dan membimbing serta memberikan dukungan baik secara moril maupun secara material serta doa dan motivasi.
3. Ibu Ir. Asritarnarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P, M.Si, selaku ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
5. Bapak Dr. Ir. Mhd. Buchari Sibuea, M.Si, selaku Ketua Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
6. Ibu Sasmita Siregar, S.P, M.Si, selaku anggota komisi pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan nasihat yang membangun bagi penulis.
7. Seluruh staff dosen dan karyawan biro Fakultas Petanian yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.

8. Kepada saudara kandung saya yang saya sayangi, abang saya Edo Prayogo S.P terimakasih atas segala doa ataupun dukungan kepada saya.
9. Kepada Ayu Lestari, Yulina Maharani, Linda Pratiwi, Masriani Harahap yang telah membantu dalam penulisan skripsi.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat terbaik saya Afriani Widiyastuti, Dewi Lestari, Defvi Andriyani, Lizira Altihar yang telah menjadi keluarga serta penyemangat semasa kuliah.
11. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya Agribisnis 1 Stambuk 2014 yang telah memberikan bantuan motivasi serta dukungan kalian selama menyusun skripsi ini.
12. Terimakasih kepada teman-teman kost 47 ceria Yulina Maharani, Linda Pratiwi, Manja Rusvita, Masriani Harahap, Juwita Saragih, Pujiyati, Kak Dini, dan Dina.
13. Terimakasih kepada pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yang telah banyak membantu dalam mendapatkan data, untuk melengkapi data penelitian saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran senantiasa mengiringi setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan orang-orang yang mengikuti sampai hari pembalasan.

Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja yang menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus: Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat serjana pertanian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya karya ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha keripik ubi kayu maupun bagi almamater, namun juga memberikan kemanfaatan bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap dibalik kekurangan kesempurnaan karya ini masih ada manfaat yang diberikan baik bagi penulis sendiri, bagi pihak almamater dapat menjadi tambahan referensi dan bagi pembaca semoga bisa dijadikan tambahan pengetahuan.

Medan, 05 Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Landasan Teori	7
Bahan Baku	8
Keripik Ubi Kayu	8
Rantai Pasokan	10
Pemasaran	11
Saluran Pemasaran	12
Efisiensi Pemasaran	14
Penelitian Terdahulu	15
Kerangka Pemikiran	17
METODE PENELITIAN	19
Metode Penelitian.....	19
Metode Penentuan Lokasi	19
Populasi dan Metode Penarikan Sampel.....	19
Metode Pengumpulan Data	20
Metode Analisis Data	20
Definisi dan Batasan Operasional	21

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	23
Letak Geografis dan Luas Lahan Daerah	23
Penggunaan Lahan	23
Keadaan Penduduk	24
Sarana Dan Prasarana	26
Karakteristik Sampel	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	29
Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu	29
Saluran Pemasaran	34
Efisiensi Pemasaran	36
KESIMPULAN DAN SARAN	38
Kesimpulan	38
Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Ubi Kayu Kabupaten Langkat 2008 – 2016.....	2
2.	Luas Wilayah Penggunaan Lahan Desa Air Hitam Tahun 2016.....	24
3.	Jumlah Penduduk Desa Air Hitam Tahun 2016.....	24
4.	Banyaknya Penduduk Kelompok Umur Menurut Jenis Kelamin di Desa Air Hitam Tahun 2016.....	25
5.	Fasilitas Sarana dan Prasarana.....	26
6.	Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu.....	28
7.	Biaya Pemasaran dan Share Margin Pemasaran Keripik Ubi Kayu...	35

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	18
2.	Struktur Rantai Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu.....	30
3.	Struktur Pembuatan Keripik Ubi Kayu.....	34
4.	Saluran Pemasaran.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu.....	41
2.	Asal Bahan Baku Dan Harga Bahan Baku.....	43
3.	Jumlah Bahan Baku Dan Total Biaya Bahan Baku.....	44
4.	Biaya Pembuatan Keripik Ubi Kayu.....	45
5.	Biaya Peralatan Pengolahan Keripik Ubi Kayu.....	46
6.	Biaya Penyusutan Wajan.....	48
7.	Biaya Penyusutan Parutan Ubi.....	49
8.	Biaya Penyusutan Pisau.....	50
9.	Biaya Penyusutan Erok-Erok.....	51
10.	Biaya Penyusutan Baskom.....	52
11.	Biaya Penyusutan Sikat.....	53
12.	Biaya Penyusutan Staller (Kelip Kemasan).....	54
13.	Biaya Penyusutan Tungku.....	55
14.	Total Biaya Penyusutan Peralatan.....	56
15.	Biaya Upah Tenaga Kerja.....	57
16.	Biaya Plastik.....	58
17.	Biaya Kayu.....	59
18.	Biaya Transportasi Per Hari.....	60
19.	Total Biaya Produksi Pengolahan Keripik Ubi Kayu.....	61
20.	Total Penerimaan Pengolahan Keripik Ubi Kayu.....	62
21.	Pendapatan Bersih Pengolahan Keripik Ubi Kayu.....	63

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia mulai bergeser dari yang semula didominasi oleh peranan sektor primer khususnya pertanian. Di samping itu juga adanya kemauan politik (*political will*) pemerintah yang mengarahkan perekonomian Indonesia berimbang antara sektor pertanian dan sektor industri. Oleh karena itu perkembangan sektor pertanian dan industri menjadi saling mendukung satu sama lain. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Soekartawi, 2010).

Pembangunan sektor pertanian merupakan salah satu bagian dari pembangunan nasional yang bertujuan meningkatkan produksi secara berkesinambungan, baik untuk memenuhi kebutuhan bahan baku sektor industri. Komoditi yang merupakan salah satu kebutuhan bahan baku industri adalah ubi kayu, jenis tanaman pangan ini yang sudah lama dikenal dan dibudidayakan oleh petani di seluruh wilayah Nusantara. Hasil budidaya tanaman pangan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan pangan sendiri. Potensi nilai ekonomi dan sosial ubi kayu merupakan bahan pangan masa depan yang berdaya guna berbagai industri dan pakan ternak (Rukmana, 1997).

Kecamatan Gebang merupakan salah satu sentra produksi ubi kayu di Kabupaten Langkat. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan produksi luas areal panen ubi kayu di Kabupaten Langkat.

Tabel I. Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Ubi Kayu Kabupaten Langkat Tahun 2008-2009.

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-rata Produksi (kw/ ha)
2008	439	6.735	153.85
2009	356	5.475	153.85
2010	390	6.000	153.85
2011	694	10.810	155.76
2012	804	15.048	187.63
2013	639	18.732	293.15
2014	645	24.094	373.55
2015	615	18.337	296.16

Sumber: BPS Kabupaten Langkat, 2016.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produktivitas ubi kayu di Kabupaten Langkat selama kurun waktu 8 tahun dari tahun 2008 – 2015 berfluktuasi. Pada tahun 2008 – 2010 rata-rata produksi mencapai 153.85 kw/ha sedangkan 2011 rata-rata produksi mencapai 155.76 kw/ha dan pada tahun 2012 dan 2013 rata rata produksi mencapai 187.63 kw/ha untuk tahun 2012 dan 2013 mencapai 293.15 kw/ha. Dan pada tahun 2014 rata-rata produksi naik menjadi 373.55 kw/ha sedangkan pada tahun 2015 terjadi penurunan menjadi 296.16 kw/ha.

Herjanto dalam Tamuntuan (2013) memaparkan bahwa rantai pasokan merupakan sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer, dan konsumen secara efisien. Dengan demikian barang dan jasa dapat didistribusikan dalam jumlah, waktu dan lokasi yang tepat untuk meminumkan biaya demi memenuhi kebutuhan konsumen. Dan menekankan pada semua aktivitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang di dalamnya terdapat aliran dan transformasi barang mulai dari bahan baku sampai ke konsumen akhir dan disertai dengan aliran informasi dan uang. Beberapa hal yang harus diperhatikan dari

tingkat layanan konsumen adalah tingkat pemenuhan pesanan (*order fill rates*), ketepatan waktu pengiriman (*on-time delivery*) dan tingkat pengambilan produk oleh konsumen dengan berbagai alasan. Rantai pasok keripik ubi kayu merupakan jaringan yang terdiri dari beberapa pelaku usaha dan terdapat aliran produk, finansial, serta informasi di sepanjang rantai. Sebuah rantai pasok merupakan sebuah kesatuan yang memiliki tujuan sangat penting bagi seluruh anggota rantai pasok, yaitu memenuhi permintaan dan kepuasan konsumen akhir. Sebagai sebuah kesatuan, seharusnya antar anggota rantai pasok saling berkoordinasi dan berintegrasi.

Saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikan dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai bisnis. Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Adapun saluran pemasaran terdiri dari saluran pemasaran konsumen dan saluran pemasaran industri (Kotler, 2010).

Pemasaran atau marketing pada prinsip nya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang di pasar kan, sehingga dikenal istilah saluran pemasaran. Selain memenuhi permintaan konsumen rantai pasok juga menilai kinerja melalui pendekatan pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran dapat di ukur untuk mengetahui efisiensi dalam rantai pasok karena di dalam rantai pasok terdapat kegiatan pemasaran yang dapat mencerminkan tingkat

efisiensi sebuah rantai pasok. Analisis efisiensi pemasaran diawali dengan indentifikasi lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran keripik ubi kayu (Soekartawi, 1993).

Ubi kayu mempunyai harga jual yang rendah dan juga tidak tahan lama. Sebagian besar budidaya ditujukan untuk bahan baku industri tepung dan pakan, sehingga varietas tanam yang dipilih yang mempunyai kadar pati tinggi. Untuk keperluan konsumsi langsung bisa dipilih varietas yang memiliki tekstur dan rasa enak. Untuk pemasaran yang memerlukan waktu lama dan lokasi yang jauh, ubi kayu harus diolah menjadi bentuk lain yang lebih awet seperti gaplek, tapioka (tepung singkong), tape, keripik ubi kayu, dan lain-lainya (Rama, 2007).

Keripik ubi kayu adalah sejenis makanan ringan berupa irisan dari umbi-umbian yang mengandung pati. Biasanya keripik ubi kayu melalui tahap penggorengan, tetapi adapula yang hanya melalui penjemuran, atau pengeringan. Keripik ubi kayu dapat berasa dominan, asin, pedas, manis, gurih, atau paduan dari semuanya (Valentina, 2009).

Ketersediaan bahan baku untuk pembuatan keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang diperoleh dari beberapa sumber, yaitu di daerah Tanjung Morawa dan diambil dari beberapa petani ubi kayu yang ada disekitar Desa Air Hitam Kecamatan Gebang. Ketersediaan bahan baku di daerah Desa Air Hitam Kecamatan Gebang menjadi permasalahan dalam produksi keripik ubi kayu. Kurangnya bahan baku yang tersedia menyebabkan produksi tidak mencapai target yang diinginkan, sehingga pengusaha keripik ubi kayu harus memasok bahan baku dari luar daerah, di karenakan banyaknya produsen olahan ubi kayu juga menjadi salah satu penghambat persediaan bahan baku ubi kayu

tersebut. Mengenai saluran pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang, produsen memasarkan produknya melalui saluran pemasaran produsen – konsumen.

Efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran keripik ubi kayu di Kecamatan Gebang, dipengaruhi oleh lembaga-lembaga yang terkait didalamnya. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan keripik ubi kayu dari produsen hingga konsumen akhir berfungsi sebagai penghubung yang akan membentuk saluran pemasaran keripik ubi kayu di desa Air Hitam Kecamatan Gebang tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Analisis Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan yang mendasari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana rantai pasokan bahan baku keripik ubi kayu di daerah penelitian?
2. Bagaimana saluran pemasaran keripik ubi kayu di daerah penelitian?
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran keripik ubi kayu di daerah penelitian?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis :

1. Pasokan bahan baku keripik ubi kayu di daerah penelitian.
2. Saluran pemasaran keripik ubi kayu di daerah penelitian.
3. Tingkat efisiensi pemasaran keripik ubi kayu di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang melakukan usaha keripik ubi kayu dan pemasaran keripik ubi kayu.
2. Sebagai informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik pihak akademis dan non akademis.
3. Sebagai informasi dan referensi bagi pemerintah dan instansi yang terkait.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Ubi kayu mulai diperkenalkan orang portugis pada abad ke- 16 ke Nusantara dan Brazil. Penanaman secara komersial di Indonesia baru dimulai pada sekitar 1810. Ubi kayu atau singkong merupakan umbi atau akar pohon dengan ukuran rata-rata bergaris 2-3 cm dan panjang 50-80 cm yang dipengaruhi jenis singkong ubi kayu yang ditanam. Daging umbinya berwarna putih atau kekuning-kuningan (Haspari, 2009).

Kingdom : *Plantae*

Divisio : *Spermatophyta*

Subdivisio : *Angiospermae*

Kelas : *Dicotyledoneae*

Ordo : *Euphorbiales*

Family : *Euphorbiaceae*

Genus : *Manihot*

Spesies : *Manihot utilissima*

Di Indonesia tanaman ubi kayu tumbuh dan berproduksi di dataran rendah sampai dataran tinggi, yakni antara 10 m-1.500 mdpl di atas permukaan laut (mdpl). Daerah yang paling ideal untuk mendapatkan produksi yang optimal adalah daerah dataran rendah yang berketinggian antara 10 m-700 mdpl. Makin tinggi daerah penanaman dari permukaan laut, akan semakin lambat pertumbuhan tanaman ubi kayu sehingga umur panennya makin lama makin panjang (Tjitrosoepomo, 2011).

Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk dimana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya (atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang). Sedangkan bahan baku juga di peroleh dapat berasal dari pembelian bahan lokal, pembelian import, atau bisa juga berasal dari pengolahan sendiri. Adapun jenis – jenis bahan baku menurut Gunawan Adipaputra dan Marwan Asri adalah (Yulianti, 2011) :

a. Bahan baku langsung

Bahan baku langsung atau direct material adalah semua bahan baku yang merupakan bagian dari pada barang jadi yang di hasilkan. Biaya yang di keluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang di hasilkan.

b. Bahan baku tidak langsung

Bahan baku tidak langsung atau disebut juga dengan indirect material, adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang di hasilkan.

Ubi kayu adalah bahan baku langsung untuk proses pembuatan keripik ubi kayu.

Keripik Ubi Kayu

Keripik ubi kayu adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian yang mengandung pati. Biasanya keripik ubi kayu melalui tahap penggorengan, tetapi adapula yang hanya melalui penjemuran, atau pengeringan.

Keripik ubi kayu dapat berasa dominan, asin, pedas, manis, asam, gurih atau paduan dari semuanya.

Proses pembuatan keripik ubi kayu mulai bahan baku mentah sampai siap dijual melalui beberapa tahapan (Valentina, 2009) :

1. Pengupasan kulit

Ubi kayu yang telah dipilih dikupas tetapi sebelumnya dipotong terlebih dahulu masing-masing ujungnya. Pengupasan kulit ubi kayu dilakukan digarit dengan ujung pisau, kemudian kulit tersebut mulai dikelupas sampai bersih.

2. Pencucian

Ubi kayu yang telah dikuliti dicuci dengan air hingga seluruh kotoran bersih. Kemudian, dibilas dengan air bersih sehingga kotoran yang melekat pada ubi benar-bener bersih.

3. Perajangan/Pengirisan

Ubi kayu yang telah dicuci diiris (dirajang) tipis dengan memakai pisau atau alat pasah sehingga diperoleh irisan yang sama tebalnya.

4. Penggorengan

Ubi kayu yang telah dirajang langsung bisa dilakukan penggorengan, tetapi minyak gorengnya harus benar-bener sudah panas ($\pm 160-200^{\circ}$). penggorengan dilakukan sampai irisan ubi kayu berwarna kuning atau selama 10 menit. Jika keripik ubi kayu yang diinginkan mempunyai beberapa rasa, maka keripik ubi kayu sebelum diangkat dari penggorengan terlebih dahulu diberi bumbu seperti garam, gula dan lain-lain. Minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil

keripik ubi kayu yang bermutu baik dan tahan lama disimpan. Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak bisa digunakan lagi.

5. Pengemasan

Sebelum dikemas keripik ubi kayu diangin-anginkan samapai dingin, lalu dimasukkan dalam plastik polytilene dengan ketebalan 0.05 mm. Keripik ubi kayu dengan berat 200 gram dapat dikemas dalam plastik ukuran 20 x 25 cm.

Rantai Pasokan

Rantai pasokan (*supply chain*) merupakan sebuah jaringan global dari organisasi atau aktivitas yang memasok perusahaan barang dan jasa atau saluran yang lebih panjang dari bahan mentah hingga produk akhir. Rantai pasokan mencakup seluruh kegiatan arus dan transportasi barang mulai dari bahan mentah sampai penyaluran ketangan konsumen termasuk aliran informasinya. Bahan baku dan aliran informasi adalah rantaian dari rantai pasokan (*supply chain*). Rantai pasokan sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para penyelenggaranya. Rantai pasokan harus saling berhubungan agar kegiatan pengadaan dan penyaluran bahan baku dan produk akhir terintegrasi secara baik (Heizer, 2016)

Manajemen rantai pasokan adalah proses perencanaan, penerapan, dan pengendalian operasi dari rantai pasokan dengan tujuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan seefisien mungkin. Manajemen rantai pasokan mencakup semua pergerakan dan gudang penyimpanan dari bahan baku, pesediaan barang dalam pengolahan, dan barang sejak jadi dari titik produksi ke titik konsumsi.

Keberhasilan manajemen rantai pasokan sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sarana transportasi dan sarana komunikasi (Haming, 2012).

Ananta (2008) dalam Lestari (2017) mengemukakan, *Supply chain* mencakup tiga bagian :

- a. *Upstream Supply Chain* : bagian ini mencakup supplier first-tier dari organisasi dan supplier yang didalamnya telah terbina suatu hubungan.
- b. *Internal Supply Chain* : bagian ini mencakup semua proses yang digunakan oleh organisasi dalam mengubah input yang dikirim oleh supplier menjadi output, mulai dari waktu material tersebut masuk pada perusahaan sampai pada produk tersebut didistribusikan diluar perusahaan tersebut.
- c. *Downstream Supply Chain* : bagian ini mencakup semua proses yang terlibat dalam pengiriman produk pada customer akhir.

Terdapat tiga macam hal yang harus dikelola dalam supply chain yaitu:

- a. Aliran produk atau barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor , pengecer, kemudian ke pemakai akhir.
- b. Aliran finansial dan sejenisnya yang mengalir dari hulu ke hilir.
- c. Aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan atau pemasaran dapat diartikan sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan

untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler, 2008).

Pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan dunia usaha yang mengakibatkan aliran barang dan jasa dari para produsen ke para konsumen. Pemasaran agribisnis diawali dengan penyaluran sarana produksi pertanian, diteruskan dengan produk bahan mentah pada tingkatan pengusaha tani, dan mencapai puncak dengan produk akhir yang diinginkan pada tingkat konsumen. Pada proses tersebut terjadi perubahan menjadi produk yang diinginkan konsumen, yang sering disebut sebagai penambahan kegunaan (*utility*). Ada empat jenis kegunaan yaitu guna karena bentuk (*form utility*), guna karena waktu (*time utility*), guna karena tempat (*place utility*), dan guna karena hak milik (*possession utility*) (Firdaus, 2008).

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran (disebut juga *saluran perdagangan* atau *saluran distribusi*). Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Sebagaimana besar produsen bekerja dengan perantara pemasaran untuk membawa produk mereka ke pasar. Para perantara pemasaran membentuk suatu saluran pemasaran. Adapun macam-macam saluran distribusi antara lain :

1. Produsen – Konsumen

Bentuk saluran distribusi ini merupakan saluran yang paling pendek dan sederhana tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan langsung berinteraksi dengan konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

2. Produsen - Pengecer (*retailer*) - Konsumen

Produsen melakukan penjualan kepada pengecer, dan selanjutnya pembelian konsumen dilayani oleh pengecer saja.

3. Produsen – Pedagang besar (*wholesaler*) - Pengecer (*retailer*) – Konsumen
Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan saluran distribusi tradisional. Disini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

4. Produsen – Agen – Pengecer (*retailer*) – Konsumen

Disini, produsen memiliki agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditunjukkan kepada para pengecer besar.

5. Produsen – Agen - Pedagang besar (*wholesaler*) – Pengecer (*retailer*)-
Konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan pedagang perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada konsumen atau toko-toko kecil. Dalam proses penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai, perusahaan harus dapat menentukan pilihan yang tepat didalam memilih tingkatan saluran pemasaran yang digunakan. Berikut ini merupakan bentuk saluran pemasaran untuk barang konsumsi (Kotler, 1997) :

- a. Saluran tingkat nol (zero level channel)

Saluran ini sering disebut juga saluran langsung karena dalam proses penyaluran dilakukan tanpa melalui perantara. Jadi, penyalurannya

dilakukan langsung dari produsen ke konsumen. Ada tiga cara dalam melakukan saluran langsung ini yaitu : penjualan dari rumah ke rumah, penjual lewat pos dan penjual lewat toko atau koperasi.

b. Saluran tingkat satu (one level channel)

dalam saluran ini terdapat satu perantara penjualan. Dimana dalam pasar konsumen perantara sekaligus merupakan pengecer. Dalam pasar industri, pengecer sekaligus bertindak sebagai agen penjual atau makelar.

c. Saluran tingkat dua (two level channel)

Dalam saluran ini terdapat dua perantara penjualan. Dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar sekaligus pengecer. Sedangkan dalam pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

d. Saluran tingkat tiga (three level channel)

Dalam saluran ini terdapat tiga perantara penjualan yaitu : agen, pedagang besar, dan pengecer. Saluran ini adalah saluran terpanjang dari keempat tingkatan saluran pemasaran, karena produsen menggunakan tiga perantara untuk mencapai ke konsumen akhir.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang di pasarkan, atau dapat dirumuskan :

$$Ep = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Nilai Produk}} \times 100\%$$

Berdasarkan rumusan tersebut dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran member arti bahwa hal tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya, kalau semakin kecil

nilai produk yang dijual berarti pula terjadi adanya pemasaran yang tidak efisien (Soekartawi, 2002).

Efisiensi sering digunakan dalam menilai presentasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal itu mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung efisien. Teknologi atau prosedur baru hanya boleh diterapkan bila dapat meningkatkan efisiensi proses pemasaran. Efisiensi adalah sebagai peningkatan rasio “keluaran-masukan”, yang umumnya dapat dicapai dengan salah satu dari empat cara berikut:

1. Keluaran tetap konstan sedangkan masukan mengecil.
2. Keluaran meningkat sedangkan masukan tetap konstan.
3. Keluaran meningkat dalam kadar yang lebih tinggi ketimbang peningkatan masukan.
4. Keluaran menurun dalam kadar yang lebih rendah ketimbang penurunan masukan (Downey, 1987).

Sistem tata niaga dianggap efisiensi apabila memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen dengan biayasesuramurahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tata niaga barang tersebut (Mubyarto, 1989).

Penelitian Terdahulu

Utami (2015) meneliti Analisis Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) Tape di Kabupaten Jember. Hasil analisis menunjukkan bahwa : (1) volume penjualan tape menunjukkan penurunan, (2) pendapatan agroindustri tape

dalam sekali produksi adalah menguntungkan, (3) kondisi rantai pasok tape di Kabupaten Jember telah berjalan optimal, namun peran anggota pendukung belum terlalu dirasakan oleh pelaku rantai terutama petani, dan (4) pemasaran tape adalah efisien, menunjukkan kinerja rantai pasok berjalan baik, terdapat dua saluran dalam pemasaran tape di Kabupaten Jember yaitu saluran nol tingkat dan saluran satu tingkat. Nilai E_p saluran nol tingkat adalah 2,275 dan nilai E_p saluran satu tingkat adalah 17,7. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran tape di Kabupaten Jember adalah efisien. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran nol tingkat.

Nurlaila (2009) meneliti Analisis Marjin Pemasaran Ubi Kayu (*Manihot utilissima*) (Studi Kasus di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga tipe saluran pemasaran ubi kayu di Kabupaten Wonogiri yaitu, saluran I: Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen, saluran II: Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen, dan saluran III: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Pabrik Makanan. Pada saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp. 4,90 per kg, total keuntungan Rp. 25,09 per kg dan marjin pemasaran Rp. 29,99 per kg. saluran pemasaran II memiliki jumlah total biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan marjin pemasaran lebih kecil dari pada saluran pemasaran III, yaitu untuk total biaya pemasaran Rp. 17,59 per kg, total keuntungan pemasaran Rp. 32,37 per kg dan marjin pemasaran Rp. 49,96 per kg. Pada saluran III memiliki total biaya pemasaran Rp. 121,6 per kg, total keuntungan pemasaran sebesar Rp. 28,66 per kg dan marjin pemasaran Rp. 149,97 per kg. Dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari tiga saluran yang ada di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri maka

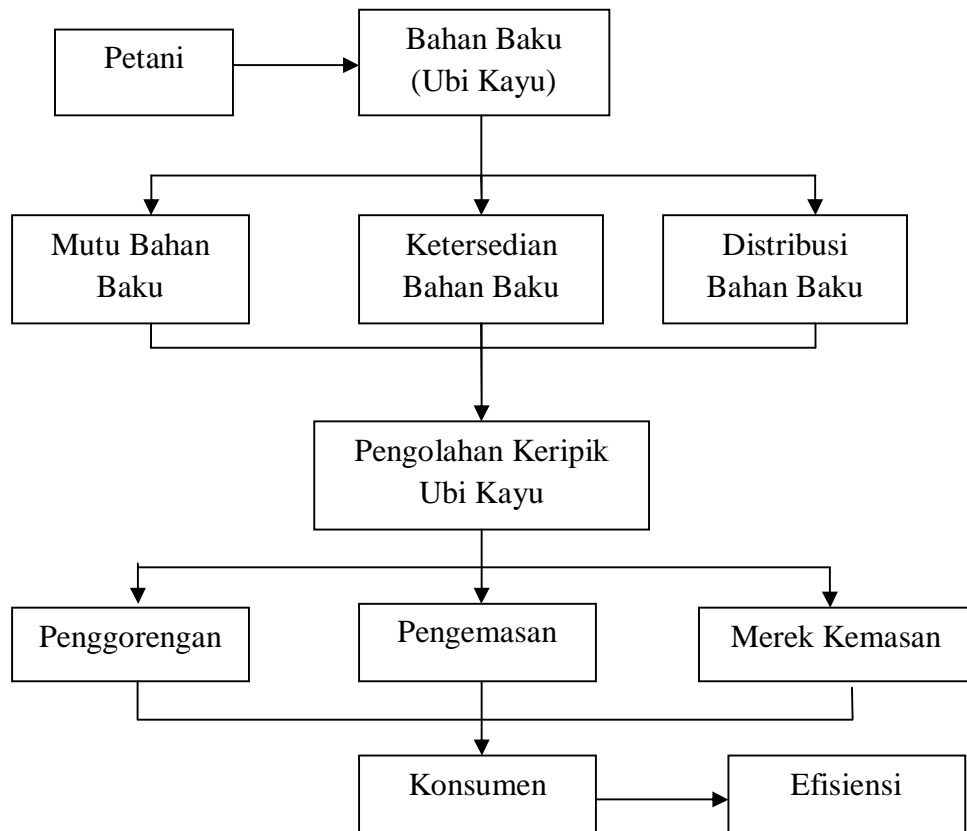
saluran I adalah saluran pemasaran ubi kayu yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran yaitu Rp. 29,99 per kg dan memiliki nilai Farmer's Share tertinggi yaitu 91%.

Kerangka Pemikiran

Petani adalah yang menyediakan bahan baku untuk pengolahan keripik ubi kayu. Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam pembuatan keripik ubi kayu yang di dalam nya terkait dengan mutu, ketersediaan dan distribusi bahan baku itu sendiri. Suatu usaha tanpa bahan baku tidak akan berjalan dengan baik. Suatu rantai pasokan menggambarkan lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran keripik ubi kayu. Dalam rantai pasokan bahan baku juga akan diketahui darimana bahan baku tersebut diperoleh untuk pembuatan keripik ubi kayu tersebut.

Dalam pengolahan keripik ubi kayu hal yang harus diperhatikan yaitu penggorengan, pengemasan, dan merek kemasan yang menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk menarik minat konsumen untuk membeli keripik ubi kayu tersebut. Dan sisa dari olahan ubi kayu yang tidak dapat digunakan oleh sang pemilik usaha di jual kepada masyarakat untuk makanan ternak. Dari pemasaran keripik ubi kayu dapat diketahui bagaimana pemasaran yang terjadi di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan bagaimana tingkat efisien pemasaran yang ada.

Secara sistematis kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

—————> = Menyatakan pengaruh

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang digunakan dengan melihat langsung lapangan. Karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Desa Air Hitam Kecamatan Gebang. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive*, artinya daerah penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian. Daerah ini dipilih karena berdasarkan kriteria usaha dimana dilokasi usaha lebih dominan dan salah satu sentra produksi keripik ubi kayu.

Populasi dan Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini populasi adalah para pelaku usaha keripik ubi kayu yang berjumlah 10 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat, dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi pelaku usaha keripik ubi kayu dijadikan sampel. Metode penarikan sampel ini dilakukan secara jenuh (Sample Jenuh/Sensus).

Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel dimana semua anggota populasi diambil sebagai anggota sampel. Sampel jenuh disebut pula dengan sensus, artinya semua populasi dianggap sampel. Sampel jenuh biasanya digunakan apabila jumlah sampel sedikit sekitar kurang dari 30 (Sugiyono, 2012).

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Untuk tujuan penelitian, yaitu mengetahui rantai pemasokan bahan baku keripik ubi kayu di daerah penelitian diselesaikan dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif yang dilakukan dengan melakukan wawancara responden agar kemudian dapat digambarkan rantai pasokan bahan baku keripik ubi kayu.

Untuk tujuan penelitian kedua, yaitu mengetahui saluran pemasaran keripik ubi kayu di daerah penelitian dengan cara mengikuti jalur distribusi ataupun pemasaran keripik ubi kayu dari mulai produsen sampai kekonsumen akhir di daerah penelitian.

Untuk tujuan penelitian ketiga, yaitu mengetahui tingkat efisiensi pemasaran (E_p) keripik ubi kayu di daerah penelitian digunakan rumus Soekartawi (2002):

$$E_p = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Nilai Produk}} \times 100\%$$

Kriteria E_p :

$E_p > 50\%$ = tidak Efisien

$E_p < 50\%$ = Efisien

Definisi Batasan Operasional

1. Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk dimana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya atau merupakan bagian terbesar dari bentuk barang.
2. Keripik ubi kayu merupakan suatu produk hasil pengolahan ubi kayu dan mempunyai rasa yang enak.
3. Pengusaha keripik ubi kayu adalah orang yang membeli dan mengumpulkan ubi kayu dari petani lalu mengolahnya menjadi keripik ubi kayu.
4. Rantai pasokan (*supply chain*) merupakan sebuah jaringan global dari organisasi atau aktivitas yang memasok perusahaan barang dan jasa atau saluran yang lebih panjang dari bahan mentah hingga produk akhir.
5. Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan atau pemasaran dapat di artikan sebagai suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.
6. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi
7. Lembaga-lembaga pemasaran adalah merupakan individu maupun perusahaan yang terlibat dan terkait dalam melakukan pemasaran barang

ke pembeli, seperti produsen, perantara/distributor, agen, pedagang besar, pengecer, dan konsumen.

8. *Share* biaya adalah merupakan biaya pemasaran dari tiap-tiap lembaga pemasaran dengan satuan persen (%).
9. *Share* keuntungan merupakan porsi keuntungan dari tiap-tiap lembaga pemasaran dengan satuan persen (%).
10. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan keripik ubi kayu dari produsen ke konsumen akhir.
11. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara keuntungan produsen dan lembaga tata niaga dengan ongkos yang di keluarkan pada proses tata niaga dan produsen.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Luas Daerah

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Kecamatan Gebang terletak pada 03004'11"-03053'55" Lintang Utara dan 98012'37"-98⁰26'00" Bujur Timur. Desa Air Hitam memiliki batasan-batasan wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Dogang.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Paya Bengkuang.
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Serapuh Asli
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pasiran/Mengkirat.

Desa Air Hitam memiliki luas wilayah 10,97 Km² dimana sebagaian besar 36,46 persen lahan digunakan untuk pemukiman dan 30,53 persen digunakan sebagai lahan pertanian.

Desa Air Hitam terletak di Kecamatan Gebang. Desa ini merupakan dataran rendah yang memiliki tekstur tanah pasir-berdebu dan memiliki 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau.

Penggunaan Lahan

Penggunaan lahan di Desa Air Hitam didominasi oleh pemukiman dengan luas lahan 400 Ha dengan presentase sebesar 36,46 persen. Kemudian didominasi oleh lahan perkebunan yaitu seluas 335 Ha dengan presentase 30,35 persen. Berikut dapat disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Luas Wilayah Penggunaan Desa Air Hitam Tahun 2016

No	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Perkebunan	335	30,53
2	Tegal/Ladang	-	-
3	Pemukiman	400	36,46
4	Perkarangan	212	19,33
5	Sawah	150	13,67
6	Hutan Rakyat	-	-
7	Hutan Negara	-	-
Jumlah		1097	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Air Hitam Tahun 2016

Keadaan Penduduk

Penduduk Desa Air Hitam pada tahun 2016 berjumlah 9.503 jiwa yang terdiri dari berbagai suku. Suku dominan di Desa Air Hitam adalah suku Jawa. Untuk mengetahui distribusi penduduk di Desa Air Hitam dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Desa Air Hitam Tahun 2016

No	Nama (Dusun)	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1	I	562	6
2	II	627	7
3	III	390	4
4	IV	415	4
5	V	1478	16
6	V A	638	7
7	VI	1275	13
8	VII	1079	11
9	VIII	837	9
10	IX	648	7
11	IX A	586	6
12	X	968	10
Jumlah		9503	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Air Hitam Tahun 2016

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa jumlah penduduk di dusun V paling banyak dari pada jumlah penduduk di dusun lain di Desa Air Hitam yaitu dengan jumlah 1478 jiwa dan persentase 16 persen.

Sementara keadaan penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Banyaknya Penduduk Kelompok Umur Menurut Jenis Kelamin di Desa Air Hitam Tahun 2016

No	Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	0-4	255	345	570
2	5-9	295	336	631
3	10-14	350	353	703
4	15-19	412	400	812
5	20-24	461	474	935
6	25-29	472	430	902
7	30-34	436	401	837
8	35-39	444	401	845
9	40-44	436	453	889
10	45-49	466	415	881
11	50-54	349	317	666
12	55-59	157	132	289
13	60-64	98	92	190
14	65-69	69	83	152
15	70-74	61	70	131
16	75+	17	23	40
Desa Air Hitam		4.778	4.725	9503

Sumber : Kantor Kepala Desa Air Hitam Tahun 2016

Tabel 4 menunjukkan bahwa penduduk Desa Air Hitam paling banyak pada usia /umur 20-24 yaitu 935 jiwa. Gambaran keadaan sosial ekonomi dilokasi penelitian bervariasi baik dilihat dari suku (Batak, Melayu, Jawa, Banjar dan lainnya) maupun dari sumber pencarian. Namun penduduk Desa Air Hitam paling banyak bermata pencarian sebagai petani sawit. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya ubi kayu sebagai bahan baku pembuatan keripik ubi kayu, sehingga pelaku usaha keripik ubi kayu harus memasok bahan baku dari luar daerah, dapat

dilihat pada Tabel 4. Jumlah penduduk di Desa Air Hitam berjenis kelamin laki-laki (4.778 jiwa) lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan (4.725 jiwa).

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan khususnya mempercepat laju perekonomian dari masyarakat setempat. Keadaan sarana dan prasarana di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang dapat dilihat dari Tabel 5.

Tabel 5. Fasilitas Sarana dan Prasarana Desa Air Hitam Tahun 2016

No	Fasilitas	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Sekolah	a. TK	6
		b. SD Negeri	5
		c. MIN	1
		d. MIS	1
		e. SMP Negeri	2
		f. MTs Swasta	2
		g. SMA Negeri	1
		h. SMA Swasta	1
		i. SMK Negeri	1
2	Kesehatan	a. Posyandu	5
		b. Puskesmas	2
3	Pribadatan	a. Mesjid	7
		b. Mushollah	11
		c. Gereja	6
5	Jalan	a. Jalan Aspal	12
		b. Jalan Batu	5
6	Tempat Berjualan	a. Pasar	1
		b. Toko	53
		c. Kios	94
Jumlah			216

Sumber : Kantor Kepala Desa Air Hitam Tahun 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat sarana pendidikan di Desa Air Hitam sangat lengkap mulai dari Taman Kanak-Kanak berjumlah (6 unit), Sekolah Dasar berjumlah (5 unit), Madrasah Ibtidaiyah Negeri berjumlah (1 unit), Madrasah Ibtidaiyah Swasta berjumlah (1 unit), Sekolah Menengah Pertama berjumlah (2 unit), Sekolah Menengah Atas Negeri berjumlah (1 unit), Sekolah Menengah Atas Swasta berjumlah (1 unit), Sekolah Menengah Kejuruan Negeri berjumlah (1 unit). Status sekolah pun beragam mulai dari negeri, swasta yang ada di Desa Air Hitam dengan Kualitas yang beragam.

Sarana kesehatan sangat diperlukan oleh penduduk Desa Air Hitam yang berpendudukan cukup banyak. Sarana kesehatan yang ada yaitu Posyandu berjumlah 5 unit , dan Puskesmas berjumlah 1 unit yang ada di Desa Air Hitam.

Sarana transportasi cukup baik di Desa Air Hitam mulai dari angkutan umum sampai kendaraan pribadi. Adapun sepeda motor digunakan masyarakat untuk transportasi sehari-hari. Jumlah jalan di Desa Air Hitam jalan aspal 12, dan jalan batu 5 unit.

Tempat berjualan di Desa Air Hitam sangat banyak jumlahnya mulai dari pasar/pecaan, kios, toko. Masyarakat dengan mudah memilih tempat berbelanja. Pasar ada 1 unit, toko ada 53 unit, kios ada 94 yang tersebar di Desa Air Hitam.

Karakteristik Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah semua pelaku usaha keripik ubi kayu yang ada di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang yang mengelolah keripik ubi kayu, baik yang mendapat bahan baku dari daerah sekitar atau yang memasok bahan baku dari luar daerah. Adapun karakteristik pelaku usaha keripik ubi kayu

yaitu meliputi umur dan lama usaha dan jumlah ubi kayu yang diproduksi perhari.

Karakteristik sampel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu

No	Karakteristik Pelaku Usaha Keripik	Rataan	Range
1	Umur Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu (Tahun)	3,69	30 – 43
2	Pengalaman Usaha (Tahun)	3,5	2–8
3	Jumlah Ubi Kayu (Kg/Perhari)	540	300 – 2.000

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2018

Dari Tabel 6 dapat di jelaskan bahwa:

1. Rata-rata umur Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat 3,69 tahun. Ini berarti pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Hitam masih dalam kategori produktif sehingga dari segi fisik masih mampu untuk mengelola usahanya.
2. Segi pengalaman usaha dapat dilihat bahwa rata-rata pengalaman usaha pelaku usaha keripik ubi kayu adalah 3,5 tahun.
3. Rata-rata produksi ubi kayu yang dihasilkan 540 Kg dalam satu kali produksi.

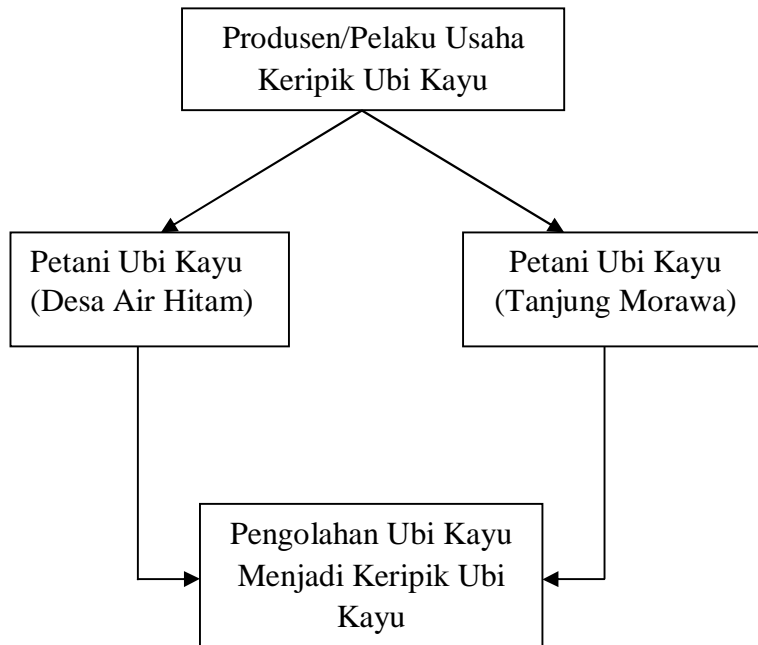
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu

Rantai pasokan mencakup seluruh kegiatan arus dan transformasi barang mulai dari bahan mentah, sampai penyaluran ke tangan konsumen termasuk aliran informasinya. Bahan baku dan aliran informasi adalah rangkaian dari rantai pasokan. Rantai pasokan sebagai suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasa kepada para penyelenggaranya. Rantai pasokan harus saling mendukung diantara organisasi yang saling berhubungan agar kegiatan pengadaan dan penyaluran bahan baku dan produk akhir terintegrasi secara baik dan benar.

Rantai pasok (*supplay chain*) adalah seluruh kegiatan yang melibatkan berbagai pihak, baik yang memproduksi atau yang menyalurkan barang/jasa mulai dari pemasok bahan baku sampai kepada konsumen akhir. Pasokan bahan baku keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat diperoleh informasi dari petani ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang, dimana petani menghubungi pelaku usaha keripik ubi kayu untuk menjual langsung ubi kayu ke pelaku usaha keripik ubi kayu. Pelaku usaha keripik ubi kayu dan struktur rantai pasok bahan baku di daerah penelitian melibatkan petani ubi kayu, sehingga sampai kepada proses akhir yaitu pengolahan keripik ubi kayu. Bahan baku yang diperoleh pelaku usaha keripik ubi kayu untuk pembuatan keripik berasal dari Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

Dari hasil penelitian dapat diperoleh struktur rantai pasokan bahan baku sebagai berikut:



Gambar 2. Struktur Rantai Pasokan Bahan Baku Keripik Ubi Kayu

Keterangan : \longrightarrow = Tujuan

- Produsen

Produsen dalam pengambilan pasokan bahan baku keripik ubi kayu ini adalah pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat untuk pengolahan ubi menjadi keripik ubi kayu. Lama usaha ini berdiri \pm 2-8 tahun dari 10 pelaku usaha keripik ubi kayu, usaha ini sebagian besar masih dalam usaha berskala kecil. Karena yang berskala besar hanya beberapa saja dari 10 pelaku usaha keripik ubi kayu. Produsen/pelaku usaha keripik ubi kayu menentukan kriteria bahan baku ini dengan melihat ubi kayu yang tidak rusak/busuk agar dapat dijadikan keripik ubi kayu, dengan kualitas ubi kayu yang baik.

Produsen/pelaku usaha keripik ubi kayu membeli bahan baku ke petani tanpa ada perantara agen atau yang lain nya, sehingga harga ubi yang dibeli langsung ke petani lebih murah dibandingkan melalui agen/perantara. Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu memperoleh informasi ubi kayu dari petani di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang, petani langsung menghubungi pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan para pelaku usaha keripik ubi kayu langsung ke kebun petani untuk mengambil ubi kayu, sehingga terjadi proses jual beli antara petani dengan pelaku usaha keripik ubi kayu. Penjadwalan atau pengambilan ubi kayu ialah setiap hari dengan pembayaran langsung melalui tunai.

Sebagian produsen/pelaku usaha keripik ubi kayu menggunakan ubi Malaysia dan ubi lokal. Ubi Malaysia mempunyai keunggulan tersendiri yaitu dari segi kualitas/mutu. Dapat dibandingkan dengan ubi lokal, ubi Malaysia memiliki bentuk yang besar dan dalam waktu proses penggorengan ubi Malaysia tidak mudah gosong. Sehingga sebagian dari produsen/pelaku usaha keripik ubi kayu memilih ubi Malaysia dibandingkan ubi lokal, walaupun harus membeli/memasok ubi dari Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.

- Petani Ubi Kayu

Petani ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan Petani ubi kayu di Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah petani yang menyediakan bahan baku ubi kayu untuk pengolahan/pembuatan keripik ubi kayu. Petani menjual ubi kayu ke pelaku usaha keripik ubi kayu, dan petani di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten

Langkat dan Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang menghubungi pelaku usaha keripik ubi kayu lalu pelaku usaha keripik ubi kayu langsung mengambil ubi kayu ke kebun. Ubi kayu yang dijual oleh petani dengan harga Rp 1.500/Kg – Rp. 2.000/Kg yang telah ditetapkan oleh petani. Petani di Desa Air Hitam menetapkan harga Rp 2.000/Kg, sedangkan petani di Desa Uraian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang menetapkan harga yaitu Rp 1.500/Kg. Petani tidak menjual ke agen tapi petani langsung menjual ke pelaku usaha keripik ubi kayu.

Terdapat tiga macam hal yang harus dikelola dalam supply chain yaitu:

a. Aliran produk atau barang dari hulu ke hilir

Bahan baku ubi kayu yang diambil dari petani di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang adalah ubi kayu yang akan dijadikan keripik ubi kayu oleh pelaku usaha, lalu dijual langsung kepada para konsumen/pembeli.

b. Aliran finansial

Pelaku usaha keripik ubi kayu dalam proses pembayaran dilakukan secara tunai, dimana pelaku usaha mengambil ubi kayu ke petani dan langsung terjadi proses pembayaran secara tunai tanpa ada transfer kredit.

c. Aliran informasi

Pelaku usaha keripik ubi kayu membeli bahan baku ubi kayu dari petani secara langsung, petani menghubungi langsung pelaku usaha dan langsung mengambil ubi kayu ke kebun.

- Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Keripik Ubi Kayu

Produk yang dihasilkan dari usaha ini adalah Keripik Ubi Kayu. Dalam pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi kayu terdapat proses pembuatan keripik ubi kayu mulai bahan baku mentah sampai siap dijual melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Pemilihan Ubi Kayu

Ubi kayu yang telah di beli dari petani dipilih untuk pembuatan keripik ubi kayu. Ubi kayu yang dapat diolah untuk dijadikan keripik adalah ubi kayu dengan kualitas yang baik dan ubi kayu dengan kualitas buruk tidak bisa digunakan dalam proses pembuatan keripik ubi kayu.

2. Pengupasan Kulit

Ubi kayu yang telah dipilih dikupas tetapi sebelumnya dipotong terlebih dahulu masing-masing ujungnya. Pengupasan kulit ubi kayu dilakukan digarit dengan ujung pisau, kemudian kulit tersebut mulai dikelupas sampai bersih.

3. Pencucian

Ubi kayu yang telah dikuliti dicuci dengan air hingga seluruh kotoran bersih dengan menggunakan sikat agar kotoran yang menempel pada ubi hilang. Kemudian, dibilas lagi dengan air bersih sehingga kotoran yang melekat pada ubi benar-bener bersih.

4. Pamarutan/Pengirisan

Ubi kayu yang telah dicuci kemudian diiris (diparut) tipis dengan memakai alat pasah sehingga diperoleh irisan yang sama tebalnya. Proses

pemarutan/pengirisan dilakukan didalam wajan langsung. Setiap proses penggorengan ubi kayu baru diparut dan langsung digoreng.

5. Penggorengan

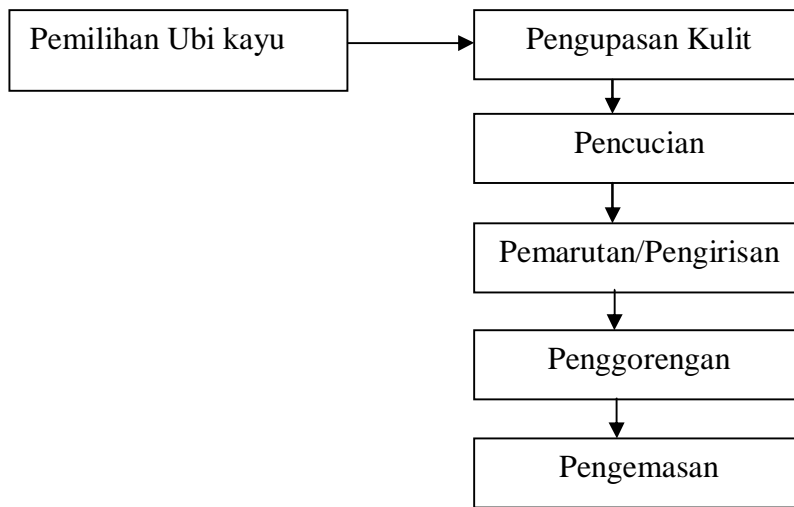
Ubi kayu yang telah diiris (diparut) langsung bisa dilakukan penggorengan, tetapi minyak gorengnya harus benar-bener sudah panas (\pm 160-200°). penggorngan dilakukan sampai irisan ubi kayu berwarna kuning atau selama 10 menit. Minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil keripik ubi kayu yang bermutu baik dan tahan lama disimpan.

Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak bisa digunakan lagi. Jika keripik ubi kayu yang diinginkan mempunyai beberapa rasa, maka setelah penggorengan keripik ubi kayu sebelum dikemas terlebih dahulu diberi bumbu seperti garam, sambal balado dan lain-lain.

6. Pengemasan

Sebelum dikemas keripik ubi kayu diangin-anginkan terlebih dahulu sampai dingin, lalu dimasukkan dalam plastik bening yang sudah disediakan untuk diisi keripik ubi kayu. Setiap perbungkus nya berisi 4 ons keripik ubi kayu, dan setelah itu di kelip memakai staller (kelip kemasan).

Secara sistematis proses pembuatan keripik ubi kayu :



Gambar 3. Struktur Pembuatan Keripik Ubi Kayu

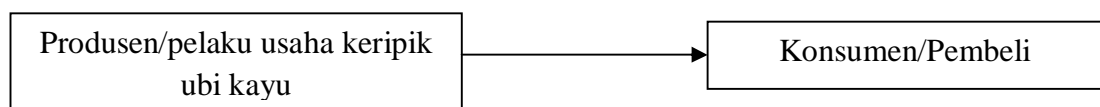
Saluran Pemasaran Keripik Ubi Kayu

Pemasaran atau marketing pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran yang dipasarkan. Oleh karena itu dikenal istilah “saluran pemasaran”. Saluran pemasaran dapat terbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali (Sukartawi, 1993).

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat diketahui pola saluran pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat. Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan meyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayarkan oleh konsumen. Saluran pemasaran adalah suatu jalur yang dilalui oleh serangkaian lembaga pemasaran untuk menyampaikan produk dari produsen ke konsumen. Pola saluran

pemasaran keripik ubi kayu dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran keripik ubi kayu mulai dari produsen hingga sampai kepada konsumen. Berdasarkan penelitian, pola saluran pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.

Saluran Pemasaran Keripik Ubi Kayu :



Gambar 4. Saluran Pemasaran

- Produsen

Produsen dalam saluran pemasaran keripik ubi kayu adalah pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yang mengolah ubi kayu menjadi keripik ubi kayu. Pelaku usaha mengelola ubi kayu dijadikan keripik ubi kayu dengan mengambil bahan baku dari Desa Air Hitam dan Tanjung Morawa dengan harga Rp. 1.500-Rp. 2.000. Dimana untuk Desa Undian Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang petani menjual ubi kayu ke pelaku usaha dengan harga Rp. 1.500 dan untuk Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dengan harga Rp. 2.000. Pelaku usaha langsung membeli bahan baku dari petani tanpa ada agen sebagai perantara. Pelaku usaha rata-rata produksi perharinya yang dihasilkan mencapai 540 Kg. Pelaku usaha keripik ubi kayu menjual keripik nya langsung ke konsumen dengan harga Rp. 10.000/Bungkus.

- Konsumen

Konsumen keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat adalah pembeli keripik ubi kayu. Konsumen membeli keripik ubi kayu dengan harga Rp. 10.000/Bungkus dengan berat isi 4 ons, sebagian besar konsumen membeli keripik ubi kayu ini karena rasanya yang enak, gurih, dan renyah sehingga konsumen ingin mencoba/mencicipi keripik ubi kayu tersebut.

Konsumen dapat langsung membelinya ke Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat dan melihat langsung proses pembuatan keripik ubi kayu itu sendiri. Karena di mana proses pengolahan keripik ubi kayu tersebut ditempatkan yang terbuka/dibelakang tempat penjualan keripik ubi kayu, sehingga para pembeli atau konsumen bisa langsung melihat proses pembuatan/pengolahan keripik ubi kayu.

Konsumen/pembeli dimulai dari kalangan anak-anak hingga orang tua, semua menggemari makanan yang terbuat dari bahan baku ubi kayu ini. Rasa yang enak dan gurih membuat para konsumen ingin terus mencoba dan membeli keripik ubi kayu. Biasanya juga konsumen yang berpergian jauh membeli keripik ubi kayu untuk oleh-oleh khas dari Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang di pasarkan. Adapun biaya pemasaran keripik ubi kayu yang meliputi harga jual, biaya, margin pemasaran dan harga beli konsumen.

Efisiensi pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Biaya Pemasaran dan Share margin Pemasaran Keripik Ubi Kayu

No	Uraian	Satuan (Kg)	Harga (Bungkus)	Total (Rp)	Share Margin (%)
1	Harga Jual	540	10.000	5.400.000	
2	Biaya				
	a.Plastik			687.500	12,731
	b.Tenaga Kerja (Pengemasan)			31.500	0,583
	c.Staller (Kelip Kemasan)			220.000	4,074
	d.Keuntungan			1.682.073,74	31,14
	Total Biaya			2.621.074	
3	Margin Pemasaran			4.461.000	82,611
4	Harga Beli Konsumen	540	10.000	5.400.000	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2018

Pada tabel di atas dapat dilihat harga jual pengusaha keripik ubi kayu 10.000/Bungkus dimana total produksi perhari 540 Kg dengan total penerimaan 5.400.000. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha keripik ubi kayu dalam perhari nya adalah sebesar Rp 2.621.074 dan margin pemasaran sebesar 4.461.000 dan keuntungan yang diperoleh *share margin* sebesar 82,611%.

Untuk mencari tingkat efisiensi pemasaran (E_p) keripik ubi kayu digunakan rumus Soekartawi (2002):

$$E_p = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Nilai Produk}} \times 100\%$$

Kriteria Ep:

$E_p > 50\% = \text{Tidak Efisien}$

$E_p < 50\% = \text{Efisien}$

Hasil perhitungan efisiensi dari pemasaran keripik ubi kayu adalah:

$$E_p = \frac{2.621.074}{5.400.000} \times 100\% = 48,53$$

Menurut Soekartawi (2002), jika nilai efisiensi lebih besar dari 50% maka tidak efisien dan jika nilai efisiensi lebih kecil dari 50% maka efisien. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh besar nilai efisien pemasaran 48,53 % artinya terlihat jelas bahwa nilai efisiensi lebih kecil dari 50%. Jika nilai efisiensi lebih kecil dari 50% maka pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Rantai pasokan bahan baku di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yaitu :
Petani Ubi Kayu → Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu .
2. Proses pengolahan keripik ubi kayu yang dilakukan di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang terdiri 6 tahapan yaitu pemilihan ubi kayu, pengupasan kulit, pencucian, pamarutan/pengirisan, penggorengan, dan pengemasan.
3. Terdapat saluran pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yaitu :
Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu → Konsumen/Pembeli
Dimana saluran yang dipakai yaitu saluran tingkat nol (zero level channel).
4. Nilai efisiensi pemasaran keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat 48,53 % artinya terlihat jelas bahwa nilai efisiensi lebih kecil dari 50%. Jika nilai efisien lebih kecil dari 50% maka pemasaran keripik ubi kayu efisien.

Saran

Agar lebih mengefisienkan usahanya pelaku usaha keripik ubi kayu di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang baiknya menaikkan jumlah produksinya, agar penggunaan biaya input lebih efisien dan menggunakan teknologi yang modern. Adapun saran dari peneliti yaitu untuk penelitian selanjutnya baiknya meneliti lebih lanjut terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efisiensi dan Nilai Tambah Keripik Ubi Kayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2016. *Luas Panen Produktivitas Produksi Tanaman Ubi Kayu Langkat*.
- Downey, D.W. 1987. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Haming, M. 2012. *Manajemen Produksi Modern*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Haspari, D. 2009. *Aneka Olahan Umbi-Umbian*. PT Sarana Panca Karya Nusa.
- Heizer, J. 2016. *Manajemen Operasi (Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Lestari, A. 2015. *Analisis Pasokan Bahan Baku dan Pemasaran Kopra (Studi Kasus: Kecamatan Air Joman Kabupaten Asahan)*. Skripsi Agribisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nurlaila, S. 2009. *Analisis Margin Pemasaran Ubi Kayu (manihot utilissima) (Studi Kasus Di Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri)*. Skripsi Agribisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rama, P. dkk. 2007. *Bioetanol Ubi Kayu Bahan Bakar Masa Depan*. Agromedia. Jakarta.
- Rukmana, R. 1997. *Ubi Kayu Budi Daya dan Pascapanen*. Kanisius. Yogyakarta.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Lp3es. Jakarta.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, 2010. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi)*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, CV. Bandung.

- Tamuntuan, N. 2013. *Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel di Kelurahan Rukukan Kota Tomohon*. Jurnal EMBA. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Tjitrosoepomo, 2011. *Morfologi Tumbuhan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Utami, A. 2015. *Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Tape di Kabupaten Jember*. Skripsi Agribisnis. Universitas Jember.
- Valentina, 2009. <http://eprints.uns.ac.id/3080/1/130340508201001571>. *Analisis Nilai-Tambah-Ubi-Kayu-Sebagai-Bahan-Baku-Keripik-Singkong.pdf* (diakses 27 september 2017).
- Yulianti, 2011. <http://yulianti.wordpress.com/2011/09/21/Definisi-dan-Jenis-Bahan-Baku/> (diakses 27 september 2017).

LAMPIRAN

. Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu

Nama Sampel	Jenis Kelamin	Pengalaman Usaha (Tahun)	Umur Sampel (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Anak	
Suhendro	Laki-Laki	8	37	S1	5	De
Syahfitri	Perempuan	3	32	SMA	1	De
Syariani	Perempuan	4	43	SD	3	De
Bambang	Laki-Laki	2	30	SMA	1	De
Lili	Laki-Laki	4	37	SMA	2	De
Sunaryo	Laki-Laki	3	40	SMA	2	De
Ferryadi	Laki-Laki	3	40	SMA	1	De
Alam	Laki-Laki	4	37	SMA	3	De
Mardi	Laki-Laki	2	38	SMA	2	De
Radil Azmi	Laki-Laki	2	35	SMA	1	De
		35	369		21	
		3,5	36,9		2,1	

ata Primer Diolah Tahun 2018

1. Karakteristik Sampel Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu (Sambungan)

Noel	Nama Sampel	Volume Penjualan Keripik (Kg/Hari)	Harga Jual Keripik (Perbungkus/Hari)
	Suhendro	2.000	10.000
	Syahfitri	500	10.000
	Syariani	500	10.000
	Bambang	500	10.000
	Lili	300	10.000
	Sunaryo	400	10.000
	Ferryadi	300	10.000
	Alam	300	10.000
	Mardi	300	10.000
	Radil Azmi	300	10.000
		5.400	100.000
		540	10.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

2. Asal Bahan Baku Dan Harga Bahan Baku

No.	Nama	Desa Air Hitam	Tanjung Morawa
Sampel	Sampel	(Rp/Kg)	(Rp/Kg)
1	Suhendro	2.000	1500
2	Syahfitri	2.000	1500
3	Syariani	2.000	1500
4	Bambang	2.000	1500
5	Lili	2.000	-
6	Sunaryo	2.000	-
7	Ferryadi	2.000	-
8	Alam	2.000	-
9	Mardi	2.000	-
10	Radil Azmi	2.000	-
Total		20.000	6.000
ataaan		2.000	600

ata Primer Diolah Tahun 2018

3. Jumlah Bahan Baku Dan Total Biaya Bahan Baku

No.	Nama	Jumlah Ubi Kayu	Harga Beli	Total B
Tempel	Sampel	(Kg/Hari)	Ubi Kayu (Rp)	Bahan Baku
1	Suhendro	2.000	1.500	3.000.0
2	Syahfitri	500	1.500	750.0
3	Syariani	500	1.500	750.0
4	Bambang	500	1.500	750.0
5	Lili	300	2.000	600.0
6	Sunaryo	400	2.000	800.0
7	Ferryadi	300	2.000	600.0
8	Alam	300	2.000	600.0
9	Mardi	300	2.000	600.0
10	Radil Azmi	300	2.000	600.0
Total		5.400	18.000	9.050.0
ataaan		540	1.800	905.0

Data Primer Diolah Tahun 2018

a Pembuatan Keripik Ubi Kayu

nama pel	Ubi Kayu			Minyak Goreng			Bumbu	
	Jumlah (Kg/Hari)	Harga (Rp)	Total (Rp/Hari)	Jumlah (Kg/Hari)	Harga (Rp)	Total (Rp/Hari)	Harga (Rp/Hari)	(Rp)
andro	2.000	1.500	3.000.000	180	10.000	1.800.000	150.000	1.800.000
ifitri	500	1.500	750.000	60	10.000	600.000	80.000	680.000
iani	500	1.500	750.000	60	10.000	600.000	80.000	680.000
bang	500	1.500	750.000	60	10.000	600.000	80.000	680.000
li	300	2.000	600.000	50	10.000	500.000	40.000	540.000
ryo	400	2.000	800.000	50	10.000	500.000	50.000	550.000
yadi	300	2.000	600.000	50	10.000	500.000	40.000	540.000
am	300	2.000	600.000	50	10.000	500.000	40.000	540.000
rdi	300	2.000	600.000	50	10.000	500.000	40.000	540.000
Azmi	300	2.000	600.000	50	10.000	500.000	40.000	540.000
	5.400	18.000	9.050.000	660	100.000	6.600.000	640.000	6.600.000
	540	1.800	905.000	66	10.000	660.000	64.000	660.000

imer Diolah Tahun 2018

n Pengolahan Keripik Ubi Kayu

Wajan			Parutan Ubi			Pisau			
Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh
10	150.000	1.500.000	10	100.000	1.000.000	5	10.000	50.000	12
4	150.000	600.000	4	100.000	400.000	3	10.000	30.000	6
4	150.000	600.000	4	100.000	400.000	2	10.000	20.000	4
4	150.000	600.000	4	100.000	400.000	3	10.000	30.000	4
4	150.000	600.000	4	100.000	400.000	3	10.000	30.000	5
2	150.000	300.000	2	100.000	200.000	2	10.000	20.000	3
3	150.000	450.000	3	100.000	300.000	3	10.000	30.000	4
2	150.000	300.000	2	100.000	200.000	2	10.000	20.000	2
2	150.000	300.000	2	100.000	200.000	2	10.000	20.000	3
2	150.000	300.000	2	100.000	200.000	2	10.000	20.000	3
37	1.500.000	5.550.000	37	1.000.000	3.700.000	27	100.000	270.000	46
3,7	150000	555.000	3,7	100.000	370.000	2,7	10.000	27.000	4,6

ah Tahun 2018

atan Pengolahan Keripik Ubi Kayu (Sambungan)

Baskom			Sikat			Staller (Kelip kemasan)			Tungku	
Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Jlh	Harga (Rp)
10	25.000	250.000	5	5.000	25.000	2	200.000	400.000	10	200.000
4	25.000	100.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	4	200.000
4	25.000	100.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	4	200.000
4	25.000	100.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	4	200.000
4	25.000	100.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	4	200.000
2	25.000	50.000	1	5.000	5.000	1	200.000	200.000	2	200.000
3	25.000	75.000	1	5.000	5.000	1	200.000	200.000	3	200.000
2	25.000	50.000	1	5.000	5.000	1	200.000	200.000	2	200.000
2	25.000	50.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	2	200.000
2	25.000	50.000	2	5.000	10.000	1	200.000	200.000	2	200.000
37	250.000	925.000	20	50.000	100.000	11	2.000.000	2.200.000	37	2.000.000
4	25.000	92.500	2	5.000	10.000	1,1	200.000	220.000	3,7	200.000

diolah Tahun 2018

Biaya Penyusutan Peralatan

ya Penyusutan Wajan

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
10	150.000	1.500.000	3	365	1.095	1.500.000
4	150.000	600.000	3	365	1.095	600.000
4	150.000	600.000	3	365	1.095	600.000
4	150.000	600.000	2	365	730	600.000
4	150.000	600.000	3	365	1.095	600.000
2	150.000	300.000	3	365	1.095	300.000
3	150.000	450.000	3	365	1.095	450.000
2	150.000	300.000	3	365	1.095	300.000
2	150.000	300.000	2	365	730	300.000
2	150.000	300.000	2	365	730	300.000
37	1.500.000	5.550.000	27	3.650	9.855	5.550.000
3,7	150.000	555.000	2,7	365	986	555.000

Primer Diolah Tahun 2018

7. Biaya Penyusutan Parutan Ubi Kayu

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
10	100.000	1.000.000	2	365	730	1.000.000
4	100.000	400.000	2	365	730	400.000
4	100.000	400.000	2	365	730	400.000
4	100.000	400.000	2	365	730	400.000
4	100.000	400.000	2	365	730	400.000
2	100.000	200.000	2	365	730	200.000
3	100.000	300.000	2	365	730	300.000
2	100.000	200.000	2	365	730	200.000
2	100.000	200.000	2	365	730	200.000
2	100.000	200.000	2	365	730	200.000
37	1.000.000	3.700.000	20	3.650	7.300	3.700.000
3,7	100.000	370.000	2	365	730	370.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

3. Biaya Penyusutan Pisau

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)	Penyus (Rp/H)
5	10.000	50.000	5	365	1.825	50.000	27,4
3	10.000	30.000	3	365	1.095	30.000	27,4
2	10.000	20.000	3	365	1.095	20.000	18,2
3	10.000	30.000	2	365	730	30.000	41,1
3	10.000	30.000	3	365	1.095	30.000	27,4
2	10.000	20.000	3	365	1.095	20.000	18,2
3	10.000	30.000	3	365	1.095	30.000	27,4
2	10.000	20.000	2	365	730	20.000	27,4
2	10.000	20.000	2	365	730	20.000	27,4
2	10.000	20.000	2	365	730	20.000	27,4
27	100.000	270.000	28	3.650	10.220	270.000	269,
2,7	10.000	27.000	2,8	365	1.022	27.000	26,9

Data Primer Diolah Tahun 2018

9. Biaya Penyusutan Erok-Erok

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
12	20.000	240.000	1	365	365	240.000
6	20.000	120.000	1	365	365	120.000
4	20.000	80.000	1	365	365	80.000
4	20.000	80.000	1	365	365	80.000
5	20.000	100.000	1	365	365	100.000
3	20.000	60.000	1	365	365	60.000
4	20.000	80.000	1	365	365	80.000
2	20.000	40.000	1	365	365	40.000
3	20.000	60.000	1	365	365	60.000
3	20.000	60.000	1	365	365	60.000
46	200.000	920.000	10	3.650	3.650	920.000
4,6	20.000	92.000	1,0	365	365	92.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

10. Biaya Penyusutan Baskom

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
10	25.000	250.000	1	365	365	250.000
4	25.000	100.000	2	365	730	100.000
4	25.000	100.000	2	365	730	100.000
4	25.000	100.000	2	365	730	100.000
4	25.000	100.000	2	365	730	100.000
2	25.000	50.000	2	365	730	50.000
3	25.000	75.000	2	365	730	75.000
2	25.000	50.000	2	365	730	50.000
2	25.000	50.000	2	365	730	50.000
2	25.000	50.000	2	365	730	50.000
37	250.000	925.000	19	3.650	6.935	925.000
3,7	25.000	92.500	1,9	365	693,5	92.500

Data Primer Diolah Tahun 2018

11. Biaya Penyusutan Sikat

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)	Peny (Rp)
5	5.000	25.000	1	365	365	25.000	68
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
1	5.000	5.000	1	365	365	5.000	13
1	5.000	5.000	1	365	365	5.000	13
1	5.000	5.000	1	365	365	5.000	13
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
2	5.000	10.000	1	365	365	10.000	27
20	50.000	100.000	10	3.650	3.650	100.000	27
2,0	5.000	10.000	1,0	365	365	10.000	27

Data Primer Diolah Tahun 2018

12. Biaya Penyusutan Staller (Kelip Kemasan)

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
2	200.000	400.000	2	365	730	400.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
1	200.000	200.000	2	365	730	200.000
11	2.000.000	2.200.000	20	3.650	7.300	2.200.000
1,1	200.000	220.000	2,0	365	730	220.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

13. Biaya Penyusutan Tungku

Jlh	Harga (Rp)	Total (Rp)	Nilai Ekonomis (Tahun)	Masa Pakai (Kali/Tahun)	Jumlah Masa Pakai (Kali)	Nilai (Rp)
10	200.000	2.000.000	8	365	2.920	2.000.000
4	200.000	800.000	3	365	1.095	800.000
4	200.000	800.000	4	365	1.460	800.000
4	200.000	800.000	2	365	730	800.000
4	200.000	800.000	4	365	1.460	800.000
2	200.000	400.000	3	365	1.095	400.000
3	200.000	600.000	3	365	1.095	600.000
2	200.000	400.000	4	365	1.460	400.000
2	200.000	400.000	2	365	730	400.000
2	200.000	400.000	2	365	730	400.000
37	2.000.000	7.400.000	35	3.650	12.775	7.400.000
3,7	200.000	740.000	3,5	365	1.277,5	740.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

14. Total Biaya Penyusutan Peralatan (Sambungan)

Wajan (Rp/Hari)	Parutan Ubi (Rp/Hari)	Pisau (Rp/Hari)	Erok-Erok (Rp/Hari)	Baskom (Rp/Hari)	Sikat (Rp/Hari)	Staller(Kelip Kemasan) (Rp/Hari)	Tu (Rp)
1.369,86	1.369,86	27,40	657,53	684,93	68,49	547,95	68
547,95	547,95	27,40	328,77	136,99	27,40	273,97	73
547,95	547,95	18,26	219,18	136,99	27,40	273,97	54
821,92	547,95	41,10	219,18	136,99	27,40	273,97	1.0
547,95	547,95	27,40	273,97	136,99	27,40	273,97	54
273,97	273,97	18,26	164,38	68,49	13,70	273,97	36
410,96	410,96	27,40	219,18	102,74	13,70	273,97	54
273,97	273,97	27,40	109,59	68,49	13,70	273,97	27
410,96	273,97	27,40	164,38	68,49	27,40	273,97	54
410,96	273,97	27,40	164,38	68,49	27,40	273,97	54
5616,44	5.068,49	269,41	2.520,55	1.606,59	273,97	3.013,70	5.8
561,44	506.85	26,94	252,05	16,69	27,40	301,367	58

Data Primer Diolah Tahun 2018

15. Biaya Upah Tenaga Kerja

Pengupasan				Goreng			Pengemasan	
Gk	Upah (Rp/Hari)	Biaya Upah (Rp/Hari)	Tk	Upah (Rp/Hari)	Biaya Upah (Rp/Hari)	Tk	Upah (Rp/Hari)	Biaya (Rp/
4	30.000	120.000	10	75.000	750.000	5	35.000	175
1	35.000	35.000	3	75.000	225.000	2	30.000	60.
1	30.000	30.000	3	75.000	225.000	2	30.000	60.
1	30.000	30.000	3	75.000	225.000	2	35.000	70.
1	30.000	30.000	2	80.000	160.000	2	30.000	60.
1	35.000	35.000	2	70.000	140.000	2	35.000	70.
1	25.000	25.000	3	80.000	240.000	1	30.000	30.
1	25.000	25.000	2	75.000	150.000	1	30.000	30.
1	30.000	30.000	3	75.000	225.000	2	30.000	60.
1	25.000	25.000	2	70.000	140.000	2	30.000	60.
13	295.000	385.000	33	750.000	2.480.000	21	315.000	675
1,3	29.500	38.500	3,3	75.000	248.000	2,1	31.500	6

Data Primer Diolah Tahun 2018

16. Biaya Plastik

No	Nama	Jlh	Harga	Total
Sampel	Sampel	(Rp)	(Rp)	(Rp)
1	Suhendro	80	25.000	2.000.000
2	Syahfitri	25	25.000	625.000
3	Syariani	30	25.000	750.000
4	Bambang	35	25.000	875.000
5	Lili	15	25.000	375.000
5	Sunaryo	20	25.000	500.000
7	Ferryadi	20	25.000	500.000
3	Alam	15	25.000	375.000
9	Mardi	15	25.000	375.000
0	Radil Azmi	20	25.000	500.000
total		275	250.000	6.875.000
mean		27,5	25.000	687.500

Data Primer Diolah Tahun 2018

Diagram 17. Biaya Kayu

No	Nama	Jumlah
Sampel	Sampel	(Rp)
1	Suhendro	200.000
2	Syahfitri	50.000
3	Syariani	50.000
4	Bambang	50.000
5	Lili	50.000
6	Sunaryo	50.000
7	Ferryadi	50.000
8	Alam	50.000
9	Mardi	50.000
10	Radil Azmi	50.000
Total		650.000
Rataan		65.000

Diagram 17 : Data Primer Diolah Tahun 2018

18. Biaya Tranportasi Per Hari

No	Nama	Jumlah
Sampel	Sampel	(Rp)
1	Suhendro	150.000
2	Syahfitri	100.000
3	Syariani	100.000
4	Bambang	100.000
5	Lili	50.000
6	Sunaryo	50.000
7	Ferryadi	50.000
8	Alam	50.000
9	Mardi	50.000
10	Radil Azmi	50.000
Total		750.000
Rataan		75.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

Produksi Pengolahan Keripik Ubi Kayu Per Hari

Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Pembuatan (Rp)	Biaya Penyusutan Peralatan (Rp/Hari)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Plastik (Rp)	Biaya Kayu (Rp)	Biaya Transportasi (Rp)
.000.000	4.950.000	5.410,95	1.045.000	2.000.000	200.000	150.000
750.000	1.430.000	2.621,02	320.000	625.000	50.000	100.000
750.000	1.430.000	2.319,65	315.000	750.000	50.000	100.000
750.000	1.430.000	3.164,40	325.000	875.000	50.000	100.000
500.000	1.350.000	2.383,58	250.000	375.000	50.000	50.000
300.000	1.140.000	1.452,04	245.000	500.000	50.000	50.000
500.000	1.140.000	2.006,86	295.000	500.000	50.000	50.000
500.000	1.140.000	1.315,06	205.000	375.000	50.000	50.000
500.000	1.140.000	1.794,52	315.000	375.000	50.000	50.000
500.000	1.140.000	1.794,52	225.000	500.000	50.000	50.000
.050.000	16.290.000	24.262,60	3.540.000	6.875.000	650.000	750.000
005.000	1.629.000	2.426,26	354.000	687.500	65.000	75.000

olah Tahun 2018

20. Total Penerimaan Pengolahan Keripik Ubi Kayu Per Hari

	Nama	Jumlah	Harga	Total
el	Sampel	(Kg/Hari)	(Rp/Bungkus)	Penerimaan (Rp)
	Suhendro	2.000	10.000	20.000.000
	Syahfitri	500	10.000	5.000.000
	Syariani	500	10.000	5.000.000
	Bambang	500	10.000	5.000.000
	lili	300	10.000	3.000.000
	Sunaryo	400	10.000	4.000.000
	Ferryadi	300	10.000	3.000.000
	Alam	300	10.000	3.000.000
	Mardi	300	10.000	3.000.000
	Radil Azmi	300	10.000	3.000.000
l		5.400	100.000	54.000.000
m		540	10.000	5.400.000

Data Primer Diolah Tahun 2018

21. Pendapatan Bersih Pengolahan Keripik Ubi Kayu Per Hari

	Nama	Penerimaan	Biaya Produksi	Pendapatan
el	Sampel	(Rp)	(Rp)	(Rp)
	Suhendro	20.000.000	11.350.410,95	8.649.589,05
	Syahfitri	5.000.000	3.277.621,02	1.722.378,98
	Syariani	5.000.000	3.397.319,65	1.602.680,35
	Bambang	5.000.000	3.533.164,40	1.466.835,60
	lili	3.000.000	2.677.383,58	322.616,42
	Sunaryo	4.000.000	2.786.452,04	1.213.547,96
	Ferryadi	3.000.000	2.637.006,86	362.993,14
	Alam	3.000.000	2.421.315,06	578.684,94
	Mardi	3.000.000	2.531.794,52	468.205,48
	Radil Azmi	3.000.000	2.566.794,52	433.205,48
l		54.000.000	37.179.262,60	16.820.737,40
m		5.400.000	3.717.926,26	1.682.073,74

Data Primer Diolah Tahun 2018